

1 | Journalistik und Journalismusforschung

Inhalt

- 1.1 Gegenstand und Perspektiven des Fachs
- 1.2 Theorien des Journalismus
- 1.3 Journalismusforschung

1.1 | Gegenstand und Perspektiven des Fachs

1.1.1 | Was ist Journalismus?

Der Medienalltag

Beginnen wir die Suche nach dem Journalismus mit einem ganz normalen Medienalltag. Am Morgen holt uns der Radiowecker aus dem Schlaf: Popmusik unterbrochen durch kurze Bemerkungen eines launigen Moderators über das miese Wetter. Wir blättern durch die Tageszeitung: Die CDU hat im neuesten Wahlbarometer ein Prozent mehr Zustimmung erhalten und bei Schlecker ist das Duschbad billiger geworden. Auf dem Weg zur Arbeit lesen wir in »DB mobil«, der Kundenzeitschrift der Bahn, ein Porträt des Radsportlers Jan Ullrich. Später dann – am Schreibtisch im Büro – informiert uns das Internet-Angebot eines Fernsehsenders darüber, dass eben jener Jan Ullrich wegen Dopingverdachts von der Tour de France ausgeschlossen wird. Am Abend fesselt uns nach den Nachrichten eine ZDF-Serie an den Fernsehbildschirm: Im »Bundeskanzleramt« simulieren Schauspieler das Berliner Machtzentrum. Wir zapfen durch die Programme und stoßen erneut auf Sendungen, die auf ganz unterschiedliche Art und Weise Realität inszenieren: Fußball, »Die Super Nanny«, Talkshow »Berlin Mitte«, »Dschungelshow«, »Harald Schmidt«.

Die Medien:
eine große Bühne

Die Massenmedien bieten vielfältige Formen öffentlicher Kommunikation. Sie gleichen einer großen Bühne, auf der vieles gespielt wird. Müssten wir für jedes mediale Format entscheiden, ob es sich um Jour-

nalismus handelt oder nicht – wir würden mit Sicherheit viel streiten. Journalismus lässt sich von anderen Aktivitäten im Medienbetrieb nicht klar unterscheiden. Selbst mit einer guten wissenschaftlichen Definition kann man oft nicht nach dem Muster »ja« oder »nein« vorgehen, sondern eher mit Hilfe einer bipolaren Linie: Es handelt sich dann um »mehr« oder »weniger« Journalismus. Das ist für die Wissenschaft höchst unbefriedigend, weshalb oft über Definitionsfragen diskutiert wird und viele Studien zur Theorie des Journalismus um eine sinnvolle Definition ringen (→ vgl. Kap. 1.2; S. 25 f.).

Die folgende Definition stellt die Aufgaben des Journalismus und seine Funktion für die Gesellschaft in den Mittelpunkt:

Definition

Journalismus

Journalismus recherchiert, selektiert und präsentiert Themen, die neu, faktisch und relevant sind. Er stellt Öffentlichkeit her, indem er die Gesellschaft beobachtet, diese Beobachtung über periodische Medien einem Massenpublikum zur Verfügung stellt und dadurch eine gemeinsame Wirklichkeit konstruiert. Diese konstruierte Wirklichkeit bietet Orientierung in einer komplexen Welt.

Die Themen, welche der Journalismus aufgreift, haben also drei Eigenschaften, die gemeinsam den Begriff der *Aktualität* kennzeichnen:

Aktualität

- *Neuigkeit*: Die Ereignisse, auf die sich die Themen beziehen, liegen nur einige Minuten, Stunden oder Tage zurück – je nach Erscheinungsintervall (= Periodizität) des jeweiligen Mediums. Bei Live-Berichterstattung wird sogar Gleichzeitigkeit erreicht. Auch Themen, die nicht direkt an Ereignisse gekoppelt sind, haben *Gegenwartsbezug*.
- *Faktizität*: Es handelt sich um tatsächliche Ereignisse und nicht um Fiktionen. Die Regeln des Journalismus sehen Faktenüberprüfungen vor. Die Faktizität bestimmt damit den unmittelbaren *Quellenbezug* des Journalismus.
- *Relevanz*: Die Themen sind wichtig für die Zielgruppe des jeweiligen Mediums, mitunter für die gesamte Gesellschaft. Das heißt, sie beziehen sich auf die (vermuteten) augenblicklichen Interessen des Publikums. Die Relevanz bestimmt damit den *Gesellschafts- und Publikumsbezug* des Journalismus.

Der Soziologe Niklas Luhmann hat seine Theorie über die Realität der Massenmedien mit dem banalen und doch folgenreichen Satz begon-

Vertrauensgut
Journalismus

nen: »Was wir über unsere Gesellschaft, ja über die Welt, in der wir leben, wissen, wissen wir durch die Massenmedien.« (1996: 9) Die moderne Mediengesellschaft verlässt sich auf die durch den Journalismus konstruierte Wirklichkeit – trotz aller Kritik am Journalismus und trotz aller Skepsis, ob das denn alles richtig und wichtig ist, was wir lesen, sehen oder hören. Journalismus ist ein Vertrauensgut: Wir vertrauen darauf, dass die Journalistinnen und Journalisten die für uns wichtigen Themen auswählen und dass die Beschreibungen, die sie liefern, richtig sind – also bestimmte Realitätstests überstanden haben und nicht übertrieben oder gar falsch dargestellt sind. Auf diese Erwartungen hat der Journalismus mit der Entwicklung professioneller Arbeitsweisen – den journalistischen Routinen – reagiert (→ vgl. Kap. 5; S. 172–202): Die Selektionskriterien können mit den Nachrichtenfaktoren beschrieben werden; die Realitätstests beruhen auf den professionellen Kriterien der journalistischen Recherche. Journalismus würde seine gesellschaftliche Orientierungsleistung nicht erfüllen können, wenn er beliebig vorgehe.

Andere Medienbereiche adaptieren oder imitieren diese Arbeitsweisen, um ebenfalls Vertrauen zu gewinnen. Die Deutsche Bahn zum Beispiel lässt eine Zeitschrift produzieren, die in den Zügen ausliegt und in der mit journalistischen Darstellungsformen über prominente Sportler oder Schauspieler ebenso informiert wird wie über die Sauberkeit von Bahnhöfen und die Pünktlichkeit von Zügen. Mit Hilfe unserer Definition können wir feststellen, dass die Zeitschrift zwar neue und durchaus relevante Themen kommuniziert, dass es aber an der Faktizität hapern könnte: Ob die Bahnhöfe tatsächlich so sauber sind und die Züge so pünktlich? – Wir trauen der Zeitschrift in diesem Punkt nicht, weil es sich eben nicht um Journalismus handelt, sondern um ein Medium der Unternehmenskommunikation (→ vgl. Kap. 5.4; S. 198–202) – eine andere Form öffentlicher Kommunikation, die den Interessen des Auftraggebers folgt und nicht unabhängig arbeiten kann.

Doch arbeitet Journalismus immer unabhängig? – Auch Journalismus unterliegt wirtschaftlichen und politischen Interessen.

1.1.2 | Journalismus und Demokratie

Öffentlichkeit und
Transparenz

Damit sind wir schon mitten in der Debatte um die Ideale und die Qualität des Journalismus, die wir später vertiefen werden (→ vgl. Kap. 7.1; S. 224–245). Einleitend sei darauf verwiesen, dass sich zur deskriptiven Frage »Was ist Journalismus?« oft die normative Frage »Was soll Journalismus?« gesellt. Vor allem aus der Perspektive eines freien pluralistischen Gesellschaftssystems werden an die Rahmenbedingungen und Arbeits-

weisen des Journalismus immer wieder Forderungen gestellt, denn der Journalismus gilt als »Schlüsselberuf« für die moderne Demokratie, der Öffentlichkeit herstellt und dadurch Transparenz in die gesellschaftlichen Verhältnisse bringen soll (→ vgl. Kap. 2.3; S. 81–92). Es handelt sich dann nicht um deskriptive – also beschreibende – Definitionen (wie oben), sondern um normative Theorien, die begründen, was Journalismus idealerweise ausmacht und was er »sein soll«. Diesen Theorien zufolge ist ein qualitativ hochwertiger, seriös-nachrichtlicher Journalismus konstitutiv für die Demokratie. Die Leistungen für die Gesellschaft kann er nur erfüllen, wenn er folgenden Idealen möglichst nahekommst:

- Zu den *Kernaufgaben des Journalismus* gehört die *Information*. Der Journalismus soll so vollständig und sachlich wie möglich informieren, damit wir uns über das politische und wirtschaftliche Geschehen ein sinnvolles Bild machen können. Journalismus sollte ein »Frühwarnsystem« der Gesellschaft sein und die Aufmerksamkeit auf zentrale Themen und Ereignisse lenken, damit gemeinsame Diskussionen über gesellschaftliche Probleme geführt werden können. Gleichzeitig sollte eine möglichst große Themen- und Meinungsvielfalt geboten werden.
- Weitere Aufgaben sind *Kritik und Kontrolle*. Die moderne Demokratie ist gekennzeichnet durch ein System der »checks and balances« (»Kontrolle und Gegengewichte«). Man spricht von »Gewaltenteilung« – sinnvoller ist aber der Begriff »Macht«, weil in der Demokratie ja in den wenigsten Fällen physische Gewalt ausgeübt wird. Die staatliche Macht ist auf mehrere Schultern verteilt; die Mächte kontrollieren sich gegenseitig. Die drei staatlichen Gewalten Exekutive, Legislative und Judikative werden durch die »vierte Macht« Journalismus kritisiert und kontrolliert. Missstände, Fehlentscheidungen, Korruption oder bürokratische Willkür sollen aufgedeckt werden.
- Durch Information, Kritik und Kontrolle wirkt der Journalismus an der *Meinungsbildung* mit.
- Die *redaktionelle Unabhängigkeit* gilt als wesentliches Merkmal journalistischer Professionalität. Journalisten können ihre öffentliche Aufgabe nur erfüllen, wenn sie unabhängig von privaten oder geschäftlichen Interessen Dritter und von persönlichen wirtschaftlichen Interessen arbeiten. Dieser Grundsatz ist – auf die Produktebene bezogen – im Trennungsgebot von redaktioneller Berichterstattung und Werbung gesetzlich verankert (z. B. in den Landespressegesetzen) und standesrechtlich noch weiter gehend auf das journalistische Handeln bezogen formuliert (vgl. Pressekodex Ziffer 7): Verleger und Redakteure sollen jegliche Versuche, die Redaktion zu beeinflussen, abwehren. Unabhängigkeit und Trennungsgebot bestimmen letztlich die Glaub-

»Vierte Macht«

Redaktionelle
Unabhängigkeit

würdigkeit der Information und liegen deshalb langfristig im Interesse aller Beteiligten. Denn die Attraktivität eines journalistischen Produkts resultiert aus der Erwartung eines mündigen Publikums, nicht einseitig im Dienst fremder Interessen informiert zu werden. Geht mit zunehmend schlechter Erfahrung das Vertrauen in die Unabhängigkeit einer Redaktion verloren, schwindet nicht nur die Zahlungsbereitschaft der Nutzer für die journalistische Dienstleistung, sondern auch der Wert der journalistischen Produkte als Werbeträger.

Merksatz

Aus Sicht einer normativen Demokratietheorie soll Journalismus Transparenz in die gesellschaftlichen Verhältnisse bringen. Seine Kernaufgaben sind demnach Information sowie Kritik und Kontrolle. Dadurch wirkt der Journalismus an der Meinungsbildung mit. Um ihre öffentliche Aufgabe optimal erfüllen zu können, brauchen Journalisten professionelle Unabhängigkeit.

»Wer kontrolliert die Kontrolleure?«

»Wer kontrolliert die Kontrolleure?« – Nicht wenige Tagungen, Vorträge oder Podiumsdiskussionen stehen unter diesem Motto. Die Frage kann generell nicht befriedigend beantwortet werden. Einerseits sollte der Journalismus möglichst große Freiheit haben und weder durch staatliche noch durch wirtschaftliche Mächte beeinflusst werden (Stichwort Pressefreiheit → vgl. Kap. 2.3.1; S. 82–84). Andererseits ist der Journalismus nicht unfehlbar – auch er braucht Schranken. Da die Pressefreiheit verfassungsrechtlich ein hohes Gut ist (vgl. Art. 5 Grundgesetz), sind die gesetzlichen Schranken recht weit gefasst und beziehen sich vor allem auf das Persönlichkeitsrecht und den Jugendschutz. Wie lässt sich ohne Zensur und Reglementierung auf Fehlentwicklungen im Journalismus reagieren? Dies ist die Kernfrage der publizistischen Qualitätssicherung (→ vgl. Kap. 7.1; S. 224–233) und der journalistischen Ethik (→ vgl. Kap. 7.2; S. 233–245). Die Möglichkeiten reichen von publizistischer Selbstkontrolle (z.B. durch den Presserat) bis zur Beobachtung und Kritik des Journalismus beispielsweise durch die Wissenschaft (z.B. die Journalistik), durch Bereiche des Journalismus selbst (Medienjournalismus) und durch so genannte Media Watchdogs (»Wachhunde«). Das Internet bietet eine neue Plattform für die Watchdogs: Ein Beispiel ist »bildblog.de«, ein Weblog, das sich kritisch mit der Berichterstattung der BILD-Zeitung auseinandersetzt – angeregt durch Hinweise von Leserinnen und Lesern.