

Medium und Wahrheit

Grundprobleme journalistischer Ethik

von Gerwin Haybäck

„Es verdiente wohl, daß man am Ende des Jahres Gericht über die Zeitungen hielte, vielleicht machte dieses die Schreiber derselben behutsamer [...] Man müßte zwei oder mehrere entgegengesetzte Blätter miteinander vergleichen, und beide mit dem Lauf der Ereignisse. So ließe sich am Ende etwas über den Wert der politischen Zeitungen überhaupt festsetzen.“

Georg Christoph Lichtenberg (1742 – 1799) ¹

1. Normativ-anthropologische Voraussetzungen kommunikativer Ethik

Der wissenschaftliche Diskurs des Wahrheitsproblems der Medien im Rahmen einer kommunikativen Ethik bedarf einer geeigneten Methode, die die publizistische Aussage (Botschaft), den Journalisten (Kommunikator) und den Empfänger der (massen)medialen Botschaft, den Rezipienten also, gleichermaßen erfaßt.

Zunächst ist jedoch festzuhalten, daß journalistische der engere, kommunikative Ethik hingegen der weitere Bezirk ist, an und mit dem die alte Pilatusfrage (Was ist Wahrheit?) beispielhaft erörtert werden kann.

Meines Erachtens bietet sich nur eine Integration normativ-historisch-hermeneutischer mit deskriptiv-empirisch-analytischen Vorgehensweisen an, um sowohl qualitative als auch quantitative Momente des Phänomens einer journalistischen Ethik zu erfassen. Dazu ist eine interdisziplinäre Öffnungsbereitschaft der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft vonnöten, die wechselseitige Bezugnahme auf die geistigen Schaffensprodukte ihrer Nachbardisziplinen voraussetzt. ² Henk Prakke sprach im Zusammenhang mit der Entwicklung der Publizistikwissenschaft zu einer – alle möglichen sozialwissenschaftlichen Dimensionen sprengenden – empirischen Kommunikationsforschung schon 1961 von 'Entgrenzung' ³. Da wird Orientierung schwierig. Eben deshalb suchen wir einen Brennpunkt, ein Kriterium, das Übersicht schafft. Dieses kann nur der Mensch sein, sei es als Wissenschaftler, Kommunikator, Publizist, Verleger, Journalist, Rezipient (Hörer, Leser, Seher).

Ethik ist nach ihrer einfachsten, aber immer noch brauchbarsten Definition die Lehre vom Guten. Von ihr erwarten sich Theoretiker wie Praktiker auch und gerade im Hinblick auf den Kommunikationsprozeß Antwort auf die Fragen: Was ist der Mensch, das spezifisch Humane? Was sollen Kommunikator und Rezipient tun? Was wie vermitteln, aufnehmen? Ethik behandelt in unserem Kontext die Normen der publizistischen Moral; diese verweisen uns grundle-

DDr. Gerwin Haybäck ist Jurist und Publizist in Salzburg.

gend zurück auf die Natur des Menschen, die wir – phänomenal-ontologisch betrachtet – immer schon in irgendeiner Art voraussetzen, ja im voraus erkannt haben, wenn wir ein Urteil abgeben, die spezifische Bewertung eines kommunikativen Phänomens vornehmen. So fundiert der normativ-anthropologische Kontext auch journalistische Bewertungs- und Beurteilungsmaßstäbe. Nach Erhard Mock stellt der breite Strom anthropologischer Forschung den Menschen in den Wirklichkeitszusammenhang der Natur, auch wenn man in ihm einen ihm allein eigenen Sonderentwurf sieht. Charakteristisch für ihn ist – nach dieser Auffassung – die grundsätzliche Plastizität des Menschen, seine Weltoffenheit, die biologisch bedingt und Voraussetzung für die Möglichkeit der (freien) Entscheidung ist. „Nur ein Wesen, das so sehr aus der Möglichkeit heraus handelt, hat Welt im eigentlichen Sinne.“⁴

Des Menschen Natur umfasse seine jeweilige Kultur, die die Akkumulation von Schöpfungen, Gestaltungen und Traditionen impliziere. Zu den tradierten Verhaltensmöglichkeiten, die in der Sprache aufgehoben werden, gehörten mit den Normen Steuerungsmittel des praktischen Verhaltens.⁵ Fragen wir z.B. nach Sinn und Art des sittlich Gesollten im Journalismus, begeben wir uns auf das schwer begehbbare Terrain der Frage nach Ursprung und Hintergrund menschlicher Normativität überhaupt. Dazu ist auf die Sozialnatur des Menschen zu verweisen, die er nicht nur ist, sondern auch hat. Damit stellt sich die Aufgabe, die den Menschen in seiner bio-psychischen Natur fundierenden Antriebsgesetzmäßigkeiten aufzudecken und mit diesen jenen Rahmen von Kriterien zu gewinnen, der es erlaubt, die Modi zwischenmenschlichen Verhaltens abzustecken. Das Regelfeld, an das der Mensch bei der Bewältigung seiner Normativität gebunden ist, bildet – so Mock – der Umstand, daß der Mensch dem Menschen zugleich potentieller Aggressor, Bedürfniswesen und Fürsorger ist.⁶ Konrad Lorenz⁷ hat das Aggressionsphänomen ethologisch-anthropologisch erforscht und – ausgehend von seiner biologischen Funktion im Dienste der Lebens- und Arterhaltung – die je eigenständigen Impulse aufgezeigt, die mit der Aggression 'legiert' werden.

Auf diesem Wege gelangt man zur kulturschöpferischen Leistung der Aggression im Lebenskontext menschlicher Sozietät und damit auch der Kommunikation. So sprechen wir etwa vom 'Verbeißen' in Aufgaben oder vom 'Bewältigen' von Problemen. Der aufbauende Stellenwert von Aggression taucht im übrigen bei einer Fülle von Haltungen auf, die alle einem kämpferischen Prinzip gehorchen und als Tugenden angesehen werden: Entschlossenheit, Tapferkeit, Beharrlichkeit, aber auch Spontaneität, Begeisterung, Hingabebereitschaft und Opfergesinnung (diese u.ä. Merkmale werden auch als journalistische Tugenden in den diversen Journalisten-Codices und Credos postuliert!)⁸. Neben dieser emotionalen Kombination bleibt aber eine simultan mitlaufende, auf Kontrolle und Objektivierung der Aggression gerichtete Rationalisierungstendenz, etwa in der Umorientierung der Aggression von einer Person auf die umkämpfte bzw. bekämpfte Sache. Parlamentsdebatten, in denen die Regeln rechtlicher und konventioneller Art eingehalten werden, sind ein Beispiel für das hier ersichtliche Zuordnungsverhältnis von Bindungswille und Aggression.⁹ Dazu wäre zu ergänzen, daß ein Journalismus – gleichwie die Parlamentskultur – in kämpferischer, 'konkurrierender' Art mit leistungsfördernd-

den Impulsen gegenlaufenden Tendenzen und Gefahren einer (nivellierenden) Hofberichterstattungs- wie Verlautbarungskultur Einhalt, zumindest Einbremsung gebieten könnte.

Von diesen normativ-anthropologischen Grundlinien aus sind die im folgenden relevanten Begriffe 'Gewissen', 'Gesinnung', 'Verantwortung', 'Wahrheit', 'Objektivität', 'Legitimation', 'Desinformation', 'Manipulation' (u.a.) zu entwickeln bzw. zu deuten. In seiner berühmten Schrift „Politik als Beruf“¹⁰ hat Max Weber bereits 1919 – nicht nur für die Situation des Politikers, sondern auch die des Journalisten – ein bedeutendes Entscheidungsdilemma, nämlich das zwischen Gesinnungs- und Verantwortungsethik, aufgezeigt. Für die Journalistenklasse, deren Angehörige sich dadurch auszeichneten, daß sie „der festen sozialen Klassifikation entbehren“, sprach Weber in ehrlicher Sympathie von einer „Pariakaste“, „die in der Gesellschaft stets nach ihren ethisch tiefstehenden Repräsentanten sozial eingeschätzt wird“. Beim erwähnten Spannungsverhältnis zwischen Gesinnungs- und Verantwortungsethik geht es um zwei polarisierte Alternativen ethischer Verhaltensdispositionen:

Danach handelt rein wertrational, und damit gesinnungsethisch, wer ohne Rücksicht auf die voraussehbaren Folgen handelt, im Dienste seiner Überzeugung von dem, was Pflicht, Würde, Schönheit, religiöse Weisung, Pietät oder die Wichtigkeit einer Sache, gleichviel welcher Art, ihm zu gebieten scheinen. Stets ist wertrationales Handeln ein Handeln nach 'Geboten' oder gemäß 'Forderungen', die der Handelnde an sich gestellt glaubt. Gesinnungsethisch handelt, wer nur nach seinem Gewissen¹¹ entscheidet und auch die vernunftgemäß faßbaren Folgen seines Handelns außer Betracht läßt, somit eine Verantwortung für die unbeabsichtigten negativen Folgen seines Handelns ablehnt.

Demgegenüber handelt zweckrational, und damit verantwortungsethisch, wer sein Handeln nach Zweck, Mitteln und Nebenfolgen orientiert und dabei sowohl die Mittel gegen die Zwecke wie die Zwecke gegen die Nebenfolgen, wie endlich auch die verschiedenen möglichen Zwecke gegeneinander rational abwägt, d.h. wer die Verantwortung für die beabsichtigten (voraussehbaren) positiven und negativen Folgen seines Handelns übernimmt und sein Handeln danach ausrichtet.¹²

Während der rein gesinnungsethisch handelnde Mensch seine sozialethische Verantwortung¹³ übersieht, überspannt der rein verantwortungsethisch agierende die Bedeutung jener Instanz, der er sich besonders verbunden fühlt und orientiert sich an einer ökonomisch-opportunistischen Erfolgsethik.“¹⁴ Die Aufgabe für den einzelnen jedoch, diese Spannung bewußt zu ertragen, und der – mitunter fast unerträglich scheinende – Zwang zur ständigen Güterabwägung, sind nur dann akzeptabel, wenn man sich das Gut vor Augen hält, welches in unserer freiheitlich-pluralistischen Gesellschaft zu bewahren, aber auch immer neu zu erkämpfen ist: die personale (Kommunikations-)Freiheit.

2. Die massenmediale Botschaft: Drei Dimensionen von Wahrheit

Bei der massenmedialen Botschaft, die auf Wahrheit hin untersucht werden soll (aussagenorientierte Betrachtungsweise), geht es um einen Begriff, der

viele Namen hat. Ein inhaltliche d.h. materiale Komponente zeigt sich deutlich in Termini wie z.B. 'publizistische Aussage'¹⁵, 'massenmedialer Inhalt'¹⁶ u.a. Marshall McLuhan betonte die formale Komponente der Botschaft, die Transportfunktion des Mediums, indem er seine berühmt gewordene Äußerung an ein Millionenpublikum adressierte: „The medium is the message“¹⁷. Fairerweise darf man nicht bei dieser plakativen Reduktion auf das Transistorische der Botschaft verharren, will man McLuhans Erkenntnis über menschliche Sinneskorrelationen und das sensorische Instrumentarium gerecht werden: die Entwicklung von einer präliterarischen Ära des Menschen zum elektronischen Zeitalter, vom Archaischen und Primitiven über den „typographischen Menschen“ in der „Gutenberg Galaxis“ bis zum heutigen „elektronischen Rezipienten“ aus kulturanthropologischer Sicht darzustellen und dabei allgemein verständlich zu bleiben, ist an sich schon ein bemerkenswertes Unterfangen von beachtlichem heuristischen Wert. Für unseren Kontext ist die potentiell manipulative Funktion der Form der Vermittlung, die der Wahrheit der Botschaft im Effekt widerspricht, von Interesse.

Soll die Medienbotschaft – formal wie material – wahr sein, was allenthalben (zumindest rhetorisch) bejaht wird, muß eine Vorstellung von Wahrheit vorhanden sein, die drei Dimensionen¹⁸ Rechnung trägt; denn daraus erhellt erst der Sinnhorizont operationalisierbarer Belegung des Wahrheitsphänomens mit Beispielen aus der journalistischen Praxis.

(1) Normativ-ethische Dimension

Danach versteht man unter Wahrheit zunächst „... den Maßstab oder das Kriterium, an dem sich das menschliche Handeln als gut oder schlecht erweist.“¹⁹ Diese praktisch-anthropologische, auf das menschliche Handeln abzielende Auffassung von Wahrheit unterscheidet sich von der allgemein philosophischen dadurch, daß letztere theoretische (Natur-)Erkenntnisse im Auge, also reine Bedeutungsfunktion hat, während erste stets mit normativ-wertenden Stellungnahmen in Beziehung gebracht wird, somit – aus wissenschaftstheoretischer Perspektive – präskriptiven Charakter prätendiert.

Die Funktion dieser ersten Dimension der Wahrheit besteht in der Mobilisierung des Gewissens (Über-Ich, Ich-bin) als Entscheidungsinstanz. Für den Journalisten würde dies heißen, daß im Gewissen individuelle und soziale Faktoren kulminieren, die kommunikative Selbstdarstellung und -verwirklichung steuern und kontrollieren.²⁰ So wird eine rationale Entscheidung im Dilemma zwischen Gesinnungs- und Verantwortungsethik überhaupt erst möglich und nachvollziehbar.

(2) Fundamental-ontologische Dimension

Wie Martin Heidegger in seiner Schrift „Platons Lehre von der Wahrheit“²¹ das platonische Höhlengleichnis zur Entwicklung des Wahrheitsbegriffes verwandte, ist hervorhebenswert. Das griechische Wort für Wahrheit, *aléteia*, bedeutet nach dieser etymologischen Ableitung anfänglich „das einer Verborgenheit Abgerungene“, und zwar „solche Entringung jeweils in der Weise der Entbergung. Die Verborgenheit kann dabei verschiedener Art sein: Verschließung,

Verwahrung, Verhüllung, Verdeckung, Verschleierung, Verstellung.“ Zum Wesen der Wahrheit gehört demnach auch die Privation, „das abringende Erringen des Unverborgenen.“²²

Die Funktion dieser zweiten Dimension von Wahrheit besteht in der Verhinderung von Verschließung, Verstellung, Verschleierung etc., somit im „lichtenden Bergen als Grundzug des Seyns“.²³ Dies setzt für den Journalismus als Ganzes und den einzelnen Journalisten gesellschaftliche bzw. personale Freiheit immer schon voraus und wirkt auf sie zurück. Zur Abgrenzung freiheitlich-pluralistischer gegenüber autoritär-monistischen Gesellschaften gilt das prägnante Wort eines ganz anderen Existenzphilosophen, nämlich Karl Jaspers': „Unge-
wiß zwar ist es, ob in der Freiheit die Wahrheit sich verwirklicht. Gewiß aber ist, daß unter Zensur sie verkehrt wird.“²⁴

(3) Logisch-pragmatische Dimension

Diese ist für eine interdisziplinäre sozialwissenschaftliche Forschung unverzichtbar, die Kommunikation unter Menschen, ihre Ausdrucksformen und –möglichkeiten im sozialen Kontext zum Gegenstand hat. Hier wird etwas Wahres (oder Falsches) in Form von Sätzen ausgesagt. Doch gilt als allgemein anerkannt, daß die Wahrheit eines Satzes nicht an ihm selbst abzulesen ist, sondern immer nur in einer herstellbaren Beziehung. Diese Beziehung des Satzes wiederum besteht dann zu den ausgesagten Tatsachen, zu anderen Sätzen und schließlich zu Sätzen als 'inneren Invarianten' d.h. als der subjektiven, unbeweisbaren Wahrheitsgewißheit.²⁵

Diese Funktion der dritten Dimension der Wahrheit soll auf logische Widersprüche im Journalismus hinweisen, die z.B. von Bedeutung sind für die Art und Weise, den Stil des Mediums beim Herstellen und Vermitteln der massenmedialen Botschaft, mithin beim alltäglichen, zeitlich oft arg unter Druck erfolgenden Umgang mit der Wahrheit.

Diesen drei Dimensionen der Wahrheit ist also im Journalismus²⁶ materialiter wie formaliter Rechnung zu tragen. Insoweit bezieht sich unser Wahrheitsbegriff primär auf die sozialetischen Implikationen, auf die gesellschaftlich-kollektive Verantwortung für das Gelingen der Produktion sozialer Kommunikationsleistungen, die Medienbotschaft. Davon zu unterscheiden ist die individuelle Sichtweise, die den Journalisten (Redakteur, Verleger, Herausgeber, Eigentümer, PR-Mann etc.) auf seine persönliche Verantwortlichkeit hin²⁷ zum Problem erhebt: die Wahrhaftigkeit. Sie wird definiert als die subjektive Verpflichtung zur Wahrheit, betrifft also den individuellethischen Aspekt (kommunikator-orientierte Betrachtungsweise). Hier wird – wie beim normativ-ontologischen Aspekt der Wahrheit – das Gewissen mobilisiert, das die selbständige Persönlichkeit erst konstituiert, um die Einheit der Entscheidung (vgl. Webers Dilemma!) herzustellen: „Diese innere Übereinstimmung meiner verschiedenen Strebungen in der Einheit des 'Ich-bin' (intentionales Bewußtsein), das sich organisch im Leib Ausdruck verschafft, begründet die Wahrhaftigkeit der Person (subjektives Wahrheitskriterium).“²⁸

3. Wahrheit im Journalismus. Beispiel I: STERN

Wer die deutsche Illustrierte STERN kennt und über eine längere Zeitspanne auf die Einhaltung sittlich vertretbaren journalistischen Agierens untersucht, dem drängt sich der Eindruck auf, „daß diese Illustrierte im Laufe der Jahre alle Rekorde überboten hat. Die sadomasochistische Bilderauswahl dieses Magazins zeigt sogar eine Vorliebe für die Darstellung von Erhängten.“ Das ist das Ergebnis eines Beobachters, der die bundesdeutsche Medienlandschaft lange studiert hat: Jean-Paul Picaper, Deutschland-Korrespondent von 'Le Figaro' in Bonn, meint dies in seinem Aufsatz „Von der Schwierigkeit, als Journalist eine Meinung zu haben.“²⁹

Nimmt man ein neueres STERN-Exemplar zur Hand (z.B. Nr. 46 vom 10. November 1988), fragt einen auf der Titelseite, neben dem Foto einer entblößten jungen Frau, die Schlagzeile: „War Jesus ein Sünder?“ Die – manipulative – 'Relativierung' des Titels geschieht durch folgendes Manöver der Wortplatzierung: Ganz klein steht über der Titelschlagzeile: „Skandal um Christus-Film“; im (Haupt-)Artikel im Blattinnern erscheint er überhaupt nicht mehr, sondern die sachliche Formulierung: „Wie war Jesus wirklich?“ Daß es dann aber wieder pietätloser zugeht, dafür sorgen die weiteren, dick unterstrichenen Sätze: „Vieles spricht dafür, daß Jesus kein keuscher Junggeselle war“ und „Der biblische Jesus wurde im Laufe der Jahrhunderte immer mehr vergottet“ (usw.).³⁰

Im Ergebnis liegt eine pietät- und geschmacklose Aufmachung in Wort und Bild vor, die das Medium STERN zu einer massenmedialen Botschaft (im Sinne McLuhans) erhebt, die viele – nicht nur christliche – Leser verletzen muß. Wo sind engagierte katholische Medienschaffende, die hier Kritik üben bzw. überhaupt Notiz davon nehmen? In den zwanziger Jahren hätten vielleicht 'katholische Generalanzeiger' alles daran gesetzt, eine massenattraktive Alternative zu bieten. Dabei hätte man zwar das Sensationelle grundsätzlich bejaht und in den Artikeln zum Ausdruck gebracht, allerdings im Sinne eines „inneren Sensationalismus“ der Ereignisschilderung; jedenfalls aber nicht auf Kosten eines respektablen Wertes wie der Pietät bzw. der Hochachtung vor der (christlichen) Religion.³¹

Es bedarf nicht einmal christlicher Leitlinien, Überzeugungen und Begründungen, um die Vorgangsweise des STERN zu kritisieren. Hier dürfte eine Fehlleitung aggressiver Ströme vorliegen, eine sublimale Bewältigung antichristlicher Ressentiments. Die Redaktion des STERN überspannte die Grenze jeglicher Gesinnungsethik und verstieß gegen die normativ-ethische Dimension unseres Wahrheitspostulates, indem religiöse Wertvorstellungen mißachtet wurden.³²

In einer anderen Fallgruppe betreibt der STERN mit seiner Art von 'Emanzipationsjournalismus' politische Desinformationen durch „Redaktion“ der Wahrheit, widerstreitet somit der zweiten, der fundamental-ontologischen Dimension unseres Wahrheitspostulates. Sehr schön hat dies Friedrich Denk in seinem Buch „Die verborgenen Nachrichten“ im Kapitel „Weit weg von der Wirklichkeit: der 'Stern'“ aufgezeigt³³, als er die STERN-Ausgabe Nr. 8/77 vom 10. Februar 1977, speziell die fünf Seiten „Einig sind sie nur im Haß“, kritisch analysierte. Darin setzte sich der STERN mit emigrierten bzw. zwangsexilierten

Dissidenten aus der UdSSR auseinander. Ausgehend von Henri Nannens einschlägigen Kontakten zu Moskau und Warschau weist Denk auf Nannens Auslösung der Kampagne gegen Alexander Solschenizyn hin. Im Frühjahr 1973 wird Nannen die Ehre eines persönlichen Gespräches mit Leonid Breschnew zuteil, und ein Jahr später schrieb Nannen im STERN: „Ich weiß: zu behaupten, daß auch Alexander Solschenizyn gelegentlich einen Wind läßt, das kommt einer Heiligenschändung gleich. Von Märtyrern erwartet man hierzulande nur Wahres und Wohlriechendes.“³⁴ – Solschenizyn wird als 'Fast-Faschist', Sektierer („Billy Graham der Dissidenten“) und Kapitalist mit feudaler Gesinnung („westliche Buchhonorare von rund zehn Millionen Mark“, „Herrschaftshaus mit einem Anwesen von 20 Hektar“) verunglimpft. Mit anderen Dissidenten, wie etwa Leonid Pljuschtsch, der auf einen „Sozialismus mit menschlichem Antlitz“ zu hoffen schien, ging der STERN höflicher um. Gänzlich desinformiert wurden die STERN-Leser über den im Austausch mit dem chilenischen KP-Führer Luis Corvalan exilierten Wladimir Bukowskij, der sich etliche „Haß-Artikel“ (Denk) des STERN zu seiner Begrüßung – nach jahrelanger Qual in sowjetischen Arbeitslagern und Irrenanstalten – gefallen lassen mußte. Selbstverständlich war, daß die – in dieser Causa vermittelnde – Rolle des chilenischen Diktators Pinochet verschleiert bzw. verschwiegen wurde.³⁵

Aufgrund der Verantwortung gegenüber einem Millionenpublikum täte der STERN gut daran, auch die neueste politische Entwicklung in der UdSSR, so überraschend sie auf den ersten Blick sein mag, realistisch und vorsichtig zu beurteilen. Vor Illusionen westlicher Medien warnt neuestens Botho Kirsch, Leiter der Osteuropa-Redaktion der 'Deutschen Welle' in Köln, und das mit guten Argumenten: Auch unter Michael Gorbatschow übe die Kremführung in Krisensituationen – trotz Glasnost und Perestroika – immer noch die alte amtliche Totschweigetaktilik: „Es war nicht so sehr die Tatsache des Reaktorunglücks (von Tschernobyl vom 26. April 1986, G.H.) selbst, die in aller Welt Kritik und Proteste herausgefordert hat. Kernkraftwerke sind leider, wie die Erfahrung zeigt, weder in Ost noch West völlig betriebssicher. Es war vielmehr die amtliche Totschweigetaktilik, die den eigentlichen Skandal ausmachte. Es waren die vielen Lügen und Halbwahrheiten über das Ausmaß der Katastrophe, vor allem aber die völlige Ahnungslosigkeit der Bevölkerung Weißrußlands, der Ukraine und im Baltikum, die mit allen Mitteln des staatlich gelenkten Propaganda-Apparats über die ihr drohenden Gefahren für Leib und Leben hinweggetäuscht wurde. Wären nicht die hartnäckigen Nachfragen der über die hohe Radioaktivität beunruhigten schwedischen Regierung gewesen, hätten nicht die trotz massiver Störungen überall in der Ukraine gut zu empfangenden westlichen Sender Alarm geschlagen, Moskau hätte sich kaum jemals zum Eingeständnis auch nur von Teilwahrheiten bequemt.“³⁶

Zurück zur Berichterstattung des STERN. Waren die bisher referierten Beispiele willkürlich ausgewählt? Daß sie einigermaßen repräsentativen Charakter haben, ist eine traurige Wahrheit, die Otto W. Haseloff Jahre zuvor in seiner 1000 Seiten starken Analyse „Stern – Strategie und Krise einer Publikumszeitschrift“³⁷ für den Untersuchungszeitraum 1966-1974 herausfand. Zur Frage des Stellenwertes und der Überlebensfähigkeit unseres westlich-demokratischen kapitalistischen Wirtschaftssystems ergab sich in der Tendenz

eine zwiespältige Folgerung bzw. ein innerer Antagonismus folgender Art: STERN ist in den Kapitalismus massiv verstrickt, den er in seiner Kritik (verbal) entlegitimiert, in seinem praktischen betriebswirtschaftlichen Handeln dagegen stützt. Dazu ein Beispiel: Wie aus einem STERN-Report aus 1971 mit dem Kurztitel: „Zuviel Schnaps – zuwenig Schulen“ hervorgeht, lautet der Grundtenor zur sozialen Marktwirtschaft, daß sie unfähig sei, hinreichende Aufwendungen für Kinder sicherzustellen. Schuld daran seien u.a. die Ungerechtigkeit, die sich aus dem privaten Besitz an Boden ergeben sowie die Inkompetenz der Besitzer großer Unternehmen.³⁸

Stellt man dagegen in Rechnung, daß der STERN mit einem Werbeanteil (u.a. auch für Schnaps!) von 45 Prozent ein kapitalistisch kalkuliertes Blatt ist, das sich an rund sieben Millionen Leser richtet, fällt auf, was Haseloff summarisch dazu anführt, nämlich daß der STERN mit dem radikalen Widerspruch leben muß (und das nicht einmal schlecht), die Lebens- und Zukunftschancen des sogenannten 'spätkapitalistischen' Systems einer 'hochgeschraubten Dauerkritik' zu unterziehen. „Einerseits werden die westlichen Industrienationen kritisch und entlegitimierend gemessen an abstrakten Idealen einer uneingeschränkt rationalen, gerechten, humanen und für ihre Menschen fast ohne Erfüllung von Leistungsanforderungen Reichtum und private Lebensqualität produzierenden Gesellschaft. Gleichzeitig bestätigen die alltagsbezogenen, entweder unterhaltenden und entlastenden oder aber beratenden Beiträge des 'stern' Lebensformen der Konsum- und Wohlstandsgesellschaft. In seinem Unterhaltungsteil produziert der 'stern' mit den Mitteln realitätsentlastender Trivilliteratur genau jenes falsche Bewußtsein, das in den gesellschaftspolitischen Beiträgen im Dienste der 'Emanzipationsideale' bekämpft wird.“

Dem aufmerksamen Leser stellt sich daher die Frage, ob er es hier wohl mit einem raffinierten Kostgänger unserer Gesellschaft zu tun hat: Kapitalistisch und hedonistisch leben, aber antikapitalistisch die dumpfen Neid- und Triebkomplexe der breiten Massen einem auflagensteigernden Dauerappell zu unterziehen.³⁹ Es ist evident, daß hier die dritte, die logisch-pragmatische Dimension unseres Wahrheitspostulates verletzt wurde durch eine Illustrierte, deren redaktionelle und wirtschaftliche Entfaltung strukturell widersprüchlich erfolgt und die jeglicher inneren Logik und Stringenz widerstreitet.

Während sich – wie in den drei Fallgruppen aufgezeigt – die sozialetische Komponente des Wahrheitsproblems für ein Publikationsorgan als ganzes aktualisierte, betrifft die Frage der Wahrhaftigkeit jeden einzelnen beteiligten Redakteur.⁴⁰

4. Legitimationsprobleme des Journalistenberufes

Die individuelleethische Perspektive mit dem Kommunikator (Boten, Journalisten, Publizist, Medienarbeiter⁴¹ usw.) im Vordergrund hinterfragt die Relation Wahrheit – Wahrhaftigkeit sowie die Legitimation dieses Berufes, von dem manche meinen, er sei (zumindest auf dem Weg zu einer echten) Profession.⁴²

Wie wir bei Max Weber⁴³ sahen, steht es um das Prestige des Journalisten – u.a. aufgrund des leichtfertigen Umganges vieler Medien mit der Wahrheit –

nicht zum besten. Mit diesem nunmehr 70 Jahre alten Befund korrelieren auch neuere empirische Erhebungen zum Ansehen dieser Branche, das vergleichsweise gering ist. Wie eine EMNID-Umfrage aus 1983 ergab, rangieren Fernseh- und Zeitungsjournalisten unter 28 Berufen auf Platz 18 und 19, hinter den Bauern und Polizisten (Das höchste Ansehen genießen danach Ärzte und – erstaunlicherweise – Lehrer ⁴⁴).

Aus normativ-anthropologischer Sicht hat dieses Phänomen des Ansehens auch eine wörtliche Bedeutung für die Kommunikatoren, die sich, wie übrigens viele Angehörige der Spezies Mensch, gegenseitig im Auge behalten. Sie teilen diese Eigenschaft mit manchen Tieren, so z.B. mit den Wölfen und Affen, nicht aber dagegen z.B. mit Büffeln und Antilopen. Darauf verweist Arnold Gehlen, der im Effekt den Menschen gegenseitige Blickkontrolle instinktiver Art zuspricht. An dieser wechselseitigen Blickkontrolle orientiere sich ein instinktives Rangbewußtsein, beide in den Erbanlagen vorgeprägt. „Ansehen genießen heißt eben angesehen werden.“ Somit haben wir es mit einem gruppenbindenden Effekt zu tun, i.e. einer, in urchinlichen Zuständen realisierbaren Überlebensprämie der Gruppe, die sich um den Ranghöchstens versammelt. ⁴⁵ Wer denkt da nicht z.B. an die Ritualisierung von Pressekonferenzen um den (US-)Präsidenten, die klar erkennbare hierarchische Frageregeln und Antwortspiele in stereotyper Manier vor Augen und Ohren führen? Umgekehrt scheint die Einebnung von Rangordnungen Aggressionen unter den Gruppenmitgliedern freizulegen bzw. die Gefahr der Anarchie zu provozieren. Jedenfalls dürfte die Öffentlichkeit des Zusammenseins so etwas wie ein Verdichtungsfeld sein, das ein gesteigertes Daseinsgefühl herstellt. ⁴⁶

Der Kommunikator unterliegt aber nicht nur der Blickkontrolle der Öffentlichkeit, die wiederum mit dem Publikum nicht identisch ist, da sehr oft viel weitere und andere Kreise als die 'klassischen' Rezipienten auf seine Botschaft reagieren (Staat, Parteien, pressure groups, 'öffentliche Meinung' und die Massenkommunikation selbst). Er wird auch von seinen (Journalisten-)Kollegen mit Argusaugen beobachtet, d.h. von seiner Mit-Öffentlichkeit. Das sowohl individual- als auch sozialetisch relevante Stichwort heißt hier: Kollegenorientierung. ⁴⁷

Vom Kommunikator ist die Rede. Wer ist das im Kommunikationsszenario? Gerhard Maletzke definiert ihn als jede Person oder Personengruppe, die im Rahmen der Massenkommunikation an der Produktion von öffentlichen, für die Verbreitung durch ein Massenmedium bestimmten Aussagen beteiligt ist, sei es schöpferisch-gestaltend, selektiv oder kontrollierend. ⁴⁸ Wann ein Kommunikator etwas aussagt, wie er die Botschaft nach Inhalt und Form gestaltet, an wen er sie richtet, mit welchen Mitteln und in welchem Umfang er sie verbreitet, welche ethischen Ziele und Leitbilder dominieren (u.a.), all das hängt einmal vom Kommunikator selbst als Persönlichkeit ab, zum anderen aber auch von seinen allgemeinen sozialen Beziehungen, seinem Bild von sich selbst und seiner Rolle ⁴⁹, und nicht zuletzt von seiner Aufgabe und Position im Team und im Medium (verstanden als publizistische Institution). ⁵⁰

Jeder Kommunikator findet sich nun von Zeit zu Zeit vor eine Situation (z.B. das Webersche Dilemma zwischen Gesinnungs- und Verantwortungs-

ethik) gestellt, vor die Alternative zwischen Werten, deren Priorität er unverzüglich zu setzen und zu verantworten hat. Das Menschenbild, das Bild vom (journalistischen) Kollegen, begleitet den Kommunikator in seinen normativen Ergebnissen projektiv, antizipierend. Dem Gewissen kommt mit seiner sozialen Dimension demnach mehr zu als einer intrapsychischen Instanz. Darin liegt auch der Kern einer gewissen Berechtigung der Argumentation der Systemtheorie, die sich mit der individuellethischen Erfassung kommunikativer Dezi-sionsprobleme nicht bescheiden will. Nach Mock bedeutet somit Gewissen als Beziehungsphänomen – konequent zu Ende gedacht – zwischen Individuum und Gemeinschaft geteilte Verantwortlichkeit.⁵¹

Speziell für eine kommunikationswissenschaftliche Fruchtbarmachung des Gewissensphänomens ist in unserer Analyse auf das „berufliche Gewissen“ zu verweisen, das, wie Jürgen Prott⁵² herausfand, den Journalisten vor der Versuchung schützen müsse, leichtfertig Schaden anzurichten, etwa durch arglosen Umgang mit der Wahrheit. „Die berufliche Ethik verpflichtet zur Unbestechlichkeit und zur Selbstkritik.“

Wie aber sieht das in der Realität aus? Wie egozentriert sind Journalisten? Ist das berufliche Gewissen professioneller Kommunikatoren ausreichend ausgebildet, geschult und gefestigt, um die Grenzen ihres Handelns freimütig und selbsttätig zu erkennen oder bedarf es wirksamer (vielleicht gar: privater!) Medienkontrollmechanismen?⁵³ – Gewiß sind die Anforderungen – zumal in Zeiten von kommunikativer Hochtechnisierung, Computerisierung, elektronischer Zeitungsherstellung (usw.)⁵⁴ – vielfältiger Natur, und der Zeitdruck verschärft die (Konkurrenz-)Situation. Doch darf journalistisches Verantwortungsbewußtsein nicht 'nebenher laufen', sondern muß im Rahmen beruflicher Ausbildung⁵⁵ sowie im Redaktionsalltag permanent reflektiert und überprüft werden, damit diese Profession letztlich nicht basale Legitimation vermissen läßt.

In diesen Zusammenhang gehört die nicht unerhebliche anthropologische Einsicht in die Unvermeidbarkeit menschlicher Selbstdarstellung und – präsensation: eine Speerspitze gegen den Kommunikator. Das vielfach diagnostizierte Unbehagen gegenüber dem Journalismus bezieht sich u.a. auf die „zum Anarchischen tendierende Individualität der Selbstdarstellung und der Monomanie einer Meinung“⁵⁶ und auf den Ausschluß der Allgemeinheit vom Prozeß des kulturellen Transfers, wenn Journalisten wie eine „ägyptische Dynastie“ an Arbeitspositionen in den Medien „kleben“.⁵⁷

Kein geringerer als Karl Kraus, gefürchteter wie zweifellos begabtester deutschsprachiger Pressekritiker seiner Zeit, verstand es, journalistische Ethik und Kritik am Kommunikator auf den Punkt zu bringen: „Die Realität hat nur das Ausmaß des Berichts, der mit keuchender Deutlichkeit sie zu erreichen strebt. Der meldende Bote, der mit der Tat auch gleich die Phantasie bringt, hat sich vor die Tat gestellt und sie unvorstellbar gemacht. Und so unheimlich wirkt seine Stellvertretung, daß ich in jeder dieser Jammergestalten, die uns jetzt mit dem unentrinnbaren, für alle Zeiten dem Menschen angetanen Ruf 'Extraausgabe-' zusetzen, den verantwortlichen Anstifter dieser Weltkatastrophe fassen möchte. Und ist denn der Bote nicht der Täter zugleich?“⁵⁸

Wenn journalistische Egozentrik bzw. 'Selbstverwirklichung' jedoch in blinden, von der Gesellschaft hilflos tolerierten Aktionismus umschlägt, der Staat überfordert und unter Umständen von Journalisten gar behindert wird, liegt mißverständene Kommunikationsfreiheit und damit eine Bedrohung unseres Kommunikationssystems vor. In diesem Sinne hat das Karlsruher Bundesverfassungsgericht in zahlreichen kommunikationspolitisch relevanten Urteilen dem Schutz des einzelnen Bürgers vor dem Einfluß der Massenmedien gegenüber früheren Tendenzen der Bewahrung der Presse- und Kommunikationsfreiheit deutlich Vorrang erteilt. Das Bedürfnis des zu schützenden Bürgers, der freilich auch Medienkonument ist, bisweilen sogar selbst als Publizist (bzw. 'Sender') fungiert, resultiert aus dem großen Maß an Freiheit, das den Medien in einem liberalen Rechtsstaat zukommt. In einem sogenannten 'Lebach-Urteil' forderte das Gericht sogar „eine Medienverantwortung, die auch eine sozialwissenschaftliche Analyse der Medienwirkung“ umfaßt.⁵⁹

Wenn Journalisten nur 0,03 Prozent der Bevölkerung ausmachen, deren Denken und Handeln sie aber nachhaltig zu beeinflussen in der Lage sind, wenn diese „entfremdete Elite“ (so Holger Rust⁶⁰) nicht im selben Maß wie andere Machsträger zur Verantwortung gezogen werden, dann stimmt das bedenklich und nachdenklich. Und weil sich so leicht für diese Diskrepanz zwischen 'Meinungsmache' und tatsächlicher bzw. normierter Verantwortungsübernahme nicht überzeugende Argumente finden lassen, spricht man von einer Legitimationskrise des Journalismus.⁶¹

Damit ist aber die Frage nach einer profunden, wahrhaftigen Ethik-Orientierung für Journalisten erst aufgeworfen. Während der 'Hohenheimer Medientage' (1980) versuchte der Programmdirektor des Deutschen Fernsehens, Dietrich Schwarzkopf, in seinem Beitrag „Gibt es eine christliche Rundfunkpublizistik?“ eine Antwort. Er versteht unter Publizistik – ganz in der gesinnungsethisch-normativistischen Tradition des Doyens der Zeitungswissenschaft, Emil Dovifat – die journalistische Tätigkeit mit und nach den für sie geltenden spezifischen Regeln und erblickt in der Pastoralinstruktion 'Communio et progressio' ein im ganzen taugliches Regelungssystem für christliche bzw. katholische Publizistik. Dieses stelle wesentliche Ansätze zu einem ethisch ausgerichteten 'Redakteursspiegel' dar, wie ihn der Regensburger Bischof Graber anlässlich des 'Welttages der sozialen Kommunikationsmittel' forderte.⁶²

Schwarzkopf erinnert en détail an die berufsethischen Regeln christlicher Rundfunkpublizistik, so z.B. an die „dienende Rolle der Kommunikatoren“, ihre Funktion als „Anwalt und Stimulator im Gespräch der Gesellschaft“ sowie an die Aufgabe der Nachrichtenredakteure, dazu beizutragen, „daß den Rezipienten das ganze Nachrichtengewirr transparent wird“. Dies alles seien zwar auch allgemeine publizistische Grundsätze; der christliche unterschiede sich aber vom nicht-christlichen Kollegen durch zusätzliche Motivation, wie es Bischof Moser in seinem Aufsatz „Der Christ im journalistischen Beruf“ ausgeführt habe: Denn für den Christen gehört auch die Arbeit als Journalist zum Vollzug seines Glaubens, Fairneß, sachgerechte Information, Bemühen um Objektivität sind ihm auch von seinem Glauben geboten, und jeder Manipulation, jeder einseitigen und damit verfälschenden Nachrichtengebung steht auch seine Glaubenshaltung entgegen.“⁶³

Diese und andere Grundsätze journalistischer Ethik finden sich – implizit oder explizit – auch in den Ehrenkodices des Deutschen und Österreichischen Presserates. Das Problem mangelnder Effektivierbarkeit bzw. Zwangsfolge zeigt auf, daß weder seitens der Medienschaffenden noch des Publikums ausreichend Risiko- und (gesellschaftspolitisches) Innovationsbewußtsein vorhanden sind: Zu tief sitzt die altliberale Skepsis gegenüber jeglicher, auch Standesintervention. Vielleicht hätte eine 'konzertierte Presseaktion', d.h. untereinander und mit den Exekutivbehörden abgestimmtes journalistisches – zurückhaltenderes – Vorgehen die Ermordung unschuldiger Menschen durch Kriminelle verhindert, wie im folgenden Beispiel deutlich wird.

5. Journalisten als Akteure und Regisseure. Beispiel II: Geiseldrama

Das Geiseldrama von Gladbeck-Bremen-Köln und seine juristischen wie publizistischen 'Nachwehen' sind noch keineswegs vorüber⁶⁴, der Prozeß um die Attentäter und die Empörung der Öffentlichkeit laufen auf Hochtouren. Empörung über die Straftäter (leider), nicht (auch) die Journalisten, die in ihrem Egozentrismus und in ihrem Geltungsdrang ihre Kompetenzen und die Kommunikationsfreiheit zum Nachteil der Opfer, wie einer effektiven Generalprävention, weit überschritten.

Geht man von der Erfahrung aus, daß journalistische Aktionismen in Übereinkunft mit Rechtsbrechern realiter Sozialadäquanz und Akzeptanz erheischen, daß aber derartige massenmediale 'Inszenierungen' potentiell die Gesamtgesellschaft wegen ihrer verheerenden Präzedenzwirkung gefährden, bietet unser Beispiel II, das Geiseldrama, einen traurigen Beleg für diese Thesen.

„An einem Tag wie jeder andere“⁶⁵, am Mittwoch, dem 17. August 1988, überfallen zwei Männer, der 31jährige Hans-Jürgen Rösner und der ein Jahr ältere Dieter Degowski, beide vorbestraft, in Gladbeck die dortige 'Deutsche Bank'. Im Zuge des für die Täter nicht nach Plan verlaufenden Überfalles kommt es zu einer Hetzjagd nach Bremen, wo sich die Straftäter immer in engster Fühlungnahme mit der Polizei und den Medien befinden. Gegen 19 Uhr stürmen dort die beiden Geiselnehmer mit ihrer Komplizin Marion Löblich mit den ihnen von der Polizei in 'Verhandlungen' erpreßten 420.000 DM einen in Richtung City fahrenden Bus (Linie 23). Sie halten nun 30 Geiseln gefangen, fordern mehr Geld und ein Fluchtauto ohne Abhörgeräte.

Nach der (vorübergehenden) Festnahme der Komplizin durch die Polizei erschießt Degowski den 16jährigen Fahrgast Emanuele de Georgi und erzwingt damit die Freilassung Löblichs. Die weitere Irrfahrt führt über Osnabrück nach Holland, wo es zur Schießerei kommt. Mit einem Auto und zwei Geiseln, Silke Bischoff, 18, und Ines Feuth, 19, entkommen die Täter am nächsten Tag (Donnerstag, 18.8.1988) nach Köln, wo – nach der Ermordung Bischoffs durch die Attentäter – das Geiseldrama mittags blutig und tragisch endet und die Festnahme der Entführer durch eine Spezialeinheit der Polizei erfolgt. Bilanz: Drei Tote und mehrere Verletzte.

Warum wurde dieser Fall zum Anlaß, zur Aufforderung zum „Nachdenken über journalistisches Handeln“⁶⁶? – Zunächst ist festzuhalten, daß die Flucht der Geiselnahmer durch die Medien alles andere als zurückhaltend oder gar abwartend kommentiert wurde. In seinem medienethisch bemerkenswert kritischen Artikel „Sie wissen, was sie tun. Gewaltmedien als Erzeuger fiktiver Gewaltphantasien und Handlanger realer Gewalt“⁶⁷ hat der Innsbrucker Erziehungswissenschaftler Bernhard Rathmayr zum Gladbecker Geiseldrama u.a. aufgezeigt, wie Journalisten in ihrem Sensationswahn das Leben der Geiseln gefährdeten, jedenfalls aber die Verlängerung ihrer Todesangst und die Behinderung von Polizeibeamten in Kauf genommen hatten. Dabei sei das ausschließlich und rücksichtslos auf die Erzielung sensationeller Bilder, Interviews und Berichte gezielte Interesse einzelner Presseleute und Medieneinrichtungen, einschließlich öffentlicher Anstalten, so überdeutlich sichtbar geworden, daß es nicht mehr weggeleugnet werden könne.

Die Hemmungslosigkeit der Journalisten, die das Geiselauto umringten, wobei einer sich sogar zu den Entführern hineinsetzte, zeigte sich auch darin, daß Kameraleute und Fotografen mit ihren privaten Kraftfahrzeugen aktiv an der 'Verfolgungsjagd' teilnahmen, gleichgültig, ob sie dadurch die Eingriffsmöglichkeiten der Polizei erschwerten. Unter Berufung auf das Nachrichtenmagazin 'Der Spiegel' schildert Rathmayr weitere Details in dieser Richtung, die die Termini 'Aktionismus' und 'Inszenierung' im Zusammenhang mit dem Geiseldrama gerechtfertigt erscheinen lassen. Mit Fug und Recht kann man im gegenständlichen Fall von einer 'Medienaffäre' sprechen. Folgende drei 'Szenen' bestätigen diese Auffassung:

- (1) Ein „Express“-Fotograf forderte Degowski mehrfach auf, Silke Bischoff demonstrativ mit der Waffe zu bedrohen, er habe „noch nicht die richtigen Bilder im Kasten“.
- (2) Ein freier Journalist wollte für die Geiseln Handschellen organisieren.
- (3) Schließlich drängte sich ein „Bild“-Reporter als Geisel auf und bot an, den Kidnappern auf seinem Funkgerät alle erdenklichen Polizeifrequenzen einzustellen.⁶⁸

Die sich gebieterisch aufdrängende Frage, ob ohne die Medien sich der Tatverlauf ebenso abgespielt hätte, ist – bei nüchterner Betrachtung – zu verneinen. Das erhellt auch daraus, daß sich manche Journalisten aktiv in 'Tuchföhlung' bzw. 'Revolverföhlung' mit den Terroristen befanden, wie die Publikumszeitschrift „Bunte“ nachwies: In einer groß aufgemachten Titelstory (vom 25. August 1988) sieht man auf dem Titel wie im Blattinneren auf mehreren Doppelseiten die 'Killer' mit Revolver im Anschlag. Auf einem Foto „preßt Gangsterbraut Marion Löblich, 34, grinsend einem Reporter ihre Automatik auf die Brust“. Weiter heißt der Kommentar dazu wörtlich (mit Abbildung): „Foto unten: Ein Reporter kümmert sich um den sterbenden Emanuele de Georgi. Degowski hat den 16jährigen Fahrgast in den Kopf geschossen.“⁶⁹

Nach Ansicht des „Spiegel“, dem man in dieser Angelegenheit seriöse und kritisch-konstruktive Berichterstattung und Reflexion konzederen kann,

haben einzelne Medienleute mit den Gangstern gemeinsame Sache gemacht.⁷⁰ – Der Konkurrenzdruck um das Thema 'Sex & Crime' ist massiv, zugegeben, aber reicht dieses Argument aus, um die massenmediale Inszenierung von Rechtsbrüchen schwerster und sozial wie individuell bedrohlichster Art zu legitimieren? – Walter Jens reagierte in einem Fernsehinterview, das die „Frankfurter Rundschau“ in gekürzter Fassung unter dem Titel „Grenzen des Journalismus“⁷¹ wiedergab, auf die Szenen von der Geiselnahme im Fernsehen empört, mit „Entsetzen. Ich habe mir vorgestellt, diese Reporter, die das Killer-Duo interviewten, die hätten auch Herrn Mengele – angenommen es hätte damals Fernsehen gegeben und die Nazis seien dazu bereit gewesen – interviewt: 'Wieviel gedenken Sie heute noch ins Gas zu schicken, Herr Mengele?' Und die hätten auch die Folterknechte Jesu Christi bei der Arbeit beobachtet, die ihnen gezeigt hätten, wie man die Nägel einschlägt. Das heißt, wenn ich diese Szenen hier zeige, dann gibt es keine, auch die schrecklichste Szene in der Welt nicht, die nicht gezeigt worden wäre.“⁷²

Anstatt naturalistisch-sensationalistische Aufnahmen zu erjagen, sollte ein niveauvoller Fernsehjournalismus sich seiner medienethischen und kommunikationspolitischen Verantwortung bewusst werden und mehr das analytisch tiefergehende Wort nützen, denn das eindimensionale Bild. Dieses nämlich verzerrt die Situation und beeinflusst das Geschehen unter Umständen in erschreckender Weise. Humanität und präzise Berichterstattung müssen sich nicht ausschließen. Normative Gegenwertungen sollten der Skrupellosigkeit massenmedialer Auftraggeber entgegengesetzt und eine rein auf den Verkaufswert abzielende 'Berichterstattung' sollte zurückgedrängt werden, wenn sie sich mit der vermittelnden Rolle des Reporters nicht mehr begnügt und selbst Aktionismus fordert.⁷³

Die Problematik geht über die individualethischen Implikationen der 'Zusammenarbeit' mancher Journalisten mit den Geiselnehmern und Ermunterung dieser durch jene d.h. über den konkreten Fall weit hinaus. Aus sozialetischer Sicht erscheint die journalistische Inszenierung derartiger 'Ereignisse' schon wegen der – leider nicht auszuschließenden – Präcedenzwirkung bedenklich und auf jeden Fall verurteilungswürdig.

Das Bewußtsein der Rechtsbrecher und Geltungsneurotiker von der hohen Wahrscheinlichkeit, daß die Medien auch beim nächsten kriminellen Akt Regisseurs- und Akteursrollen bedenken- und fraglos übernehmen werden, müßte eigentlich zur Vorsicht und zur Reflexion über die strafrechtlichen Implikationen (etwa im Bereich des Beteiligungsproblems) hinaus mahnen. Für die Journalisten gilt, das sieht Rathmayr ganz richtig: „Sie wissen, was sie tun.“⁷⁴

6. Fazit

Der Versuch einer Erhellung des Wahrheitsphänomens im Journalismus und seine exemplarische Illustration (Beispiel I) sind ebenso risikoreich wie die theoretische Skizzierung journalistischer Legitimationsprobleme sowie die Frage nach der Legitimität überzogener Aktionismen einiger Medienleute im Zusammenhang mit der massenmedialen 'Inszenierung' von Straftaten (Beispiel

II). In einem größeren Rahmen bedürfte diese (primär) aussage- und kommunikatororientierte Sicht der Ergänzung durch ein – ebenfalls kasuistisch belegtes – Kapitel „Medienethik und Wirkungsforschung“, um den Rezipienten der Botschaft, seine Attitüden, (Mediennutzungs-)Gewohnheiten, Präferenzen (usw.), stärker als dies hier geschehen konnte, im Rahmen der Abhandlung von Problemen einer kommunikativen Ethik zu berücksichtigen.

Trotz vielfacher Schwierigkeiten bei der Exemplifizierung erscheint die gewählte Methode dem komplexen, fächerübergreifenden Charakter gegenständlicher Materie eher gerecht zu werden, als eine – wie immer geartete – 'Flucht in die Abstraktion', die sich jeglicher Überprüfung in bezug auf das jeweils Konkrete entzieht.

Schließlich ist festzuhalten, daß eine – begründete – Stigmatisierung medienethischer Verstöße unter Hinweis auf die verschiedenen Blickwinkel und Ansichten nicht mit 'Moralisierung' gleichgesetzt werden darf. Eine ultratolerante und bezüglich ihrer lebenserhaltenden Normen und Werte gleichgültige Gesellschaft verliert rasch an Orientierung, Profil und Dynamik. Sie hat daher, von Fall zu Fall, die ethisch-normative Fundierung und Rückbindung aller ihrer Teilnehmer und publizistischen Schaffensprodukte im Kommunikationsprozeß kritisch-konstruktiv zu überprüfen und nach praktikablen Lösungen zu suchen.

Anmerkungen:

- 1 Zit. aus: K. Riha, Phrase und Realität. Pressekritik von Lichtenberg bis Henscheid, in: Zweite ETAPPE 10/1988, 56
- 2 Vgl. dazu grundlegend G. Haybäck, Medium und Wahrheit. Ethische Implikationen des Journalismus aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht, phil. Diss., Salzburg 1989, 14ff.
- 3 H. Pracke, Thesen zu einer neuen Definition der Publizistikwissenschaft, in: Publizistik 6/1961, 81
- 4 E. Mock, Möglichkeiten und Grenzen der Rechtsanthropologie, in: M. Fischer/E. Mock/H. Schreiner (Hrsg.), Hermeneutik und Strukturtheorie des Rechts, Stuttgart 1984, 29ff. mit Hinweis auf H. Ryffel, Grundprobleme der Rechts- und Staatsphilosophie, 1969, 127f.
- 5 ebd.
- 6 Mock, a.a.O., 32 mit Hinweis auf W. Korff, Norm und Sittlichkeit, Mainz 1973, 76f.
- 7 K. Lorenz, Das sogenannte Böse. Zur Naturgeschichte der Aggression, Wien 1963
- 8 Mock, a.a.O., 32f.
- 9 ebd.
- 10 M. Weber, Politik als Beruf, Berlin (1919), 8 1987, 29
- 11 Vgl. dazu die Monographie von E. Mock, Gewissen und Gewissensfreiheit. Zur Theorie der Normativität im demokratischen Verfassungsstaat, Berlin 1983; ferner Kapitel 3.1. „Der Kommunikator als Bote der massenmedialen Botschaft und sein Gewissen“ bei Haybäck, a.a.O., 137ff.
- 12 Weber, a.a.O., 57f. und Haybäck, a.a.O., 12
- 13 Vgl. dazu G. Deussen, Ethik der Massenkommunikation bei Papst Paul VI., München-Paderborn-Wien 1973, besonders Kapitel 6: „Zur Problematik einer Ethik der Massenkommunikation“, 268ff.

- 14 G. Kirchhoff, Verantwortung, in: P. Gutjahr-Löser/K. Hornung (Hrsg.), Politisch-Pädagogisches Handwörterbuch. Berichte und Studien der Hanns-Seidel-Stiftung, München 1980, 326
- 15 W. Hagemann/H. Prakke, Grundzüge der Publizistik, Münster (1947) 2 1966, 23ff.
- 16 M. Kunczik, Massenkommunikation. Eine Einführung, Köln-Wien 1979, 97ff.
- 17 Zu Marshall McLuhan s. (u.a.) seine wichtigen Werke, alle später in deutscher Sprache erschienen: M. McLuhan, The Gutenberg-Galaxy. The Making of Typographic Man, Toronto 1962; ders., Understanding Media: The Extensions of Man, New York 1964. Weiteres – für unser Thema – interessant: H. Boverter, Ethik des Journalismus. Zur Philosophie der Medienkultur, Konstanz 2 1985, 229ff.
- 18 Vgl. dazu genauer die 'Wahrheitstafel' bei Haybäck, a.a.O., 66
- 19 A. Schöpf, Wahrheit, in: O. Höffe (Hrsg.), Lexikon der Ethik, München 3 1986, 271
- 20 Vgl. Mock, Gewissen ... a.a.O., 91ff. und Haybäck, a.a.O., 65ff., 70ff., 137ff.
- 21 M. Heidegger, Platons Lehre von der Wahrheit. Mit einem Brief über den „Humanismus“, Bern 2 1954, 32
- 22 ebd.
- 23 Vgl. dazu das Motto der Arbeit bei Haybäck, a.a.O., VI!
- 24 K. Jaspers, Werden wir richtig informiert?, in: A. Silbermann (Hrsg.), Mediensoziologie Band II: Rundfunk, Kastellaun-Düsseldorf 1977, 97
- 25 A. Gehlen, Der Mensch. Seine Natur und seine Stellung in der Welt, Frankfurt am Main-Bonn 7 1962, 300 (290ff.)
- 26 Wir schränken demgemäß unsere Untersuchung auf 'journalistische' Ethik ein, da eine Betrachtung der 'kommunikativen' Ethik den Rahmen eines Aufsatzes sprengen würde.
- 27 S. dazu im folgenden Kapitel 3. und 3.1. unten!
- 28 Schöpf, a.a.O., 272
- 29 J.-P. Picaper, Von der Schwierigkeit, als Journalist eine Meinung zu haben, in: Politische Studien 297, 1-2/1988, 73
- 30 K. Deschner, Wie war Jesus wirklich?, in: STERN, Nr. 46 vom 10. November 1988, 20ff. (21f., 24f.)
- 31 Zur Problematik um den „katholischen Generalanzeiger“ und den gegensätzlichen „Eberle-Typ“ vgl. M. Schmolke, Die schlechte Presse. Katholiken und Publizistik zwischen „Katholik“ und „Publik“ (1821-1968), Münster 1971, 237ff.
- 32 Vgl. oben!
- 33 F. Denk, Die verborgenen Nachrichten. Versuch einer Pressekritik, Eberfing 1979, 152ff.
- 34 ebd. 153 mit dem Hinweis auf O.W. Haseloff, Stern. Strategie und Krise einer Publikumszeitschrift, Mainz-Berlin 1977, 651
- 35 Denk, a.a.O., 162
- 36 B. Kirsch, Die westlichen Medien als Wegbereiter von Glasnost?, in: EUROPÄISCHE RUNDSCHAU, 17. Jg. 3/1989, (89ff.) 92
- 37 Vgl. o. Anmerkung 34!
- 38 S. Haseloff, a.a.O. sowie A. Halbich, Den „stern“ vom Himmel geholt. Zu Otto Walter Haseloffs Buch: „stern-Strategie und Krise einer Publikumszeitschrift“, in: Deutsche Tagespost vom 11./12. November 1977, 'Politik'
- 39 ebd. und Haybäck a.a.O., 83ff.
- 40 Vgl. hierzu das primär kommunikatororientierte Kapitel 3!
- 41 Zum (alternativen) Medienarbeiter als Kommunikator vgl. K. Weichler, Die anderen Medien. Theorie und Praxis alternativer Kommunikation, Berlin 1987, 42ff.
- 42 Haybäck a.a.O., 152ff. sowie (statt vieler): H.M. Kepplinger/I. Vohl, Mit beschränkter Haftung. Zum Verantwortungsbewußtsein von Fernsehredakteuren, in: H.M. Kepplinger (Hrsg.), Angepaßte Außenseiter. Was Journalisten denken und wie sie arbeiten, Freiburg-München 1979, 223ff.
- 43 S. Anmerkung 10
- 44 B.-J. Martini, Journalisten-Jahrbuch 1985, München 1986, 319
- 45 A. Gehlen, Die Öffentlichkeit und ihr Gegenteil, in: Ders., Einblicke. Gesamtausgabe Band 7, Frankfurt am Main 1978, 336

- 46 ebd.
- 47 Vgl. dazu das Kapitel „5.4. Kollegenorientierung statt Orientierung am Publikum“ bei W. Donsbach, *Legitimationsprobleme des Journalismus. Gesellschaftliche Rolle der Massenmedien und berufliche Einstellung von Journalisten*, Freiburg-München 1982, 235ff.
- 48 G. Maletzke, *Psychologie der Massenkommunikation. Theorie und Systematik*, Hamburg 1963 (Neudruck: 1978), 43
- 49 U. Saxer, *Journalismus als Rolle*, in: F.C. Widmer (Hrsg.), *Beruf: Journalist*, Schweiz: Ringier o.J. 147ff.
- 50 Maletzke, *Psychologie ... a.a.O.*, 44
- 51 Mock, *Gewissen ... a.a.O.*, 69
- 52 J. Prott, *Bewußtsein von Journalisten. Standesdenken oder gewerkschaftliche Solidarisierung?*, Frankfurt am Main 1976, 256ff.
- 53 Haybäck, a.a.O., 163ff. mit dortigem Hinweis auf die private bundesdeutsche Medienkontrollorganisation in Erlangen, „Bürger fragen Journalisten“ sowie deren medienkritisches Magazin „Trans Media“.
- 54 H. Pürer, *Elektronische Zeitungsherstellung und ihre Folgen*, in: Heft 8, *Kuratorium für Journalistenausbildung*, Salzburg 1986
- 55 H. Pürer, *Ausbildungserfordernisse und Ausbildungswege im Journalismus*, in: Ders. (Hrsg.), *Praktischer Journalismus in Zeitung, Radio und Fernsehen. Mit einer Berufungs- und Medienkunde für Journalisten in Österreich*, Kuratorium für Journalistenausbildung, Salzburg, 1984, 203ff.
- 56 W. Donsbach, *Politik als Beruf? Zur Legitimationskrise der Massenmedien in der Bundesrepublik Deutschland*, in: *Politische Studien* 256, 3-4/1981, (127ff.), 128
- 57 E. Noelle-Neumann, 10 Thesen zum Thema: *Offenheit und Mobilität des Kommunikationssystems*, in: *Dies., Öffentlichkeit als Bedrohung. Beiträge zur empirischen Kommunikationsforschung*, Freiburg-München (1977) 3 1979, 111
- 58 K. Kraus, *Die letzten Tage der Menschheit*, zit. aus: K. Riha, *Phrase und Realität. Pressekritik von Lichtenberg bis Henscheid*, in: *Zweite ETAPPE* 10/1988, 61f.
- 59 Donsbach, *Politik ... a.a.O.*, 127 mit Verweis auf R. Ricker, *Kommunikationspolitisch relevante Urteile des Bundesverfassungsgerichtes seit 1967*, in: *Publizistik* 21, 1976, 431 und: W. Hoffmann-Riem, *Medienwirkung und Medienverantwortung*, in: F. Kübler (Hrsg.), *Überlegungen und Dokumente zum Lebach-Urteil des Bundesverfassungsgerichtes*, Baden-Baden 1975, 32
- 60 H. Rust, *Entfremdete Elite? Journalisten im Kreuzfeuer der Kritik*, Wien 1986
- 61 Donsbach, *Legitimationsprobleme ... a.a.O.*, 269ff.
- 62 D. Schwarzkopf, *Gibt es eine christliche Rundfunkpublizistik?* in: *Zentralstelle Medien der Deutschen Bischofskonferenz und der Katholischen Akademie Stuttgart* (Hrsg.), *Ethik und Kommunikation. Vom Ethos des Journalisten*, Hohenheimer Medientage, Stuttgart 1980 (87ff.), 89
- 63 ebd. 91
- 64 Zu den publizistischen 'Nachwehen' ist zu bemerken, daß genau ein Jahr nach dem Geiseldrama (August 1989) z.B. der STERN eine mehrteilige Serie „Gladbecker Geiseldrama“ abdruckte, so z.B. in Heft Nr. 33 vom 10. August 1989, 90ff. die 'Titelgeschichte': „Der Mann (H.-J. Rösner, G.H.) in der doppelten Wand“. Die Titelgeschichte handelt vom 'finalen Rettungsschuß' und nimmt – durchaus in seriöser Art – Bezug auf gegenständliches Geiseldrama, wobei die Frage „Darf der Staat töten?“ (28ff.) mit sehr interessanten, gegensätzlichen Kurzinterviews „Pro und Kontra 'finaler Rettungsschuß'“ angereichert wird.
- 65 So die fett- und großgedruckte Überschrift der Titelgeschichte im Blattinneren der Publikumszeitschrift BUNTE-Österreich, Heft 35 vom 25. August 1988, 12ff.
- 66 W. v. Hadel (Hrsg.), *Nachdenken über journalistisches Handeln*, Deutsches Institut für publizistische Bildungsarbeit, Hagen 1984, 56ff.
- 67 B. Rathmayr, *Sie wissen, was sie tun. Gewaltmedien als Erzeuger fiktiver Gewaltphantasien und Handlanger realer Gewalt*, in: MULTIMEDIA (Zeitschrift für kritische Medienarbeit, hrsgg. vom Katholischen Zentrum für Massenkommunikation, Alleininhaber: Österreichische Bischofskonferenz) 19 vom 11. September 1988, 1ff.

- 68 ebd. 1
69 BUNTE-Österreich, a.a.O., 13
70 Rathmayr, a.a.O., 1
71 W. Jens, Grenzen des Journalismus. Gekürzte Fassung des Kontraste-Interviews des Senders Freies Berlin, das Jürgen Engert mit Walter Jens am 23. August 1988 führte, in: FRANKFURTER RUNDSCHAU vom 30. August 1988
72 ebd.
73 Dem entsprechen die unter 1. angeführten normativ-anthropologischen Voraussetzungen kommunikativer Ethik!
74 Rathmayer a.a.O., Titel.

SUMMARY

This article is based on the presumption that journalistic ethics must necessarily pose themselves the question of truth. Concerning communication „truth“ shows itself in three dimensions: the normative-ethical dimension, the ontological dimension and the pragmatic dimension. Taking two exemplary cases the author studies the journalistic handling of the criteria of truth. He takes the first series of test objects from the German illustrated weekly „Stern“. The ambition to pursue a critically emancipatory form of journalism, apparent in the magazine's columns, stands in opposition to the fact that „Stern“, as a business enterprise, is forced to follow the rules of capitalism. The second example presents the journalistic activities surrounding the scenes of the Gladbeck bank robbery (August 1988). In this case journalists so actively followed the criminal events (taking of hostages, murder etc.), that one can talk critically of an intentional „journalistic staging“. The author criticizes the motives for such behaviour as reprehensible, particularly from a socio-ethical point of view.

RÉSUMÉ

Cet article présuppose qu'il devrait y avoir confrontation de l'éthique du journaliste avec la question de la vérité. En ce qui concerne la communication, la vérité se montre sous trois dimensions: la dimension éthique normative, la dimension ontologique et la dimension pragmatique. L'auteur étudie l'usage journalistique des critères de la vérité à partir de deux cas exemplaires. Il tire la première série d'objets de son étude de l'illustré allemand „Stern“. Dans les colonnes de ce magazine, l'ambition de pratiquer un journalisme émancipateur critique est en contradiction avec le fait que „Stern“, en tant qu'entreprise économique, doit suivre les règles du jeu du capitalisme. Le second exemple d'écrit les activités journalistiques qui ont eu lieu autour de l'attaque à main armée contre la banque de Gladbeck (août 1988). Dans cette affaire, des journalistes ont suivi les événements criminels (prise d'otages, homicide volontaire) en intervenant d'une façon si active, qu'on peut parler – si on veut être critique – d'une mise en scène journalistique délibérée. L'auteur estime que les motifs de ce comportement sont condamnables, tout particulièrement du point de vue de l'éthique sociale.

RESUMEN

Esta contribución parte del supuesto deber de la ética del periodista que tiene que enfrentarse de por sí a la pregunta por la verdad. Con respecto a la comunicación se evidencia la „verdad“ en tres dimensiones diferentes: la dimensión normativo-ética, la dimensión ontológica y la dimensión pragmática. A base de dos casos ejemplares analiza el autor el trato periodístico con los criterios de la verdad. La primera serie de objetos a examinar está fundada en la revista ilustrada alemana „Stern“. Las columnas de esta revista reflejan constantemente la contradicción entre una ambición de realizar un periodismo crítico-emancipatorio y el hecho que „Stern“ como empresa económica está obli-

gada a seguir las reglas de juego del capitalismo. En el segundo ejemplo son reproducidas aquellas actividades periodísticas que tuvieron lugar en relación con el robo del banco de Gladbeck (en agosto de 1988). Fue éste un caso en que los periodistas acompañaron los hechos criminales (secuestro de rehén, asesinatos) con tantas actividades que, críticamente hablado, se puede decir: aquí había una dirección periodística a conciencias. Según el juicio del autor los motivos de estas actividades son condenables y en particular desde el punto de vista ético-social.