

Hermann Boventer

Ethik des Journalismus

Ansätze und Fragestellungen

Der französischen Schriftstellerin Simone Weil, die 1943 verstorben ist, sind schon damals die täglichen Abstriche am Wahrheits- und Freiheitsethos in der Massenkommunikation so ungeheuerlich vorgekommen, daß sie die Moralität der journalistischen Verpflichtungen notfalls durch beauftragte Ehren- und Sondergerichtshöfe erzwingen lassen wollte. So umstritten eine solche Methode auch sein würde, der Autorin ist sicherlich beizupflichten, wenn sie die journalistischen Handlungen für rechenschaftspflichtig hält: „Jeder weiß, daß der Journalismus, wenn er von der organisierten Lüge nicht mehr zu unterscheiden ist, ein Verbrechen darstellt. Dennoch glaubt man, dieses Verbrechen sei nicht strafbar.“¹

Der frühere Chefredakteur von Amerikas auflagenstärkster Tageszeitung „The Daily News“ in New York, Michael O'Neill, fordert wie die französische Autorin, aber nunmehr fast ein halbes Jahrhundert später im Jahr 1982, ein verpflichtendes Ethos für den Journalismus und ein vernunftbestimmtes Handeln, das den Bedürfnissen der Bürger wie der Demokratie im ganzen nach Schutz vor Suggestion, Machtarroganz und Wahrheitsentstellung entspricht. Die Journalisten hätten heute oftmals eine harte Haltung intensiver Gegnerschaft entwickelt. In ihren „Attack-and-destroy“-Missionen betrachteten sie die Regierung als Feind. Geltungsdrang und Medienmacht veränderten und verfälschten heute in zunehmendem Maß den demokratischen Prozeß. O'Neill nennt nicht nur die politischen Konsequenzen des Enthüllungs- und Gegnerschaftsjournalismus, der die Presse die Probleme entscheiden läßt, statt über sie zu berichten und sie zu erklären. Er sieht im Grundsatz das moralische Gefühl und die öffentliche Verantwortungspflicht gefährdet, wenn „Dreckaufwühlen“ zu vordringlich betrieben wird, wenn Reporter und Redakteure stets vom Versagen angezogen werden und immer nur im Negativen bleiben: „Ist es unsere Pflicht, so unbarmherzig zu berichten, daß wir von unserer eigenen Menschlichkeit Abschied nehmen müssen?“²

Das sind zwei Stimmen, die zeitlich weit auseinander liegen. Doch es scheint, daß der Zorn über den Machtmißbrauch im Journalismus eher zu- als abgenommen hat, und die Kritik, die ein vernunftbestimmtes und menschenfreundliches Handeln in der Massenkommunikation verlangt, sieht mit Besorgnis auf eine Zukunft, die durch die neuen Kommunikationstechnologien in noch viel stärkerem Maß von journalistischen Faktoren beeinflusst sein wird als bisher. Die Besinnung auf

Kriterien eines guten Journalismus liegt im öffentlichen, aber auch im ureigensten Interesse des Journalismus selbst. Damit ist die Frage der Ethik angeschnitten, und zwar sowohl im einzelnen der persönlichen Verantwortung wie im ganzen der Freiheit unseres politischen Systems, von dem der Journalismus in seiner öffentlichen Legitimation ein Teil ist. Die Kommunikationswissenschaft, die sich als herausragender Ort der Reflexion über den Journalismus versteht, hat die ethischen Perspektiven bisher sträflich vernachlässigt und sich damit gleichzeitig der Chance begeben, die Sinnbezüge der zu erforschenden Phänomene zu erkennen. Ein Journalismus, der nur „funktioniert“, wird zu einem sinnlosen, ja gefährlichen Unternehmen und kann auf die Dauer nicht hingenommen werden. Der öffentliche Unmut dem Journalismus gegenüber wird durch sein Legitimationsdefizit nur noch mehr angereizt.

Der Journalismus kann nicht aus seinen Wertverhältnissen entlassen werden. Er kann es nicht als Gegenstand der Wissenschaft und noch viel weniger der Praxis, die eine durch und durch moralische ist. Diesen Konsens vorausgesetzt, tun wir uns dennoch heute außerordentlich schwer mit einer Ethik des Journalismus. Niemand scheint imstande zu sein, einen ausgearbeiteten Entwurf vorzulegen, der konsensfähig ist und sowohl den Erfordernissen der Theorie wie der Praxis genügt. Woran liegt es, daß alle solche Versuche eigentlich nur Prolegomena zu einer Ethik des Journalismus liefern, wo es doch darauf ankommt, die Kriterien eines guten Journalismus zu entwickeln und zu begründen?

Von dieser Frage ausgehend, wollen wir im folgenden über verschiedene Ansätze der ethischen Fragestellung im Journalismus aus der Literatur der letzten Jahre berichten. Daraufhin wenden wir uns in einem zweiten Teil den Kriterien der journalistischen Moralität zu. Der Blick richtet sich auf die journalistische Alltagspraxis ebenso wie auf die theoretischen Geltungsgründe journalistischer Sittlichkeit und berufsethischer Maximen im technischen Zeitalter und angesichts des Wahrheits- und Freiheitspostulats. Mit einer Ethik des Journalismus betreten wir, wie gesagt, schwankenden Boden, und es ist nur ein schwacher Trost, daß überall in der Politik, in der Gesellschaft, im kulturellen Leben und der persönlichen Moral die Bereiche des durch allgemeine Normen nicht eindeutig Bestimmbaren größer geworden sind; der Journalismus bildet keine Ausnahme. Dennoch können wir die Aporien des Sollens und Wollens im Journalismus nicht einfach hinnehmen. Der Frage ist dauernd nachzugehen, ob sich Maßstäbe ausfindig machen lassen, worin sich ein „geglückter“ Journalismus von einem mißratenen und gescheiterten Journalismus unterscheidet.

Normative Ansprüche an die Massenmedien

Elisabeth Noelle-Neumann schreibt 1970 im Vorwort zu ihrem Fischer-Lexikon Publizistik, das derzeit geringe – oder jedenfalls äußerst partielle – Interesse für ethische Fragen habe in den letzten zwei Jahrzehnten keine neuen Arbeiten zum Thema „Ethik des Journalismus“ entstehen lassen. „Wir haben darum auf einen eigenen Artikel dazu verzichtet“, fügt die Kommunikationswissenschaftlerin hinzu³. Diese Auskunft ist deutlich genug, und sie wird auch von Ulrich Saxer bestätigt, der ebenfalls im Jahr 1970 feststellen muß: „Das Problem einer Regelung von Publizistik in Form einer entsprechenden Ethik bleibt weiterhin ungelöst.“⁴ Seit diesen Äußerungen ist inzwischen mehr als ein Jahrzehnt verstrichen; das kommunikationswissenschaftliche Forschungsvolumen hat gewaltig zugenommen, nicht jedoch die Aufmerksamkeit für die ethische Vernunft im Journalismus.

Im Jahr 1973 legt *Giselbert Deussen* eine umfangreiche und sehr gründliche Arbeit über die Ethik der Massenkommunikation bei Papst Paul VI. vor⁵. Sie ist aus einer Dissertation erwachsen und verbindet die philosophisch-theologischen Betrachtungen mit Kenntnissen aus der empirischen Kommunikationsforschung. Die Arbeit hätte es verdient gehabt, größere Beachtung zu finden und fortgeführt zu werden, aber Anfang der siebziger Jahre waren die Stimmen derjenigen, die das wissenschaftlich-technische Rationalitätsideal anzweifeln und ihm eine ethische Bindung auferlegen wollten, nur vereinzelt zu hören. Die Medienkritik, soweit sie dem linken Denken entstammte, ließ sich leicht unter Ideologieverdacht stellen, und noch viel weniger glaubte man ins eigene Forschen einbeziehen zu müssen, was ein junger Autor wie Deussen aus päpstlicher Sicht, aber durchaus nicht nur auf solche Perspektiven beschränkt, zum ethischen Problem im Journalismus vorzutragen hatte. Das kommunikationswissenschaftliche Forschungsinteresse unterliegt bis heute weithin einem positivistischen Theorieverständnis; entsprechend ist die Ethik im Abseits geblieben und als Dogmatismus verdächtigt worden.

Deussens Arbeit hat andere, nämlich theologische und kirchliche Ausgangspunkte, die heute kaum konsensfähig sind, wenn wir auf den Journalismus als Teil unserer politischen Kultur blicken. In ihrer fast zweitausendjährigen Geschichte hat die Kirche sich andauernd in der Reflexion über das Verkündigungswort und die vermittelnden Medien ihrer Botschaft geübt. Das Evangelium war sozusagen von Anfang an auf „Massenkommunikationsmittel“ angewiesen. Dies geschah, wie Deussen unterstreicht, aus einem betont ethischen Interesse heraus. Der Autor kann diesen Reflexionsprozeß gegenwartsbezogen an der Figur von Papst Paul VI. nachweisen, der sich als äußerst engagierter Beobachter publizistischer Vorgänge erweist⁶. In seinen zahlreichen Äußerungen zum Thema hat dieser Papst ein festumrissenes Bild vom Journalistenberuf vermittelt. Die Freiheit in ihrem moralischen Verpflichtungscharakter wird als die „*conditio ethica*“ des Journalis-

mus schlechthin gekennzeichnet. Der Öffentlichkeitsbegriff erfährt eine anthropologische Grundlegung. Das stärkste Interesse gilt dem Wahrheitsethos des Journalismus und dem Wahrheitsanspruch des Publikums. Alle diese Maximen, für kirchliches Denken außerordentlich fortschrittlich, sind in die päpstliche Pastoralinstruktion „*Communio et Progressio*“ vom Jahr 1971 eingeflossen. Dieses Dokument ist von der einschlägigen Kommunikationswissenschaft jedoch kaum rezipiert worden; die Argumentation gilt als binnenkatholisch.

In Wien hat sich *Maximilian Gottschlich* vor einigen Jahren mit einer Arbeit über „Journalismus und Orientierungsverlust“ habilitiert und der Frage den Vorrang eingeräumt, „worin die Bedingungen zu sehen sind, mittels bereitgestellter Informationen (Themen) zugleich auch die Chance orientierter Teilhabe an Welt zu erhöhen und nicht zu verhindern“⁷. Gottschlich zieht die Sinn- und Wertkomponenten für eine Ethik des öffentlich-kommunikativen Handelns heran. Der Kommunikationswissenschaft, von deren Forschungsergebnissen er ausgeht, werden die unbeantworteten Fragen der Normativität ihrer Phänomene vorgelegt. Der kommunikationstechnologische Fortschritt hat mit der Qualität der kommunikativen Beziehungen zwischen den Berufskommunikatoren und den Rezipienten – so der Fachjargon – nicht Schritt gehalten. So kommt es zum Orientierungsverlust. Lebenswelt und Lebenswissen verkürzen sich durch journalistische Einflüsse, indem die Realität sich auf Vorzeigbares und auf die Kurzlebigkeit des Faktischen reduziert. Die Frage nach den Voraussetzungen der kommunikativen Sinn-Realisierung wird von Gottschlich mit den Perspektiven beruflicher Handlungsorientierung in Beziehung gesetzt. Das journalistische Berufswertgefühl sei ins Wanken geraten, meint dieser Autor. Mit rein deskriptiven Ehrenkodizes einer journalistischen Berufsethik sei diesen tiefgreifenden Defiziten nicht mehr abzuhelfen. Die Stärke dieser Untersuchung von Gottschlich liegt darin, daß sie aus dem engen Fragehorizont der kommunikationswissenschaftlichen Theoreme ausbricht und normative Ansprüche an den Journalismus formuliert.

Alois Huter, ebenfalls ein Österreicher, kommt vom anthropologischen Aspekt der Medienforschung zu ähnlichen Ergebnissen und vermißt den integrativen, synoptischen Entwurf einer massenkommunikativen Ethik: „Massenmedien als System, Massenkommunikation als gesellschaftlich-kultureller Prozeß, der Einfluß der Massenmedien auf diesen Prozeß und auf Kultur insgesamt, in gleicher Weise aber auch die vielfältigen Möglichkeiten machtpolitischer Einflußnahmen auf Massenmedien, das alles zwingt zur Entwicklung eines neuen, erweiterten Verständnisses, zu neuen Darstellungsweisen und zu neuen Fragen.“⁸ Unter dem Denkwang des Positivismus, meint Huter, habe es die Medienforschung bisher an einer umfassenden Theorie des Journalismus fehlen lassen, und sie könne nur vom Menschen her, von einer philosophischen Anthropologie her entwickelt werden. Huter verlangt eine Nutzungsforschung, die im anthropologischen das ethische Problem erkennt. Der gemeinsame Diskurs über eine Theorie der Massenkommuni-

nikation kann nur interdisziplinär geführt werden. Temperamentvoll wehrt Huter sich dagegen, daß jede philosophische Reflexion über den Gegenstand als „Mutmaßung“ abgekanzelt wird⁹.

Menschenwürde und soziale Kommunikation

Die geisteswissenschaftliche Sichtweise der journalistischen Phänomene, die mit der „ethischen“ Zeitungskunde der zwanziger Jahre einsetzt, gelangt rascher zum Ethikproblem als die empirische Forschung. Das zeigt sich bei Gottschlich und Huter. Dennoch klafft der Graben zwischen der Wissenschaft (Theorie) und dem öffentlich-kommunikativen Handeln (Praxis) auch weiterhin auseinander. Es fehlt an der Zusammenschau, und das Problem äußert sich in der weitgehenden Abwesenheit einer Philosophie des Journalismus. Die Ethikfrage ist auf eine Wirklichkeitslehre angewiesen; diese Fundamentierung fehlt gegenwärtig.

So kann auch *Alfons Auer*, der sich als Moralthologe den ethischen Fragen im Journalismus zugewandt hat, nicht mehr als „Bausteine“ für eine Medienethik vorlegen, wie er selbst bekennt. Die Überlegungen richten sich auf ein Ethos der Sachlichkeit: „Im Prozeß der sozialen Kommunikation handelt sittlich richtig, wer die in diesem Bereich geltenden Gesetzlichkeiten und die hier vorgegebenen Sinnziele respektiert.“¹⁰ Auer spricht von den Partnern der medialen Kommunikation in einem sozial-dialogischen Handlungsfeld. Dabei verkennt er nicht die Kommunikationstechnologie „mit ihrer unaufhebbaren Ambivalenz“, die anthropologisch noch kaum reflektiert, geschweige daß die mediale Technik „ethisch“ bereits eingeholt sei. Das leitende Kriterium, das als Maßstab für die Kommunikationsprozesse im ganzen seiner Inhalte und Methoden dient, ist nach Auers Meinung im heutigen Sprachgebrauch „die Würde des Menschen“, im Sprachgebrauch der klassischen Sozialethik „das bonum commune“¹¹.

Hier zeigt sich, wie in der Arbeit von Deussen oder auch neuerdings in den Darlegungen von *Günter Virt*, der ebenfalls Moralthologe ist, eine klare Zielvorgabe der Kommunikation. „Grundlegend für alle Haltungen im einzelnen“, schreibt Virt, „ist die volle Achtung der Würde aller Menschen, das Bewußtsein, daß es im sozialen Kommunikationsprozeß immer um den Menschen geht, näherhin um die größere Einheit und Brüderlichkeit aller Menschen.“¹² Der erste Satz der Pastoralinstruktion „*Communio et Progressio*“ enthält diese Zielvorgabe: „Gemeinschaft und Fortschritt der menschlichen Gesellschaft sind die obersten Ziele sozialer Kommunikation und ihrer Instrumente.“ Allerdings kann in der pluralistischen Gesellschaft eine normative Setzung dieser Art auch mißverstanden werden, als sollte eine „Kommandopublizistik“ mit dogmatischem Hintergrund entstehen, die einen bestimmten Normenkomplex vorschreibt.

Mediale Ethik ist aber zunächst sachgerechte Ethik. Der Theologe Auer

unterstreicht, daß es nicht um eine „Ableitung“ theologischer Normen für eine mediale Ethik geht, sondern um ein Sinnverständnis des Kommunikationsprozesses, aus dem heraus die ethischen Weisungen nur dann als begründet hervorgehen können, „insofern die in ihnen artikulierten Verbindlichkeiten als innere Momente der sozialen Kommunikation erkennbar werden, insofern sie im medialen Prozeß selbst ihre Dringlichkeit anmelden“¹³. In der pluralistischen Gesellschaft geht es um die „minima moralia“ der journalistischen Ethik; wie sich darüber hinaus im christlichen Glaubensverständnis eine Entfaltung von „Gemeinschaft und Fortschritt“ in der medialen Kommunikation optimieren läßt, steht auf einem anderen Blatt. Auers Grenzziehung macht das deutlich und zeigt zugleich die offenen Flanken der journalistischen Ethikfrage nach allen Seiten hin, wo sie auf „Verbindlichkeiten als innere Momente der sozialen Kommunikation“ verwiesen ist.

An journalistischen Wertetafeln „auf der Basis eines gelebten Christentums der Nächstenliebe“, wie *Florian Fleck* formuliert¹⁴, hat es keinen Mangel, und sie kommen vor allem aus dem Amerikanischen, wo die Tradition der „Press Codes“ und Gebotstafeln für journalistisches Verhalten seit den zwanziger Jahren gepflegt wird¹⁵. Fleck nennt Authentizität und Glaubwürdigkeit als journalistische Grundprinzipien. Er zählt zur „Deontologie des bestandenen Journalisten“ solche Regeln wie „sorgfältig recherchieren und gut dokumentiert sein, wahre Information verständlich darbieten und schnell verarbeiten auf Grund von Faktenkenntnis und Hintergrundinformationen, die Bereitschaft, die vielgestaltige Wirklichkeit so gut als möglich in Information und Kommentar zu beschreiben, Mut und Offenherzigkeit, um neue Lebenserfahrungen wahrheitsgemäß darzustellen, die Fähigkeit und der Wille, Wertvorstellungen anderer vorurteilslos zu prüfen und formal einwandfrei zu vermitteln“. Fleck nennt auch die „Ehrfurcht vor der Würde der Person und einer legitimen Intimsphäre“ in seinem Katalog, ferner „objektiv sein, d. h. möglichst eine objektive, ausgewogene Wiedergabe der Ereignisse präsentieren“¹⁶.

Die Berufsethik zielt auf das Objektivitäts- und Wahrheitsideal. Wie die Ärzte auf ihren Hippokratischen Eid verpflichtet sind, so sollten die Journalisten an das Wahrheitspostulat gebunden sein. Die journalistische Tätigkeit ist kein Job, schreibt der Verleger *Johannes Binkowski*, „sondern Beruf im Sinne von Berufung“. Diese Auffassung ist sehr umstritten. Die Journalisten, die ihren Beruf als einen freien auffassen, wehren sich gegen die Fesseln der Professionalisierung. Vor drei Instanzen, so meint Binkowski, habe der Publizist sein Ethos zu verantworten, „vor der personalen Haltung, die in eigenen Wertvorstellungen mündet, vor der redaktionellen Individualität, die Einfügung fordert, und vor der Öffentlichkeit, auf die er besonders bezogen ist“¹⁷.

Der Kommunikationswissenschaftler *Otto B. Roegele* verbindet die Ethik mit dem Hinweis auf die journalistische Sorgfaltspflicht, in der jene Handwerksregeln zusammenlaufen, die für das Zustandekommen einer zutreffenden, vollständigen

und verständlichen Nachricht ausschlaggebend sind. „Verlässlichkeit der Information ist nämlich auch gut für das Geschäft“, fügt Roegele trocken hinzu. Dieser Autor spricht den Massenmedien grundsätzlich den Charakter von Dienstleistungsbetrieben zu. Nur deswegen habe die demokratische Verfassung den Medien und den Journalisten im „Zeitgespräch der Gesellschaft“ eine derart herausgehobene Stellung zugeschrieben. Auf diesem Hintergrund bedarf es nach Roegele keiner Bemühung um transzendente Werte, um einige Sätze über Ethos und Verantwortung im Journalismus abzuleiten, wie sie aus dem „Auftragsverhältnis zum Partner Publikum“ resultieren. „Indem der Journalist diesen Auftrag übernahm, ihn zu seinem Beruf machte, hat er Pflichten mit übernommen, die er nicht willkürlich auslegen kann. Selbst wenn er sich für seine Person nicht an die Zehn Gebote oder an andere religiöse Verpflichtungen gebunden fühlt, wenn er also von sich aus falsches Zeugnis nicht ablehnt, bindet ihn doch der Vertrag, den er mit dem Publikum geschlossen hat, an die Pflicht, in seiner Berufsarbeit eine möglichst weitgehende Annäherung an die Wahrheit zu suchen.“¹⁸

Ethik, kommunikationswissenschaftlich fundiert

Solange wir auf die Frage nach den sittlichen Normen die „szientistische“ Antwort erteilen, die jede moralische Verhaltensregel als „unwissenschaftlich“ zurückweist und sie ins Private abdrängt, kann es im Journalismus nicht zur ethischen Fragestellung kommen und wird man das „Auftragsverhältnis“ des Journalisten nicht als moralische Qualität fassen. So wird dann jedes normative Hineinwirken in das journalistische Tätigsein als Wertungsvorgang abqualifiziert und auf eine vorwissenschaftliche, durch die Vernunft nicht einholbare Subjektivität der Gewissensentscheidung reduziert, wenn ihr nicht gar das Etikett der Beliebigkeit umgehängt wird. Die Moral wolle man bitte der persönlichen Entscheidung – dem persönlichen Geschmack – eines jeden einzelnen überlassen! „Lebe glücklich!“ notiert Wittgenstein in seinem Tagebuch. Freimütig wird die Resignation eingestanden, „daß man all dem Geschwätz über Ethik – ob es eine Erkenntnis gebe, ob es Werte gebe, ob sich das Gute definieren lasse etc. – ein Ende macht“¹⁹. Wittgenstein bekräftigt seine Auffassung: „Ich bin entweder glücklich oder unglücklich, das ist alles. Man kann sagen: gut oder böse gibt es nicht. Um glücklich zu leben, muß ich in Übereinstimmung sein mit der Welt. Und dies heißt ja ‚glücklich sein‘.“²⁰ Für die positivistische Sicht der Dinge, hinter die Wittgenstein dann später allerdings selbst manches Fragezeichen gesetzt hat, ist die Ethik keine Wissenschaft, insofern sie etwas über das Gute, das Wertvolle, das Wahre aussagen will.

Wenn es gut und böse im Journalismus nicht gibt oder geben darf, dann ist allerdings die Ethik grund- und begründungslos, und ein solcher Journalismus

wird die Argumente vom Dienst- und Pflichtcharakter nicht aufnehmen. Postulate wie Verlässlichkeit oder Wahrhaftigkeit wird er auf das Funktionale der empirisch verifizierbaren und intersubjektiv gültigen Beziehungen reduzieren. Journalismus „besteht“ dann nicht eigentlich aus Personen, sondern wird als ein ausdifferenziertes Sozialsystem gesehen, dessen Handlungswirklichkeit in ihrer Komplexität nur über eine systemtheoretische Betrachtungsweise angemessen erfaßt werden kann. Die Systemrationalität wird zum Schlüsselbegriff. Der Paradigmenwechsel von der Person zum System ist repräsentativ für einen großen Teil der gegenwärtigen Medienforschung und belegt deren Schwierigkeiten mit dem ethischen Problem im Journalismus, warum sich die Kommunikationswissenschaft diesem Problem gegenüber „abstinenter“ verhält. *Manfred Rühl*, der das systemtheoretische Denken in eine Theorie des Journalismus einzubringen sucht, erscheinen normative oder individuelle ethische Ansätze nicht falsch oder fehlerhaft, sondern: „Sie sind einfach irrelevant.“ An anderer Stelle bekennt er freimütig: „Das Wesen der journalistischen Freiheit ist nicht bekannt.“ Die Freiheit als verantwortlich-ethische Selbstbestimmung gilt nicht mehr, sondern der Journalismus erlangt erst in der Auseinandersetzung mit den Bedingungen der Gesellschaftsordnung, in denen und für die Journalismus funktioniert, „Autonomie, die Chance, sich selbst zu steuern. Im Ausmaße dieser Selbststeuerung ist die Freiheit des einzelnen Journalismussystems zu erkennen.“²¹

Interessant ist, wie nunmehr *Manfred Rühl* zusammen mit seinem Zürcher Kollegen, dem Kommunikationswissenschaftler *Ulrich Saxer*, „Überlegungen zu einer kommunikationswissenschaftlich fundierten Ethik des Journalismus und der Massenkommunikation“ einleitet in einer „Neubesinnung auf das, was eine solche Ethik ist und kann“. Die beiden Autoren haben den 25. Geburtstag des Deutschen Presserats zum Anlaß ihrer Veröffentlichung genommen, um dessen berufsethische Regelungspraxis zu überdenken und damit das eigene wissenschaftliche Abseitsstehen gegenüber der Normativität des Journalismus, wie sie selbst formulieren, zu überprüfen. Als Vorwurf auch an die eigene Adresse ziehen sie heran, „daß die Publizistik- und Kommunikationswissenschaft die Blindheit, aber auch den Zynismus, die sich gegenüber Problemen der Ethik in der Medienbranche selbst ausgebreitet haben, offenbar stillschweigend nachvollzieht“. Die Autoren meinen, daß den Fragen der Fremd- und Selbstregulierung, der Heteronomie und Autonomie journalistischer Arbeits- und Berufstätigkeiten für das Funktionieren und somit auch für das Verständnis vom Mediensystem, wie sie es in ihrer Sprache formulieren, zentrale Bedeutung zukommt²².

Immerhin markiert der Aufsatz eine erfreuliche Wende des Erkenntnisinteresses, das die Ethikfragen nicht länger brachliegen lassen möchte. In ihren Überlegungen zum „Ethikbedarf“ als „moralisches Steuerungspotential“ im Journalismus erklären Rühl und Saxer die mitmenschliche Achtung zur zentralen Kategorie ihrer Kommunikationsethik. Sie sprechen von ihr als einer im Kommunikationsprozeß

hergestellten „Struktur“²³. Aber damit beginnen auch schon die Fragen. Ist eine Ethik in systemtheoretischer Begrifflichkeit und mit den Ausdrucksmitteln der Kybernetik überhaupt adäquat zu beschreiben? Wie tragfähig ist eine Ethiktheorie, die der Funktionalität den Primat zuspricht? Wie läßt sich die Systemrationalität mit dem Selbstverpflichtungscharakter einer (Kantischen) Achtungskategorie vereinbaren? Woher nehmen die Autoren überhaupt die Gewißheit, die Verbreitung von Information sei unter das Gebot von Sittlichkeit zu stellen?

Jeder Mensch hat Anspruch auf Freiheit und Würde, aber warum eigentlich? Handelt es sich um eine zweckrationale Veranstaltung der instrumentellen Vernunft, um sonst nichts als dies? Der Journalismus hat zwar die Systemzwecke zur Voraussetzung, aber in seiner Subjektivität überschreitet er die bloß technischen Zwecke auf ein Mehr hin, das Journalismus überhaupt erst zum Journalismus macht. Rühl und Saxer wollen die anthropozentrischen Denkvoraussetzungen „mit dem ontologisierenden Rekurs auf verborgene Gesetzmäßigkeiten“ aus dem Weg räumen und das Phantom „ganzer Mensch“, wie sie es nennen, von der Diskussion ausschließen. Wobei die Autoren dann allerdings in einer merkwürdigen Kehrtwendung, die ganz und gar „unwissenschaftlich“ ist, eine Kategorie des Guten, ja des guten Journalismus einführen: „Funktion der Ethik ist es, die Bedingungen für wechselseitige Achtbarkeit, für die Achtung anderer und für die Selbstachtung zu garantieren, um damit für die laufende Stabilisierung der verschiedenen Kommunikationsverhältnisse zwischen den verschiedenen situativen System-Konstellationen personaler und sozialer Systeme zu sorgen.“²⁴

Aber woher legitimiert sich die Achtbarkeit der Menschen voreinander? Wie ist der Verpflichtungscharakter zu begründen, wenn in der Reduktion des Sinns journalistischer Handlungen auf die – von wem? – vorgegebenen Systemzwecke prinzipiell die Freiheit und Verantwortlichkeit der Menschen als Handlungssubjekte bestritten werden? Die Warum-Fragen, die für die Ethik maßgebend sind, scheiden aus. Es ist so, wie es funktioniert – und weil es funktioniert. So bleibt dieser wohlgemeinte Versuch einer kommunikationswissenschaftlich fundierten Ethik regelkreisähnlich in den eigenen Denkvoraussetzungen stecken.

Gelebte Moral in der Alltagspraxis

Die Versuche zur ethischen Fragestellung im Journalismus, die wir bis hierhin vorgestellt haben, sehen sich alle vor dieselbe Schwierigkeit gestellt. Wie lassen sich die Legitimationsgründe des Journalismus heute einsichtig und somit für die pluralistische Gesellschaft konsensfähig machen? Die Prinzipien des journalistischen Handelns selbst stehen in Frage, und es sind nicht nur die eingeübten und berufsethischen Selbstverständlichkeiten des praktischen Wissens, die als tragendes Ethos im Sinn guter und bewährter „Gewöhnung“ entfallen. Die Warum-

Fragen sind es, die heute vor der Praxis des Journalismus wie vor seiner Theorie nicht haltmachen. Die Gefahr ist, daß die Legitimität des journalistischen Handelns hinfällig und damit der Journalismus in seiner Vernünftigkeit umstritten wird.

Unsere These ist, daß eine Ethik des Journalismus sich als vernunftbestimmtes Handeln ausweisen muß. Zunächst stellt sich die journalistische Alltagspraxis als eine Wirklichkeit vor, die normativ geprägt ist. Diese Praxis ist ein Gefüge von Wertungen. Sie ist von zahlreichen Handlungsmustern durchsetzt, von geschriebenen und ungeschriebenen Geboten und Verboten, von bewährten Handlungsregeln, Schreibsitten und Umgangsformen. Dieses tut man, jenes tut man nicht. Der Journalist reflektiert in den seltensten Fällen über solche Handlungsmuster. Sie sind ihm als gelebte Moral, wie man sagt, in Fleisch und Blut übergegangen. Wir haben es mit einer Moral zu tun, die nicht von der Einsicht in ihre Gründe und Zwecke begleitet ist, sondern sich dadurch legitimiert, daß sie sich bewährt hat. Dem Journalismus sind Zwecke und Zielsetzungen vorgegeben, wodurch das Verhalten in einer ganz bestimmten Weise reguliert wird.

Die journalistische Moralität tritt uns also zunächst in den Maximen des praktischen Handelns gegenüber. Ein Volontär, der in eine gefügte und erfahrene Redaktionsgemeinschaft eintritt, wird mit erheblicher Mißbilligung rechnen müssen, wenn er von den anerkannten Regeln abweicht. Nehmen wir als Beispiel den Umgang mit Texten in einer Nachrichtenredaktion. Der Volontär wird lernen, daß jeder sprachliche Beitrag inhaltlich und formal klar, passend und sinnvoll gestaltet werden muß. Der Journalismus hat seine Erfahrung mit der Verständlichkeit von Texten und wird eine Information, die er an ein größeres Publikum heranbringt, nicht in eine verschachtelte Intellektuellen- oder Wissenschaftssprache einkleiden. Wir wissen aus Untersuchungen, daß die Sinnschritte in einer alltäglichen Rede zwischen sieben und maximal vierzehn Wörter umfassen. Dieses Volumen ist der menschlichen Speicherkapazität oder der Verarbeitungsrates des Kurzzeitgedächtnisses angemessen. Der einzelne Redakteur wird solche Erkenntnisse in den seltensten Fällen reflektieren. Er hat sie in den Sollwerten einer knappen, verständlichen Sprache eingeübt und richtet sich streng nach der handwerklich-journalistischen Didaktik von Nachrichtentexten.

Das Tunliche, „was sich gehört“, ist also auf vielfache Weise im Handwerklichen und im praktischen Wissen gegenwärtig. Kein Journalist will eine schlechte Zeitung oder eine schlechte Fernsehsendung machen. Alle erklären sie, daß sie bemüht sind, einen möglichst großen Leser- oder Zuschauerkreis über das Aktuellste und Wichtigste vom Tage zu informieren, und dies auf bestmögliche Art. Man hat schon seine Vorstellung davon, was ein guter und wünschbarer Journalismus ist, und selbst derjenige, der etwa in einem Massenblatt oder in der Regenbogenpresse weitgehende Zugeständnisse macht, ist sich seiner Lage bewußt und kennt das Betrübliche des Massenkonsums, den er anreizen hilft und über den er sich nicht selten mit einem rettenden Zynismus hinwegzuhelfen sucht.

Vernünftigkeit der Geltungsgründe

Versteht sich also das Moralische im Journalismus von selbst? Legitimiert sich der Journalismus aus der Praxis? Hätten wir folglich für eine Ethik des Journalismus nichts anderes zu erbringen, als die in der journalistischen Alltagspraxis eingebürgerten und erprobten „mores“ bewußt zu machen? Wohl kaum; die Antwort ist negativ. Zwar besteht die gesamte Kulturgeschichte aus dem Material der „Traditionslenkung“, und auch der Journalismus kann auf diese unreflektierte Sittlichkeit nicht verzichten. Aber dieser gelebten Moral muß sich eine reflektierende und nach der Vernünftigkeit ihrer Geltungsgründe fragende Moral zugesellen. Robert Spaemann unterscheidet die vorphilosophische Moral, die aus einer Anzahl von Tabus besteht, von einer begründeten Ethik. Wo die nichtlogischen Handlungsschemata die gelebte Wirklichkeit nicht mehr fassen, wo die Praxis gleichgültig wird gegen die traditionellen Normen und sie leerlaufen, da stellt sich das Bedürfnis nach einer Begründung ein²⁵. Da kommt es auch für den Handlungsbereich des Journalismus entscheidend auf die Frage an, wie sich seine ethischen Normen begründen lassen.

Nietzsche hat zum Ausgang des 19. Jahrhunderts die Geschichte der moralischen Gefühle auf eine Kritik der Entlarvung zugespitzt. Seine Zielscheibe war die bürgerlich-christliche Moral. Nietzsche hat sie auf ihre Widersprüche und kompromittierenden Gründe verwiesen, um sie ihrer Vernünftigkeit zu entkleiden. Es gilt, die Unmittelbarkeit der geltenden Normen aufzustöbern und zu zeigen, daß Moral zur bloßen Routine erstarrt ist und somit eine Verfallsform darstellt, die sich längst von ihrer inneren Logik entfernt hat. Bisher ist am schlechtesten über Gut und Böse nachgedacht worden, schreibt Nietzsche. „Es war dies immer eine zu gefährliche Sache. Das Gewissen, der gute Ruf, die Hölle, unter Umständen selbst die Polizei erlaubten und erlauben keine Unbefangenheit; in Gegenwart der Moral soll eben, wie angesichts jeder Autorität, nicht gedacht, noch weniger geredet werden: hier wird – gehorcht!“²⁶ Die Moral hat sich nach Nietzsche als die größte Meisterin der Verführung erwiesen. „Die Menschheit wird am besten genasführt mit der Moral!“²⁷

Hinter diese Kritik können wir nicht mehr zurückgehen, und im 20. Jahrhundert sind die Wissenschaften hinzugetreten, die allen Selbst- und Scheinbegründungen einer herrschenden Moral den Boden entziehen. Das Unbehagen, das heute allen Forderungen einer journalistischen Berufsethik entgegenschlägt, hat hier seine Wurzeln, und dies nicht ganz ohne Berechtigung. Andererseits können wir auf das Erstrebenswerte, das Wünschbare und das Nützliche, wie es sich in der journalistischen Alltagspraxis realisiert und in seiner ethischen Struktur überhaupt erst den Journalismus ermöglicht, keineswegs verzichten, sofern wir den Journalismus als ein sinnvolles Ganzes bejahen, das sich nicht fortwährend gegen seine eigenen sachlichen und geschichtlichen Voraussetzungen kehrt, sondern an der

Erhaltung der Bedingungen eines guten Journalismus arbeitet. Diese Wertschätzung, die durch Ethos, nämlich Gewöhnung, Sitte, eingeübte Praxis und Erfahrung im Journalismus „gelebt“ wird, muß als normative Kraft immer aufs neue bewußt gemacht und lebendig erhalten werden.

Die entscheidende Frage ist jedoch, wie sich dieses Ethos zu den Vernunft- und Geltungsgründen verhält, die als ein Wissen im Logos das Handeln des Menschen erst zu einem wahrhaft menschlichen machen. Hier liegt heute das Kernstück einer jeden ethischen Reflexion über den Journalismus. Dabei müssen die Geltungsgründe der Moral ihren Ausgangspunkt von der Freiheit des Menschen zur Wahl zwischen verschiedenen Möglichkeiten nehmen, sonst kann von sittlichem Handeln keine Rede sein. Sollte das Wesen der journalistischen Freiheit, mit Manfred Rühl zu sprechen, tatsächlich „unbekannt sein“? Die Geltungsgründe der journalistischen Moral müssen ebenso ihren Ausgangspunkt vom Wahrheitspostulat nehmen. Der 1956 gegründete Deutsche Presserat, dessen Tätigkeit im vergangenen Jahr leider zum Erliegen gekommen ist, hat in seinen Publizistischen Grundsätzen die „Achtung vor der Wahrheit und wahrhaftige Unterrichtung der Öffentlichkeit“ an vorderster Stelle genannt. Überall in den journalistischen Wertetafeln werden der Wille zur Wahrhaftigkeit und Sachlichkeit thematisiert. Wird hier nur leeres Stroh gedroschen? Ist die journalistische Wahrheitsforderung als Rationalisierung des moralischen Gefühls eine Leerformel, die wir ehrlicher Weise durch Kriterien der publizistischen Funktionalität ersetzen sollten?

Journalismus in der politischen Kultur

Wir erwähnten eingangs, wie alle Versuche zur Herausarbeitung der ethischen Vernunft im Journalismus über Prolegomena nicht hinauszukommen scheinen. Offenbar befinden wir uns gegenwärtig in einem Stadium des Sammels und Sichtens der Fragen, die sich auf die Kriterien eines guten Journalismus und deren Begründung erstrecken; Antworten zu geben ist viel schwieriger.

Generell und erfreulicherweise hat heute in vielen Bereichen die Aufmerksamkeit für die ethischen Probleme zugenommen. Die Fortschrittsentwicklungen der modernen Technologie machen die Ethikfrage zur Überlebensfrage. Im Journalismus, so könnte es aussehen, liegen die Dinge nicht so dramatisch. Das ist ein Irrtum. Ohne einen freien und guten Journalismus ist die demokratische Lebensform nicht zu erhalten; er ist konstitutiv für sie. Die ethischen Fragen stellen sich nicht nur im individuellen Alltag derer, die den Journalismus produzieren oder rezipieren, sondern ebenso aus der Perspektive der gesellschaftlichen Vernunft, was der Journalismus eigentlich im ganzen unserer Gesellschaft bewirken soll, für wen hier gearbeitet wird und inwieweit die Leistungen der Massenkommunikation dem guten Zweck genügen, für den sie sich erklären und zu bürgen haben.

Die Medien bilden eine Kultur – und nicht selten eine Unkultur der Trivialität, Ausbeutung und Gleichgültigkeit. Die Medien bilden eine geistige Welt, und es sollte eine wahre Welt sein. Die moderne Sprachforschung hat auf überraschende Weise die Wahrheitswurzeln des kommunikativen Handelns freigelegt. Kommunikation, Journalismus und Sprache bedürfen einer verstärkten Reflexion in der ethischen Fragestellung, die sich hier auf ganz neue Weise öffnet. Wenn die journalistische Kommunikation nicht eine wahrheitsgemäße ist, wird sie zur Anti-Kommunikation. Es ist nicht möglich, im Journalismus das Wörtchen „wahr“ zu umgehen. An dieser Prämisse ist nicht zu rütteln und von ihr ist auszugehen, wie Rudolf Walter Leonhardt als Journalist in einem schönen Statement hervorhebt: „Wer als Journalist Tag für Tag Wahrheiten sucht, nämlich Sachverhalte wahrheitsgemäß zu beschreiben sucht, das ist sein Geschäft, der findet sich auf einmal, wenn er über sein eigenes Tun nachdenkt, inmitten einer altherwürdigen Tradition menschlichen Geistes: der Philosophie. Muß der Journalist also ein Philosoph sein? Ich glaube: ja. So lange wenigstens, wie wir nicht hoffen können, daß die Philosophen Journalisten werden.“²⁸ Die Richtung, die das Fragen nach den Kriterien eines guten Journalismus nehmen soll, geht von dem Umfassenden der journalistischen Phänomene aus. Der Journalismus ist ein Medium des Weltstoffs und der Weltveränderung von bestimmender Moralität. Wir wollen nicht, daß er die Ratlosigkeit und Ausweglosigkeit unserer Gegenwart vergrößert, sondern die Bürger sind in eine wirkliche Kommunikation über das allgemeine Beste zu bringen. So sind die Massenmedien und der Journalismus als Teil unserer politischen Kultur zu sehen. In einer bisher nie dagewesenen Weise sehen sie sich heute vor das Gebot der gesellschaftlichen Vernunft gestellt.

Das „Gute“, das es zu begründen gilt, ist noch herauszuarbeiten. Denn die Massenmedien haben neue Wege der Wirklichkeitserfassung mit sich gebracht, die uns bisher nicht zur Verfügung standen und uns erst langsam in der vollen Wucht ihrer Konsequenzen erreichen. Die technischen, den ganzen Erdball umspannenden Möglichkeiten, die uns die Instrumente der sozialen Kommunikation an die Hand geben, haben sich mit dem Prinzip journalistischer Verantwortung noch kaum amalgamiert. Der Art wie der Größenordnung nach sind diese Medien neuartig und allem Bisherigen unähnlich, insbesondere im elektronischen Bereich. Deshalb stehen wir, was die ethische Theorie und die praktische Philosophie des Journalismus und der Massenkommunikation betrifft, vor ganz neuen Fragestellungen, worauf sich keine überlieferte Ethik mit ihren Normen ohne weiteres übertragen läßt. Was der Mensch heute journalistisch „machen“ kann und was er dann, gedrängt von dem unwiderstehlichen Fortschritt seines Könnens, weiterhin im System moderner Massenkommunikation zu tun gezwungen wird, das scheint alle bisherige Verantwortung zu sprengen.

Kriterien eines guten Journalismus liegen auch in der Begründung der Moral durch Freiheit, wenn in dem Wissen über sie, wie Heidegger ausführt, „zugleich

die ganze Existenz in ihrer von der Philosophie gesuchten Wurzel ergriffen ist – in der Freiheit²⁹. Das rechte Handeln und das gute Leben – ein „geglückter“ Journalismus ist hier gemeint – treffen sich in der handlungs-, regel- und ordnungsbegründenden Freiheit, die praktische Freiheit heißt. Das Ethos des Journalismus ist die praktische Freiheit. Die Moralität des Journalismus findet darin ihren Grund und ihre Begründung, Freiheit als Ausdruck eines Umfassenden, das die Lebenswelt des einzelnen umgreift, „Anerkennung von Freiheit durch Freiheit“³⁰. So liegt der Ursprung des Guten in dieser unbedingten Anerkennung als Bedingung der Möglichkeiten eines verantwortbaren Journalismus.

ANMERKUNGEN

- ¹ S. Weil, Die Einwurzelung. Einführung in die Pflichten dem menschlichen Wesen gegenüber (München 1956) 63.
- ² M. O'Neill, Wenn die Regierung zum Feind wird. Macht und Arroganz der Presse, in: FAZ, 8. 9. 1982, 10.
- ³ Fischer-Lexikon Publizistik (Frankfurt 1971) 9.
- ⁴ U. Saxer, Publizistische Ethik und gesellschaftliche Realität, in: *Communicatio Socialis* 1 (1970) 34.
- ⁵ G. Deussen, Ethik der Massenkommunikation bei Papst Paul VI. (Paderborn 1973). ⁶ Ebd. 10.
- ⁷ M. Gottschlich, Journalismus und Orientierungsverlust. Grundprobleme öffentlich-kommunikativen Handelns (Wien 1980) 15.
- ⁸ A. Huter, Grundlinien einer Ethik der Massenkommunikation (Wien 1980) 54.
- ⁹ Ders., Mensch und Massenmedien. Der anthropologische Aspekt der Medienforschung (Salzburg 1981) 19.
- ¹⁰ A. Auer, Verantwortete Vermittlung. Neue Überlegungen zu einer medialen Ethik, in dieser Zschr. 199 (1981) 148.
- ¹¹ Ders., in: Hb. d. christl. Ethik, Bd. 3 (Freiburg 1982) 542ff.
- ¹² G. Virt, ebd. 547. ¹³ A. Auer, ebd. 546.
- ¹⁴ F. H. Fleck, Leitlinien einer Kommunikationspolitik in christlicher Sicht, in: *Kommunikation im Wandel der Gesellschaft* (Festschr. f. O. B. Roegele), hrsg. v. E. Schreiber u. a. (Düsseldorf 1980) 205f.
- ¹⁵ H. Boverter, Journalistenmoral als „Media Ethics“. Kodifizierte Pressemoral und Medienethik in den Vereinigten Staaten von Amerika, in: *Publizistik* 1983, H. 1.
- ¹⁶ F. H. Fleck, a. a. O. 205f.
- ¹⁷ J. Binkowski, Publizistisches Berufsethos, in: *Publizistik* 1981, H. 1.
- ¹⁸ O. B. Roegele, Neugier als Laster und Tugend (Zürich 1982) 50, 33.
- ¹⁹ L. Wittgenstein, *Schriften* 3 (Frankfurt 1967) 69. ²⁰ Ders., *Schriften* 1 (1960) 167.
- ²¹ M. Rühl, Journalismus und Gesellschaft. Bestandsaufnahme und Theorieentwurf (Mainz 1980) 39, 395, 21.
- ²² M. Rühl, U. Saxer, 25 Jahre Deutscher Presserat. Ein Anlaß für Überlegungen zu einer kommunikationswissenschaftlich fundierten Ethik des Journalismus und der Massenkommunikation, in: *Publizistik* 1981. H. 4, 471f.
- ²³ Ebd. 487. ²⁴ Ebd. 488.
- ²⁵ R. Spaemann, Zur Kritik der politischen Utopie (Stuttgart 1977) 7.
- ²⁶ F. Nietzsche, *Werke* II, hrsg. v. K. Schlechta (Frankfurt 1976) I 1011.
- ²⁷ *Werke* III, II 1207.
- ²⁸ H. Boverter, Der Journalist und die Pilatusfrage, in: *Die Zeitung als Persönlichkeit* (Festschr. f. K. Bringmann), hrsg. v. K. Koszyk u. V. Schulze (Düsseldorf 1982) 33.
- ²⁹ M. Heidegger, *Ges. Ausg.*, Bd. 26 (Frankfurt 1978) 22.
- ³⁰ H. Krings, *System und Freiheit* (München 1980) 40f.