WOLFGANG BERGSDORF

Informationspflicht und News-Management

Heute ist Freude angesagt: Ein Jahrzehnt wurde ohne jedes Ergebnis die Reformbereitschaft des öffentlich-rechtlichen Rundfunks angemahnt. Nun zeigt die medienpolitische Debatte über die Zukunft der ARD, angestoßen von dem Biedenkopf/Stoiber-Papier, erstmalig Wirkung. Alle früheren Versuche, die Reform der ARD voranzutreiben, mußten scheitern, weil die komplizierte Struktur dieser Arbeitsgemeinschaft aufs schönste mit den Wünschen jedes Ministerpräsidenten harmonierte, möglichst eine Anstalt sein eigen zu nennen. Niemand will den Exitus der ARD und schon gar nicht das Verschwinden des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Aber 52 Hörfunkprogramme, zwei national verbreitete Vollprogramme sowie eine Vielzahl von regionalen, teilweise über Satelliten verbreiteten Vollprogrammen sind zuviel des Gleichen.

Daß Intendanten der ARD in der von Sachsen und Bayern ausgelösten und vom Parteivorsitzenden der CDU kommentierten Debatte einen Anschlag auf die Verfassung zu erkennen behaupten, zeugt von einem betrüblichen Mangel an Erkenntnisfähigkeit und Unterscheidungskraft wie auch von einer verblüffenden Unterschätzung der Intelligenz ihres Publikums. Die „Bestands- und Entwicklungsgarantie" des öffentlich-rechtlichen Rundfunks ist an die sogenannte Grundversorgung gekoppelt, also an eine Dienstleistungspflicht dieses Mediums im Interesse der Allgemeinheit. Der gebührenfinanzierte Rundfunk hat in allererster Linie eine Informationsverpflichtung gegenüber seinem Publikum, dessen Wahrnehmung alleine seine privilegierte Alimentation rechtfertigt. Die Frage nach der Trennbarkeit von Information und Meinung ist deshalb auch ein Dauerbrenner in der kommunikationswissenschaftlichen Debatte. Es muß diskutiert werden dürfen, ob die Medien ihrer allerersten Aufgabe, Chronik der laufenden Ereignisse zu sein, gerecht werden können, ohne ihre kritische Funktion zu vernachlässigen, die in der medialen Hilfestellung zur eigenen Meinungsbildung zu sehen ist. Zugespitzter lautet die Frage, ob die reine Informationsgebung als Dienstleistungspflicht der Medien von kommentierenden Interpretationen und interpretierenden Kommentaren getrennt werden kann.

Dabei muß auch erörtert werden, inwieweit die Selektion und Rangordnung der Informationen Elemente der Wertung mittransportieren, die ihnen aus der Weltsicht der auswählenden Journalisten zuwachsen. Vor allem aber muß gefragt werden, ob die alles überragende Stellung des Fernsehens in unserem Kommunikationssystem und seine Kraft, unsere Vorstellung von der Realität zu konstruieren, die Frage nach der Trennbarkeit von Information und Meinung nicht zur Don Quichotterie macht. Denn das Wort hat gegen die prägende Macht der Bilder ohnehin keine Chance. Vielleicht ist

unsere Thematik ungeeignet, der manipulativen Kraft des Fernsehens an ihrer Quelle zu begegnen. Vielleicht gibt es dringlichere Fragestellungen, die unsere Aufmerksamkeit erfordern. Um diese Frage erörtern zu können, sollen zunächst einige allgemeine, vielleicht sogar zu pauschalierende Bemerkungen über die Funktion der politischen Kommunikation in der Demokratie gemacht werden, bevor die Herausforderung unserer politischen Ordnung durch das Fernsehen thematisiert wird, um abschließend die Trennbarkeit von Information und Meinung zu diskutieren.

I.

Die Demokratie benötigte zweieinhalbtausend Jahre, um nach ihrer begrifflichen Erfindung durch eine unübersehbare Kette von Versuchen, Irrtümern, Fehlschlägen und Katastrophen eine Form zu finden, die es allen Bürgern eines Gemeinwesens gestattet, an der Ausübung politischer Macht teilzunehmen. Die liberale Demokratie hat ein Regelwerk herausgebildet, das die Regierungsbildung von parlamentarischen Mehrheiten abhängig macht und das Regierungshandeln unter das Postulat der Mehrheitsfähigkeit bei den Regierten stellt.

Das Regelwerk der liberalen Demokratie kanalisiert den politischen Entscheidungsprozeß durch die Normen der Verfassung und des Rechtes und stellt ihn in allen Phasen zur öffentlichen Diskussion. Zweck dieses Regelsystems ist der Ersatz von Gewalt als Mittel politischer Herrschaft durch Konsens über die Verteidigungswürdigkeit personaler Freiheitsräume einschließlich festverankerter Begrenzungen der politischen Macht. Die Spannungen zwischen Allgemeinwohl und privaten Interessen, zwischen Selbstbestimmung und gegenseitiger Abhängigkeit aller am politischen Prozeß beteiligten Personen und Gruppierungen machen die liberale Demokratie zur kompliziertesten Regierungsweise und bergen stets die Gefahr folgenschwerer Störungen.

Gerade weil die liberale Demokratie die Vorläufigkeit und Unvollkommenheit alles Menschlichen hinnimmt und sie zum Gestaltungsprinzip des Politischen macht, weil sie Mehrheit von Wahrheit trennt, weil sie sich gegen ihre Ideologisierung wehren muß, sieht sich diese politische Ordnung stärkeren Belastungen ausgesetzt als jede andere.

Die Abschwächung der Bereitschaft, die liberale Demokratie gegen ihre Herausforderer zu verteidigen, ist die schwerste Gefahr für die pluralistische Gesellschaft und ihre politische Ordnung.

Die Vernachlässigung der liberalen Demokratie als eines verteidigungswürdigen Wertes schafft ein Vakuum, das leicht von Rezepturen für vollkommene Ordnungen gefüllt werden kann. Die Sehnsucht nach perfekter Politik wird befördert durch Untergangsvisionäre und Apokalyptiker, die aus der Fülle der politischen Probleme eines herausgreifen und an ihm die Leistungsschwäche der liberalen Demokratie verdeutlichen wollen. Hinzu kommt eine wachsende Überforderung demokratischer Politik. Von ihr wird immer stärker erwartet, daß sie nicht nur soziale Probleme löst, sondern auch private Schwierigkeiten des Einzelnen meistert.

Diese Herausforderungen der liberalen Demokratie als eines ebenso komplexen wie komplizierten Systems von Machtbeziehungen zwischen Bürgern, Verbänden, Parteien, Parlament und Regierung lenken die Aufmerksamkeit auf die politische Kommunikation, von der dieses Regierungssystem seine Atemluft bezieht. Denn es kann nur dann die angeforderte Ordnungsleistung erbringen, wenn es transparent ist. Die Durchsichtigkeit der Machtbeziehungen, der Willensbildungs- und Entscheidungsprozesse wird zum immer wieder zu erneuernden Legitimationsbeweis des Systems gegenüber den Bürgern. Die Komplementarität von Effizienz und Transparenz ist Voraussetzung seines politischen Erfolges und seiner Stabilität. Heinrich *Oberreuter* charakterisiert pointiert als Gesamtaufgabe des Parlaments „Legitimation durch Kommunikation". Denn die Struktur der politischen Willensbildung im parlamentarischen Regierungssystem sei als kommunikativ vermittelte Repräsentation zu verstehen. Durch sie werde die parlamentarische und vorparlamentarische Willensbildung verstärkt.

Die Kommunikation über politische Inhalte, das Bereitstellen und der Austausch von Informationen über politische Meinungen und Absichten, Ereignisse und Zusammenhänge wird so zur entscheidenden Voraussetzung für die Funktionsfähigkeit des politischen Systems. Weil das Parlament in der liberalen Demokratie nicht allein die Hauptlast der politischen Integration zu leisten hat, weil den Bürgern und den gesellschaftlichen Organisationen eine Beteiligungschance eingeräumt werden muß, ist die prinzipielle Offenheit politischer Kommunikation Voraussetzung für Integration, für Stabilität wie auch für Legitimität dieses Regierungssystems. Otto *Roegele* ist zuzustimmen, wenn er feststellt, das vom Grundgesetz der Bundesrepublik Deutschland postulierte Jedermanns-Recht auf ungehinderten Zutritt zu den Quellen der Information über öffentliche Dinge stellt nichts anderes dar als die konsequente und systemgerechte Anwendung des Selbstbestimmungsprinzips in der Kommunikation.

Die zunehmende Komplexität des politischen Prozesses (gekennzeichnet etwa durch Spezialisierung, Arbeitsteilung, wachsende Staatstätigkeit, Bürokratisierung, schwächer werdende Mehrheiten) stellt an die politische Kommunikationsfähigkeit des parlamentarischen Regierungssystems wachsende Ansprüche. In der dreifachen Herausforderung durch Sachverstand und Sachzwang, durch organisierte Interessen und durch die militanten Partizipationsforderungen fluider Gruppen kann dieses Regierungssystem seine Legitimation nicht mehr nur formal begründen. Es kann sie nicht nur durch Beweise seiner gelegentlich auch bezweifelbaren Effizienz untermauern. Es muß sie auch kommunikativ ständig und intensiv einlösen, wenn sie nicht ebenso ständig bestritten werden soll. Dies ist nur von einem Massenkommunikationssystem zu leisten, das – spiegelbildlich zur Gesellschaft – pluralistisch organisiert und so offen ist für das politische Gespräch der Gesellschaft über sich und mit sich selbst. Die Medien müssen sich ihrer Funktion für das politische System bewußt werden und dürfen sich nicht als autonomes Zentrum verstehen, das mit dem politischen System konkurriert. Dies lenkt die Aufmerksamkeit auf das Fernsehen.

II.

Obwohl das jüngste, ist das omnipräsente Fernsehen das wichtigste Massenkommunikationsmittel, gemessen an seiner Reichweite und an der Konsumption seiner Programme. Heute verfügen 98% aller Haushalte in Deutschland über mindestens einen Fernsehapparat, verbringt der von der Statistik konstruierte Durchschnittsbürger über 14 Jahre täglich mehr als zwei Stunden vor dem Bildschirm und liest 30 Minuten Zeitung. So wird plausibel, wenn Untersuchungen feststellten, daß die Bürger das Fernsehen mehr als jedes andere Informations- und Unterhaltungsmedium vermissen würden, weil sie sich über überregionale Ereignisse zunächst durch das Fernsehen unterrichten lassen.

Die nach wie vor hohe Glaubwürdigkeit des Fernsehens gründet auf der Suggestion, die Wirklichkeitstreue der sprachlich angebotenen Information könne durch Bilder und Filme bewiesen werden. Winfried *Schulz* hat diese Annahme in einer Untersuchung des Fernsehzuschauerverhaltens bestätigt gefunden. Er macht darauf aufmerksam, daß das Fernsehen seinen Botschaften durch die Bilder einen besonders hohen Grad an Ausdruckskraft verleihen könne. Offenbar können Nachrichten mit positiver Anmutungsqualität durch bildliche Illustration noch positiver und Mitteilungen mit negativer Anmutungsqualität noch negativer gemacht werden.

Erich *Straßner* hat in zwei Forschungsprojekten der DFG über Inhalt und Verständnis von Fernsehnachrichten diese Feststellung unterstrichen und dabei auf die Farbe hingewiesen, die den bebilderten Informationen zusätzliche Aufmerksamkeit und Glaubwürdigkeit verschaffe.

Diese Hinweise sind insofern von Bedeutung, als das Fernsehen einem Visualisierungszwang unterliegt: Informationen, die nur verbal zu vermitteln sind, haben eine wesentlich geringere Präsentationschance im Fernsehen.

Der Visualisierungszwang oder – wie Ulrich *Hommes* ihn genannt hat – der „Zeigezwang" führt zu einer bevorzugten Darstellung von Ereignissen, auf welche die Kamera gerichtet werden kann. Gefilmt werden können immer nur konkrete Dinge, Ereignisse und Personen. Doch deren jeweilige Bedeutung wird nur verständlich in ihrer Beziehung auf meist abstrakte, unsichtbare und deshalb unzeigbare Zusammenhänge. Hinzu kommt, daß das Fernsehen bei den zeigbaren Ereignissen meistens deren Oberflächenstruktur präferiert. So wird die Politik verkürzt auf das Vorzeigbare mit dem Effekt, daß sich die Information auf die politischen Persönlichkeiten zentriert.

Claudia *Mast* hat nachgewiesen, daß es immer nur wenige Politiker sind, die im Fernsehen zu Wort kommen, entweder weil sie hohe Funktionen bekleiden oder weil sie aparte Positionen vertreten.

Hinzu kommt: die Situationen, in denen politische Persönlichkeiten auf dem Bildschirm gezeigt werden, sind nicht beliebig zu erweitern. Deshalb wird das Handeln der politischen Prominenz in wenigen, immer wiederkehrenden Situationstypen wie Staatsbesuchen, Pressekonferenzen, Sitzungsbeginn oder Diskussionsrunden gezeigt.

Mit dieser Ritualisierung der politischen Situationen und mit der Personalisierung der Politik hat das Fernsehen einen Weg eingeschlagen, der die Nichtvisualisierungsfähigkeit der politischen Willensbildungs- und vor allem Entscheidungsprozesse zu umgehen versucht. Die zunehmende Komplexität und Abstraktion politischer Probleme ist in ihrer Mehrdimensionalität fast nur noch in Ausschüssen und Expertendiskussionen in Parlament und Regierung erkennbar. Für das Fernsehen wird sie unvermittelbar.

Ritualisierung und Personalisierung der Politik durch den Visualisierungszwang des Fernsehens korrespondieren mit den Selektionskriterien Verknappung und Aktualität. Diese Auswahlgesichtspunkte gelten für alle Massenmedien. Aber das Fernsehen kombiniert sie zu einem engen Filter, den nur solche Informationen passieren, die fähig sind, sich in äußerster Kompression als neu gegenüber dem Vorhandenen auszuweisen. Vor allem das Fernsehen hat Neuheit mit einer hohen Präferenz versehen, die Otto *Roegele* als „strukturbedingte Neophilie" kennzeichnet.

Nachrichtenfähig sind vor allem jene Mitteilungen, die eine Veränderung anzeigen. Die Annahme, daß sich diese Präferenz des Fernsehens für das Neue allein auf die Nachrichtensendungen in engerem Sinne bezieht, ist unzutreffend; sie gilt für nahezu alle Programmangebote mit Ausnahme der Unterhaltung. Die Dominanz der Aktualität setzt das Vorhandene unter einen Rechtfertigungsdruck; sie bewirkt eine größere Präsentationschance für Krisenporträts wie generell für Signale der Veränderung.

Vor allem das Fernsehen betätigt sich mobilisierend als Übermittler von neuen Ideen, Entwicklungen, Produkten und Technologien, die ihrerseits einen hohen Erwartungshorizont entfalten. Aber das Gebot der Aktualität hindert das Fernsehen daran, sich der ebenso wichtigen Demobilisierungsaufgabe zu stellen: nämlich die Grenzen, Kosten, die unerwarteten und langfristigen Folgen von Modernisierungsprozessen aufzuzeigen oder aber die positiven Entwicklungen zunächst negativ bewerteter Ereignisse darzustellen. So beschränken Visualisierungszwang und Präferenz für Neues und Negatives als die spezifischen Produktionsbedingungen des Fernsehens dessen Fähigkeit, Entwicklungen und Zusammenhänge darzustellen. Sie machen die Frage dringlicher, ob die vom Fernsehen geleistete „Reduktion der Komplexität" – um ein Stichwort von Niklas *Luhmann* aufzugreifen – zu einer Veränderung der Kommunikationsbedingungen geführt hat, unter denen die politischen Gruppierungen in der liberalen Demokratie um Zustimmungsbereitschaft kämpfen.

In das Zentrum der Fragestellung rückt so die politische Urteilsfähigkeit des Bürgers, an die die liberale Demokratie höhere Anforderungen stellen muß als jede andere politische Ordnung. Staatsbürgerliche Erziehung und politische Bildung können bestenfalls nur Grundlagen schaffen, die politische Urteilskraft des Bürgers muß sich schärfen durch die Kommunikation über die laufenden Ereignisse der Politik. Gut informiert sein als Voraussetzung politischer Urteilsfähigkeit verlangt nicht nur die Kenntnis politischer Tagesereignisse, sondern vor allem Wissen um politische Zusammenhänge und Entwicklungen.

Die Medien überfluten den von Hermann *Lübbe* so getauften „Orientierungswaisen" mit einer nicht endenden Fülle von Informationen und Teilinformationen, die bei

mangelnder Verarbeitungs- und Einordnungskapazität desinformierenden Charakter erhalten können.

Der Einzelne wird erdrückt vom Zwang, Stellung zu nehmen, und von seiner Unfähigkeit, die Informationsflut zu verarbeiten, um so eine Grundlage für die Stellungnahme zu schaffen. Wie sein Vertrauen in Institutionen geschwächt ist, verliert er auch die Unterscheidungskraft, Unwesentliches vom Wesentlichen zu trennen. Zufälliges vom Regelmäßigen, Behauptetes vom Tatsächlichen, Meinungen über die Wirklichkeit von der Wirklichkeit selbst zu scheiden.

Je mehr der Bürger das Fernsehen als Hauptquelle politischer Information benutzt, desto abhängiger wird seine Vorstellung über Wirklichkeit von der durch das Fernsehen vorgeprägten Realität. Gefährdet wird seine Fähigkeit, sich mit der Komplexität des Politischen auseinanderzusetzen, weil dieses Medium – anders als zum Beispiel die Tageszeitung – Schwierigkeiten hat, komplexe Zusammenhänge adäquat darzustellen. Das Fernsehen hat es jedoch fertiggebracht, das Interesse der Bürger an Politik zu steigern. Zusammen mit der quantitativen Verbreitung des Fernsehens und zusammen übrigens auch mit der Erhöhung des politischen Anteils am Fernsehprogramm hat sich das demoskopisch bekundete Interesse an Politik in der Bundesrepublik Deutschland während der letzten 25 Jahre mehr als verdoppelt. Diese Politisierung ging einher mit einer zunehmenden Konzentration der Wählerstimmen auf wenige Parteien, so daß im Blick auf die Bundesrepublik Deutschland formal von einem stabilisierenden Effekt des Fernsehens auf das politische System gesprochen werden könnte.

Dieser Annahme widersprechen allerdings Analytiker und Demoskopen. Sie stimmen darin überein, daß sich die politischen Kenntnisse der Bevölkerung und ihr Informationsstandard auch über aktuelle Sachfragen nicht erhöht haben. Dies gilt allerdings nicht für die Kenntnis der politischen Persönlichkeiten. Der Bekanntheitsgrad der Spitzenpolitiker hat enorm zugenommen. Dies und auch der Befund, daß die Sympathiekurve der Politiker deutlich stärkere Ausschläge zeigt als die der Parteien, läßt vermuten, daß die Personalisierung der Politik im Fernsehen durchaus die politischen Perzeptionen des Publikums beeinflußt. Heinrich *Oberreuter* warnt vor einer auseinandergehenden Schere: Einerseits sei angesichts der Komplexität der Probleme das politische Interesse immer wichtiger; andererseits würden die Bürger durch das Fernsehen auf eine eher gefährliche Weise „anpolitisiert". Nicht der politische Prozeß stehe im Vordergrund, sondern die politische Dramaturgie, die politische Unterhaltung.

So kann vermutet werden, daß das Fernsehen aufgrund seiner Ubiquität und Omnipräsenz, aufgrund der Intensität der Nutzung und seiner Glaubwürdigkeit die Vorstellungen von der politischen und gesellschaftlichen Realität stärker prägt als jedes andere Medium.

Dies geschieht in doppelter Hinsicht: Erstens bestimmt das Fernsehen stärker als jedes andere Medium die Tagesordnung des gesellschaftlichen Gesprächs. Es kann einem Ereignis, einer Information maximale Publizität verschaffen oder es kann sie ihm verweigern. Zweitens präformiert das Fernsehen auch die Betrachtungsweise seiner Zuschauer, indem es Informationen aus ihren Zusammenhängen herauslöst und sie so zu statischen Standbildern erstarren läßt. Die Vorgeschichte, der Zusammenhang, alter-

native Handlungsmöglichkeiten werden ausgeblendet, vor allem aber werden Wirkungen von ihren Ursachen abgeschnitten, die dem strengen Zensor der Aktualität und Vereinfachung fast regelmäßig zum Opfer fallen.

Das deutsche Mediensystem ist in den letzten zehn Jahren unter den Druck einer verschärften Konkurrenz der Journalisten untereinander geraten. Grund hierfür ist der Wegfall des öffentlich-rechtlichen Rundfunkmonopols. Überhaupt die Expansion der sogenannten neuen Medien hat zu einem enormen Anwachsen der im Journalismus Tätigen geführt. Die Einführung des dualen Systems in Deutschland ging einher mit einer verstärkten Globalisierung und Internationalisierung der Kommunikation. Das „globale Dorf", das Marshall *McLuhan* vor mehr als drei Jahrzehnten vorausgesagt hat, nimmt konkretere Züge an. Dies hat eine Ökonomisierung des Informationssektors zur Folge, die diesen Sektor als „Nachrichtenmarkt" versteht und den Gesetzen von Angebot und Nachfrage unterwirft. Damit verschärft sich die Konkurrenz der Medien und der Journalisten untereinander. Hinzu kommt, daß das Fernsehen seine Position als reichweitenstärkstes Medium in den letzten Jahren hat ausbauen können. Daraus folgt, daß der Nachrichtenfluß immer mehr Menschen über Bilder erreicht. Der Stellenwert der verbalisierten Nachricht wird so abgebaut. Die Dominanz des stehenden und bewegten Bildes im Nachrichtenfluß hat zwei weitere, wichtige Konsequenzen: die erste ist in einer wesentlichen Verstärkung der Personalisierung in der Struktur der Nachrichten zu erkennen; zweite Konsequenz ist die maximale Ausbeutung des jeweiligen Unterhaltungswertes einer Nachricht und damit eine Vergrößerung der Tendenz zum Infotainment.

III.

Dies alles ist nicht ohne Auswirkung auf das professionelle Selbstverständnis der Journalisten geblieben. Im Selbstverständnis dieser Berufsgruppe tritt ihre vornehmste Aufgabe, im Interesse des Publikums durch lückenlose Information eine Dienstleistung zu erbringen, zu oft zurück. Nicht die Vermittlung von Informationen, sondern ihre Bewertung prägt heute das professionelle Selbstverständnis von Journalisten viel stärker als vor zehn oder vor 20 Jahren.

Vor zehn Jahren hat Renate *Köcher* das berufliche Selbstverständnis deutscher und englischer Journalisten miteinander verglichen. Ihr Befund kommt schon im Titel der Arbeit zum Ausdruck: „Spürhund und Missionar". „Spürhund" steht für den investigativen, alle Möglichkeiten der Nachforschung nutzenden Typus von Journalismus, wie er in den angelsächsischen Medien mittlerweile dominiert. „Missionar" steht für die deutsche (vielleicht kontinentaleuropäische) Spielart des Journalismus, die missionieren will, die die journalistische Bewertung einer Information höher schätzt als die Information selbst. Diese Entwicklung beförderte die Tendenzen eines anwaltschaftlichen Journalismus, der Partei ergreift, für seine eigenen Überzeugungen kämpft.

Priorität genießt in den deutschen Medien die Aktualität, die Sensation, das Außerge-

wöhnliche, das Atypische, das Aparte, das Gegen-den-Strich-Gekämmte, das dem journalistischen Verständnis von Fortschritt Verpflichtete, das von Journalisten als zukunftsorientiert Angesehene. Das Normale, das Notwendige hingegen, das Selbstverständliche, das Alltägliche und auch das, was Journalisten als Gegenwarts- oder Vergangenheitsorientierung mißverstehen, kommt regelmäßig zu kurz. Diese Entwicklung von der konstruktiven Kritik zur habituellen Kritik hat der Gießener Philosoph Odo *Marquard* mit dem plastischen Satz eingefangen: „Die Aufklärung begann mit der Kritik der Religion, und sie endet mit der Religion der Kritik". Sicherlich gibt es nichts in unserem Lande, in unserer Gesellschaft und ihren Einrichtungen, was nicht zu verbessern wäre. Aber daß vieles – vor allem im Vergleich zu den Zuständen anderswo – durchaus als gelungen bezeichnet werden kann, wäre auch der Erwähnung wert. Hingegen haben Kommunikationswissenschaftler in den letzten Jahren ein übersehbares Wachstum negativer Nachrichten herausgefunden. Das sind nicht nur Nachrichten über Katastrophen, Unglücksfälle, Korruption, sondern auch Nachrichten über Personen und Positionen, die überzogene bis hin zu unhaltbarer Kritik äußern und mit Argumenten aus dem unerschöpflichen Fundus des Moralismus garnieren. Es ist kein Vergnügen und soll es wohl auch nicht sein, deutschen Medien ausgesetzt zu sein. Aber etwas mehr „Erbarmen mit den Deutschen", wie es Hendrik *Broder* in einem seiner Buchtitel vorschlägt, könnten die journalistischen Apparaturen unseres Landes ihrem Publikum schon angedeihen lassen.

Daß das professionelle Selbstverständnis der deutschen Journalisten keine automatische Folge des Medienmarktes sein muß, haben der Dresdener Kommunikationswissenschaftler Wolfgang *Donsbach* und sein amerikanischer Kollege Thomas E. *Patterson* von der Syracuse University im Bundesstaat New York anhand einer vergleichenden Untersuchung nachgewiesen. Sie befragten je 600 deutsche und amerikanische Nachrichtenjournalisten von Tageszeitungen, Radiostationen und Fernsehgesellschaften nach ihrem professionellen Selbstverständnis: Hier die wichtigsten Befunde, die die Autoren unter dem Titel „Journalismus versus journalism" im vergangenen Jahr veröffentlichten:

Der amerikanische Journalismus versteht sich eher als fairer und neutraler Vermittler der politischen Konkurrenten: der deutsche Journalismus hingegen versteht sich als Teil des politischen Spiels, er bemüht sich, seiner politischen Rolle und seiner kritischen Aufgabe gerecht zu werden. In Konsequenz dieser Differenz ist der amerikanische Journalismus in erster Linie ein Recherchejournalismus, der deutsche ein Interpretationsjournalismus. Der amerikanische Journalismus wirkt auf die Öffentlichkeit durch Form und Themen ein, der deutsche Journalismus über Tendenzen.

Für 70% der deutschen Journalisten, aber nur für 21% ihrer amerikanischen Kollegen ist es „wichtig" oder „sehr wichtig", sich für bestimmte Werte einsetzen zu können. Für amerikanische Journalisten ist das Gespräch mit Experten die wichtigste Informationsquelle. Die deutschen Journalisten machen es sich einfacher: mit ebenfalls 57% rangiert als häufigste Informationsquelle die Meldung einer Presseagentur. Auch im Blick auf die politische Neutralität als eines der Elemente des beruflichen Selbstverständnisses von Journalisten gibt es Unterschiede, die mehr als nur Nuancen sind: Drei

von vier amerikanischen Journalisten möchten die Positionen aller Parteien möglichst neutral vermitteln. In Deutschland haben nur zwei von vier Journalisten diese Absicht.

Hinzu kommt ein weiterer, sehr wichtiger Unterschied, der unter dem Stichwort Kontrolle zusammengefaßt werden kann. Wesentlich häufiger als in Deutschland müssen sich amerikanische Journalisten gefallen lassen, daß ihre Texte redigiert werden, um das Publikumsinteresse zu vergrößern (37 : 7) oder die Faktengenauigkeit zu verbessern (26 : 9). Diese Kontrollen sind in das amerikanische Mediensystem eingebaut: Dort gibt es eine fest institutionalisierte Arbeitsteilung zwischen reporters, die die Informationen beschaffen, editors, die sie redigieren und editorial writers, die sie kommentieren.

Hier soll nun kein exklusives Plädoyer zugunsten des amerikanischen Mediensystems gehalten werden, auch wenn die von *Donsbach* und *Patterson* erhobenen Befunde dies nahelegen. Denn die Probleme, mit denen sich der deutsche Journalismus herumzuplagen hat, beginnen sich auch in den Vereinigten Staaten abzuzeichnen. *Patterson* z. B. hat auch die Seite 1-Geschichten der New York Times während der Präsidentschaftswahlkämpfe seit 1960 analysiert und herausgefunden, daß in 32 Jahren der Anteil der beschreibenden stories von 90% auf 20% gesunken ist zugunsten von bewertenden stories, deren Anteil von 8% auf 85% anstieg.

Und auch der O-Ton, das Originalzitat, ist in diesen Jahrzehnten in den amerikanischen Fernsehnachrichten gewaltig geschrumpft. Während es in den 60er Jahren noch durchschnittlich 50 Sekunden lang sein durfte, ist es heute im Schnitt unter zehn Sekunden. In den Nachrichtensendungen des deutschen Fernsehens können Politiker im Schnitt mit immerhin noch 30 Sekunden rechnen.

Insofern sind Wahlkämpfe außerordentlich günstige Zeiten für die Selbstpräsentation der Politik. Dank der vermehrten Konkurrenz der Fernsehprogramme haben in dem jüngsten Bundestagswahlkampf alle Parteien die Chancen ihrer Selbstdarstellung genutzt. Ausführlicher als sonst kamen die Politiker in Talkshows, Nachrichtensendungen und Wahlrunden zu Wort. Das Wahlergebnis war ein doppeltes Dementi: fast 80% der Wahlbeteiligung brachten das Gerede von der Politikverdrossenheit zum Verstummen, das Journalisten in den Jahren zuvor zum Gegenstand ihrer bevorzugten Aufmerksamkeit erkoren hatten. Und auch der von ihnen prognostizierte Tod der Volksparteien fand ein klares Dementi durch die Wähler: 77% von ihnen entschieden sich für eine der beiden großen Parteien, etwas mehr noch als vor vier Jahren.

Auch Wahlen sind also hervorragende Instrumente, um unwiderlegbar zu kritisieren und wirksam zu korrigieren, wenn sich die veröffentlichte Meinung als öffentliche Meinung ausgibt. Daß es zu solchen Unterschieden von öffentlicher Meinung – wie sie sich an der Wahlurne ausdrückt – und veröffentlichter Meinung kommen kann, erhellt eine Studie des Münsteraner Kommunikationswissenschaftlers Siegfried *Weischenberg*. Während die Wähler die Union in Gesamtdeutschland zur stärksten Partei machten und die SPD mit 5% Abstand an die zweite Stelle plazierten, ordnen sich Journalisten mehrheitlich „links der Mitte" ein. Dem eher „rechten" Spektrum der Politik ordnen sich nur wenige der 1500 befragten Journalisten zu. 2,4% wählten das Adjektiv „konservativ" als Selbstbezeichnung, 8,1% würden sich als „christlich-demokratisch" und 4,6% als „rechts-liberal" bezeichnen, für das Eigenschaftswort „liberal" als Selbstbe-

zeichnungsetikett votierten 19% der Befragten. Dagegen ordnet sich fast die Hälfte der Journalisten links der Mitte ein: als „links-liberal" bezeichnen sich 21,4%, als „Sozialdemokraten" gaben sich 16,4%, als „Grüne/Alternative" 9,8% zu erkennen. 3,9% wählten die Adjektive „sozialistisch" oder „kommunistisch". Eine Neutralitätserklärung gaben nur 4% der Befragten ab.

Ich will mit diesem Hinweis kein Plädoyer für eine Abbildung der parteipolitischen Prioritäten der Bevölkerung im Journalismus plädieren. Dieses Plädoyer wäre schon deshalb abwegig, weil sich eine solche Parallelisierung kaum bewerkstelligen ließe angesichts des Verfassungsgebots des Art. 5. Aber dennoch ist dieser Verweis auf die unterschiedlichen parteipolitischen Affinitäten von Journalisten und Bevölkerung insofern nützlich, weil er zu unserer Ausgangsfragestellung zurückführt. Das Problem, das diese Diskrepanz entstehen läßt, ist meines Erachtens nur dann zu lösen, wenn die Journalisten von der Idee Abschied nehmen, ihre Hauptaufgabe sei die Kritik. Hauptaufgabe des Journalismus ist die Information als eine Dienstleistung, die die Medien der Gesellschaft schulden, um jedem Rezipienten die Chance zu geben, sich ein eigenständiges Urteil über die Kräfte zu bilden, die die Chronik der laufenden Ereignisse schreiben. Das gebietet der Respekt vor dem Bürger. Er will nicht bevormundet werden. Er benötigt weder Lehrmeister noch Missionare, er braucht zuvörderst Informationen.

Und zwar Informationen, die nicht das Weltbild der auswählenden Journalisten widerspiegeln, sondern dem pluralistisch strukturierten Informationsbedürfnis des Publikums gerecht werden. Im Bereich des Fernsehens lenkt dies die Aufmerksamkeit primär auf die Bild- und Nachrichtenauswahl des Fernsehens. Hier ist der erste Hebel der journalistischen Ethik anzusetzen. Demgegenüber wird hier die Trennung von Nachricht und Meinung in der Wiedergabe sekundär, so wichtig sie als ständiges Bemühen auch ist. Vor allem die Fernsehjournalisten müssen sich der machtvollen Wirkung ihres Mediums bewußt sein, das eben nicht – wie lange angenommen wurde – ohnehin vorhandene Einstellungen lediglich „verstärkt", sondern sie prägt. Außer der vom Fernsehen konstruierten Realität gibt es für einen immer größer werdenden Teil des Publikums keine Wirklichkeit.