

Wozu Journalismus gut ist

In diesem Kapitel

- ▶ Informieren, Bewerten, Unterhalten
- ▶ Die Macht des Publikums
- ▶ Der erste Journalist

Journalismus lauert im Alltag an jeder Ecke.

Die Schlagzeile am Kiosk. Die Modezeitschrift im Wartezimmer. Das Ratespiel aus dem Autoradio. Das Blättchen, das die Apothekerin mit in die Tüte packt. Der Zeitungsstapel im Altpapiercontainer. Die gerunzelte Stirn auf dem Fernsehschirm. Das Laufband am Times Square in New York.

Nachrichten wollen gelesen, Interviews gehört, Kommentare angeklickt und Talkshows gesehen werden. Information, Meinung und Unterhaltung in riesiger Auswahl. Mancher findet im Überfluss, würde den Fernseher am liebsten zum Sondermüll bringen und das Zeitungsabonnement loswerden.

Dieses Kapitel stellt einige Thesen darüber auf, was Journalismus ist, wie er zustande kommt und wer davon etwas hat. Natürlich nicht objektiv, denn die Autorin gehört selbst zum Gewerbe. Aber wie viele Journalisten grübelt sie oft über Sinn und Unsinn ihres Berufs.

Was man unter Journalismus versteht

Journalismus ist, was Journalisten tun. Diese Definition liegt nahe und ist doch unvollständig. Schließlich recherchieren und berichten Redakteure nicht im luftleeren Raum. Ihre Erzeugnisse existieren als journalistische Leistung nur, wenn sie ein Publikum erreichen. Dieses Publikum reagiert, kritisiert, applaudiert und ignoriert – während gleichzeitig über es berichtet wird.



Journalismus besteht nicht nur aus Berichterstattung über Politik. Unterhaltung und Service gehören genauso zum Metier.

Auch der Übertragungsweg spielt beim Zustandekommen von Journalismus eine entscheidende Rolle. Ohne die Medien stünden Journalisten da wie Redner, denen der Ton abgedreht wurde. Der Medientheoretiker Marshall McLuhan meinte sogar, dass die journalistischen Inhalte im Vergleich zur technologischen Entwicklung völlig unwichtig seien. »Das Medium ist die Botschaft«, verkündete er.

Die Möglichkeiten der Kommunikation im Internet haben die Diskussion darüber, wer sich eigentlich als Journalist bezeichnen darf, neu beflügelt. Blogger und Kommentatoren fordern die Pressefreiheit auch für sich. Sie plädieren daher für einen weit ausgelegten Journalismus-Begriff.

Die Bloggerin Rachel Blood kommentierte diese Debatte lakonisch mit den Worten:

Mit dem Journalismus, so scheint es, verhält es sich wie mit der Pornografie. Die exakte Definition hängt vom Betrachter ab, aber im Allgemeinen erkennt man ihn auf Anhieb.

Zahlen und Fakten über das Publikum

Deutsche nutzen die Massenmedien im Schnitt fast zehn Stunden am Tag, Kino, Bücher und Internet eingeschlossen. Das heißt jedoch nicht, dass sie ihnen tatsächlich mehr als die Hälfte ihrer wachen Zeit ihre volle Aufmerksamkeit schenken. Denn da die Leute ja auch noch arbeiten und essen müssen, verfolgen sie oft nur mit halbem Ohr, was im Radio oder Fernsehen läuft.

- ✓ Deutsche lesen im Schnitt täglich 28 Minuten lang Zeitung – meist morgens am Frühstückstisch oder auf dem Weg zur Arbeit. Dazu kommen 12 Minuten Zeitschriftenlektüre. Zusammengerechnet macht das weniger als eine Dreiviertelstunde am Tag.
- ✓ Rund 47 Millionen Menschen in Deutschland nehmen täglich eine Tageszeitung in die Hand, fast drei Viertel der Bevölkerung. Die Reichweite unterscheidet sich nach Altersgruppen. Trotz Studentenabos und Jugendseiten wird das Zeitungspublikum im Durchschnitt immer älter. Nur die Hälfte der Jugendlichen liest regelmäßig eine Zeitung. Vier von fünf Deutschen über 70 sind Zeitungsleser.
- ✓ Das Radio läuft in deutschen Haushalten gute drei Stunden am Tag, exakt 185 Minuten. Genutzt wird es vor allem tagsüber. Die wichtigste Sendezeit, neudeutsch auch Primetime genannt, ist vormittags zwischen 8 und 12 Uhr. Rund 50 Millionen Deutsche schalten täglich das Radio ein.
- ✓ Kein Massenmedium wird so intensiv genutzt wie das Fernsehen. In den deutschen Haushalten läuft der Apparat im Schnitt fast vier Stunden am Tag. Der höchste Fernsehkonsum wird abends gemessen. Deutschlandweit gibt es 37 Millionen angemeldete Fernsehgeräte. Praktisch jeder Deutsche hat Zugang zum TV-Programm.
- ✓ Die Zeit, die Deutsche im Internet verbringen, nimmt rasant zu. 2008 waren es 58 Minuten am Tag, also eine knappe Stunde. Über 40 Millionen Menschen haben Zugang zum weltweiten Datennetz. Drei Viertel von ihnen waren dort täglich auf der Suche nach Informationen. Die Internetnutzung verteilt sich gleichmäßig über den Tag. Auch am Arbeitsplatz ist der Computer oft eingeschaltet.

Der Presseausweis macht noch keinen Journalisten

Journalist ist in Deutschland keine geschützte Berufsbezeichnung. Gewerkschaften und Verlegerverbände geben jedoch an ihre Mitglieder einen Ausweis heraus, der ihnen die Zugehörigkeit zur Presse bescheinigt. Auch Nichtmitglieder können das Dokument im Scheckkartenformat gegen eine Gebühr erhalten, solange sie ihre hauptberufliche Tätigkeit als Journalist nachweisen können. Der Ausweis gilt jeweils ein Jahr und wird auch Journalistik-Studenten und Volontären gewährt. Aussteller sind die Gewerkschaften, Journalisten- und Verlegerverbände. Der Presseausweis der Verbände kann helfen, Polizeiabsperungen zu überwinden und zu Veranstaltungen zugelassen zu werden. Er ist jedoch keine amtliche Legitimation. 2007 beschloss die Innenministerkonferenz, dem Dokument ihr Prüfsiegel künftig zu verweigern, um andere Organisationen nicht zu diskriminieren.

Über die Entscheidung freuten sich Bürgerjournalisten, die regelmäßig im Internet publizieren, damit aber nicht ihren Lebensunterhalt verdienen. Die Hauptprofiteure sind jedoch Geschäftemacher, die mit selbst gestalteten Presseausweisen handeln. Sie behaupten, dass Firmen den Inhabern solcher Dokumente einen Journalistenrabatt einräumen. Wer darauf spekuliert, sollte sich vorsichtshalber beim Unternehmen erkundigen, welcher Nachweis verlangt wird.

Zeitungsleute sollten sich überlegen, ob sie solche fragwürdigen Rabatte überhaupt in Anspruch nehmen. Am Ende erwerben sich Journalisten so den Ruf, die Spesenritter der Nation oder gar käuflich zu sein. Wie Vergünstigungen schlechten Journalismus hervorbringen, erfahren Sie in Kapitel 2.

Gesellschaft im Selbstgespräch

Bezieht man die Rolle des Publikums und der Medien mit ein, gelangt man zu einer breiteren Definition: Journalismus ist das Gespräch der Gesellschaft über sich selbst. So ähnlich formulierte es 1845 schon der Literaturwissenschaftler Robert Eduard Prutz, der seinerzeit wegen Majestätsbeleidigung angeklagt wurde, weil er das Herrschaftssystem in Deutschland satirisch aufs Korn genommen hatte.

An dieser Unterhaltung sind wir alle beteiligt. Bewusst oder unbewusst verhandeln wir darüber, was erlaubt und was verboten, was belanglos und was bedeutend ist. Damit 82 Millionen Menschen sich über solche Fragen nicht täglich persönlich unterhalten müssen, gibt es Nachrichten und Leitartikel, Quizsendungen und Reality-TV.

Journalisten sind also nichts anderes als Dienstleister.

- ✓ Sie speisen neue Informationen ins Gespräch ein.
- ✓ Sie lenken Aufmerksamkeit auf ein Thema.
- ✓ Sie moderieren den öffentlichen Diskurs.
- ✓ Sie wecken Gefühle und befeuern Debatten.

- ✓ Sie weisen auf Grenzüberschreitungen hin.
- ✓ Sie ermöglichen das Austesten von Grenzen.

Damit sie diese höchst unterschiedlichen Leistungen erbringen können, müssen Journalisten vertrauenswürdig sein. Ihr Publikum muss nachvollziehen können, welche Aufgabe sie gerade wahrnehmen. Diese Klarheit hängt von der Einhaltung der Regeln ab, die sich der Berufsstand auferlegt hat.

Fakt ist nicht gleich Fiktion

Jeder weiß aus zahllosen Gesprächssituationen, wie wichtig der Unterschied zwischen Fakten und Fiktion ist. Auch Journalisten müssen offenlegen, wann sie über tatsächliche Geschehnisse berichten und wann über Annahmen, die sich bewahrheiten können oder auch nicht.



Fotomontagen müssen in der Zeitung klar als solche benannt werden. Bilder stimulieren Gefühle weit stärker als ein Text, sodass die Manipulation eines Fotos zugleich die Manipulation von Gefühlen bedeutet. Weil diese Regel nicht konsequent genug gehandhabt wird, lässt die Glaubwürdigkeit von Fotos insgesamt nach.

Ob es um Fakten oder Fiktion geht, erkennt das Publikum übrigens auch am Format. Nur Leute mit stark gestörtem Wahrnehmungsvermögen verwechseln Computerspiele und Realität. Auch die Leser der Regenbogenpresse ahnen zumindest, dass sie dort verbreitete Neuigkeiten über Promis nicht ganz ernst nehmen müssen.



Von der *Tagesschau* erwarten die Zuschauer, dass sie von Tatsachen handelt. In Krisenzeiten, wenn dringender Informationsbedarf besteht, steigt daher die Einschaltquote der ARD-Nachrichtensendung, die sonst von vielen als zu trocken empfunden wird.

Meinung ist nicht gleich Information

Journalismus ist immer wertend. Je mehr Informationen zur Verfügung stehen, desto wichtiger wird es, die Dinge zu entzerren und zu vereinfachen. Wer Zeitung liest, nutzt wie selbstverständlich den Service, dass ein Journalist für ihn die Topnachrichten ausgewählt, Schwerpunkte gesetzt und weniger Wichtiges aussortiert hat.

Zwischen Einordnung von Fakten und Meinungsmache besteht jedoch ein himmelweiter Unterschied. Die öffentliche Auseinandersetzung verläuft störungsfreier, wenn die Teilnehmer wissen, ob sie es gerade mit einer Meinungsäußerung oder mit einer neu eingespeisten Information zu tun haben.

Beziehen Journalisten in einer Debatte eindeutig Position, sollten sie das ihrem Publikum unmissverständlich mitteilen. In der Zeitung sind die Kommentare deshalb immer an der gleichen Stelle und zum Teil in einer anderen Schriftart als die Nachrichten zu finden.



In den USA wird zwischen Meinungs- und Nachrichtenredaktionen weitaus schärfer getrennt als in Deutschland. Eine Gerichtsreporterin der *New York Times* wurde von ihren Chefs abgemahnt, weil sie bei einem Vortrag ihren Standpunkt in Streitfragen zu erkennen gab, die vor dem Obersten Gerichtshof anhängig waren.

Ende einer Hexenjagd

Von Zeit zu Zeit erfüllen Journalisten ihre Aufgabe so gut, dass daraus ein Lehrstück für die Nachwelt entsteht. Ein Beispiel dafür lieferte der amerikanische Reporter Edward Murrow. Während des Zweiten Weltkriegs berichtete er als Radiokorrespondent aus London über die Standhaftigkeit der britischen Bevölkerung während der deutschen Bombardements. Danach kehrte er in die USA zurück und startete *See It Now*, eine politische Magazinsendung im US-Fernsehen.

Murrows Meisterstück war eine Sendung, in der er dem berühmten Senator Joe McCarthy das Handwerk legte. McCarthys Hexenjagd auf vermeintliche Kommunisten drohte in den 50er-Jahren die Meinungsfreiheit in den USA in ihren Grundfesten zu erschüttern. Bei Anhörungen, die stundenlang im Fernsehen übertragen wurden, forderte der Senator die Zeugen auf, »Rote« in ihrer Umgebung zu denunzieren. In Hollywood setzten die Studios in Verdacht geratene Schauspieler und Regisseure in vorausweisendem Gehorsam auf eine »Schwarze Liste«. Manche so drangsalierte Menschen begingen Selbstmord.

Die Öffentlichkeit in den USA war in ihrer Einstellung zu McCarthy gespalten. Murrow genoss über die Parteigrenzen hinweg großes Ansehen. Er zögerte lange, bevor er öffentlich Position bezog. Schließlich tat er es mit bestechender Schlichtheit, indem er die gefiernden Auftritte des Senators kommentarlos zusammenschchnitt. McCarthy diskreditierte sich auf diese Weise selbst und musste seine Kampagne nicht lange danach aufgeben, wie im Film *Good Night, and Good Luck* zu sehen ist.

Seine Sendung schloss Murrow mit einem selbstanklägerischen Kommentar. McCarthy habe das herrschende Klima der Angst in den USA nicht selbst erzeugt, sondern nur geschickt ausgenutzt. Die Gesellschaft habe sich selbst an einen Abgrund manövriert. »Die Schuld, lieber Brutus, liegt nicht in den Sternen, sondern in uns selbst«, zitierte er Shakespeare. Und endete mit seiner charakteristischen Grußformel: »Gute Nacht und viel Glück.«

Avantgarde und Mainstream

Damit sich die Gesellschaft effektiv mit sich selbst unterhalten kann, muss der Journalismus frei sein. Bestimmt der Staat, worüber geredet werden darf, wird das Gespräch einseitig. Es dreht sich im Kreis oder verstummt. Gerüchte können nicht mehr entkräftet werden. Regeln werden nicht mehr überprüft, Fehlentwicklungen nicht mehr korrigiert.

In der Demokratie haben Journalisten die Aufgabe, Politik zu hinterfragen, innovative Vorschläge zu erläutern und immer wieder neue Formen von Kommunikation zu erfinden. Sie

sind gleichzeitig Teil der Avantgarde und des Mainstreams, denn indem sie die ständige Erneuerung des Systems ermöglichen, tragen sie zum Systemerhalt bei.

Journalismus für alle

Journalismus ist nicht nur etwas für Leute, die damit ihren Lebensunterhalt verdienen. Er beruht auf einer Geisteshaltung, die jedem wachen Bürger gut ansteht. Sie besteht aus Neugier, gepaart mit einer gewissen Skepsis. Journalisten suchen nach Informationen und ziehen daraus Schlüsse. Sie wollen aufdecken, wachrütteln und Ereignisse in einen Zusammenhang stellen.

Recherchieren, vermitteln und einordnen sind Fähigkeiten, mit denen jeder etwas anfangen kann.

- ✓ Wer eine Urlaubsreise buchen will, muss recherchieren, welche Auswahl er hat. Bevor er bei einem Veranstalter anruft oder eine Reservierung auf einer Website tätigt, muss er sich im Klaren darüber sein, welche Informationen er braucht, um seine Wahl zu treffen.
- ✓ Das Alltagsleben erfordert die Fähigkeit, sich klar und knapp auszudrücken. Das gilt für Bewerbungsschreiben ebenso wie für Beschwerdebriefe.
- ✓ Bevor Wähler ihre Stimme abgeben, müssen sie sich über die Pläne und Ansichten der Kandidaten informieren und diese dann einordnen können. Die schönsten Versprechen sind nichts wert, wenn ihre Einhaltung illusorisch ist oder wenn der Politiker, der sie macht, als Aufschneider bekannt ist.

Wo der Journalismus herkommt

Die Ursprünge des Journalismus gehen bis in die Antike zurück. Lange bevor die erste Zeitung gedruckt wurde, gab es Barden und Herolde, Philosophen und Spione. Eine Mischung aus diesen Strömungen prägt den Journalismus heute mehr denn je.



Der griechische Historiker Thukydides (etwa 460 bis 399 vor Christus) achtete in seiner *Geschichte des Peloponnesischen Krieges* peinlich darauf, Mythen und Realität zu trennen. Er schrieb nur auf, was er selbst erlebt hatte oder was ihm von möglichst mehreren zuverlässigen Augenzeugen geschildert worden war. Sein Buch war so gesehen keine geschichtliche Abhandlung, sondern ein aktueller Bericht, weshalb Thukydides mit Fug und Recht als erster Journalist bezeichnet wird.

Julius Caesar und die Barden

Aktuelle Veröffentlichungen zum Tagesgeschehen entstanden im Römischen Reich schon zu Zeiten von Julius Caesar. Handschriftliche Amtsblätter wurden in Rom und den Provinzen angeschlagen. Sie enthielten Proklamationen und Entscheidungen des Senats, Militärnach-

richten, Resultate von Volksabstimmungen, Ergebnisse von Gladiatorenkämpfen, astrologische Vorhersagen sowie Kunde von Hochzeiten, Geburten, Todesfällen, Gerichtsprozessen und Hinrichtungen.

Im Mittelalter lag das schriftliche Festhalten von Informationen fest in der Hand der Kirche. Nur die wenigsten Menschen konnten lesen und schreiben. Wichtige Nachrichten wurden mündlich unters Volk gebracht. Herolde verkündeten die offizielle Linie auf den Marktplätzen. Barden zogen mit Liedern über wichtige Vorkommnisse von Ort zu Ort. Erst als in der Neuzeit der Handel florierete und der Buchdruck erfunden war, wurden die ersten Zeitungen in Umlauf gebracht.

Die Geburt der Reportage

In der ersten Hälfte des 19. Jahrhunderts berichtete Heinrich Heine für die *Augsburger Allgemeine Zeitung* aus Paris. In seinen Artikeln beschrieb er die »französischen Verhältnisse« mit viel Liebe zum Detail. Reportageelemente wechselten sich bei Heine mit analytischen Passagen ab.

Auch der legendäre Kriegsreporter William Howard Russell, der in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts für die Londoner *Times* über den Krimkrieg berichtete, begnügte sich nicht mit der Wiedergabe von Fakten. Seine Schilderung des verlustreichen Angriffs einer britischen Kavallerie-Einheit auf die russischen Stellungen von Sewastopol triefte vor Pathos und werbenden Adjektiven.

Der Kampf um die Pressefreiheit

Autoritäre Systeme fürchten Veränderungen. Als die Französische Revolution in Deutschland einen Zeitungsboom auslöste, verschärften die deutschen Teilstaaten die bisher laxer gehandhabte Zensur. In den Karlsbader Beschlüssen setzte Fürst Metternich 1819 für alle deutschen Lande ein einheitliches Zensursystem durch. Liberale Pressegesetze in Teilstaaten wie Württemberg oder Baden wurden kassiert.



Zensur findet statt, wenn staatliche Stellen die Vorauswahl treffen, ob ein Artikel, ein Buch oder ein Film überhaupt erscheinen darf. In Deutschland wurde diese Art von Vorzensur zuerst von der Kirche praktiziert, die damit verhindern wollte, dass abweichende theologische Deutungen verbreitet wurden. In Kriegszeiten rechtfertigten Staaten die Kontrolle von Nachrichten heute noch damit, dass dem Gegner militärisch wichtige Informationen vorenthalten werden müssten.

Je schärfer die Repression, desto lauter forderten Reformer und Revolutionäre die Freiheit der Presse. 1848 wurde die Vorzensur in der Paulskirchen-Verfassung offiziell abgeschafft.

Ein Deutscher in Amerika

Während in Deutschland die Pressefreiheit noch nicht einmal auf dem Papier stand, erzielte ein deutscher Einwanderer in den USA den Durchbruch für die freie Presse. Der Drucker John Peter Zenger ging 1734 acht Monate ins Gefängnis, weil seine Zeitung, das *New York Weekly Journal*, den Gouverneur der britischen Kolonie heftig kritisiert hatte. Die Anklage lautete auf aufrührerische Verleumdung, und ein Freispruch schien unmöglich, nachdem Zenger vor Gericht zugegeben hatte, die beleidigenden Passagen gedruckt und veröffentlicht zu haben.

Dass der deutsche Einwanderer trotzdem freigesprochen wurde, lag am genialen Plädoyer seines Verteidigers. Andrew Hamilton argumentierte, es hänge vom Wahrheitsgehalt der Artikel ab, ob eine Verleumdung vorliege oder nicht. Die Bürger müssten das Recht haben, die Wahrheit über ihre Regierung zu sagen. Die Geschworenen sprachen Zenger frei. Bis heute sind Verleumdungsklagen in den USA nur erfolgreich, wenn die Kläger nachweisen können, dass die über sie verbreitete Information tatsächlich falsch war.

Bismarcks Reptilienfonds

Die uneingeschränkte Pressefreiheit blieb in deutschen Ländern auch nach 1848 lange ein schöner Traum. Denn in der Realität ließen sich die Mächtigen einiges einfallen, um Verleger und Journalisten unter Kontrolle zu behalten. Wer eine Zeitung herausbringen wollte, musste ab 1850 eine hohe Kautions für »eventuelle Pressevergehen« hinterlegen.

1866 richtete Bismarck seinen berüchtigten Reptilienfonds ein: Um seine politischen Gegner zu bekämpfen, schmierte er regierungstreue Blätter und zettelte Pressekampagnen an. 1874 wurde zwar ein liberales Reichspressegesetz beschlossen. Doch andere Regelungen, wie das Sozialistengesetz von 1878, schränkten die dort verankerte Pressefreiheit flugs wieder ein.

Der Krieg bringt die Zensur zurück

Im Ersten Weltkrieg wurde die Zensur in Deutschland wieder eingeführt. Das Kriegspresseamt gab ein Zensurbuch mit immer wieder neuen Bestimmungen und Verboten heraus. Die Kriegsberichterstattung der Zeitungen bestand im Wesentlichen aus Propagandameldungen. Selbst Feldpostbriefe wurden zensiert. Erst Jahre nach dem Ersten Weltkrieg erfuhren die Menschen vom ganzen Ausmaß des Grauens. Ein Ausspruch des griechischen Tragikers Aischylos hatte Konjunktur:

Im Krieg ist die Wahrheit das erste Opfer.

Die Weimarer Verfassung verbriefte das Recht auf freie Meinungsäußerung. Die Zeitungswirtschaft blühte. In ihr gediehen legendäre Journalisten wie Kurt Tucholsky, Egon Erwin Kisch und Theodor Wolff ebenso wie das Zeitungsimperium des rechtsnationalen Verlegers Alfred Hugenberg. Die Nationalsozialisten machten beidem ein Ende: Ab 1933 wurde die Presse gleichgeschaltet. Nach und nach wurden Tageszeitungen und Wochenblätter geschlossen, bis

nur noch die nationalsozialistische Parteipresse übrig war, gefüttert vom Propagandaapparat von Joseph Goebbels.



Auch wenn sich die Pressefreiheit in demokratischen Ländern weitgehend durchgesetzt hat, sind Journalisten bis heute nicht vor Propaganda und Selbstzensur gefeit. Wenn sie sich nicht trauen zu schreiben, was sie eigentlich zu berichten haben, setzt die Schere schon im Kopf an. Ein Beispiel dafür war die Berichterstattung der US-Medien über den Irakkrieg, wie in Kapitel 14 geschildert wird.

Was den Beruf des Journalisten ausmacht

In der gesellschaftlichen Debatte spielen Journalisten eine wichtige Rolle. Dasselbe gilt aber auch für Lehrer, Historiker, Politiker, Schriftsteller und andere Meinungsführer. Was unterscheidet den Beruf des Journalisten von soliden Professionen? Dass er bei der Arbeit immer mehrere Fliegen mit einer Klappe schlagen muss. Diese Eigenschaften machen den Journalistenberuf aus:

- ✓ öffentlich
- ✓ distanziert
- ✓ wirklichkeitsnah
- ✓ verständlich
- ✓ aktuell

Der Fluch der Öffentlichkeit

Dass sich die Arbeit von Journalisten in der Öffentlichkeit abspielt, unterscheidet sie nicht nur von Tagebuchschreibern, deren Gedanken nie jemand anderes erfährt. Es verhindert auch, dass sie sich ungestraft die Rolle völlig neutraler Beobachter anmaßen können. Die wünschenswerte Distanz zu den Verhältnissen, über die sie berichten, müssen Journalisten ständig aufs Neue künstlich herstellen. Oder sie geben offen zu, wie sie selbst verwickelt oder betroffen sind.

Die Früchte ihrer Recherchen öffentlich zu machen, bedeutet für Journalisten, sich ständig der Kritik anderer auszusetzen. Was in der Zeitung steht oder im Fernsehen kommt, wird kommentiert, ob am Stammtisch, in den Leserbriefspalten oder im Internet. Weist ein Artikel einen Fehler oder eine Lücke auf, findet sich rasch ein Experte aus dem Publikum, der den Finger auf die Wunde legt.



Während Journalisten sich über Kritik aus dem Publikum oft mokieren, reagieren sie empfindlich auf Kommentare der Mächtigen. Denn die wehren sich, wenn sie sich von der Berichterstattung auf den Schlips getreten fühlen – ob sie nun mit der Stornierung von Anzeigen drohen, eine Gegendarstellung verlangen, auf Unterlassung klagen oder den Journalisten vom Informationsfluss ausschließen. Ein Beispiel dafür war Exbundeskanzler Helmut Kohl, dessen Fehde mit dem »Spiegel« in Kapitel 14 noch genauer beleuchtet wird.

Der Zensor auf dem Interviewessel

Für angelsächsische Journalisten ist es eine der Merkwürdigkeiten des deutschen Mediensystems: die Autorisierung von Interviews durch den Interviewten. Sie wird von Politikern oft genutzt, um ihre Äußerungen zu korrigieren oder zu entschärfen. Häufig zögern die Interviewten dabei die Vorlage ihrer Änderungswünsche so lange wie möglich hinaus. Die Zeitungen stehen dann kurz vor dem Redaktionsschluss vor der Wahl, eine zensierte Fassung entweder zu akzeptieren oder auf die Veröffentlichung des Interviews ganz zu verzichten.

Die Autorisierung von Interviews hat einen positiven Hintergedanken: Politiker würden sich im Gespräch offener äußern, wenn sie hinterher noch einmal Gelegenheit hätten, die eigenen Worte nachzulesen, lautete die ursprüngliche Hoffnung. Zudem gab das Verfahren den Journalisten mehr Freiheit, Fragen und Antworten zu straffen und langweilige Passagen zu streichen. Die bekannteste Form des durchkomponierten Interviews ist das Spiegel-Gespräch. Es soll eine Diskussion zwischen Redakteuren und Politiker widerspiegeln und wird daher stets autorisiert.

Journalisten sind weder rechtlich noch presse-ethisch dazu verpflichtet, Zitate vor der Veröffentlichung vom Gesprächspartner absegnen zu lassen. Haben sie sich jedoch einmal auf eine Autorisierung eingelassen, gibt es kein Zurück mehr. Keinesfalls sollten sich Zeitungen darauf einlassen, dass nicht nur ihre Antworten, sondern auch die Fragen redigiert werden. Um nicht erpressbar zu sein, muss die Redaktion zudem immer einen Ersatztext parat haben, für den Fall, dass ein Interview in letzter Minute bis zur Unkenntlichkeit korrigiert oder zusammengestrichen wird.

Im Schatten der Werbung

Journalisten machen Zeitung, aber nicht alles, was in der Zeitung steht, ist Journalismus. Bestes Beispiel sind die Anzeigen, die im Schnitt ein Drittel der Zeitungsseiten füllen. Doch nicht immer ist der Unterschied zwischen Journalismus und Werbung offenkundig.



Magazinseiten, auf denen Models die neuesten Kollektionen vorführen, werden von Redakteuren produziert. Dass die Leser dort auch erfahren, wo es den Mantel zu kaufen gibt und wie viel er kosten soll, ist Werbung für den Hersteller. Aus Sicht der Redaktion steckt jedoch auch eine journalistische Leistung dahinter: Der Mantel musste ausgewählt, die Information recherchiert und die Fotostrecke in Szene gesetzt werden.

Werbung ist gewissermaßen die Erbsünde des Journalismus. Journalisten sind von ihr abhängig, denn durch die Werbeeinnahmen ihrer Arbeitgeber verdienen sie ihr Brot. Und doch verschmäht jeder aufrechte Journalist die Werbung wie einen giftigen Apfel. Denn wer für ein Produkt, eine Partei oder eine Idee wirbt, droht das Vertrauen des Publikums zu verspielen.

Journalisten grenzen sich deshalb in ihrem Selbstverständnis klar von Werbeleuten und Öffentlichkeitsarbeitern ab. Anstatt die Anliegen eines Unternehmens oder einer Institution zu

verkaufen, sehen sie sich im Idealfall ausschließlich dem öffentlichen Interesse verpflichtet. Sie berichten, erzählen und sprechen nicht im Dienste ihres Arbeitgebers und höchstens am Rande über sich selbst.

Diese Berufung sorgt nicht selten für Konflikte zwischen Redakteuren und Verlegern. Ihr treu zu bleiben, erfordert eine ständige Gratwanderung zwischen kurzfristigen Geschäftsinteressen und ethischen Prinzipien. Langfristig sichert diese Trennung zwischen der sogenannten Öffentlichkeitsarbeit und dem Journalismus aber das Vertrauen des Publikums und damit auch den Erhalt des Mediengeschäfts.

Auf der Suche nach der Wahrheit

Anders als Dichter befassen sich Journalisten mit Dingen, die tatsächlich passiert, gesagt oder gedacht wurden. Sie handeln mit Fakten, ob sie distanziert berichten, subjektiv erzählen oder spitz kommentieren. Ihre Behauptungen müssen nachprüfbar sein, weshalb sie tunlichst immer ihre Quellen angeben sollten.

Weil journalistische Werke auf Fakten beruhen, beschäftigen sich Journalisten einen großen Teil ihrer Arbeitszeit damit, Behauptungen und Vermutungen zu prüfen. Dieser Teil ihrer Tätigkeit wird Recherche genannt. Ob dabei die Wahrheit herauskommt, steht auf einem ganz anderen Blatt. Wer jedoch die Fakten von vornherein so hindreht, dass sie ihm in den Kram passen, gehört nicht in eine Zeitungsredaktion, sondern in eine Dichterstube oder eine Propagandaabteilung.

Wichtig bei der Recherche ist es, dass sich Journalisten der Wahrheit verpflichtet fühlen. Sie müssen herausfinden, wie sich die Dinge wirklich verhalten, anstatt nur wiederzugeben, was behauptet wird. Dazu gehört eine skeptische Grundhaltung. Die besten Journalisten hinterfragen regelmäßig auch die eigene Fähigkeit, Richtig und Falsch zu unterscheiden.

Objektivität auf dem Prüfstand

Der Streit darüber, ob Journalismus objektiv sein kann, tobt seit hundert Jahren und ist damit vielleicht die älteste Kontroverse des Berufsstands. Der naturwissenschaftliche Fortschritt motivierte Journalisten zu Beginn des 20. Jahrhunderts dazu, bei der Recherche methodisch vorzugehen. Als Prinzip setzte sich durch, alle Beteiligten anzuhören, die gängige Definition von Objektivität.

Spätestens in den 60er-Jahren haben Journalisten angefangen, dieses Prinzip kritisch zu hinterfragen. Denn wer sich sklavisch daran hielt, durfte nie über einen Skandal berichten, wenn sich die Beschuldigten weigerten, dazu Stellung zu nehmen. Die vermeintliche Objektivität diente also vor allem den Mächtigen. Zudem wollten viele Journalisten ihre subjektive Perspektive nicht mehr verleugnen.

Heute ist den meisten Berichterstattern klar, dass sie nie objektiv sein können. Sie müssen aber objektive Methoden bei ihrer Arbeit anwenden: Jeder Rechschritt muss für das Publikum nachvollziehbar und nachprüfbar sein.

Recherchieren heißt nicht unbedingt, objektiv an einen Sachverhalt heranzugehen. Viele Journalisten fangen an zu stöbern und zu stochern, weil sie persönlich an etwas interessiert sind. Berichtenswert werden diese Informationen nur, wenn sie auch andere betreffen. Journalismus muss sich daher immer in den Dienst seines Publikums stellen. Loyal darf ein Journalist nur den Bürgern gegenüber sein.

Erzähler auf Zeit

Faktentreue ist kein Synonym für trockene Bürokratsprache. Journalisten müssen ihre Botschaften ansprechend verpacken, damit sich das Publikum tatsächlich die Zeit nimmt, sie zu verstehen. Je größer die Menge an verfügbaren Informationen, desto wichtiger wird die Präsentation. Im Wettbewerb um die Aufmerksamkeit eines überfütterten Publikums setzt sich nur durch, wer seine Neuigkeiten verständlich und ansprechend vermitteln kann.

Anders als Wissenschaftler haben es Journalisten mit einer ungeduldigen Leserschaft zu tun. Sie müssen ihre Informationen verdichten und in möglichst kleine Pakete packen. Denn um sich über das Weltgeschehen zu informieren, nimmt sich das Publikum meist nur wenig Zeit.



Was weggelassen werden kann, ist im Journalismus ebenso wichtig wie das, was berichtet wird. Journalisten müssen ständig ein Maximum an Informationen anhäufen und dann die Spreu vom Weizen trennen. Der Großteil wird über Bord geworfen. Daran leiden die meisten Journalisten.

Der erste Entwurf der Geschichte

Dass Journalismus aktuell sein muss, steckt schon im Begriff selbst: Jour ist Französisch für Tag. Ein Journal ist ursprünglich nichts anderes als ein Tagebuch, ähnlich wie heute die Blogs. Wie der Tag ist Journalismus ein vergängliches Geschäft. Journalisten täten nichts anderes, als einen ersten groben Entwurf der Geschichte zu liefern, sagte der ehemalige Verleger der *Washington Post*, Philip Graham.

Journalisten befassen sich mit historischen Ereignissen nur dann, wenn diese einen Bezug zur Gegenwart haben. Sie erheben den Anspruch, Neuigkeiten zu verbreiten, anstatt Altbekanntes wiederzukäuen.



Was nicht mehr ganz neu ist, muss doppelt so nützlich sein wie eine brandaktuelle Nachricht. Oder es weckt zumindest starke Gefühle – wie ein Foto von einem niedlichen Tierbaby.

Aktuell heißt nicht unbedingt tagesaktuell. Viele Journalisten schreiben für Wochenzeitungen oder für Magazine, die nur quartalsweise erscheinen. Andere arbeiten monatelang an einer Fernsehdokumentation oder planen von langer Hand die Berichterstattung über ein Großereignis wie die Olympischen Spiele.

Geschichten haben im Journalismus immer einen aktuellen Anlass. Meist werden den Zeitungen die Ideen frei Haus geliefert.

- ✓ Eine Pressemitteilung weist auf eine Neuigkeit hin.
- ✓ Ein Politiker lädt zu einer Pressekonferenz ein.
- ✓ Ein Leser ruft an und verrät ein Ereignis.

Journalisten entscheiden, ob die aktuelle Entwicklung, die ihnen zugetragen wird, neu und für ihr Publikum interessant ist. Dann gehen sie der Geschichte nach, stellen fest, was dahintersteckt, und berichten, sobald sie genug darüber in Erfahrung gebracht haben – möglichst schon in der nächsten Ausgabe und möglichst vor der Konkurrenz.



Der Schriftsteller Truman Capote ging 1959 einer Zeitungsmeldung über einen aufsehenerregenden Kriminalfall nach: In Kansas war eine Familie bei einem Raubüberfall in ihrem Haus ermordet worden. Capote reiste wie ein Reporter sofort zum Schauplatz, spürte den Ermittlungen nach und führte Interviews, unter anderem mit den Tatverdächtigen. Mit der Veröffentlichung seines Buches *Kaltblütig* wartete er jedoch, bis die Mörder hingerichtet waren. Er war eben doch kein Journalist, sondern ein Schriftsteller.

