

## 5.4 Kompensation von Komplexität

### Journalismustheorie als Begründung journalistischer Qualitätsmaßstäbe

*Horst Pöttker*

Im alten China wurden Ärzte nicht bezahlt, wenn sie Kranke behandelt hatten, sondern regelmäßig von denen unterhalten, die gesund geblieben waren. Unser medizinisches Versorgungssystem ist zwar weniger sinnvoll, aber was einen guten Arzt ausmacht, darüber besteht selbst im Europa der postmodernen Beliebigkeiten weitgehend Einigkeit: daß es seinen Patienten gutgeht. Und auch in anderen Berufen gibt es naheliegende und eindeutige Maßstäbe für Qualität: Ein guter Rechtsanwalt holt im Prozeß das Optimale für seine Mandanten heraus, ein Koch bereitet schmackhafte und bekömmliche Speisen zu.

#### 1 Wie sind journalistische Qualitätsmaßstäbe zu begründen?

Weniger eindeutig erscheint dagegen, was ein guter Journalist zu leisten hat. Insofern hat es Sinn, daß das Thema journalistische Qualität seit einigen Jahren den Forscherschweiß auf die Stirnen von Kommunikationswissenschaftlern treibt.<sup>1</sup> Diese Anstrengungen sind allerdings bisher wenig befriedigend. Symptomatisch dafür ist die Dissertation von Gianluca Wallisch mit dem lapidaren Titel „Journalistische Qualität“ (1995). Der Autor hat die diversen Gegenden abgewandert, aus denen Qualitätsmaßstäbe zu holen sein könnten: die Entste-

---

1 Vgl. den Beitrag „Vielfältige Qualität“ (5.3) in diesem Handbuch.

lungsgeschichte des Journalismus in Europa und in Nordamerika, die Literaturwissenschaft, die Kommunikationswissenschaft, schließlich die aktuellen Debatten unter Medienkritikern, Preisjuroren und Praktikern. Bei diesem Rundum-Verfahren ist eine schwer überschaubare Vielzahl heterogener Qualitätskriterien in den Blick geraten: von der Allgemeinverständlichkeit bis zur Originalität des sprachlichen Ausdrucks und vom Deklarieren unvermeidlicher subjektiver Selektionskriterien bis zur demonstrativen Trennung von Nachricht und Meinung.

Ob es möglich ist, Qualitätskriterien, die ja normative Urteile über journalistische Leistungen fundieren sollen, aus *Urteilspraktiken* in verschiedenen Epochen und publizistischen Professionen zu übernehmen, erscheint fraglich. Wenn sich praktische Vernunft, die auf die Frage antwortet ‚Was sollen wir (Journalistinnen und Journalisten) tun?‘ (vgl. Schmidt 1974: 161), nur auf schon Bestehendes und Praktiziertes beruft, wird sie keine Kraft haben können, Maßstäbe hervorzubringen, deren Handhabung zur Kritik, Veränderung und Erneuerung von Bestehendem und Praktiziertem führt (vgl. Kant 1994: 5 f.). Ohne diese Innovationskraft aber wäre praktische Vernunft nicht nur im Sinne allgemeiner Moral, sondern auch im Sinne professioneller Qualitätsethik als Teil von berufsorientierten Wissenschaften wie der Medizin, der Pädagogik oder der Journalistik überflüssig.<sup>2</sup>

Mehr Korrekturpotential und Innovationskraft, aber auch mehr Konturiertheit und Konsistenz der Ergebnisse stehen in Aussicht, wenn sich die Qualitätsdiskussion darauf besinnt, wozu der Journalismus eigentlich da ist. Diese Frage kann nur eine *Theorie des Journalismus* beantworten. Journalistische Qualitätsmaßstäbe sind also vor allem durch Journalismustheorie zu begründen. Daneben kommt noch die universelle Moral als ihre Quelle in Betracht.<sup>3</sup>

## 2 Journalismus als Gegenstand oder als Gegenüber funktionaler Differenzierung?

Ebenso wie Ärzte, Rechtsanwälte oder Köche gehören Journalisten einem Beruf an. Berufe sind *Institutionen*, die eigens zur Erfüllung einer für das Leben in Gesellschaft notwendigen Funktion da sind. Zur Erfüllung welcher Funktion ist der Journalistenberuf da? Um diese Frage zu beantworten, bietet sich ein Rückblick auf seine Entstehungsgeschichte an.

2 Vgl. den Beitrag „Von Aristoteles zu Habermas“ (5.2) in diesem Handbuch.

3 Vgl. den Beitrag „Des Journalismus vergangene Zukunft“ (2.1) in diesem Handbuch.

Technische Medien, durch sie hergestellte Öffentlichkeit sowie mit dieser Herstellung befaßte Berufe sind entstanden, als das unmittelbare Erfahrungswissen des Individuums aufgrund gesellschaftlicher Entwicklungen nicht mehr ausreichte, um sich erfolgreich in der Welt zu orientieren.<sup>4</sup> Die räumliche Expansion des sich intensivierenden Warenaustausches, vor allem aber die fortschreitende funktionale Differenzierung machten es notwendig und gleichzeitig auch möglich, daß zunächst die Kaufleute und Herrschenden, in späteren Entwicklungsphasen der modernen Gesellschaft alle Wirtschaftssubjekte und Bürger sich über Ereignisse und Zustände informieren (können), die außerhalb des Horizonts ihrer direkten Wahrnehmung liegen.

Wie andere gesellschaftliche Aufgaben war auch diese vor ihrer Institutionalisierung nicht einfach unerfüllt geblieben, da Erfahrungswissen von Mund zu Mund weitergegeben wird. Allerdings ist das ein langsamer, den Inhalt der weitergegebenen Kunde nicht unversehrt lassender Prozeß, der überdies eine unbestimmte Menge von Menschen nicht erreicht. Um diesen Prozeß effektiver zu gestalten ist der Journalismus da: um möglichst viele (im Prinzip alle) Wirtschaftssubjekte und Bürger möglichst schnell und möglichst unverzerrt mit den Kenntnissen zu versorgen, die sie für das Leben in einer komplexen Gesellschaft brauchen, aber dort aufgrund unmittelbarer Wahrnehmung und Erfahrung nicht erlangen (können).

Wer in einer vormodernen Kultur seinen Stamm, sein Dorf kannte, kannte die ganze Gesellschaft und konnte sich in ihr erfolgreich orientieren. In den parzellierten, hochkomplexen Gesellschaften der Moderne gilt dies längst nicht mehr. Hier braucht das Individuum, um in den Makrostrukturen erfolgreich handeln zu können, medial hergestellte *Öffentlichkeit* und die mit der Herstellung von Öffentlichkeit befaßten Berufe. Offenbar braucht aber auch die moderne Gesellschaft Öffentlichkeit als diejenige Institution, die eigens dazu da ist, das durch die funktionale Differenzierung zerlegte Erfahrungswissen wieder zusammenzufügen und damit die Selbstregulierungs- und Problemverarbeitungskapazität des sozialen Systems zu stärken. Moderne Gesellschaften mit zu wenig oder falsch hergestellter Öffentlichkeit gehen zugrunde, wofür der Zusammenbruch des ‚real existierenden Sozialismus‘ ein Beispiel geliefert hat, auch wenn der Mangel an Öffentlichkeit nicht seine einzige Ursache gewesen ist.

Die zentrale Aufgabe des Journalismus ist also die *Komplexitätsüberbrückung*, die Vermittlung zwischen den voneinander geschiedenen Lebenswirklichkeiten, die Übertragung des jeweils isolierten Erfahrungswissens in eine jedermann

4 Vgl. den Beitrag „Organisationen, Programme, Rollen“ (3.2) in diesem Handbuch.

zugängliche, eben ‚offene‘ Sphäre, um so für alle die Möglichkeit der Partizipation am gesellschaftlichen Ganzen zu sichern.<sup>5</sup>

Den Journalismus so betrachten heißt, der Logik der fortschreitenden funktionalen Differenzierung sowohl bis zu einem bestimmten Punkt zu folgen als auch von diesem Punkt ab von ihr abzuweichen. Ihr zu folgen insofern, als diese Betrachtungsweise die gesellschaftliche Komplexität als Resultat des Differenzierungsprozesses durchaus ins Auge faßt; von ihr abzuweichen insofern, als sie weniger auf die Antriebsmomente dieses Prozesses als auf die ihn begleitenden Defizite an individueller Partizipation und sozialer Regulierung blickt.

Aus dieser Perspektive erscheint der Journalismus weniger als eine Institution wie andere, an und in denen sich die Logik der funktionalen Differenzierung vollzieht; er erscheint vor allem als die besondere Institution, deren Funktion – oder im Hinblick auf die Journalistik als Instanz beruflicher Sozialisation<sup>6</sup> besser: deren professionelle *Aufgabe* (vgl. Pöttker 1998: 231 f.) – darin besteht, mit der zunehmenden Komplexität vermachte Belastungen zu kompensieren. Und anders als aus systemtheoretisch-konstruktivistischer Sicht erscheint nicht Kontingenz als Schlüsselproblem der Moderne, sondern umgekehrt die durch die modernen Verhältnisse erzeugte *Borniertheit* der Handlungs-subjekte, so daß nicht Komplexitätsreduktion als Schlüsselleistung des Journalismus vorausgesetzt wird, sondern die *Überwölbung* gesellschaftlicher (Über-) Komplexität.

Funktionale Differenzierung wird – neben der zentralen Prämisse über die Konstitution sozialer Systeme als Binnenreduktion von Umweltkomplexität – von der sozialwissenschaftlichen Systemtheorie traditionellerweise als Grundgesetzlichkeit gesellschaftlicher Entwicklung vorausgesetzt. Immanuel Kant, bekanntlich der Ahnherr des Konstruktivismus in der Aufklärungsepoche, kann als Ahnherr auch dieses Denkens gelten, wobei er die funktionale Differenzierung (Arbeitsteilung), ähnlich wie die funktionalistische Systemtheorie, im Hinblick auf ihr Antriebsmoment, die Effektivitätssteigerung, betrachtet hat:

Alle Gewerbe, Handwerke und Künste haben durch die Verteilung der Arbeiten gewonnen, da nämlich nicht einer alles macht, sondern jeder sich auf gewisse Arbeit, die sich ihrer Behandlungsweise nach von anderen merklich unterscheidet, einschränkt, um sie in der größten Vollkommenheit und mit mehreren Leichtigkeit leisten zu können. Wo die Arbeiten so nicht unterschieden und verteilt werden, wo jeder ein Tausendkünstler ist, da liegen die Gewerbe noch in der größten Barbarei. (Kant 1994: 4)

5. Vgl. den Beitrag „Komplexität ernst nehmen“ (3.1) in diesem Handbuch.

6. Vgl. den Beitrag „Journalismus und Journalistik“ (5.6) in diesem Handbuch.

Emile Durkheim, von Niklas Luhmann als Vorgänger 'Talcott Parsons' und der Systemtheorie gefeiert (vgl. Luhmann 1977: 27-31), hat gleichzeitig mit Georg Simmel (1890) vor über hundert Jahren als einer der ersten die moderne Gesellschaft als ein hochgradig differenziertes und parzelliertes Sozialsystem beschrieben. Er hat aber auch auf die Gefahr hingewiesen, daß dieses System nicht lebensfähig ist, wenn die spezialisierten Institutionen, die er in der biologischen Manier seiner Zeit als „Organe“ bezeichnete, „keinen genügenden Kontakt haben oder nicht lange genug andauern (...). Ist die Arbeitsteilung normal, dann schließt sie das Individuum nicht in eine Aufgabe ein, indem sie es daran hindert, darüber hinauszuschauen“ (Durkheim 1977: 14). Man kann das auch umdrehen: Ist die Arbeitsteilung pathologisch (dysfunktional) würde man in der Tradition der Systemtheorie in ihrer Parsonsschen (1976) Variante sagen), dann sperrt sie den Menschen in seine besonderen Aufgaben ein und läßt es nicht zu, daß er diesen Horizont erweitert.

Es sind die Medien und die in ihnen arbeitenden Journalisten, Künstler und übrigens auch ‚Öffentlichkeitsarbeiter‘, die dem Individuum in modernen Gesellschaften erlauben, über seinen durch die hohe Komplexität beengten Erfahrungshorizont hinauszuschauen. Der Journalistenberuf ist eine Institution, der eigens die besondere Aufgabe zufällt, diesen beengenden Folgen der funktionalen Differenzierung für das individuelle Bewußtsein und den sich daraus ergebenden sozialen Regulierungsproblemen durch die *Herstellung von Öffentlichkeit* entgegenzuwirken.<sup>7</sup>

Daraus folgt zunächst ein naheliegender Qualitätsmaßstab für das *Mediensystem*. Alle Tatbestände und Probleme, die es gesellschaftlich zu verarbeiten gilt, sollten eine reelle Chance haben, von den Medien publik gemacht zu werden. Oder anders, eingedenk der heute wieder hoch im Kurs stehenden erkenntnistheoretischen Skepsis formuliert, daß ‚Tatbestände‘ nur als Gegenstände subjektiver Erfahrungen und als Produkte subjektiver (Re-)Konstruktionen gesichert sind: Alle Gruppen (und in letzter Konsequenz sogar alle Individuen) der Gesellschaft sollten eine reelle Chance haben, mit ihren besonderen Wahrnehmungen, Erfahrungen und Interessen in den Medien vorzukommen. Dafür sind rechtliche, ökonomische und politische Vorkehrungen erforderlich, die freien Zutritt zu den Medien und Medienvielfalt verbürgen.

<sup>7</sup> Vgl. die Beiträge „Des Journalismus vergangene Zukunft“ (2.1), „Problemdimensionen des Journalismus“ (2.2), „Komplexität ernst nehmen“ (3.1) sowie „Ein privilegiertes Verhältnis“ (3.3) in diesem Handbuch.

### 3 Zwei Seiten journalistischer Qualität: Publikum und Gegenstand

Medienvielfalt ist freilich nur eine notwendige, aber keine hinreichende Voraussetzung dafür, daß im Prinzip alle Tatbestände und Probleme, die es gesellschaftlich zu verarbeiten gilt – oder in der anderen Terminologie: alle subjektiven Erfahrungen und Interessen – eine reelle Chance bekommen, öffentlich zu werden. Hinzukommen muß die entsprechende Bereitschaft der Menschen, die in den Medien arbeiten. Daß die Gesellschaft sich auf diese Bereitschaft in den auf die Öffentlichkeitsaufgabe spezialisierten Berufen verlassen kann, ist neben der Öffentlichkeit selbst eine Komponente im Mechanismus der „organischen Solidarität“, die wegen der funktionalen Differenzierung für den sozialen Zusammenhalt notwendig geworden ist (vgl. Durkheim 1977). Die Grundpflicht dieser Berufe ist deshalb das Veröffentlichen-Wollen. Sie entspricht in ihrer Bedeutung, natürlich nicht in ihrem Inhalt, etwa der Grundpflicht der Ärzte und anderer Heilberufe, menschliches Leben erhalten, oder der Grundpflicht der Anwälte, für ihre Mandanten das Beste herausholen zu wollen, auf deren Erfüllung sich die Gesellschaft ebenfalls verlassen können muß. Im Journalismus müssen also die Gründe, die gegen das Publizieren sprechen, beispielsweise die Verletzung der Würde einer dargestellten Person, besonders stark sein, um das grundlegende Öffentlichkeitsgebot zu übertrumpfen. Tendenziell ist das Verschweigen, das Zuwenig-Publizieren, ein stärkerer Verstoß gegen das journalistische Berufsethos als das Zuviel-Veröffentlichen von Überflüssigem oder Schädlichem. Da sich, ähnlich wie bei den Grundpflichten der Ärzte oder der Anwälte, kaum allgemeinverbindlich definieren läßt, wann eine sanktionsbedürftige Verletzung der Grundpflicht zum Publizieren vorliegt, kann es sich dabei allerdings nur um einen berufsethischen Kompaß, nicht um eine Rechtsnorm handeln, auch wenn Medienjuristen dies gelegentlich fordern.

Der elementare Imperativ für das Handeln von Journalisten ist also nicht: Drucke oder sende, was dem Publikum frommt und gut tut! Das wäre eine wohlwollende Interpretation jenes Journalismus, wie er etwa in der DDR praktiziert wurde. Journalisten sind keine Pädagogen, in gewisser Weise läßt sich der Journalismus sogar als das Gegenteil von Pädagogik auffassen. Journalisten müssen von vornherein Vertrauen in die Mündigkeit des Publikums haben, die sie nur mit Stoff versorgen wollen sollten. Sie können ihre berufliche Aufgabe nur erfüllen, wenn sie ihre Leser, Hörerinnen oder Zuschauer im Prinzip für vernunftbegabte, selbständige, also fertig sozialisierte Wesen halten, die mit der ungeschminkten Wahrheit konfrontiert werden dürfen. Dies ist der gesin-

nungsethische Kern des journalistischen Selbstverständnisses, der natürlich im konkreten Einzelfall verantwortungsethisch, also durch die Reflexion der Folgen des beruflichen Tuns, begrenzt sein kann.<sup>8</sup>

Entgegen einem verbreiteten Mißverständnis hat Max Weber übrigens nicht nur die Verantwortungsethik gelten lassen wollen, sondern ist in seiner berühmten, hierfür immer angeführten Münchener Rede von 1919 „Politik als Beruf“ dafür eingetreten, daß sich Gesinnungs- und Verantwortungsethik ergänzen, d.h. vor allem: wechselseitig begrenzen und zügeln müssen (vgl. Weber 1987). Ein Publikationsverzicht wegen zu befürchtender konkreter Folgen einer Veröffentlichung kann nach Webers Ethik-Konzept also unter Umständen durchaus ein Fall von illegitimem Opportunismus sein, zumal der Jurist Weber nicht nur ein Tun, sondern auch ein Unterlassen als subjektiv sinnhaftes Handeln betrachtete, das – z.B. im Hinblick auf seine gesellschaftlichen Auswirkungen – zu verantworten ist (vgl. Pöttker 1989: 19 f.).

Ebenfalls nur teilweise kompatibel ist die Aufgabe, Öffentlichkeit herzustellen, mit dem Kommerz.<sup>9</sup> Der Marktrationalität und der publizistischen Mentalität ist zwar das elementare Ziel gemeinsam, mit dem Medienprodukt das Interesse der Leserin oder des Zuschauers zu wecken, was eine notwendige Voraussetzung sowohl für den Kauf des Produkts als auch für die Aufnahme des zu vermittelnden Inhalts ist. Wie Interesse geweckt, Aufmerksamkeit erregt werden kann, ist das zentrale Problem, auf dessen Lösung sich die gestalterische Kreativität in allen Öffentlichkeitsberufen, also auch im Journalismus, richtet oder zumindest richten sollte, vom Werbetexter bis zum Filmregisseur, vom Hörfunkmoderator bis zum Chefredakteur.

Aber jenseits der fundamentalen Kongruenz zwischen publizistischer und kommerzieller Zielsetzung existieren auch erhebliche Diskrepanzen. Die Öffentlichkeitsaufgabe verlangt offenbar, dem Rezipienten gerade das Unbekannte, also Unvertraute, Fremde, ja Befremdliche zu vermitteln, während ökonomisches Gewinnstreben dazu verführt, dem Publikum das ohnehin Bekannte und Vertraute anzubieten. Auch ohne sich in der wissenschaftlichen Literatur auszukennen, wissen erfolgreiche Medienunternehmer um die von Psychologie und Rezeptionsforschung konstatierte selektive Neigung des Menschen, nur oder jedenfalls mit Vorliebe dasjenige wahrzunehmen, aufzunehmen und zu behalten, was mit den schon vorhandenen eigenen Vorverständnissen und Interessen übereinstimmt (vgl. Festinger 1987).

8 Vgl. den Beitrag „Von Aristoteles zu Habermas“ (5.2) in diesem Handbuch.

9 Vgl. den Beitrag „Funktionale Autonomie und organisationale Abhängigkeit“ (3.5) in diesem Handbuch.

Wie kann ein auf seine gesellschaftliche Aufgabe konzentrierter Journalismus diese elementare Barriere überwinden, welches sind die vielleicht nicht hinreichenden, aber jedenfalls notwendigen Voraussetzungen dafür, daß die Vermittlung des Unbekannten und Unvertrauten zumindest partiell gelingen kann? Antworten auf diese Frage setzen Qualitätsmaßstäbe. Und da die Frage nicht nur das Publikum für sich betrifft, sondern auch dessen Verhältnis zum zu vermittelnden Gegenstand und damit diesen Gegenstand selbst, haben auch die aus der Frage zu entwickelnden Qualitätsmaßstäbe nicht nur eine auf das Publikum, sondern ebenso eine auf den Gegenstand bezogene Seite.<sup>10</sup>

Die stärker auf den Gegenstand bezogenen Qualitätsmaßstäbe werden von der Journalistik sogar intensiver beachtet, vielleicht, weil sie für den Wissenschaftlerberuf allgemein, für den ja die Öffentlichkeits- und Vermittlungsaufgabe zweitrangig ist, eine überragende Rolle spielen. Etwas konventionell beginnt der folgende Überblick mit diesem Ende der Skala, das durch die elementare Qualität *Richtigkeit* repräsentiert wird, und endet mit den am stärksten publikumsbezogenen Qualitäten *Verständlichkeit* und *Unterhaltsamkeit*. Gar nicht sortiert ist das Tableau nach dem Gesichtspunkt, ob sich der Maßstab mehr an das journalistische Produkt (z.B. *Aktualität*) oder mehr an das Handeln der journalistischen Person (z.B. *Unabhängigkeit*) richtet.

#### 4 Vier mehr auf den Gegenstand bezogene Qualitäten

Mindestens acht Eigenschaften der Information oder ihres Produzenten und Überbringers ermöglichen, trotz der anthropologischen Konsistenzneigung mit unbekanntem und unvertrauten Vermittlungsinhalten bei den Rezipienten anzukommen, oder anders ausgedrückt: qualifizieren dafür, Öffentlichkeit im hier skizzierten Sinne herzustellen: Richtigkeit, Vollständigkeit (oder Relevanz), Wahrhaftigkeit, Verschiedenartigkeit, Unabhängigkeit, Zeitigkeit (Aktualität), Verständlichkeit und Unterhaltsamkeit.

##### 4.1 *Richtigkeit*

In bezug auf die Gegenstände, deren Öffentlichkeit herzustellen ist, bedeutet diese auch in der Wissenschaft gebräuchliche und dort dominante Qualität, daß der Informationsinhalt im Prinzip intersubjektiv empirisch überprüfbar sein

10 Vgl. den Beitrag „Problemdimensionen des Journalismus“ (2.2) in diesem Handbuch.

muß. Der Qualitätsmaßstab Richtigkeit hat also auch eine zum Publikum gewendete Seite: Pragmatisch betrachtet ist eine Information dann richtig, wenn sich darüber, daß sie mit Sinneserfahrung übereinstimmt, Konsens herstellen läßt. Dies ist offenbar eine Minimalbedingung dafür, daß befremdliche Botschaften akzeptiert und aufgenommen werden können. Im journalistischen Alltag haben sich zur Sicherung dieser evidenten Qualität redaktionelle Vorschriften und Routinen herausgebildet, etwa die traditionelle Norm, im Zweifelsfall erst dann zu publizieren, wenn mindestens zwei Quellen übereinstimmen.

#### 4.2 *Vollständigkeit (Relevanz)*

Richtigkeit genügt aber nicht, damit eine Information allseits akzeptiert und aufgenommen werden kann. Wenn ein lokalpatriotischer Sportreporter in einem Fußballbericht nur die Tore der Heimmannschaft erwähnen würde, könnte in diesem Bericht alles richtig sein und dennoch ließe sich mit dieser extrem unvollständigen Information, in der die Tore der Gastmannschaft und das Gesamtergebnis fehlen, auf die Dauer schwerlich Öffentlichkeit herstellen. Vollständigkeit klingt nach Akribie bis ins letzte Detail, was natürlich nicht gemeint sein kann. Gemeint sein kann nur, das ‚Wesentliche‘ eines Vorgangs oder Zustands mitzuteilen. Es mag deshalb plausibel sein, lieber von Bedeutung oder Relevanz zu reden, wie es Günther Rager tut (vgl. Rager 1994). Allerdings hat man Mühe, sich objektivierbare Kriterien vorzustellen, mit denen Relevanz festgestellt werden kann. Zwar gibt es auch dafür redaktionelle Routinen, die in Nachrichtenwert-Theorien (in Deutschland zuerst Schulz 1976, gestützt auf Galtung/Ruge 1965) zusammengefaßt werden, doch diese schwanken sehr stark von Medium zu Medium und von Journalist zu Journalist. Ein Redakteur der ‚Neuen Zürcher Zeitung‘ definiert eine bedeutungsvolle Information legitimerweise ganz anders als ein Redakteur der ‚Bild‘-Zeitung. Bezeichnend für die relative Unverbindlichkeit von Relevanzkriterien ist, daß sich der Verhaltenskodex des Deutschen Presserats (1996a) dazu nicht äußert – im Gegensatz zu den meisten anderen Qualitätsmaßstäben, die hier behandelt werden. Der Begriff ‚Vollständigkeit‘ deutet lediglich an, daß dem Journalismus auch an dieser Stelle von jenseits der Subjektivität, mag sie nun zu Personen, Publikationen oder Betrieben gehören, etwas abverlangt wird.

#### 4.3 *Wahrhaftigkeit*

Denn kein Journalist wird je Vollständigkeit erreichen können, weil sich über das, was im Dunkeln bleibt, nichts aussagen läßt – natürlich auch nicht, daß es nicht mehr vorhanden ist. Auch unzweifelhafte Richtigkeit ist im Journalismus – anders als in der Wissenschaft, wo die Prüfverfahren beliebig lange dauern dürfen – schon wegen der erforderlichen Zeitigkeit der Information nur sehr schwer realisierbar. Hier haben wir es offenbar mit einem Widerspruch zwischen einzelnen journalistischen Qualitätsmaßstäben zu tun – eine Thematik, die im Hinblick auf deren Gesamtheit eine eigene Analyse verdienen würde. Richtigkeit und Vollständigkeit sind die beiden zentralen Komponenten des emphatisch-pauschalen Qualitätsbegriffs ‚Wahrheit‘, den eine erkenntnistheoretisch naivere Zeit geprägt hat. Ob es vernünftig ist, wenn wir von diesem Begriff Abstand nehmen, sei dahingestellt. Jedenfalls drückt sich im journalistischen Unvermögen, Vollständigkeit und Richtigkeit endgültig herzustellen, die gravierende Einsicht aus, daß Wahrheit als Substanz, als fertige Eigenschaft der Information nicht zu haben ist. Denkbar ist sie dagegen als *Prozeß* der permanenten Vervollständigung und Berichtigung. Und dieser Prozeß läßt sich gerade dadurch in Gang halten, daß Zweifel und unvermeidliche Wahrheitsbeeinträchtigungen *deklariert* werden. In der journalistischen Praxis bedeutet das, Quellen und ihre Abweichungen zu benennen, im Zweifelsfall – etwa durch die Verwendung des Konjunktivs – Distanz zum Informationsinhalt zu bekunden, das Subjekt und seine Interessen hinter einem Text durchscheinen zu lassen, nach Möglichkeit Herausgeberrichtlinien und andere redaktionelle Vorgaben zu publizieren usw. Wahrhaftigkeit in diesem Sinne ist ein Qualitätsmaßstab, der zur Glaubwürdigkeit der Information beiträgt und damit ebenfalls deren Ankommen beim Publikum fördert.

#### 4.4 *Verschiedenartigkeit (Universalität)*

Um die Chance zu bekommen, durch die Rezeption eines Medienprodukts Unbekanntes und Unvertrautes kennenzulernen, muß dieses Medienprodukt natürlich auch Unvertrautes enthalten. Da aber aufgrund der bekannten selektiven Zuwendung zu den Medien kaum erwartet werden kann, daß der Rezipient sich eine Zeitschrift kauft oder ein Programm einschaltet, von denen er von vornherein weiß, daß sie seinen Vorverständnissen und Interessen überhaupt nicht entsprechen, dürften diejenigen Medienprodukte noch am besten zur Erfüllung der Öffentlichkeitsaufgabe geeignet sein, die mit einem verschie-

denartigen Inhalt möglichst vielfältige Vorverständnisse und Interessen ansprechen. Vorbildlich in dieser Hinsicht ist die sogenannte ‚Forum-Presse‘ (vgl. Pöttker 1996), die bewußt verschiedenen Interessengruppen und Positionen eine Plattform zur Diskussion bieten will. Auch dies hat insofern noch mit der Auffassung von Wahrheit als Prozeß (und nicht als fixierbare Substanz) zu tun, als das Publizieren und der dadurch ermöglichte offene Diskurs zwischen heterogenen Erfahrungen und Einsichten sich als *Voraussetzungen* erfolversprechender Wahrheitssuche darstellen und nicht umgekehrt eine einmalige Wahrheitsprüfung als notwendige Bedingung des Publizierens. Jedenfalls ist Pluralität, inhaltliche Verschiedenartigkeit (Heterogenität) offenbar eine Qualität, die Journalisten in ihren Produkten anstreben sollten – bis hin zum bewußten Bemühen, Kontroversen ins Blatt oder auf den Bildschirm zu bringen.

## 5 Vier mehr zum Publikum gewendete Qualitäten

### 5.1 *Unabhängigkeit*

Auch dieser im Pressekodex (vgl. Deutscher Presserat 1996a) reichlich vorkommende Qualitätsmaßstab gehört, zumindest als Konnotation, zu der kulturell verbreiteten Vorstellung von ‚Wahrheit‘, hat aber dadurch einen anderen Akzent als Richtigkeit und Vollständigkeit, daß er sich – noch mehr als die Wahrhaftigkeit – auf das Handeln der journalistischen Person und weniger auf das journalistische Produkt richtet. Auch hierbei ist letztlich die Glaubwürdigkeit der Information das Entscheidende. Tendenziell sperrt sich das Publikum nämlich gegen Medieninhalte, hinter denen es eine Überredungsabsicht vermuten muß, was besonders dann der Fall ist, wenn der Informant sein kommunikatives Können in den Dienst fremder Interessen stellt. Das Qualitätskriterium Unabhängigkeit ist besonders wichtig für die Unterscheidung zwischen Journalismus und anderen Öffentlichkeitsberufen.<sup>11</sup> Es ist aber auch im Zusammenhang mit bestimmten Ressorts und Themenfeldern, etwa der Kriegsberichterstattung, von zentraler Bedeutung. Ein Journalist, der seine Arbeit von den strategischen Zielen einer kriegführenden Partei abhängig macht, hat keine Chance, damit bei einem auf der anderen Seite stehenden Publikum anzukommen. Das gilt nicht nur für die großen Kriege zwischen Staaten, sondern auch für die alltäglichen Auseinandersetzungen im Inneren einer Gesellschaft.

11 Vgl. den Beitrag „Ein privilegiertes Verhältnis“ (3.3) in diesem Handbuch.