

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.¹ 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.²

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.³

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.⁴ 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.⁵

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 Sozialisation⁶ 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.⁷

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.

⁷ 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.⁸

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.⁹ 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.¹⁰

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.¹¹ 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.

Natürlich sind auch Journalisten bei ihrer Arbeit nicht frei von Interessen. Eine wichtige Voraussetzung, damit Öffentlichkeit hergestellt werden kann, ist jedoch, daß das Publikum sich auf den *professionellen* Charakter dieser Interessen verlassen kann. Das schließt eine Unterwerfung unter andere, nicht-publizistische Interessen aus. Unabhängigkeit in diesem Sinne bedeutet vor allem, daß der Journalist sich seine Themenwahl, also seine Relevanzmaßstäbe, nicht von berufsfremden Interessen vorgeben läßt, und daß er von sich aus mit Recherchen aktiv wird (vgl. Pöttker 1984).

5.2 *Zeitigkeit (Aktualität)*

Jenseits aller Parzellierung hat das Publikum zumindest eines gemeinsam: daß es in der Gegenwart lebt. Der Gegenwartsbezug der Information ist daher ein probates Mittel, um mit ihr die Leistung der Komplexitätsüberbrückung zu erbringen. Daß Aktualität vor allem um der Publikumswirksamkeit willen eine spezifisch journalistische Qualität ist, geht bereits aus der Etymologie dieses Wortes hervor: Aktualität stammt von *actus*, die Handlung, und nicht von *tempus*, die Zeit. Natürlich ist mit Gegenwartsbezug nicht nur die unmittelbare Tagesaktualität gemeint, wie die Etymologie des Wortes Journalismus nahelegen mag – ein Wort, in dem daneben freilich auch noch die Dimension der Helligkeit, des Aufklärens steckt. Jedenfalls haben der Zeitschriften- und der Buch-Journalismus ihre eigenen Konzepte von Zeitigkeit entwickelt, gelegentlich ‚Hintergrund-‘ oder ‚latente Aktualität‘ genannt, die von entsprechenden Arbeitsroutinen und -normen flankiert werden. Im übrigen bedeutet dieser Qualitätsmaßstab nicht, daß Journalisten sich nicht auch mit Vergangenheit (die komplizierte Frage nach der Zukunft sei hier ausgeklammert) befassen könnten. Selbst hier ist der Aktualitätsmaßstab keineswegs grotesk: Die spezifische Qualität des Geschichtsjournalismus gegenüber der wissenschaftlichen Fachhistorie liegt darin, daß Gegenwartsbezüge des Vergangenen plausibel hergestellt werden (vgl. Pöttker 1997).

5.3 *Verständlichkeit*

Dieser Qualitätsmaßstab ist den journalistischen Darstellungsformen anzulegen, besonders der Sprache. Der Zusammenhang mit der Öffentlichkeitsaufgabe, dem angestrebten Ankommen beim Publikum, ist hier evident. Peter Glotz und Wolfgang R. Langenbucher haben diesen Zusammenhang vor über einem Vierteljahrhundert in ihrem kommunikationswissenschaftlichen Klassi-

ker „Der mißachtete Leser“ (1969) behandelt. Bemerkenswert ist vor allem, daß die beiden Autoren das journalistische Bemühen um Verständlichkeit und Aufmerksamkeitswert nicht, wie man vielleicht vermuten könnte, als kommerzielle Auflagen- oder Quotenversessenheit kritisiert, sondern eben als journalistischen Qualitätsmaßstab hochgehalten haben, der ins Zentrum der Öffentlichkeitsaufgabe weist. Ihrer Kritik an den Wirtschafts- und Feuilletonseiten der deutschen Presse, deren Produzenten mit dieser Aufgabe jedenfalls zu jener Zeit offenbar wenig im Sinn hatten, waren schon damals beachtliche Hinweise zu entnehmen, wie man als Journalist verständlich sein und die Aufmerksamkeit der Leser erregen kann: durch hohen Gesprächswert des berichteten Gegenstandes (ein spezifisch publizistisches Relevanzkriterium), durch Vielfalt und Experimentierfreudigkeit bei den Genres, durch prägnanten und klaren Stil usw.

5.4 *Unterhaltsamkeit*

Bei Glotz/Langenbacher schimmert es bereits durch: Der traditionelle Standard Verständlichkeit – man könnte auch sagen: passive Rezipierbarkeit – läßt sich weiterentwickeln in Richtung aktive Rezeptionsanregung. Daß dies bei Marktverdichtung und verschärfter Konkurrenz um sich greift, spricht nicht dagegen, auch den Reiz der Unterhaltsamkeit als eine für die Herstellung von Öffentlichkeit förderliche Eigenschaft der Information, also einen Qualitätsmaßstab, anzuerkennen. Dabei ist Unterhaltung von Zerstreuung zu unterscheiden, die die Aufnahme unvertrauter Botschaften eher hindert als fördert, weil sie vom zu vermittelnden Gegenstand ablenkt. Unterhaltsamkeit, die der Öffentlichkeitsaufgabe dient, führt den Hörer oder den Leser dagegen zu diesem Inhalt hin, indem sie eine tragfähige Brücke zwischen ihm und den ernst genommenen Alltagserfahrungen des Publikums schlägt. Dazu gehört nicht zuletzt das Bedürfnis, einen als langweilig, ermüdend oder in anderer Weise unzulänglich empfundenen Alltag zu überwinden. Unterhaltsamkeit ist daher oft mit einem utopischen, öffentlichkeitsbedürftige Gegenstände und Probleme transzendierenden Moment verbunden, das der Phantasie des Lesers oder der Zuschauerin auf die Beine hilft. Dafür eignen sich besonders Genres wie Glosse, Satire oder Reportage, die neben den Formen Nachricht und Bericht seit jeher ihren Platz im Journalismus haben.

Daß sich *Unterhaltsamkeit* und *Richtigkeit* beispielsweise beim heute im Fernsehen praktizierten ‚Infotainment‘ beißen können (nicht müssen), gehört zum Thema (Un-)Verträglichkeit der Qualitätsmaßstäbe untereinander; auf dessen

Erörterung hier verzichtet wird. Das Tableau der acht Qualitätsmaßstäbe ist ohnehin nicht als starrer Kodex zu verstehen, bei dessen konkreter Anwendung auf bestimmte Produkte alle Kriterien der Reihe nach gleichermaßen durchgeprüft werden müßten; sondern als flexible, sicher auch noch ergänzungsbedürftige Skizze, aus der einzelne Qualitätskriterien nach Bedarf hervorgehoben werden können: bei kritischer Betrachtung der Kriegsberichterstattung der Maßstab *Unabhängigkeit*, bei kritischer Betrachtung des Geschichtsjournalismus der Maßstab *Aktualität* (Gegenwartsbezug) usw. Auch die Operationalisierung der einzelnen Maßstäbe sollte erst im Hinblick auf konkretes Material vorgenommen und dann flexibel gehandhabt werden.

6 Universelle Moral und journalistische Qualität

Qualitätsbewußtsein ist ein Teil des journalistischen *Berufsethos*. Geht man von der professionellen Aufgabe aus, Öffentlichkeit herzustellen, dann zeigt sich, daß *Gebote* für das Berufsethos mindestens so wichtig sind wie Verbote, die das Publizieren einschränken und um die es in ‚medienethischen‘ Diskussionen meistens geht.¹² Das journalistische Berufsethos hat mit anderen Standesethiken gemeinsam, daß es sich infolge der Orientierung an der beruflichen Aufgabe zwar von der allgemeinen Moral abhebt, daß es aber insoweit in sie eingebettet bleibt, als es die universalethischen Werte und Normen zu berücksichtigen hat und dazu nicht allzu sehr in Widerspruch geraten darf. Insofern kommt auch die allgemeine Moral als Quelle von journalistischen Qualitätsmaßstäben in Betracht. Bei systematischer Betrachtung geraten aber auch aus dieser Perspektive keineswegs nur Verbote in den Blick.

Allgemeine Moral – dieses Stichwort wirft natürlich die Frage auf, ob es überhaupt Werte gibt, die universelle Gültigkeit beanspruchen können, und welche das sind. Man kann sich hier auf das Grundgesetz der Bundesrepublik Deutschland beziehen, das mit der Unantastbarkeit der Würde des Menschen beginnt.

Würde des Menschen, was bedeutet das? Damit kann wohl nur die Würde des Subjekts gemeint sein, als ein gültiges Ganzes anerkannt zu werden, also das Recht des Individuums, physisch und psychisch intakt zu bleiben. Nimmt man zum Wortlaut des Grundgesetzes auch noch seinen Traditionshintergrund hinzu, dann kommt man zur Formel ‚Liberté, Egalité, Fraternité‘ – Freiheit, Gleichheit, Brüderlichkeit. Der Begriff aus dieser bürgerlich-revolutionären

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

Trias, der dem bisher gewonnenen Verständnis von Menschenwürde etwas Neues und Entscheidendes hinzufügt, ist ‚Fraternité‘, Brüderlichkeit, besser: Zwischenmenschlichkeit. Unversehrt und frei sind Menschen auch, wenn sie von anderen Menschen in Ruhe und allein gelassen werden. Der Grundwert Zwischenmenschlichkeit weist darauf hin, daß dies nicht genügt, um ein menschenwürdiges Dasein zu führen. Zur Menschenwürde gehört der Kontakt mit anderen. Damit sind wir bei der Kommunikation: Offenbar hat der Gegenstand, mit dem die Kommunikationswissenschaft sich befaßt, etwas mit dem Recht auf Zwischenmenschlichkeit als Bestandteil der Menschenwürde zu tun.

An dieser Stelle muß der Begriff *Kommunikation* geklärt werden. Grundsätzlich gibt es zwei Möglichkeiten: Entweder man versteht darunter die Übertragung von Bedeutungsinhalten zwischen Menschen ganz allgemein, so beispielsweise Peter Hunziker in seiner „Einführung in die Soziologie der Massenkommunikation“ (1988: 1). Oder man definiert Kommunikation als den *Austausch* von Informationen, hält also das Moment der Wechselseitigkeit für konstitutiv, wie es etwa Hans-Paul Bahrdt in seinen „Soziologischen Schlüsselbegriffen“ (1984: 38 f.) tut. Der hier skizzierte normative Zusammenhang spricht für das Festhalten an der Wechselseitigkeit, wobei man aber eine möglichst weite Vorstellung von Austausch zugrundelegen, also beispielsweise nicht verlangen sollte, daß die Rückkoppelung hier und jetzt erfolgen muß, damit von Kommunikation gesprochen werden kann.

So bleibt der Begriff auf Medien und Journalismus anwendbar und begründet einen neunten, nicht aus der Öffentlichkeitsaufgabe, sondern aus der allgemeinen Moral abgeleiteten Qualitätsmaßstab. Man kann ihn *Wechselseitigkeit* nennen, womit gemeint ist, daß das journalistische Produkt dem Publikum nicht verbirgt, sondern im Gegenteil klarmacht, daß und wie es auf das Medium und seine Inhalte zurückwirken kann.

Wenn es um journalistische Qualität geht, stehen aus der allgemeinen Moral abgeleitete Gebote nicht im Vordergrund – es sei denn, sie dienen der Öffentlichkeitsaufgabe, was bei der kommunikativen Qualität eines journalistischen Produkts naheliegt. Die universellen Normen und Werte, hier als Menschenwürde mit spezifischen Dimensionen beschrieben, spielen aber insofern in das journalistische Berufsethos hinein, als beispielsweise im konkreten Einzelfall begründet werden können muß, warum das professionelle Veröffentlichungsgebot höher zu veranschlagen ist als das Recht eines Individuums, über das berichtet wird, auf psychische Unversehrtheit. Mangelt es an zureichenden Gründen, dann nimmt journalistisches Qualitätsbewußtsein die Form der Beachtung eines *Verbots* an, um einen universellen Wert zu realisieren. Für das

journalistische wie für jedes andere professionelle Qualitätsbewußtsein ist die Konkurrenz zwischen generellen und professionellen Imperativen typisch, zwischen denen es sorgfältig abzuwägen gilt. Diese *Sorgfalt beim Abwägen*, von der auch der journalistische Verhaltenskodex des Deutschen Presserats (1996a) spricht, ist der letzte von zehn journalistischen Qualitätsmaßstäben, die sich hier aus den Umrissen einer Theorie des Journalismus im Zusammenspiel mit der allgemeinen Ethik ergeben haben.

Martin Löffelholz (Hrsg.)

Theorien des Journalismus

Ein diskursives Handbuch

Westdeutscher Verlag

Die Deutsche Bibliothek – CIP-Einheitsaufnahme
Ein Titeldatensatz für diese Publikation ist bei
Der Deutschen Bibliothek erhältlich

1. Auflage November 2000

Alle Rechte vorbehalten
© Westdeutscher Verlag GmbH, Wiesbaden, 2000

Der Westdeutsche Verlag ist ein Unternehmen der
Fachverlagsgruppe BertelsmannSpringer.



Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

www.westdeutschervlg.de

Höchste inhaltliche und technische Qualität unserer Produkte ist unser Ziel. Bei der Produktion und Verbreitung unserer Bücher wollen wir die Umwelt schonen. Dieses Buch ist auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier gedruckt. Die Einschweißfolie besteht aus Polyäthylen und damit aus organischen Grundstoffen, die weder bei der Herstellung noch bei der Verbrennung Schadstoffe freisetzen.

Umschlaggestaltung: Horst Dieter Bürkle, Darmstadt
Titelbild: Kersten Hoppe, Ilmenau
Redaktion: Thorsten Quandt, Ilmenau
Druck und buchbinderische Verarbeitung: Lengericher Handelsdruckerei, Lengerich
Printed in Germany

ISBN 3-531-13341-1

Inhalt

Vorwort	11
Zur Orientierung in diesem Handbuch.....	13
1 Theorien des Journalismus	
<i>Martin Löffelholz</i>	
Theorien des Journalismus. Entwicklungen, Erkenntnisse, Erfindungen – eine metatheoretische und historische Orientierung.....	15
2 Emergenz – Empirie – Praxis: Ausgangspunkte und Grundlagen	
<i>Martin Löffelholz/Thorsten Quandt</i>	
Emergenz – Empirie – Praxis: Ausgangspunkte und Grundlagen.....	61
2.1 <i>Manfred Rühl</i>	
Des Journalismus vergangene Zukunft. Zur Theoriegeschichte einer künftigen Journalismusforschung.....	65
2.2 <i>Hans Mathias Kepplinger</i>	
Problemdimensionen des Journalismus. Theoretischer Anspruch und empirischer Ertrag	81

2.3	<i>Michael Haller</i>	
	Die zwei Kulturen.	
	Journalismustheorie und journalistische Praxis	101
2.4	<i>Frank Esser</i>	
	Journalismus vergleichen.	
	Journalismustheorie und komparative Forschung	123
3	Funktion – Struktur – Umwelt:	
	Das System als Paradigma	
	<i>Martin Löffelholz/Thorsten Quandt</i>	
	Funktion – Struktur – Umwelt:	
	Das System als Paradigma	147
3.1	<i>Matthias Kobring</i>	
	Komplexität ernst nehmen.	
	Grundlagen einer systemtheoretischen Journalismustheorie	153
3.2	<i>Bernd Blöbaum</i>	
	Organisationen, Programme und Rollen.	
	Die Struktur des Journalismus	169
3.3	<i>Martin Löffelholz</i>	
	Ein privilegiertes Verhältnis.	
	Inter-Relationen von Journalismus und Öffentlichkeitsarbeit	185
3.4	<i>Frank Marcinkowski/Thomas Bruns</i>	
	Autopoiesis und strukturelle Kopplung.	
	Inter-Relationen von Journalismus und Politik	209

3.5	<i>Klaus-Dieter Altmeppen</i>	
	Funktionale Autonomie und organisationale Abhängigkeit.	
	Inter-Relationen von Journalismus und Ökonomie	225
4	Akteur – Handlung – Bewußtsein:	
	Klassische Ideen und neue Ansätze	
	<i>Martin Löffelholz/Thorsten Quandt</i>	
	Akteur – Handlung – Bewußtsein:	
	Klassische Ideen und neue Ansätze.....	241
4.1	<i>Hans-Jürgen Bucher</i>	
	Journalismus als kommunikatives Handeln.	
	Grundlagen einer handlungstheoretischen Journalismustheorie.....	245
4.2	<i>Christoph Neuberger</i>	
	Journalismus als systembezogene Akteurkonstellation.	
	Vorschläge für die Verbindung von Akteur-, Institutionen- und	
	Systemtheorie	275
4.3	<i>Klaus-Dieter Altmeppen</i>	
	Entscheidungen und Koordinationen.	
	Dimensionen journalistischen Handelns	293
4.4	<i>Johannes Raabe</i>	
	Journalismus ohne Bewußtsein?	
	Theoretische Grenzen und ihre Folgen für die	
	Journalismusforschung	311

5 Geschlecht – Ethik – Qualität: Ausgewählte Problemfelder

Martin Löffelholz/Thorsten Quandt

Geschlecht – Ethik – Qualität:

Ausgewählte Problemfelder..... 327

5.1 *Elisabeth Klaus*

Jenseits von Individuum und System.

Journalismustheorien in der Perspektive der Geschlechterforschung.... 333

5.2 *Barbara Thomaß*

Von Aristoteles zu Habermas.

Theorien zur Ethik des Journalismus..... 351

5.3 *Hans Heinz Fabris*

Vielfältige Qualität.

Theoretische Ansätze und Perspektiven der Diskussion um Qualität
im Journalismus..... 363

5.4 *Horst Pöttker*

Kompensation von Komplexität.

Journalismustheorie als Begründung journalistischer
Qualitätsmaßstäbe..... 375

5.5 *Margret Lünenborg*

Europa ohne Öffentlichkeit?

Theorien und Befunde europäischer Journalismusforschung..... 391

5.6 *Ulrich Pätzold*

Journalismus und Journalistik.

Definitionsproblem und theoretische Perspektive..... 417

6 Distinktion – Integration – Vernetzung: Herausforderungen und Perspektiven

Martin Löffelholz/Thorsten Quandt

Distinktion – Integration – Vernetzung:

Herausforderungen und Perspektiven 429

6.1 *Alexander Görke*

Systemtheorie weiterdenken.

Das Denken in Systemen als Herausforderung für die

Journalismusforschung 435

6.2 *Stefan Weber*

Ist eine integrative Theorie möglich?

Distinktionstheorie und nicht-dualisierender Ansatz als

Herausforderungen für die Journalismustheorie 455

6.3 *Rudi Renger*

Journalismus als kultureller Diskurs.

Cultural Studies als Herausforderung für die Journalismustheorie 467

6.4 *Thorsten Quandt*

Das Ende des Journalismus?

Online-Kommunikation als Herausforderung für die

Journalismusforschung 483

Literatur 511

Register 561

Autoren 575

Literatur

A

- Aarebrot, F. H./Bakka, P. H. (1997): Die vergleichende Methode in der Politikwissenschaft. In: D. Berg-Schlosser/F. Müller-Rommel (Hrsg.): Vergleichende Politikwissenschaft. Ein einführendes Studienhandbuch (3., überarbeitete und ergänzte Auflage). Opladen: Leske + Budrich, 49-66.
- Adam, S. G. (1993): Notes towards a Definition of Journalism. Understanding an Old Craft as an Art Form (Poynter Papers: No. 2). St. Petersburg: The Poynter Institute for Media Studies.
- Alasuurari, P. (1996): Researching Culture. Qualitative Method and Cultural Studies. London u.a.: Sage Publications.
- Aldridge, M. (1998): The Tentative Hell-Raisers: Identity and Mythology in Contemporary UK Press Journalism. In: Media, Culture & Society, 20, 109-127.
- Almond, G. (1960): Introduction: A Functional Approach to Comparative Politics. In: G. A. Almond/J. Coleman (Hrsg.): The Politics of the Developing Areas. Princeton: Princeton University Press, 3-64.
- Almond, G. A./Powell, G. B. Jr. (1996) (Hrsg.): Comparative Politics Today: A World View (6. Auflage). New York: Harper Collins.
- Alston, W. P. (1991): Seale on Illocutionary Acts. In: Lepore, E. (Hrsg.): John Searle and His Critics. Cambridge/Oxford: Blackwell, 57-80.
- Altmeyden, K.-D. (1996a): Märkte der Medienkommunikation. Publizistische und ökonomische Aspekte von Medienmärkten und Markthandeln. In: K.-D. Altmeyden (Hrsg.): Ökonomie der Medien und des Mediensystems. Opladen: Westdeutscher Verlag, 251-271.
- Altmeyden, K.-D. (1996b): Medien und Ökonomie – Medienökonomie. In: K.-D. Altmeyden (Hrsg.): Ökonomie der Medien und des Mediensystems. Opladen: Westdeutscher Verlag, 9-24.
- Altmeyden, K.-D. (Hrsg.) (1996c): Ökonomie der Medien und des Mediensystems. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Altmeyden, K.-D. (1999): Redaktionen als Koordinationszentren. Beobachtungen journalistischen Handelns. Opladen, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Altmeyden, K.-D./Donges, P./Engels, K. (1999): Transformation im Journalismus. Journalistische Qualifikationen im privaten Rundfunk am Beispiel norddeutscher Sender. Berlin: Vistas.
- Altmeyden, K.-D./Löffelholz, M. (1998): Zwischen Verlaubarungsorgan und ‚vierter Gewalt‘: Strukturen, Abhängigkeiten und Perspektiven des politischen Journalismus. In: U. Sarcinelli (Hrsg.): Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft. Opladen, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 97-123.
- Altschull, J. H. (1984): Agents of Power. The Role of the News Media in Human Affairs. New York: Longman. (dt.: Altschull, J. H. (1990): Agenten der Macht. Die Welt der Nachrichtenmedien – eine kritische Studie. Konstanz: Universitätsverlag)
- Altschull, J. H. (1990): From Milton to McLuhan. The Ideas behind American Journalism. New York, London: Longman.
- Ang, I./Hermes, J. (1991): Gender and/in Media Consumption. In: J. Curran/M. Gurevitch (Hrsg.): Mass Media and Society. London, 307-328.
- Angerer, M.-L. (1992): Prolog. Gender (Relations) als soziale und Denk-Kategorie. In: Medien Journal, 16(3), 117-120.
- Angerer, M.-L. (1995a): Frauen in der österreichischen Medien- und Kulturindustrie. Zur Beschäftigungslage von Frauen als Medien- und Kulturproduzentinnen und -vermittlerinnen in der audiovisuellen Produktion (Studie im Auftrag des Bundeskanzleramtes aus den Mitteln der Bundesministerin für Frauenangelegenheiten). Wien.
- Angerer, M.-L. (Hrsg.) (1995b): The Body of Gender. Körper, Geschlechter, Identitäten. Wien: Passagen Verlag.
- Angerer, M.-L./Dorer, J. (1994): Auf dem Weg zu einer feministischen Medien- und Kommunikationstheorie. In: M.-L. Angerer/J. Dorer (Hrsg.): Gender und Medien. Theoretische Ansätze, empirische Befunde und Praxis der Massenkommunikation. Ein Textbuch zur Einführung. Wien: Wilhelm Braumüller, 8-23.
- Angerer, M.-L./Stockinger, K. (1992): Feministische Theorien in der Medien- und Kommunikationswissenschaft. In: Medien Journal, 16(3), 121-125.
- ARD/ZDF-Arbeitsgruppe Multimedia (1999): ARD/ZDF-Online-Studie 1999: Wird Online Alltagsmedium? In: Media Perspektiven, (9), 401-414.
- Arens, E. (1996): Die Bedeutung der Diskurstheik für die Kommunikations- und Medienethik. In: R. Funiok (Hrsg.): Grundfragen der Kommunikationsethik. Konstanz: UVK Medien, 73-96.
- Assmann, J. (1988): Im Schatten junger Medienblüte. Ägypten und die Materialität des Zeichens. In: H. U. Gumbrecht/K. L. Pfeiffer (Hrsg.): Materialität der Kommunikation. Frankfurt a.M.: Suhrkamp, 141-160.
- Austin, J. L. (1962): How to do things with words. Cambridge, Mass.: Harvard University Press.
- Baecke, D. (Hrsg.) (1974): Kritische Medientheorien. Konzepte und Kommentare. München: Juventa.
- Bacon, F. (1966 [1783]): Über die Würde und den Fortgang der Wissenschaften (Nachdruck des Originals von 1783). Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft.
- Baecker, D. (1996): Oszillierende Öffentlichkeit. In: R. Maresch (Hrsg.): Medien und Öffentlichkeit. Positionierungen, Symptome, Simulationsbrüche. München, 89-107.
- Baecker, D. (1999): Organisation als System. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Baens, B. (1991[1985]): Öffentlichkeitsarbeit oder Journalismus? Zum Einfluß im Mediensystem (2. Auflage). Köln: Verlag Wissenschaft und Politik.
- Bahrdt, H.-P. (1984): Schlüsselbegriffe der Soziologie. München: C.H. Beck.
- Bailey, K. (1994): Sociology and the New System Theory. Towards a Theoretical Synthesis. New York: State University of New York Press.
- Baldes, I. (1984): Journalistin. Ein Traumberuf? Seminar für Publizistikwissenschaft der Universität Zürich: Zürich.
- Baldwin, T. F./McVoy, D. S./Steinfeld, C. (1996): Convergence. Integrating Media, Information and Communication. Thousand Oaks u.a.: Sage.
- Balog, A./Gabriel, M. (Hrsg.) (1998): Soziologische Handlungstheorie. Einheit oder Vielfalt? Opladen, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Bardmann, T. M. (Hrsg.) (1998): Zirkuläre Positionen 2. Opladen, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

- Bardmann, T. M./Dollhausen, K./Kleinwelfonder, B. (1992): Technik als Parasit sozialer Kommunikation. Zu einem konstruktivistischen Ansatz sozialwissenschaftlicher Technikforschung. In: Soziale Welt, 43, 201-216.
- Barth, H./Donsbach, W. (1992): Mythos und Passivität von Journalisten gegenüber Public Relations. Fallstudie am Beispiel von Pressekonferenzen zu Umweltthemen. In: Publizistik, 37(2), 151-165.
- Barthes, R. (1964): Mythen des Alltags. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Batinic, B. (Hrsg.) (1997): Internet für Psychologen. Göttingen u.a.: Hogrefe.
- Batinic, B. u.a. (Hrsg.) (1999): Online Research. Methoden, Anwendungen und Ergebnisse (Internet und Psychologie, Band 1). Göttingen u.a.: Hogrefe.
- Baum, A. (1994): Journalistisches Handeln. Eine kommunikationstheoretisch begründete Kritik der Journalismusforschung. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Baum, A. (1996): Inflationäre Publizistik und mülkender Journalismus. Über das journalistische Handeln in einer entfesselten Medienwirtschaft. In: K.-D. Altrneppen (Hrsg.): Ökonomie der Medien und des Mediensystems. Opladen: Westdeutscher Verlag, 237-249.
- Baumert, D. P. (1928): Die Entstehung des deutschen Journalismus. Eine sozial-geschichtliche Studie. München, Leipzig: Duncker & Humblot.
- Beck, K. (1997): Computervermittelte Kommunikation. Eine Auswahlbibliographie. In: K. Beck/G. Vowe (Hrsg.): Computernetze – ein Medium öffentlicher Kommunikation? Berlin: Spiss.
- Beck, K./Raulfs, A. (1999): Der Computer als Medium der Medienintegration. Ergebnisse und Erfahrungen einer internationalen online/offline-Delphi-Befragung. In: U.-D. Reips u.a.: Current Internet Science. Trends, Techniques, Results. Online Press: Zürich u.a., o.S. [Online-Dokumente] URL: <http://www.dgof.de/fband99> [Download: 10.2.2000]
- Beck, K./Vowe, G. (Hrsg.) (1997): Computernetze – ein Medium öffentlicher Kommunikation? Berlin: Spiss.
- Beck, U. (1986): Risikogesellschaft. Auf dem Weg in eine andere Moderne. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Beck, U./Brater, M./Dabain, H. (1980): Soziologie der Arbeit und der Berufe. Grundlagen, Problemfelder, Forschungsergebnisse. Reinbek: Rowohlt.
- Becker, B. von (1980): Berufssituation der Journalistin. Eine Untersuchung der Arbeitsbedingungen und Handlungsorientierungen von Redakteurinnen bei einer Tageszeitung. München: Minerva.
- Beckermann, A. (Hrsg.) (1977): Analytische Handlungstheorie. Band 2: Handlungserklärungen. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Behrmann, G. C. (1978): Handlungstheorie oder Gesellschaftstheorie? Zur Einführung in soziologische Handlungstheorien. In: G. Saße (Hrsg.): Handeln, Sprechen und Erkennen. Zur Theorie und Praxis der Pragmatik. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Bell, A. (1991): The Language of News Media. Oxford u.a.: Blackwell.
- Belz, C./Haller, M./Selheim, A. (1999): Berufsbilder im Journalismus. Von den alten zu den neuen Medien. Konstanz: UVK-Medien.
- Bennett, T. (1998): Cultural Studies: A Reluctant Discipline. In: Cultural Studies, (4), 528-545.
- Bentele, G. (1996): Wie wirklich ist die Medienwirklichkeit? In: W. Wunden (Hrsg.): Wahrheit als Medienenquärität. Frankfurt: Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik, 121-142.
- Bentele, G./Beck, K. (1994): Information – Kommunikation – Massenkommunikation: Grundbegriffe und Modelle der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. In: O. Jaren (Hrsg.): Medien und Journalismus 1. Eine Einführung. Opladen: Westdeutscher Verlag, 15-50.
- Bentele, G./Haller, M. (Hrsg.) (1997): Aktuelle Entstehung von Öffentlichkeit. Konstanz: UVK-Medien.
- Bentele, G./Hesse, K. (Hrsg.) (1994): Publizistik in der Gesellschaft. Festschrift für Manfred Rühl. Konstanz: UVK-Medien.
- Bentele, G./Rühl, M. (Hrsg.) (1993): Theorien öffentlicher Kommunikation. München: Ölschläger.
- Bentele, G./Liebert, T./Seeling, S. (1997): Von der Determination zur Interifikation. Ein integriertes Modell zum Verhältnis von Public Relations und Journalismus. In: G. Bentele/M. Haller (Hrsg.): Aktuelle Entstehung von Öffentlichkeit. Akteure – Strukturen – Veränderungen. Konstanz: UVK, 225-250.
- Berg, K./Kiefer, M.-L. (Hrsg.) (1996): Massenkommunikation V. Eine Langzeitstudie zur Mediennutzung und Medienbewertung 1964-1995. Baden-Baden: Nomos.
- Berger, P. L./Luckmann, T. (1980): Die gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit. Eine Theorie der Wissenssoziologie. Frankfurt a.M.: Fischer.
- Bergmann, R. (Hrsg.) (1995): Germanistik und Kommunikationswissenschaft in Bamberg (Forschungsforum. Berichte aus der Otto-Friedrich-Universität Bamberg). Bamberg: Universität Bamberg.
- Berg-Schlosser, D. (1997): Makro-qualitative vergleichende Methoden. In: D. Berg-Schlosser/F. Müller-Rommel (Hrsg.): Vergleichende Politikwissenschaft. Ein einführendes Studentehandbuch (3., überarbeitete und ergänzte Auflage). Opladen: Leske + Budrich, 67-87.
- Berg-Schlosser, D./Müller-Rommel, F. (1997a): Einführung. Entwicklung und Stellenwert der Vergleichenden Politikwissenschaft. In: D. Berg-Schlosser/F. Müller-Rommel (Hrsg.): Vergleichende Politikwissenschaft. Ein einführendes Studentehandbuch (3., überarbeitete und ergänzte Auflage). Opladen: Leske + Budrich, 11-24.
- Berg-Schlosser, D./Müller-Rommel, F. (1997b): Perspektiven der Vergleichenden Politikwissenschaft. In: D. Berg-Schlosser/F. Müller-Rommel (Hrsg.): Vergleichende Politikwissenschaft. Ein einführendes Studentehandbuch (3., überarbeitete und ergänzte Auflage). Opladen: Leske + Budrich, 289-299.
- Bernbach, U. (Hrsg.) (1987): Politische Wissenschaft und politische Praxis. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Bertalanffy, L. von (1962): General System Theory – a Critical Review. In: General Systems, 7, 1-20.
- Bertalanffy, L. v. (1968): General Systems Theory. Foundations, Development, Applications. New York: Braziller.
- Beyme, K. von (1988): Der Vergleich in der Politikwissenschaft. In: K. von Beyme: Der Vergleich in der Politikwissenschaft. München: Piper, 50-68.
- Bickel, H. (1998): World-Wide-Web – eine neue Kommunikationsform auf dem Internet. In: W. Holby/Biere, B. U. (Hrsg.): Medien im Wandel. Opladen, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 211-220.
- Biere, B. U. (1992): Zur Konstitution von Presstexten. In: B. U. Biere/H. Henne (Hrsg.): Zur Sprache in den Medien nach 1945. Tübingen: Niemeyer, 56-86.
- Bankowski, J. (1981): Journalistisches Berufsethos. In: Publizistik, 26(1), 32-35.
- Bird, S. E. (1992): For Enquiring Minds. A Cultural Study of Supermarket Tabloids. Knoxville: The University of Tennessee Press.
- Barle, P./Wagner, C. (1994): Vergleichende Politikwissenschaft: Analyse und Vergleich politischer Systeme. In: M. Mols/H.-J. Lauth/C. Wagner (Hrsg.): Politikwissenschaft. Eine Einführung. Paderborn: Schöningh, 102-135.