

**Zeitschrift:** Bulletin : Kommunikationswissenschaft = sciences des communications sociales

**Herausgeber:** Schweizerische Gesellschaft für Kommunikations- und Medienwissenschaft

**Band:** - (1990)

**Heft:** 1

**Artikel:** Journalismus und Ethik : Hintergrundtheorien : Werkstatt-Thesen

**Autor:** Holderegger, Adrian

**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-790457>

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

### **Conditions d'utilisation**

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

### **Terms of use**

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

**Download PDF:** 02.02.2025

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**

## V. Journalismus und Ethik – Hintergrundtheorien – Werkstatt-Thesen

Das Thema «Journalismus und Ethik» erlebt zur Zeit eine ausgesprochene Blüte. Die wissenschaftliche und praxis-orientierte Diskussion wird intensiv geführt. Rar hingegen sind Publikationen, die darauf zielen, ethisch relevante Theorien für die Ausbildung von Journalisten umsetzbar zu machen. Der vorliegende Artikel ist ein derartiger Versuch. Er will dem Leser einen Blick in jene Werkstatt erlauben, die Lehrbetrieb genannt wird. Die folgenden Thesen, die absichtlich pointiert und die Gegensätze heraushebend formuliert sind, lagen vor kurzem den Studierenden des Instituts für Journalistik und Kommunikationswissenschaft der Universität Freiburg vor, um im Fach «Ethik des Journalismus und der Massenkommunikation» für ethische Fragestellungen zu sensibilisieren. Die typologische (und damit immer auch verkürzende) Gegenüberstellung von drei wichtigen Ansätzen diene als Diskussionsgrundlage und war gleichzeitig auch Anlass, in den Bereich spezifisch ethischer Fragen vorzustossen.

### I. Systemtheoretischer Ansatz (Rühl, Saxer)

1. Die sachgemässe Aufgabe der publizistischen Medien besteht in der Vermittlung der *Ereignishaftigkeit der Welt*. Dies erfolgt erstens durch die Reduktion des Ereigneten und zweitens durch die Überschaubarmachung mittels Nachrichtenübermittlung, Themenbearbeitung und durch Interpretationsleistung.

Die Aufgabe des Journalisten besteht prinzipiell in der Reduktion der *Ereigniskomplexität*, indem die Flut an Information auf ein Ausmass verringert wird, dass sie für Publikum und Öffentlichkeit überschaubar und verarbeitbar wird. Damit wird die Voraussetzung geschaffen, dass sich Systeme (Gesellschaft, Gruppen, Wirtschaft usw.) orientieren können.

2. Die Grundannahme der Komplexität macht es notwendig, journalistisches Arbeiten offen zu halten auf mögliche Themen und auf mögliche Auswahl hin. Für diese Selektionsarbeit sind weniger Regeln des richtigen redaktionellen Verhaltens und weniger ethische Standards von Bedeutung, als vielmehr die *Erfordernisse* des Systems Gesellschaft. Sie bestimmen Auswahl und Bearbeitung. «Jedes organisierte soziale System hat eine Reihe von Problemen zu lösen, von denen eine bestimmte Anzahl als Aufgaben formuliert werden können. Sie werden als Leistungen an die Umwelt erbracht und erlangen damit ihre Funktion für das Gesellschaftsganze. Damit ist die Aufmerksamkeit auf ein System gelenkt und nicht – wie beim ontologischen System – auf eine rein interne

Ordnung» (Rühl 1980, 95). Die Auswahl von Informationen wird damit als *Leistung an die Umwelt* für die Umwelt begriffen. Den Selektionsprozess steuert allein jene Thematik, welche eine generalisierte Handlungserwartung widerspiegelt.

3. Für komplexe und ausdifferenzierte Gesellschaften wird der Journalismus zum *Überlebensproblem*. Denn das Makrosystem Gesellschaft ist nur dadurch überlebensfähig, erneuerbar und weiter ausdifferenzierbar, dass vitale Problembereiche durch Information und Themenauswahl ständig aufbereitet werden.

4. Das «Personalsystem» (sc. Individuum) ist über gesellschaftliche und politische Ereignisse so zu informieren, dass für es eine grundsätzliche Orientierung im Gross-System Gesellschaft möglich wird. Dies hat ebenfalls zu geschehen über Reduktion und Übersetzung auf verständliche Muster, die auch dem Laien verständlich sind. Je nach Adressatenkreis variiert das Niveau.

Doch: Indem dem Bürger die komplexen Verhältnisse verstehbar gemacht werden, wird *Legitimation* für das geschaffen, was ist. Der systemtheoretische Ansatz ist von seiner Absicht her wertfrei und verpflichtet sich weder einer Weltanschauung noch einer Grundüberzeugung: man bringt das ins Gespräch, was gefragt ist und was erwartet wird.

5. Die publizistischen Medien dienen letztlich der *Reproduktion* des Systems und den Problemen, das es bewegt. Die Medien sind reaktiven Prozessen verpflichtet, d.h. sie reagieren nur auf das, was systemimmanent als Problem auftaucht. *Sachliches* Grenzkriterium für journalistisches Handeln ist die Frage: was steht funktional und was steht dysfunktional zur Gesellschaft und was nicht? Über die sachliche Richtigkeit entscheidet letztlich das Systemaufbauende und das im Rahmen der Gesellschaft Erträgliche.

6. *Ethisches Grenzkriterium* ist die wechselseitige «Achtbarkeit», die Achtung anderer und die Selbstachtung, damit für die «laufende Stabilisierung der verschiedenen Kommunikations-Verhältnisse zwischen den verschiedenen situativen System-Konstellationen personaler und sozialer Systeme gesorgt ist» (Rühl/Saxer 1981, 488).

Das Prinzip der wechselseitigen Achtung erfüllt die Funktion einer effizienten «Steuerleistung» in Sinne der Kanalisierung freien Handelns und einer Stabilisierungsleistung im Sinne der Förderung publizistischer Qualität. Die Kategorie «Achtung» wird damit zu einer kommunikationstechnischen Regel; die einzige übrigens, nachdem alle anderen moralischen Standards ihr Steuerungsvermögen eingebüsst hätten.

7. Aus der Perspektive der Ethik-Tradition erscheint die *Reduktion* des Bestandes an präskriptiven Aussagen auf das Minimum morale der «Achtung» als problematisch. Diese emphatisch postulierte und nicht

genauer definierte ethische Restbasis kann zwar ein notwendiges, aber kein hinreichendes Kriterium für Humanität, Freiheit und Gerechtigkeit sein, noch gibt es in Konfliktfällen Auskunft über gut und böse, richtig und falsch. Im Vergleich mit der erfahrungswissenschaftlich fundierten Kommunikationswissenschaft bringt die Ethik eine Rationalität *sui generis* zur Sprache, die begründet und in die Praxis hinein entfaltet werden kann.

## II. Gesinnungsethischer Ansatz (Dovifat)

1. Im dreibändigen, zum Klassiker gewordenen «Handbuch der Publizistik» von E. Dovifat wird für die Informationsübermittlung die *Gesinnung* als Grundkriterium aller Publizistik hervorgehoben. Der Gesinnung wird insofern ein bevorzugter Rang zugesprochen, als sie in der Form einer «charakterlichen Grundhaltung» Themen durchsetzt, Probleme ausschlägt, Liebe oder Hass in allen Graden entbindet. Sie tritt in allen Akten publizistischen Wollens führend auf, ob in der Verteidigung höchster Menschheitswerte oder in der Drapierung der letzten publizistischen Nichtigkeit.

2. Es gilt die *ethische Maxime*: «Allein auf die Gesinnung kommt es an» (I, 34). Damit ist die «Gesinnung» und nicht das System der Selektionsfaktor, welcher über die Themenauswahl und über die Weitergabe von Informationen entscheidet. Dovifat nennt zwar weitere «Grundelemente der Publizistik» wie: Authentizität, Überzeugung, Anschaulichkeit, Eindringlichkeit und die publizistische Persönlichkeit, aber in jedem «Akt publizistischen Wollens (tritt die Gesinnung) führend auf» (I, 30); an ihr darf es – selbst wenn andere Elemente zurücktreten – niemals fehlen.

3. Daraus ergibt sich die Frage: Nach welchem Massstab lässt sich die ethische Qualität der vielfältig möglichen «Gesinnungsrichtungen» bemessen? Nach Dovifat besitzt die Gesinnung «eine moralische Null-Linie. Was sich oberhalb der Mittelachse bewegt, ist positiv, was unterhalb zu finden ist, ist niedrig» (I, 6). Wo die moralische Null-Linie durchläuft, ergibt sich aus den ethischen, religiösen und politischen Grundüberzeugungen der Zeit. Als Kriterium fungiert letztlich das gesellschaftlich Eingespielte und die allgemeine Übereinkunft, die Üblichkeit.

4. Die ethische Frage bleibt: Wer entscheidet über die Wertigkeit der publizistischen Tätigkeit? Der Publizist? Eine Gruppe der Gesellschaft? Der Staat? Das freie liberale Kräftespiel der Gesellschaft? Der Rekurs auf «Grundüberzeugungen der Zeit» (I, 34) läuft auf eine Moral ohne Ethik hinaus. Die Ethik als systematische Reflexion auf die Moral gibt zu verstehen, dass das Ethische weder eine Frage gängiger Übereinkünfte noch eine Frage des Schicklichen und des guten Geschmacks ist (Ordnungs-

moral), sondern in erster Linie eine Frage nach begründeten Kriterien (Prinzipienmoral), wonach Gesinnung, faktisches moralisches Verhalten, Systeme und Ordnungen beurteilt werden sollen.

### III. Der Ansatz der «kritischen Theorie der Öffentlichkeit» (Habermas)

1. Im Anschluss an Habermas lässt sich die These formulieren, dass das Leitprinzip «kritische Öffentlichkeit» (als mittlere Theorie) aus dem systemtheoretischen wie aus dem gesinnungsethischen Dilemma herausführt. Das Modell der Öffentlichkeit ist zwar kein Moralprinzip, aber ein *Gestaltungsprinzip*, das im Hinblick «auf den normativen Anspruch der Öffentlichkeitsgebote lehrreich» (1973, 67) ist.

2. Öffentlichkeit ist ein Bereich unseres gesellschaftlichen Lebens, in dem sich öffentliche Meinung bilden kann. Öffentlichkeit ist eine Sphäre zwischen Gesellschaft und Staat, in der sich das *Publikum* als Träger der öffentlichen Meinung konstituieren kann. Öffentlichkeit ist demnach ein Forum, das nicht einfach immer und überall gegeben ist, sondern ständig neu geformt und gebildet wird (vgl. 1973, 62f).

Zum Begriff der Öffentlichkeit gehören *zwei* Komponenten. Erstens: Das Publikum, das nur dann gegeben ist, wenn sich Bürger ungezwungen, also unter Garantie, frei versammeln und frei ihre Meinung äussern können, zusammentun dürfen. Zweitens: In der pluralistisch-demokratischen Gesellschaft gilt die öffentliche Meinung als Gestaltungsprinzip der Gesellschaft. Das menschliche Mass und die richtige gesellschaftliche Ordnung wird nicht mehr «autoritativ» an einer metaphysischen Ordnung abgelesen; beides wird im Prozess der öffentlichen Meinungsbildung herausgefunden.

3. Historisch gesehen haben sich Begriff und Sache «Öffentlichkeit» und «öffentliche Meinung» im 18. Jh. herausgebildet (vgl. 1987, 112 ff.). Die bürgerliche Aufklärung setzt die «*opinion publique*» dem monarchischen Führungs- und Herrschaftsstil entgegen. In institutionell abgesicherten Diskussionen wird *politische Herrschaft* zum Thema gemacht. Öffentlichkeit soll gegenüber bestehenden Abhängigkeiten und Herrschaftsverhältnissen eine aufklärende, von der Unmündigkeit befreiende Wirkung haben. Dieser Vorgang orientiert sich nicht an Vorurteilen, sondern an der Kraft der besseren Argumente (herrschaftsfreier Diskurs).

Die modernen Verfassungen haben in der Folge den Bürgern die notwendigen Rechte eingeräumt: Versammlungsfreiheit, Recht auf Information, Meinungsäusserungsfreiheit, Pressefreiheit und Demonstrationsrecht.

4. Aus der historischen Rekonstruktion des Begriffes Öffentlichkeit ist folgende *normative Grundthese* zu formulieren: Öffentlichkeit ist eine

kontrafaktische Bedingung jeder demokratischen Gesellschaft. Jede demokratische Gesellschaft muss gegen das Faktische – soll sie Bestand haben – die Idee der Öffentlichkeit setzen, also die Idee, dass Meinungen im freien Zusammenspiel entstehen können und dass *Kontrolle* gesellschaftlicher und politischer Kräfte erforderlich ist. Die Demokratie lässt sich von ihrem Wesen her prinzipiell von dieser Utopie leiten.

5. Der so verstandene Anspruch der Öffentlichkeit nimmt die Medien in Pflicht. Als Institution haben die Medien dafür zu sorgen und dafür beizutragen, dass die Bürger ihre freie, eigene und sachgerechte Meinung bilden können. Hier steht nicht die Frage im Vordergrund, welches die bewegenden Themen des Systems Gesellschaft sind, sondern die Frage, ob die unterschiedlichen sozialen Gruppen die gleichen Möglichkeiten und Chancen haben, öffentlich zu werden.

6. Die *diagnostische Potenz* des Begriffes Öffentlichkeit:

– Im Gegensatz zu ihrem Ursprung ist die politisch-gesellschaftliche Öffentlichkeit von einem *Entkräftigungsprozess* gekennzeichnet. Während einst die Publizität Personen, Institutionen und Systeme dem öffentlichen Rasonnement unterwarf und eben dieselben zur Revision anhielt, spielen heute Unternehmen (Medienkonzerne), Verbände und Parteien eine zunehmend aktivere Rolle.

Die Verlagerung der Öffentlichkeit auf die Ebene der organisierten Gruppen macht deutlich, dass Privatpersonen als Publikum mehr und mehr verschwinden, aber zunehmend zu konsumierenden Rezipienten werden.

– Im Gegensatz zur Systemtheorie beharrt die kritische Theorie der Öffentlichkeit auf dem *Subjekt*. Nicht die Bedürfnisse des Systems stehen im Vordergrund, sondern die menschlichen Bedürfnisse, Bedrängnisse und Leiderfahrungen des einzelnen. Von daher muss sich die Medienwelt die Frage gefallen lassen, ob sie Sprachrohr der sowieso gesellschaftlich Arrivierten oder auch der Benachteiligten ist.

– Im Gegensatz zur Systemtheorie kann es sich bei diesem Ansatz nicht so sehr um die Stabilität des Systems handeln, sondern vielmehr um die *Identitätsstützung* des einzelnen. Auf diesem Hintergrund ist die Frage zu stellen, wie weit die Medien in der Art und Weise wie sie berichten, Bürger aus verschiedenen Schichten und Geschlechtern in ihrer Meinungsbildung und Identitätsfindung unterstützen.

– Das «utopische Ziel» einer kritischen Öffentlichkeit diagnostiziert eine folgenschwere Verkoppelung von wirtschaftlicher und publizistischer Macht. «Wirtschaft» soll hier als ein gesellschaftlicher Teilbereich gekennzeichnet werden, der sich von Öffentlichkeit und Staat weitgehend abgekoppelt hat und sich über den Markt, über das Steuerungsmittel Geld selbst organisiert. Unter dem Druck der übersättigten Absatzmärkte bemächtigt sich das Teilsystem «Wirtschaft» mehr und mehr des

sog. Quartärsektors, des Informations- und Kommunikationsbereiches. Information wird neben Boden, Arbeit und Kapital ebenfalls zu einem *wirtschaftlichen Faktor*: als käufliche und verkäufliche Ware gehandelt. Damit gerät der Informationsbereich mehr und mehr in den Sog der Kriterien der Wirtschaftlichkeit und Effizienz, was wiederum zu Monopolverwaltung und Machtkonzentration führt. Unter der Hand schleichen sich Verzerrungseffekte, systematische Verschleierungen ein. Damit wird die leitbildliche Vorstellung der kritischen Öffentlichkeit unterlaufen.

7. Wird die politische Kategorie «Öffentlichkeit» auf die grundlegendere Kategorie «Diskurs» überschritten, zeigen sich gute Chancen, von daher überhaupt eine *Kommunikationsethik* begründen zu können, die nicht bloss dem Prinzipiellen verhaftet bleibt, sondern auch ausgezogen werden kann auf die moralisch aufgegebenen Herstellung der Anwendungsbedingungen in der Lebenswelt der verschiedenen Formen der realen Kommunikationsgemeinschaft (vgl. Apel 1988, 15 ff.). Dies bleibt einem weiteren Reflexionsgang vorbehalten.

### Literatur:

Apel K.-O., Diskurs und Verantwortung. Das Problem des Übergangs zur postkonventionellen Moral, Frankfurt a.M. 1988.

Dovifat E., Handbuch der Publizistik, 3 Bde., Berlin 1968/69.

Ders., Aufgaben der Publizistikwissenschaft, in: Publizistik 9 (1964) 347–348.

Habermas J., Öffentlichkeit, in: Kultur und Kritik, Frankfurt a.M. 1973, 61–69.

Ders., Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft, Darmstadt 1987.

Rühl M., Journalismus und Gesellschaft. Bestandesaufnahme und Theorieentwurf, Mainz 1980.

Rühl M./Saxer U., 25 Jahre Deutscher Presserat, in: Publizistik 26 (1981) 471–507.

Saxer U., Konstituenten einer Medien- und Journalismus-Ethik, in: Zeitschrift für evangelische Ethik 30 (1986) 21–45.

Saxer U., Journalismus und Medienethik. Möglichkeiten und Grenzen ethischer Selbstverpflichtung, in: Media Perspektiven 1984, Heft 1, 21–32.

*Adrian Holderegger*

*P.S. der Redaktion: Vergl. auch Hans Maier (Hrsg.): «Ethik der Kommunikation». Arbeiten aus dem Institut für Journalistik und Kommunikationswissenschaft an der Universität Freiburg Schweiz. Reihe Werkpapiere, Bd. 17, Freiburg Schweiz 1985. – Ferner John C. Merrill: «The Dialectic in Journalism. Toward a Responsible Use of Press Freedom». Baton Rouge – London 1989.*