

Abstract für einen Beitrag
zur Tagung
Neuvermessung der Medienethik

München, 14. – 15. Februar 2013

Titel:

Das Ende der journalistischen Ethik?

Gedanken zur Neubestimmung
der ethischen Aufgabe und Verortung
des Journalismus in 21. Jahrhundert

Eingereicht von
Prof. Dr. Bernhard Debatin
E.W. Scripps School of Journalism
Ohio University
32 Park Place
Athens, OH 45701, U.S.A.
debatin@ohio.edu
Tel. 1-740-593-9809

Das Ende der journalistischen Ethik?

Gedanken zur Neubestimmung der ethischen Aufgabe und Verortung des Journalismus im 21. Jahrhundert

Das Berufsbild der Journalisten ist auch heute noch an den eingespielten Qualitäts- und Fertigungsmerkmalen des konventionellen Print- oder Rundfunkjournalisten orientiert. Jedoch ist der Journalismus des 21. Jahrhunderts mit Problemen eines ökonomischen Strukturwandels, sowie einer Entdifferenzierung und Entprofessionalisierung, und einem damit einhergehenden tiefgreifenden Funktionswandel konfrontiert. Dies bedeutet, dass nicht nur das Berufsbild, sondern auch die ethischen Dimensionen des Journalismus sich einer Neubestimmung stellen müssen.

(1) *Ökonomischer Strukturwandel.* Die „*disruptive Technology*“ des Internet (und dabei v. a. des Web 2.0) und die Verlagerung von Teilen des Journalismus ins Internet hat dem Journalismus eine sichere ökonomische Grundlage weitgehend entzogen, was v. a. im konventionellen Journalismus zu *Hyperkonkurrenz* mit Überangebot, Verlustgeschäften und Niedrigkostenstrategien geführt hat. Im lokalen und regionalen Bereich kommt es dadurch zu einer Fragmentierung des Marktes, was eine Reduktion von Vielfalt, Angebot und Qualität nach sich zieht und auch eine erhöhte Gefahr der Kompromittierung journalistischer Standards und Ethik mit sich bringt (Hollifield & Becker 2009).

Personalkürzungen, Ressourcenverknappung, Zeitungssterben, sowie vermehrte Tendenz zum Freelancing, Outsourcing und anderen Formen der freien Mitarbeit sind eine direkte Konsequenz dieser Entwicklung, deren Ende so lange nicht absehbar ist, wie kein *tragfähiges neues Geschäftsmodell* für den Journalismus gefunden wird. Dies wird noch verschärft durch die zunehmende Konzentration im Medienbereich, bei der konventionelle Medien, neue Medien und Nicht-Medienbetriebe zu monopolistischen oder oligopolistischen Informations-, Wissens- und Unterhaltungskonglomeraten verschmelzen. Sowohl im lokal-regional fragmentierten Medienmarkt, wie auch in national und transnational konzentrierten Medien wird die Implementation von ethischen Normen und von nicht rein geldgetriebenen *Corporate Values* zunehmend schwierig. In dieser durch Marktzwänge bestimmten Medienlandschaft kann die Medienethik sich nicht mehr ohne Weiteres auf die

bindenden Kräfte von professionellen Standards, ethischen Codizes und institutionell verkörperten Werten verlassen.

(2) *Entdifferenzierung*. Journalismus heißt zunehmend Multimedia-Journalismus. Die frühere sparten- und medienspezifische Ausrichtung des Journalismus ist heute, unter Bedingungen konvergierender Medienplattformen und schwindender Budgets, oftmals obsolet wenn nicht gar dysfunktional geworden. Journalisten müssen nun „One-Man-Bands“ sein, die das technische und journalistische Handwerk im Cross-Plattform Modus beherrschen. Jeder muss möglichst alles können. Die journalistische Ausbildung muss sich dieser Entwicklung stellen, und es ist abzusehen, dass bei diesem Prozess der Entdifferenzierung diejenigen Journalisten auf der Strecke bleiben, die altersbedingt größere Schwierigkeiten mit und weniger Gelegenheiten zur Adoption von digitaler Multimediatechnik haben.

Gleichzeitig stellen sich beim modernen Multimediajournalismus spezifische ethische Probleme, die mit erhöhtem Zeitdruck (die *Deadline* ist immer), knappen Ressourcen und mangelnder editorischer Qualitätssicherung zu tun haben. „We need to wing it“ (das müssen wir improvisieren) ist zum weitverbreiteten Motto unter Online- und Multimediajournalisten geworden. Dies führt dazu, wie Kovach und Rosenstiel (2007) festgestellt haben, dass der traditionelle *Journalism of Verification* durch andere, ethisch problematische Formen verdrängt wird, nämlich den *Journalism of Assertion* (Verlautbarungsjournalismus), den *Journalism of Affirmation* (reiner Meinungsjournalismus wie im Talk Radio), und neuerdings auch *Journalism of Aggregation*, bei dem die Nachrichtenselektion automatisch erfolgt (GoogleNews, RSS Feed).

(3) *Entprofessionalisierung*. Die Trennlinie zwischen professionellem Journalismus und diversen Formen des semi-professionellen und des Laienjournalismus wird zunehmend unscharf. Die niedrige Zugangsschwelle des Internet und wohlfeile audiovisuelle Technologie haben den Nebeneffekt, dass die Außengrenzen des Journalismus nicht mehr einfach durch kapital- und technikintensive Organisationsformen alten Stils garantiert sind. Mit der Verwischung der Grenzen ergibt sich eine neue Rollenverteilung im Journalismus zwischen professionellen und Laienjournalisten, und eine neue Hierarchie von bezahltem, unterbezahltem und unbezahltem Journalismus. Dies trifft nicht nur im Sinne einer Rollenverteilung mit verschiedenen Graden der Professionalisierung zu, sondern auch für die

Individuen selbst, die gemäß dem von Beck (1986) beobachteten „Fahrstuhleffekt“ ihre Rolle im Journalismus öfters wechseln, d. h. je nach Marktlage in professionelle Rollen hinein- und wieder aus ihnen her ausrotieren. Dabei sehen sie sich der Konkurrenz von Freizeit- und Laienjournalisten gegenüber, die als Blogger, Crowdsourcer, und investigative Gelegenheitsjournalisten tätig sind. Auch dies hat unmittelbare Auswirkungen auf die journalistische Ethik, nicht zuletzt deshalb, weil nun immer weniger auf gemeinsam geteilte und durch Ausbildung, Organisationsnormen und Berufsroutinen erzeugte ethische Orientierungen zurückgegriffen werden kann.

(4) *Neubestimmung der Ethik.* Abschließend sollen der Funktionswandel des Journalismus und die ethischen Implikationen dieser Veränderung aus allgemeiner Perspektive beleuchtet werden. Während institutionalisierte Formen der Ethik im Bereich der konventionellen Medien nach wie vor wirksam sind, richtet sich die Neubestimmung der Ethik auf das wachsende Feld von unabhängigen Multimediajournalisten, sowie Teilzeit- und Laienjournalisten, die nicht in die ethischen Kontexte einer Organisation eingebettet sind. Nötig ist hier eine verstärkte Hinwendung auf Moralität der Individuen, v. a. Eigenverantwortung und journalistische Grundprinzipien (Wahrheit, Richtigkeit, Fairness, gesellschaftliche Aufgabe des Journalismus, etc.).

Aber auch der konventionelle Journalismus muss sich umorientieren. Lange Zeit lag dessen Hauptfunktion in der Gate-Keeper Rolle, d. h. in der durch Nachrichtenfaktoren gesteuerten Selektion und Bündelung von Themen und Meinungen, sowie ihrer Positionierung in der öffentlichen Tagesordnung (Agenda Setting). Diese Funktion ist unter Internetbedingungen erheblich geschwächt, da es in dem von Informationsflut geprägten Internet zu viele Ein- und Ausgänge, zu viele Thematisierungsoptionen, zu ungleiche Informationsstandards gibt. Die Chance für den Qualitätsjournalismus liegt deshalb in der sekundären oder Metaselektion: Journalisten müssen, wie Friend und Singer (2007) formulieren, von Gatekeepern zu Sense-Makern werden, indem sie nicht nur hochwertige Nachrichtenauswahl anbieten, sondern diese auch in reichhaltige Zusammenhänge einbetten, um so der Fragmentierung und Dekontextualisierung entgegen zu wirken und die Grundlage für eine informierte öffentliche Diskussion bereitzustellen.