

**Eine Frage des Gewissens
Zur Wirksamkeit journalistischer Selbstregulierung
unter den Bedingungen des Medienwandels**

Susanne Fengler, Tobias Eberwein (beide TU Dortmund),
Matthias Karmasin (Universität Klagenfurt),
Colin Porlezza & Stephan Ruß-Mohl (beide Università della Svizzera italiana, Lugano)

Kontakt:

Dipl.-Journ. Tobias Eberwein
Erich-Brost-Institut für internationalen Journalismus
TU Dortmund
Otto-Hahn-Straße 2
44227 Dortmund

Tel.: 0231/755-6987
Fax: 0231/755-6955

E-Mail: tobias.eberwein@udo.edu

Eine Frage des Gewissens Zur Wirksamkeit journalistischer Selbstregulierung unter den Bedingungen des Medienwandels

Ausgangslage

Der fortschreitende Medienwandel führt zu tief greifenden Veränderungen in den Bedingungen journalistischer Produktion. Davon ist auch das Konzept der Medienselbstregulierung betroffen: Wie wirksam sind traditionelle Einrichtungen journalistischer Qualitätssicherung, wie etwa Presseräte, im Zeitalter digitaler Dauerkommunikation? Wie gehen Journalisten mit dem zunehmenden Einfluss von nutzergenerierten Inhalten um? Wem fühlen sie sich bei der Ausübung ihrer beruflichen Tätigkeiten verpflichtet? Und welche Konsequenzen lassen sich daraus für eine mögliche „Neuvermessung“ der Medienethik ableiten, wie sie der Call for Papers für die kommende Jahrestagung der DGPK-Fachgruppe Kommunikations- und Medienethik und des Netzwerks Medienethik anregt?

Antworten auf diese Fragen gibt eine international vergleichende Befragung von Journalisten in 14 europäischen und außereuropäischen Ländern.

Theorie

Die Studie knüpft an an das Konzept der *Media Accountability* nach Claude-Jean Bertrand (2000, 2004). Als Instrumente der *Media Accountability* (MAI) lassen sich demnach „any non-State means of making media responsible towards the public“ (Bertrand 2000: 108) beschreiben. Diese Begrifflichkeit hat den Vorteil, dass sie im Gegensatz zum Konzept der Medienselbstregulierung journalismusexterne Akteure nicht von vornherein ausklammert. Bertrand begreift Mediennutzer jedoch überwiegend als passive Akteure, die in der Regel nicht von sich aus in einen Diskurs über journalistische Qualität eintreten. Eine solche Sichtweise erscheint angesichts gegenwärtiger Entwicklungen der Internetkommunikation als nicht mehr zeitgemäß. Das Konzept der *Media Accountability* wird daher erweitert unter Rückgriff auf Karmasins (1998) Stakeholder-Ansatz, demzufolge neben Journalisten und Medien-Managern auch Bürger der Zivilgesellschaft ein hohes intrinsisches Interesse an verantwortungsvollen und transparenten Medien haben. Auf dieser Basis wird eine Typologie verschiedener MAI erarbeitet, die neben traditionellen journalismusinternen Instrumenten der Medienselbstkontrolle (Presseräte usw.) auch neuartige webbasierte Instanzen der partizipativen Medienbeobachtung berücksichtigt – etwa Medienblogs oder Medienkritik auf sozialen Netzwerkplattformen.

Methode

Welchen Einfluss diese Instrumente der *Media Accountability* auf die praktische journalistische Arbeit haben, wurde mit Hilfe einer standardisierten Online-Befragung von 1762 Journalisten im In- und Ausland untersucht. Der aus 25 Teilfragen bestehende Fragebogen stützt sich auf eine umfassende Literaturstudie zum Status quo von *Media Accountability* in Europa und der arabischen Welt sowie eine qualitative Vorstudie, für die fast 100 internationale Experten zur Verbreitung und zu den Potenzialen web-basierter Prozesse der *Media Accountability* interviewt wurden. An der Befragung nahmen Medienschaffende aus insgesamt 14 Ländern teil, die anhand des bekannten Hallin&Mancini-Modells ausgewählt wurden, um unterschiedliche journalistische Kulturen in West- und Osteuropa, aber auch außerhalb Europas zu repräsentieren (vgl. Hallin/Mancini 2004). Die nationalen Teilsamples wurden in einem zweistufigen Verfahren geschichtet, um Journalisten aus allen Mediengattung und hierarchischen Positionen zu berücksichtigen – und die Realität

journalistischer Produktion in den einzelnen Untersuchungsländern damit so exakt wie möglich abzubilden. Die Feldzeit für die Erhebung endete im März 2012.

Befunde

Die Befragung zeigt, dass die „klassischen“ Instrumente der Medienselbstregulierung (wie Pressekodex und Presserat) nach Ansicht der Journalisten zumindest einen mittelmäßigen Einfluss auf den journalistischen Output haben. Andere traditionelle Instrumente der journalistischen Qualitätssicherung (z.B. Medienjournalismus und Medienfachzeitschriften), aber auch neuartige MAI wie Blogs und Social Media fallen deutlich dahinter zurück. Keinem der abgefragten MAI wird jedoch ein ähnlich starkes Wirkungspotenzial zugeschrieben wie etwa dem Medienrecht.

Die ungenügende Akzeptanz von professionellen wie partizipativen Instrumenten der *Media Accountability* scheint in der ethischen Orientierung der Journalisten begründet zu liegen. Unisono stimmen die Journalisten in unserer Studie zwar der Aussage zu, dass Verantwortung im Journalismus Voraussetzung für Pressefreiheit ist. Doch unseren Befragungsdaten zufolge fühlen sich die Journalisten in überraschend hohem Maße vor allem ihrem eigenen Gewissen verpflichtet – vor journalistischen Standards. Es folgen demokratische Werte, die Quellen, das Publikum und die Öffentlichkeit als Bezugsgruppen und erst danach die interne Hierarchie (Kollegen, Chefredaktion, CEO); kaum oder keine Bedeutung haben Werbekunden.

Eine Konsequenz aus der Befragung könnten Bestrebungen sein, Medienselbstregulierung stärker als bisher auf der Ebene der Redaktion bzw. des Medienhauses zu verankern, wo sich Verstöße gegen journalistische Prinzipien „spürbarer“ ahnden lassen – z.B. wenn Fehlverhalten zu einem Karriereknick führt. Auch ist die Zahl der Auseinandersetzungen über journalistische Standards, die Journalisten mit Vorgesetzten und Kollegen erleben, für den einzelnen Journalisten weit höher als die Gefahr, einmal ins Visier von Medienjournalismus oder gar des Presserats zu kommen. Dass Transparenzinstrumente auf Redaktionsebene ein probates Mittel sein können, um den journalismusethischen Diskurs auch im digitalen Zeitalter zu befeuern, belegen die vergleichsweise hohen Zustimmungswerte für entsprechende Maßnahmen.

Literatur

- Bertrand, Claude-Jean (2000): *Media ethics & accountability systems*. New Brunswick, London: Transaction Publishers.
- Bertrand, Claude-Jean (ed.) (2003): *An arsenal for democracy: media accountability systems*. Creskill (NJ) etc.: Hampton Press.
- Hallin, Daniel C./Mancini, Paolo (2004): *Comparing media systems: three models of media and politics*. Cambridge: Cambridge UP.
- Karmasin, Matthias (1998): *Medienökonomie als Theorie (massen-)medialer Kommunikation. Kommunikationsökonomie und Stakeholder Theorie*. Graz, Wien: Nausner & Nausner.