

5. Theorien zur Medienwirklichkeit

„Wahrheiten über Wahrheiten – Medienethik und Medienfälschungen“

Hans-Christian Roestel

Kurzinhalt

Fakes als mediale Produkte, auch „Borderline-Journalismus“ genannt, bezeichnen das Phänomen des vorsätzlich fälschenden Journalismus. Hierzu zählen die seinerzeit gefälschten Hitler-Tagebücher (*stern*), erfundene Interviews mit Hollywoodstars (u.a. *SZ-Magazin*) oder gefälschte TV-Reportagen (*stern-tv*). Weitere Felder sind manipulativer Fotojournalismus und in bestimmter Weise auch die Szene der „Weblogger“. „Medienethik“ hat daher nicht nur die Funktion, sozio-moralische Diskurse zu führen, sondern auch in einer möglichst öffentlichen Diskussion bedenklich erscheinende Geschehnisse explizit im Medienkontext aufzuarbeiten und zu analysieren. Ihr kommt so besonders die Funktion einer *Berufsregel* oder *Standesethik* zu. Es werden zwei Fallbeispiele (Tom Kummings „Starinterviews“, Janet Cookes „Jimmy’s World“) diskutiert.

Abstract

Phony media products, also known as „borderline-journalism“, mark the phenomenon of the intentional faking journalism. Among those occur the faked Adolf-Hitler-Diaries (*stern-magazine*), the fabulous Hollywood star-interviews (*Süddeutsche Zeitung-Magazine*) or faked tv-reports (*stern-tv*). Further facets are manipulated photojournalism products and in special relation the „weblogger-scene“. „Mediaethics“ therefore is more than social-moralistic discussion. At least in public discourses (in the public about media, but especially in the media about themselves) they have carefully to locate and analyze dubious media contents, fulfilling their role as watchdog and professional caring instance. Referring to German and American fake journalists and their products in this essay two examples are shown.

Einstieg: Thema und Anlass

Medien und Ethik: Dieses Thema ist mehr als nur eine Diskussion über bestehende, weitestgehend gesellschaftlich geprägte Vorstellungen von Moral. Es geht vielmehr darum, in einem möglichst öffentlichen und pragmatischen Diskurs bedenklich erscheinende Geschehnisse explizit im Medienkontext aufzuarbeiten, zu analysieren und nach Möglichkeit zukünftige zu vermeiden oder zumindest abzumildern.

Denn bei Medienfakes und Fälschern tritt eines zu Tage. Einiges ist nicht so wie es scheint. Es gibt Journalisten, die Fälscher sind, sich aber als „grenzüberschreitende Künstler“ oder „Konzeptkünstler“ verstehen (u.a. Tom Kummer). Und solche Journalisten, die Fälschungen als wahrhaftigen Journalismus verkaufen. An dieser Stelle nehmen wir der Übersichtlichkeit halber Journalismus als ein grundsätzlich Wirklichkeit und Wahrheit konstruierendes System im Sinne der konstruktivistischen Systemtheorie nach Niklas Luhmann an (u.a. Weischenberg² 21998: 189/224ff.). Entscheidend hierbei sollten aber zwei Dinge sein:

Wirklichkeit wird durch Wahrheit, durch belegbare und verlässliche Fakten und nicht durch Fiktion abgebildet.

Fälschungen sind Fakes aus Kalkül, keine Falschmeldungen oder fehlerhafte Informationen u.ä., die durch Flüchtigkeit und Produktionsdruck zustande kommen können.

Beim Ethikdiskurs geht es darum, Normen der Ethik, gleich welcher Richtung und Ausprägung, auf das System Journalismus anzuwenden: u.a. Aspekte wie Sorgfaltspflicht, Verlässlichkeit und Seriosität der Quellen oder der Quellenschutz, wie es auch der Kodex des Deutschen Presserates vorschreibt. Der Medien-Ethik kommt auf diese Weise also die Funktion einer *Berufsregel* oder Standesethik zu (bsp. Debatin/Funiok 2003: 9).

Fälschungen als journalistisches Produkt sind in den letzten Jahren häufig aufgetreten. Der Begründer dieser auch als „Borderline-Journalismus“ bezeichneten, oder besser geadelten Entwicklung war der Schweizer Journalist Tom Kummer, dessen Fake-Interviews mit Hollywoodstars im Jahr 2000 im Magazin der *Süddeutschen Zeitung* erschienen waren. Erst kürzlich hat er es

wieder versucht. Doch diesmal scheiterte er. Kummer verpatzte seine zweite Chance (s. Wochenendbeilage der *Berliner Zeitung* v. 29./30.01.2005).

Vor Kummer hat es in Deutschland jedoch einzelne, wenn auch Aufsehen erregende Fälle gegeben, wie die gefälschten Hitlertagebücher in den 1980er Jahren (*stern*) oder gefälschte TV-Reportagen, die dem RTL-Magazin „*stern-tv*“ und dem seinerzeit verantwortlichen Redakteur Günther Jauch angedreht worden sind. In den USA sorgte 1981 die Journalistin Janet Cooke mit ihrer Milieu-Reportage „Jimmy’s World“ in der *Washington Post* für Aufsehen. Manipulativer Fotojournalismus und in bestimmter Weise auch die Weblogger stellen weitere Phänomene im Forschungsbereich „Medien und Ethik“ dar¹.

Geht es angesichts solcher Vorfälle um Kunst gegen Handwerk, um Parvenus gegen Journalisten? Es geht im Wesentlichen um die Art und Weise, wie mit vorgeblich professionellen Mitteln (Methoden der Recherche, Wahl des Genres usw.) vermeintlich professionelle Ziele (Sendung oder Abdruck eines Beitrags) erreicht werden (Scholl/Weischenberg 1998: 180f.).

Regeln, nach denen Journalisten und andere im Mediensystem Tätige – u.a. die Medienunternehmer – ihr alltägliches Tun und Entscheidungs-Handeln ausrichten können, werden beispielsweise in den „Publizistischen Grundsätzen“ des Deutschen Presserates formuliert oder in individuell gehaltenen Redaktionsstatuten (Deutscher Presserat 2006). Gegenwärtig wurde auch ein neuer Medienkodex des „Netzwerks Recherche“ vorgelegt, der sich explizit zur Einhaltung der journalistisch sauberen Arbeitsweisen auch an Dritte wendet (NDR 2006).

Maßgeblich für die Notwendigkeit einer ethischen *Berufsregel* (Schütz 2003: 30,46f.) für das eigene Handeln ist das Bewusstsein über die eigene Verantwortung. Grundsätzlich muss sich der Fälschende die Frage vor dem eigenen Gewissen beantworten, der selektierende Redakteur allerdings genauso. Dieser sollte Gewissheit und Verlässlichkeit der Inhalte gewährleisten. Ansonsten ist er dadurch an der Fälschung mitverantwortlich, dass er Sorgfalt und Nachrecherche unterlassen hat (Thurnherr 2000: 103f., Weischenberg 2004).

Philosophisch-ethische Grundzüge der Medienethik:

Die Wissenschaft untersucht im Zusammenhang der Medienethik im Grunde zwei Dinge:

einerseits wird Ethik historisch betrachtet: Ethikbegriffe und Moraldiskurse werden mit Sozialtheorien in Beziehung gesetzt;

andererseits versucht die Auseinandersetzung, für den Journalismus praxisnah die Funktion der Ethik als eine Berufsregel zu interpretieren und Lösungen anzubieten.

Moral-philosophische Modelle wie die „Pflichtethik“ (deontologische Ethik) oder die „Zielethik“ (teleologische Ethik) führen – nicht zuletzt unter Einbezug des kommunikationswissenschaftlichen Ansatzes der empirischen Analyse und der Auseinandersetzung zur so genannten „Diskursethik“. Fragen werden an das System Journalismus und an seine Grundsätze gestellt und je nach philosophischer Nuance bewertet. Ist eine *individuelle* Ethik, eine *professionelle* ‚Standes‘-Ethik oder eine *Institutionsethik* mit der Sozialverantwortung von Journalismus in Einklang zu bringen? Journalistische Fehlschläge, wie sie anhand der Praxisbeispiele vorgestellt werden, kommen aufgrund von Qualitätsmängeln im praktischen Journalismus zustande. Ethikdiskussionen sollten daher in letzter Konsequenz versuchen, Qualitätsstandards zu setzen oder bestehende zu sichern.

Dies kann der Umkehrschluss der Aussage sein, die der Kommunikationswissenschaftler Siegfried Weischenberg im Zusammenhang mit Medienverantwortung formuliert:

„Strukturen der Qualitäts-Sicherung können mit Hilfe von Ethik-Kodizes, Redaktionsstatuten und Ombuds-Stellen zur Selbstkontrolle der Medien geschaffen werden. [...] Korrektheit und Vielfalt der Informationen, Relevanz, Aktualität und Verständlichkeit [sowie] Transparenz der Berichterstattung [kritisch prüfen] [...]“ (Weischenberg 2001: 251f.)

Es gelte, das „richtige Verhalten in Ausnahmesituationen als Handreichung im Spannungsfeld von Moral, Professionalität und ökonomischen Gesichtspunkten zu formulieren“, so Weischenberg weiter.

Die Verantwortung des Journalismus rekuriert auf die soziale Verantwortung, die Journalisten im Rahmen ihres Berufes übernehmen. Dieses ‚Sozialverantwortungsmodell‘ geht auf die ‚Four Theories Of The Press‘, die von den Wissenschaftlern Siebert, Peterson und Schramm 1956 entwickelt wurden, zurück. Im Kern allerdings steht hinter dem Entwurf der sozialen Selbstverantwortung die so genannte ‚(Hutchins-) Commission on Freedom of the Press‘, welche 1947 bereits die Pressefreiheit und die Verantwortlichkeit der Medien gegenüber der Bevölkerung untersuchte (Weischenberg ²1998: 174f.)².

Die beiden angesprochenen Formen der Pflichtethik und der Zielethik (Weischenberg ²1998: 189f.) unterscheiden sich in der Konsequenz. Auf den ‚Kategorischen Imperativ‘ von Immanuel Kant verweisend, bedient sich die Pflichtethik der Vorstellung, dass die Art des Handelns (des Journalisten) allgemein gültig ist. Vorgehensweisen werden nach Aspekten der rationalen Vernunft getroffen, hierbei allerdings ungeachtet der anschließenden Folgen. Unlautere Methoden wären vor dem Hintergrund des Vorbildcharakters unzulässig.

Die Zielethik hingegen verfolgt ein Ziel, entwickelt ein Motiv oder Kalkül für das Handeln. So steht gleichzeitig hinter jeder Art und Weise des Vorgehens eine Vorstellung, ein Zweck, der gerade auf die Folgen gerichtet ist. Entscheidungen werden nach dem Nutzen (für den Journalisten, für das Unternehmen, aber wünschenswerter Weise auch für die Gesellschaft) gefällt. Diese Art ethischen Handelns wird auch als Utilitarismus bezeichnet. Begründer dieser Sichtweise ist Jeremias Bentham (Weischenberg²1998: 190). Einen Schritt weiter in Richtung praxisnahe Handreichung durch Ethikdiskussionen gehen Jürgen Habermas und Karl-Otto Apel, indem sie eine diskursive Ethik entwickelten (ebd.: 190 u.200).

Im Kern geht es um die Begründungen und das Bestreiten von erfolgtem Handeln anhand einer (öffentlichen) Diskussion, wie sie auch heute die Debatten im Medienbereich darstellen. Es gilt, vernunftgesteuerte allgemein gültige Regeln durch Kommunikation der Beteiligten auf deren Folgen für die gesamte Gesellschaft zu beziehen und zu bewerten:

- in den Medien über Medien (konstruktive Selbstreferenz),
- zwischen Medien und der Gesellschaft,
- und im Rahmen von wissenschaftlichen Veranstaltungen wie den ‚Studentischen Medientagen Chemnitz‘.

Die zuletzt benannte Diskursethik kann man als eine Art Vorstufe zu der im folgenden angewendeten Methode der Kasuistik, dem Lernen und Analysieren am Fallbeispiel, verstehen.

Fallbeispiele (Kasuistische Methode):

Janet Cooke: „Jimmy’s World“ (28.09.1980, Washington Post)

In der *Washington Post* erscheint ein Artikel mit dem Titel „Jimmy’s World“. Jimmy ist acht Jahre alt, und hat seine Heroinsucht von der Mutter geerbt. Die tragischen Lebensumstände des farbigen Jungen werden detailgenau und emotional beschrieben. Die junge Journalistin Janet Cooke möchte so auf die Drogenprobleme in der US-amerikanischen Hauptstadt aufmerksam machen. Mit Sätzen wie „Die Nadel sinkt in seine weiche Haut wie ein Strohalm in eine frischgebackene Torte“, erregte die Reportage national Aufsehen.³ Mehrere andere Zeitungen drucken die Story ebenfalls ab. Eine breite Öffentlichkeit möchte Jimmy helfen, die Autorin gibt die Identität des Jungen jedoch nicht preis und beruft sich dabei auf die Verfassung. Sie habe Anonymität zugesichert und sei zudem vom gewalttätigen Freund der Mutter bedroht worden. Suchaktionen nach Jimmy wurden gestartet, sie blieben aber ergebnislos. Der Junge war nicht zu finden.

Erste Zweifel aus der Redaktion der *Post* an der Echtheit der Geschichte werden vom Ressortleiter Milton Coleman als „Neid und Eifersucht“ abgetan. Am 13. April 1981 wurde Cooke wegen herausragender journalistischer Leistungen der Pulitzer-Preis verliehen. Erst als die Angaben zu ihrem Lebenslauf, die sie dem Preisverleihungskomitee angegeben hatte, routinemäßig überprüft wurden, flog der Schwindel auf. Cooke hatte u. a. diverse Fremdsprachenkenntnisse und ein Studium an der Pariser Universität Sorbonne vorgegeben.

Infolgedessen kam außerdem heraus, dass bereits ihre Bewerbungsunterlagen für die *Post* gefälscht waren. Cooke wurde aufgefordert, Jimmys Identität zu nennen, weigerte sich zunächst, musste nach stundenlangem Verhör durch die Zeitungsleitung aber eingestehen, dass Jimmy, seine Mutter und ihr Freund der Ursprung ihrer Fantasie waren. Sechs Tage später und damit mehr als ein halbes Jahr nach dem Erscheinen von „Jimmy’s world“ legte der Ombudsmann der *Post* auf vier ganzen Zeitungsseiten alle Einzelheiten der Entstehungsgeschichte des

Artikels und wie es zur Aufdeckung der Fälschung gekommen war bis in kleinste Detail offen. Im letzten Satz des Anrisses kam der Ombudsmann jedoch, dem eigenen Arbeitgeber die Treue haltend, zu dem Schluss: „Nichtsdestotrotz hat die ‚Post‘ nicht hart genug gearbeitet.“

Cooke entschuldigte sich schriftlich bei der Redaktion, ihrem Berufsstand und der Öffentlichkeit und kündigte. Der Ruf der Zeitung, die sich mit der Watergate-Affäre besonders im Aufdeckungsjournalismus einen Namen gemacht hatte, erlitt großen Schaden.

In der Redaktion stand Cooke unter extremen Erfolgsdruck, täglich buhlte man um einen Platz auf Seite eins. Der Herausgeber der Zeitung forderte von der Redaktion, dass sie den Lesern Dinge über die Stadt erzählen müssten, die die Bürger noch nicht kannten. Bei den Recherchen über die Drogenprobleme Washingtons führte Cooke diverse Interviews mit Sachverständigen und Streetworkern, die ihr als Rahmenhandlung dienten. Der Redakteur, der ihre Story absegnet hatte, sicherte ihr, nachdem sie von der Bedrohung durch den Freund erzählt hatte, zu, dass sie den Namen nicht offen legen müsse. Genaue Nachfragen nach der Identität blieben deshalb aus. Zu greifbar schien der große Wurf, eine weitere Enthüllungsgeschichte sei entdeckt worden. Dabei könnte die Veröffentlichung eines Artikels verhindert werden, wenn genaue Quellenangaben fehlen. Die flüchtige Durchsicht von 13 Seiten Notizen reichten ihm aber aus.

Nach Aufdeckung der Affäre führte die *Washington Post* an, dass Cooke die Kontrollmechanismen der Zeitung unterwandert habe. Es sei Fehler des gesamten Systems gewesen, nicht weil es fehlerhaft sei, sondern weil es gar nicht genutzt worden wäre. Der zuständige Reporter Coleman habe im Vertrauen in seinen untergeordneten Reporter gehandelt und im harten Konkurrenzdruck mit den anderen Zeitungen könne nicht jede Story genau überprüft werden.

Der Fall Tom Kummer: Erfundene Interviews mit Hollywoodstars (2000, u.a. SZ-Magazin, Zeit)

Tom Kummer ist Schweizer und lebt in Hollywood. Er verkauft zahlreiche Interviews mit Stars an diverse Zeitschriften und Zeitungen. Besonders das Magazin der *Süddeutschen Zeitung* ist regelmäßiger Abnehmer und profitiert von seinen scheinbar exklusiven Star-Interviews. 1999 kommen erste Zweifel

an Kummers Arbeit auf, weil einer seiner Berichte nicht mit den dazugehörigen Bildern geliefert werden konnte. Aufgrund dieses Ereignisses verlangt Christian Kämmerling, Berater für die Heftkonzeption des SZ-Magazins, von Kummer die Tonbandaufnahmen als Beleg für sein Interview mit der Schauspielerin Christina Ricci. Als Kummer diese ebenfalls nicht liefern kann, beendet das SZ-Magazin die Zusammenarbeit mit ihm. Das Interview mit Christina Ricci erscheint trotzdem in einigen Zeitschriften, u.a. in der *Zeit*. Bekannt wird die Nicht-Authentizität von Kummers Interviews erst am 15. Mai 2000, als der *Focus* aufdeckt, dass Kummer über Jahre hinweg Interviews mit und Stories über Hollywoodstars wie zum Beispiel Sharon Stone, Ivana Trump, Brad Pitt und Courtney Love ganz oder teilweise erfunden hat. Die Gespräche gaben in lustiger, lockerer Weise die entspannte Gesprächsatmosphäre wieder, die Stars verrieten im Plauderton persönliche, aber auch total alltägliche Beobachtungen zum Leben in Hollywood.

Der Chefredakteur des SZ-Magazins, Ulf Poschardt, und Christian Kämmerling werden aufgrund der Ereignisse entlassen. In der *SZ* erscheint ein großer Aufklärungsbericht über den Fall, der vom SZ-Magazin als einseitig und parteiisch kritisiert wird. Der Fall Tom Kummer entfachte die Debatte um die Grenzen und die Vor- und Nachteile des „Borderline-Journalismus“ in Deutschland. Außerdem wird die Frage nach der allgemeinen Glaubwürdigkeit von journalistischen Produkten neu gestellt.

Interessante Facetten des Falls Kummer und der Verantwortlichen im SZ-Magazin sind das besondere, offenkundig äußerst differenzierte Bild Kummers über den Journalismus und seine (ethischen) Prinzipien und gleichfalls die Vorstellungen Poschardts von dem „etwas anderen“ Journalismus, den etwas abwegigeren Wegen des SZ-Magazins. Kummer wird in der nachfolgenden Auseinandersetzung in den Medien u.a. folgendermaßen zitiert:

„Meine Interviews sind ein Werk der Montage, für das ich mich verschiedener Quellen bedient habe.“ „Ich gehe davon aus, dass die Leute wissen, was sie tun, wenn sie mit mir in Kontakt treten.“ (In: Südde. Zeitg. v. 27./28. Mai 2000: „Ein Mann und sein ganz besonderer Draht“)

„[...]Dabei habe ich mich gar nie wirklich als Journalist verstanden. Vielleicht wollte ich [...] den Journalismus dekonstruieren oder wenigstens ein bisschen aufmischen. Klar, ich hätte für mehr Transparenz sorgen müssen, die Leser deutlich darüber zu informieren, dass in meinen Interviews die Gattungserwartung „Interview“ in Frage gestellt wird.

Ich habe es nicht getan, weil mich das „SZ- Magazin“ längst zum Markenzeichen aufgebaut hatte und mich nicht mehr für Reportagen oder Portraits einsetzen wollte. Die Chefredaktion war total auf meine Interviews angefixt, die Leserschaft begeistert. Hier schien die Sonne.“ (In: Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung v. 09.12.2001: „Die nackte Wahrheit“)

Auf die Frage, ob Kummer die Stars, mit denen er Interviews veröffentlicht hat, auch wirklich gesprochen habe:

„Diese Frage ist mir zu eindimensional. Jedenfalls sind meine Interviews ein Werk der Montage, für das ich mich verschiedener Quellen bediene. Für mich gehört das zu meinem Verständnis von Journalismus, eine Art ‚Borderline-Journalismus‘, wie es Ulf Poschardt mal genannt hat.“ (In: Der Spiegel, 21/2000: 110)

Seine zweite Chance, die ihm seitens einiger Medien eingeräumt wurde, verpatzte Kummer kürzlich jedoch ganz getreu seiner Linie (Spiegel-Online 2005). Es liegt die Vermutung nahe, dass es sich bei Tom Kummer um einen eher unjournalistisch überzeugten Täter handelt, der die Szene aufmischen möchte. Das steht ihm jederzeit frei, doch sollte man dann eher den von ihm geprägten Begriff der „Konzeptkunst“ verwenden, denn Journalismus im eigentlichen, ethischen Sinne ist es nicht.

Journalismus ist aufgrund seiner unterschiedlichen Formen der Darstellung durchaus als Handwerk zu begreifen, daher kann Borderline-Journalismus – genauso wie literarischer Journalismus eines Tom Wolfe u.a. – allenfalls Kunsthandwerk sein. Doch Kunsthandwerk unterscheidet sich in der Regel vom Handwerk und ist insofern zu kennzeichnen.

Bei der jüngsten Kummer-Panne in der *Berliner Zeitung* handelte es sich um eine Reportage über einen kunstvollen Autofriedhof in der Nähe von Los Angeles („Der Traum vom Auto“). Nach der Veröffentlichung des Beitrags stellte sich heraus, dass Teile dieser neuen, konstruierten Geschichte bereits ihrerseits Teil anderer Geschichten im Vorfeld gewesen sind, veröffentlicht in der *Neuen Zürcher Zeitung* (1998) und dem *SZ-Magazin* (1999).

Nach der Entdeckung dieser Täuschung erklärter der *BLZ*-Chefredakteur Uwe Vorkötter die Zusammenarbeit mit Kummer für beendet. Bereits am 07. Februar 2004 und am 19. Juni 2004 waren Kummer Rehabilitationschancen eingeräumt

worden, diese Beiträge waren auch nach Prüfung ohne Anstand gedruckt worden. Seit dem Skandal im Jahr 2000 hatte Kummer bis 2003 keine Zeile mehr in Deutschland veröffentlicht.

Fazit:

Beim Problem der Medienfälschungen als Bestandteil der alltäglichen journalistischen Arbeit geht es vor allem um redaktionelle Entscheidungsprozesse wie Selektion und Verlässlichkeit der angebotenen Informationen und Rechercheprodukte. Ethische Entscheidungen, und in der Konsequenz Entscheidungs-Handeln, werden meines Erachtens nach immer ein individuelles Entscheiden sein und bleiben.

Ob man als Journalist sich beispielsweise als Krisenberichterstatter in einer tatsächlichen Krisensituation befindet oder in der Redaktion vor seinem Computer Entscheidungen über den nächsten Satz, den nächsten Kommentar fällen muss, es läuft in jeder Situation in letzter Konsequenz auf eine individuelle, selbstverantwortete Entscheidung hinaus.

Individualethik kann das Spannungsfeld der Ethik- und Moraldiskurse zwischen institutionellen Interessen, Persönlichkeits- und anderen Rechten und der eigenen Aufgabe als Journalist, Informant und Kommentator oder Kommunikator zu sein, nicht verlassen. Wir entscheiden subjektiv, auch wenn die Beweggründe in vielen Situationen rational oder objektiv wirken. Es stecken hier immer ein Motiv und ein Kalkül dahinter. In dieser Hinsicht unterstütze ich den konstruktivistischen Ansatz, der den Journalisten als Beobachter ansieht. Aus dieser Perspektive betrachtete Dinge werden vermittelt, zuvor aber subjektiv ausgewählt, selektiert und dem Rezipienten angeboten.

Der Journalist ist zwangsläufig aufgrund seiner selbst als Individuum ein Konstrukteur von Wahrheit und Wirklichkeit. „Realität und Wirklichkeitsentwürfe“ treffen aufeinander. Diese Konstruktion von Wirklichkeit ist aufgrund der unterschiedlichen ideologischen Vorstellungen der unterschiedlichen Medienunternehmen Zwängen unterworfen, denen sich auch der Journalist unterwirft, wenn er Verträge unterschreibt oder sein Material der Redaktion (evtl. zum Redigieren) übergibt. Insofern steht an erster Stelle immer der Journalist. Er trägt die unmittelbare Verantwortung für sein Handeln, das System nur mittelbar.

Dennoch zeigen die beiden Beispiele – besonders das aktuellere im Fall Kummers – die unbedingte Relevanz von redaktioneller Kontrolle und Gegenrecherche auf. Es ist zwar ehrenvoll und mit Sicherheit nachvollziehbar, wenn man sich auf einen ‚Ruf‘ verlässt, dennoch lehren die Erfahrungen offenbar immer wieder Anderes. Es ist notwendig, zumindest größere zugeliessene Stücke zu prüfen, also den Vorlauf nötigenfalls nach vorn zu verlängern. Gleichwohl es in Zukunft sicherlich immer wieder vorkommen wird, ist dennoch eine nachgeordnete Diskussion und Offenlegung in eigener Glaubwürdigkeit vor dem Publikum verpflichtend.

Zusammenfassend werden an den Schluss drei Thesen gestellt, die im Rahmen des Vortrags zur Diskussion standen und das Thema nochmals aspektorientiert bündeln:

These I:

Bei größeren Geschichten ist Gegenrecherche als Schlusskontrolle unverzichtbar und machbar. Eine Verlängerung des Vorlaufs sorgt somit für Qualität.

Es müssen wirklich und ausnahmslos grundsätzlich alle größeren Geschichten geprüft werden.

These II:

Instanzen wie der Deutsche Presserat mit seinen publizistischen Grundsätzen sind unverzichtbar.

Durch Rügen und andere Sanktionen kann die (öffentliche) Diskussion über Ethik in den Medien aufrecht erhalten werden bzw. erst entstehen.

These III:

Ethik in den Medien kann Nichts anderes bedeuten als die Selbstverantwortung und freiwillige Selbstkontrolle eines jeden Journalisten (vor sich selbst?).

Dem „Journalisten“ steht der „Fälscher“ oder „Grenzgänger“ gegenüber.

Fußnoten

¹ Zur Darstellung dieser und anderer Fallbeispiele vgl. Weischenberg 21998: 209ff. oder Weischenberg 2001: 254ff.

² Benannt wurde die Kommission nach ihrem Vorsitzenden Robert M. Hutchins, dem damaligen Kanzler der University of Chicago.

³ Vgl. im Original: “[...] The needle slides into the boy’s soft skin like a stray pushed into the center of a freshly baked cake.[...]”. Washington Post v. 28.09.1980, S.A9.

Literatur

Debatin, Bernhard/rüdiger Funiok (Hrsg.) (2003): Kommunikations- und Medienethik. Konstanz.

Deutscher Presserat (2006): Publizistische Grundsätze des Deutschen Presserates. Einsehbar unter: <http://www.presserat.de/> (Zugriff: 29.03.2006)

Norddeutscher Rundfunk NDR (2006): Medienkodex des ‚Netzwerks Recherche‘. Einsehbar unter: <http://www.ndr.de/zapp/> (29.03.2006)

Scholl, Armin/Siegfried Weischenberg (1998): Journalismus in der Gesellschaft. Theorie, Methodologie und Empirie. Opladen et al.

Schütz, Martin R. (2003): Journalistische Tugenden. Leitplanken für eine Standesethik. Wiesbaden.

SPIEGEL ONLINE (2005): Borderline-Journalismus. Tom Kummer verpatzt seine zweite Chance. In: spiegel-online Kultur, v. 02.02.2005. Einsehbar unter: <http://www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/0,1518,339795.html> (Zugriff: 22.03.2006)

Thurnherr, Urs (2000): Angewandte Ethik zur Einführung. 1. Aufl., Hamburg.

Weischenberg, Siegfried (21998) [zuerst 1995]: Journalistik. Medienkommunikation: Theorie und Praxis, in 3 Bänden. Bd.1: Mediensysteme, Medienethik, Medieninstitutionen. Opladen/Wiesbaden.

Weischenberg, Siegfried (2001): Nachrichtenjournalismus. Anleitungen und Qualitäts-Standards für die Medienpraxis. Opladen/Wiesbaden.

Weischenberg, Siegfried (2004): Zeitgeister. In: Journalist, Nr.11/2004:
S. 10-16.