

Nähe und Distanz

Selbstverständnis und Ambivalenzen wertegebundener Journalist_innen

Dissertation zur Erlangung des akademischen Grades der Dr. phil.
eingereicht im Fachbereich Politik- und Sozialwissenschaften
der Freien Universität Berlin

vorgelegt von

Astrid Sauermann

Berlin, 2015

Erstgutachterin:

Prof. Dr. Barbara Pfetsch

Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Freie Universität Berlin

Zweitgutachterin:

Prof. Dr. Annette Zimmer

Institut für Politikwissenschaft, Westfälische Wilhelms-Universität Münster

Tag der Disputation: 16. Juli 2015

Danksagung

Ich bedanke mich bei all jenen, die mich in den letzten Jahren begleitet und bestärkt haben, die Durststrecken der Diss mit mir durchlitten und sich über Erfolge mit mir gefreut haben.

Der Hans-Böckler-Stiftung danke ich für das Stipendium, das mir drei Jahre und drei Monate ohne größere finanzielle Sorgen beschert und damit die Arbeit an der Dissertation erst ermöglicht hat. Meiner Erstgutachterin Prof. Barbara Pfetsch danke ich für die Freiheit, die sie mir gelassen hat, Prof. Annette Zimmer für das Verfassen des Zweitgutachtens und für Zuspruch und Ratschläge in den letzten Jahren.

Prof. Armin Scholl und Prof. Joachim Trebbe danke ich für die intensive inhaltliche und methodische Auseinandersetzung mit meiner Arbeit. Prof. Trebbe war darüber hinaus Teil der Prüfungskommission, gemeinsam mit Prof. Margret Lünenborg und Dr. Leyla Dogruel, wofür ich allen dreien herzlich danke. Die Diskussion in der Verteidigung mit Margret Lünenborg über den Nutzen Bourdieus für die Journalismusforschung und der E-Mail-Austausch mit Stefan Meißner über die Feinheiten der Bourdieuschen Theorie waren inspirierende Momente.

Natürlich wäre die Auseinandersetzung mit dem Selbstverständnis von Journalist_innen ohne all die Interviewpartner_innen nicht möglich gewesen. Da ich ihnen Anonymität versprochen habe, danke ich den 23 Journalistinnen und Journalisten, die sich Zeit für meine Fragen genommen haben, hiermit ohne Namensnennung, aber dennoch nicht weniger herzlich als denen, die hier namentlich genannt werden.

Für anregende Gespräche, die Vermittlung von Interviewpartner_innen und anderen Kontakten, die Anteilnahme an den Fortschritten meiner Dissertation und wertvolle Hinweise danke ich Dr. Hans-Jürgen Arlt, Dr. Sabine Nehls, Inez Kühn, Uli Röhm und Valentin Döring. Sehr wertvoll war darüber hinaus der Austausch mit meiner von der Hans-Böckler-Stiftung vermittelten Vertrauensdozentin Prof. Barbara Thomaß, ohne deren Hilfe das Interview mit dem ZDF-Chefredakteur Peter Frey nicht zustande gekommen wäre.

Arnold Maxwill danke ich für das aufmerksame Lektorat.

INHALTSVERZEICHNIS

Abkürzungsverzeichnis	4
Abbildungsverzeichnis	5

EINLEITUNG

1 Nähe und Distanz im Journalismus	7
1.1 Fragestellung	7
1.2 Journalismusforschung zwischen Akteur_innen und Strukturen: Einordnung des Forschungsthemas in die wissenschaftliche Debatte	13
1.3 Die Feldtheorie Pierre Bourdieus: Habitus und Kapital der Journalist_innen im journalistischen Feld	18
1.4 Design der Fallstudien und Aufbau der Arbeit	24

THEORIEN UND BEFUNDE

2 Zwischen Anspruch und Realität: Journalist_innen im Spannungsfeld	27
2.1 Missionierung und Informationsvermittlung: Befunde zum Selbstverständnis von Journalist_innen	30
2.2 Die Brille der Journalist_innen: Objektivität und Subjektivität im Journalismus	41
2.3 Autonomie und Zwänge des journalistischen Feldes: Einflüsse auf journalistisches Denken und Handeln	51
2.4 Schlussfolgerungen und Eingrenzungen: Konsequenzen für diese Studie	61
2.4.1 Forschungslücke Wertegebundenheit	61
2.4.2 Eingrenzung auf kirchlich und gewerkschaftlich gebundene Journalist_innen	62
2.4.3 Eingrenzung auf öffentlich-rechtlichen Rundfunk	71
2.4.4 Sonderfall Kirchenredaktionen – Verkündigung und Religionsberichterstattung	75
2.4.5 Vorannahmen über wertegebundene Journalist_innen	78

METHODISCHES DESIGN

3	Befragung kirchen- und gewerkschaftsnaher Journalist_innen	87
3.1	Theoriegeleitetes Vorgehen: Qualitative Interviews	87
3.2	Operationalisierung der Befragung	91
3.3	Die inhaltsanalytische Auswertung der Interviews	97
3.4	Methodische Schwierigkeiten dieser und anderer Studien	98

ANALYSE UND DISKUSSION

4.	Habituelle Dispositionen	103
4.1	Zusammensetzung der Untersuchungsgruppe	103
4.2	Familiäre Sozialisation	105
4.3	Der Einstieg in das journalistische Feld	107
4.4	Werte und Einstellungen	111
4.5	Geschlechterunterschiede	122
4.6	Zwischenfazit	126
5.	Verortung im journalistischen Feld	128
5.1	Die Redaktionen	129
5.2	Hierarchien und Widerstände im Arbeitsumfeld	134
5.3	Wahrnehmung der Wertorientierung im Feld	137
5.4	Interaktion und Vernetzung	145
5.5	Zwischenfazit	149
6.	Selbst- und Auftragsverständnis	153
6.1	Motivation zur Berufswahl	153
6.2	Auftragsverständnis: Von Door-Openern und Aufklärer_innen	155
6.3	Objektivität und Realitätsverständnis	161
6.4	Publikumsbild und Medienwirkung	164

6.5	Vom Anspruch zur Wirklichkeit: Arbeitszufriedenheit und medienpolitische Herausforderungen	169
6.6	Einfluss der Wertegebundenheit auf journalistische Arbeit	178
6.7	Zwischenfazit	180

7. Ambivalenzen und Interessenskonflikte 184

7.1	Unterstellte und selbst wahrgenommene Ambivalenzen und Konflikte	184
7.2	Strategien zur Vermeidung von Konflikten	191
7.3	Zwischenfazit	202

F A Z I T

8. Zur Frage von Nähe und Distanz Wertegebundene Journalist_innen beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk 205

8.1	Journalist_innen wie alle anderen auch?	205
8.2	Autonomie der Journalist_innen	208
8.3	Die Ambivalenzen der Anderen	210
8.4	Haltung und Objektivität	212
8.5	Messen mit zweierlei Maß	214
8.6	Schmoren im eigenen Saft	216
8.7	Diskrepanzen zwischen Anspruch und Umsetzung	218
8.8	Mainstream vs. Minderheitenmeinung	219

Literatur 223

A N H A N G	I
Zusammenfassung (deutsch)	II
Zusammenfassung (englisch)	III
Übersicht über die Interviewpartner_innen	IV
Fragebogen und Leitfaden	V
Codebuch	IX

Abkürzungsverzeichnis

ARD	Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland
BR	Bayerischer Rundfunk
DGB	Deutscher Gewerkschaftsbund
dju	Deutsche Journalistinnen und Journalisten-Union in ver.di
DJV	Deutscher Journalistenverband
EKD	Evangelische Kirche in Deutschland
epd	Evangelischer Pressedienst
GEW	Gewerkschaft Erziehung und Wissenschaft
GkP	Gesellschaft katholischer Publizisten
hr	Hessischer Rundfunk
ifp	Institut zur Förderung publizistischen Nachwuchses
IG Metall	Industriegewerkschaft Metall
JouriD	Journalisten in Deutschland. Studie von Weischenberg und Scholl (1998) und Weischenberg, Malik und Scholl (2006)
KNA	Katholische Nachrichtenagentur
KokokiSe	Koordinationskonferenz kirchlicher Sendungen in der ARD
MDR	Mitteldeutscher Rundfunk
NDR	Norddeutscher Rundfunk
RB	Radio Bremen
rbb	Rundfunk Berlin Brandenburg
RStV	Staatsvertrag für Rundfunk und Telemedien, kurz: Rundfunkstaatsvertrag
SR	Saarländischer Rundfunk
SWR	Südwestrundfunk
ver.di	Vereinte Dienstleistungsgewerkschaft
WDR	Westdeutscher Rundfunk
ZDF	Zweites deutsches Fernsehen
ZdK	Zentralkomitee der deutschen Katholiken

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Forschungsfrage und Forschungsdesign	10
Abbildung 2: Das journalistische Feld und die Verortung des_der Journalist_in	89
Abbildung 3: Altersverteilung in der vorliegenden Studie im Vergleich zur Altersverteilung deutscher Journalist_innen (JouriD) und den Journalist_innen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks (JouriD)	103
Abbildung 4: Verteilung der Interviewpartner_innen auf die öffentlich-rechtlichen Sender	104
Abbildung 5: Bezüge der Interviewpartner_innen aufeinander	146

EINLEITUNG

1 Nähe und Distanz im Journalismus

1.1 Fragestellung

Immer wieder wird sie gestellt, die Frage von Nähe und Distanz im Journalismus, immer wieder werden die Grenzziehungen eingefordert und problematisiert. Als ZDF-Journalist van Kampen bei einer Pressekonferenz zu Kanzlerin Merkmels 60. Geburtstag ein Ständchen anstimmte, warf die taz ihm vor, er sei „an seiner Aufgabe, kritische Distanz zu den Mächtigen zu wahren und trotzdem über sie zu berichten, [...] grandios gescheitert“ (Peter 2014).

Eine „gesangliche Anbiederung“ ist aber bei weitem nicht das Einzige, was zum Vorwurf von zu viel Nähe führen kann: Wer Gewerkschaftsmitglied oder Mitglied einer Partei sei, laufe Gefahr, einseitig zu berichten und müsse sich eventuelle Interessenskonflikte bewusst machen, warnt der stellvertretende Leiter des ZDF-Hauptstadtstudios Thomas Walde im Rahmen des dju-Journalistentags 2012 (dju 2013, 65f). Er schätze engagierte Bürger_innen¹ und habe Hochachtung vor jedem, der Gewerkschaftsmitglied sei, stimmte der stellvertretende Chefredakteur der BILD-Zeitung Nikolaus Blome bei der gleichen Veranstaltung ein, „aber nicht als Journalist“ (Blome in dju 2013, 57). Auch die Kommunikationswissenschaftler Esser und Weßler stellen fest, „dass sich die Unabhängigkeit des Journalistenberufs prinzipiell nicht mit der Parteinähe und Parteinahme verträgt“ (Esser und Weßler 2002, 198).

Doch auch ohne eine besondere Nähe zu den Ideologien von spezifischen Organisationen stellt sich bei Journalist_innen die Frage des Abstandes zum Berichtsgegenstand. Von ihnen wird „in formaler und sozialer Hinsicht ein hoher Grad an Autonomie, Unabhängigkeit, Neutralität und Distanz verlangt“ (Jarren und Donges 2011, 239). Journalist_innen sind auf Kontakte angewiesen, um auch an solche Informationen zu gelangen, die nur Insidern zur Verfügung stehen, laufen bei zu viel Nähe aber Gefahr, ‚Beißhemmungen‘ zu entwickeln. Sie müssten, so Blum (2008, 244), die „paradoxe Kunst beherrschen, bissige Schoßhunde zu sein, nämlich die politische Macht gleichzeitig zu kritisieren und zu hofieren“. Auch Krüger warnt vor einer „kognitive Vereinnahmung“ von Journalist_innen durch Eliten: Der An-

¹ Hinweis zur geschlechtersensiblen Sprache: In dieser Dissertation wird die Schreibweise der „Gender Gap“ genutzt. Die „Gap“, dargestellt durch den Unterstrich, ermöglicht und verdeutlicht die Einbeziehung und Repräsentanz derjenigen Menschen, die sich nicht im heteronormativen, zweigeschlechtlichen Schema verorten, im Gegensatz also beispielsweise zum Binnen-I, das zwar das generische Maskulinum überwindet und auch Frauen in der Sprache sichtbar macht, jedoch nach wie vor in der Zweigeschlechtlichkeit verhaftet ist.

Hinweis zur Rechtschreibung: Zitate wurden an die Regeln der neuen Rechtschreibung angepasst, sofern dadurch ihr Sinn nicht entstellt wurde.

spruch, als unabhängige und distanzierte Beobachter_innen zu fungieren, werde vom „Arbeitsalltag konterkatiert, der mit hoher Kontaktfrequenz, den Regeln des informellen Umgangs und dem Anspruch des Quellenschutzes fast zwangsläufig eine gewisse Nähe mit sich bringt“ (U. Krüger 2013, 37). Die Schwierigkeit für Journalist_innen bestehe deshalb in der Beurteilung, „wann die eigene Überzeugung aufhört und wann Beeinflussung bzw. kognitive Vereinnahmung durch Beziehungen anfängt“ (2013, 147). Krüger hat in seiner Dissertation problematisiert, was später von der Satire-Sendung „Die Anstalt“ wiederholt und zugespitzt wurde: die Verbindungen zwischen Journalist_innen und transatlantischen Lobby-Organisationen. Zwei der kritisierten Journalist_innen versuchten daraufhin, gerichtlich gegen die Sendung vorzugehen. Offenbar haben Krüger und die „Anstalt“ einen Nerv getroffen, denn angezweifelt wurde die journalistische Unabhängigkeit – und damit die Glaubwürdigkeit des Journalismus.

Die Glaubwürdigkeit ist ein hohes Gut. Journalistische Publikationen, stellen die Autor_innen der Studie über Journalist_innen in Deutschland (im Folgenden auch „JouriD“ genannt, Weischenberg et al. 2006) fest, haben gegenüber anderen Medienangeboten „einen Glaubwürdigkeitsbonus, weil ihre Informationen durch die Berichterstattung zu Tatsachen werden, Themen durch die Berichterstattung gesellschaftliche Relevanz erhalten und weil der journalistischen Beobachtung Objektivität zugeschrieben wird“ (Weischenberg et al. 2006, 30). Nach einer Studie im Auftrag der NDR-Sendung „ZAPP“ Ende 2014 ist es mit dem Vertrauen in Medien aber schlecht bestellt. Man nehme den Medien nicht mehr ab, objektiv zu berichten (infratest dimap 2014).² Journalist_innen werden „von Kontrolleuren zu Helfern der einflussreichen Kreise“, warnt NachDenkSeiten.de-Mitbetreiber Albrecht Müller in seinem Buch „Meinungsmache“ (2009, 360).

Von gesellschaftlicher Relevanz ist diese Diskussion, weil Medien als vierte Gewalt in der Lage sind öffentlich Kritik zu äußern und damit einen „vielleicht indirekten, aber doch enormen Einfluss haben“, so Greck und Altmeppen (2012, 112), die daraus folgern, „dass gesellschaftliche Bereiche – und insbesondere Politik und Journalismus – eine gesunde Distanz zueinander bewahren sollten“. Die Aufgabe von Journalist_innen sei, so Müller, die Kontrolle von Politik, Verbänden, Parteien und Eliten als „kritische Instanz“ und „Wächter der Demokratie“ (A. Müller 2009, 359).

² Ein Drittel derjenigen, die angaben, kein oder wenig Vertrauen in Medien zu haben, nannten als Grund die fehlende Objektivität oder die Einseitigkeit der Medien. Die Selbsteinschätzung der Befragten zeigt, dass das Vertrauen in die Medien tendenziell gesunken ist: 14 Prozent der Befragten gaben an, ihr Vertrauen sei gesunken, nur drei Prozent vertrauen den Medien heute mehr als vor der Ukraine-Krise (infratest dimap 2014). Allerdings wird in dieser Studie nicht nach Medienangeboten differenziert und nicht ausdrücklich nach journalistischen Produkten gefragt.

Die Frage, die sich stellt, und deren Antwort auf der Hand zu liegen scheint, ist also: „Müssten Journalisten eigentlich nicht einen professionellen Abstand zu denjenigen wahren, über die sie schreiben und auf die sie mit einem kritischen Auge blicken sollten? Natürlich“ (Klößner 2014). Doch was bedeutet „professioneller Abstand“? Und wie kann man nah genug dran am Berichtsgegenstand sein und gleichzeitig eine „gesunde Distanz“ wahren? In vorliegender Dissertation soll dieser Frage anhand einer bisher unter diesem Fokus noch nicht untersuchten Gruppen von Journalist_innen nachgegangen werden: den Journalist_innen, die ohnehin und nachweislich über eine ideologische Nähe zu wertebasierten Organisationen verfügen und gleichzeitig über Themen berichten, die im Interessensbereich jener Organisationen liegen. Untersucht wird, wie die wertebundenen Journalist_innen einen professionellen Abstand schaffen – und ob sie ihn überhaupt für notwendig halten. Wie bewegen sie sich im Spannungsfeld von Nähe und Distanz? Wie kritisch betrachten sie ihre Organisationen und welche Konsequenzen hat das für die journalistische Arbeit? Wie bewusst sind sie sich möglicherweise entstehender Konflikte zwischen ihren Einstellungen und dem beruflichen Anspruch an Objektivität? Wie gehen sie mit den Ambivalenzen um, die durch das Aufeinanderprallen ihrer durch ein Wertesystem geprägte Wahrnehmungskategorien auf der einen Seite und den Spielregeln des journalistischen Feldes auf der anderen Seite entstehen? Die Forschungsfrage lautet deshalb:

Welches berufliche Selbstverständnis haben Journalist_innen, die eine ideologische Nähe zu gesellschaftlichen Organisationen aufweisen, deren Themen wiederum Gegenstand der Berichterstattung sind/sein könnten?

Der Fokus liegt in dieser Dissertation auf den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten, da an die Journalist_innen dieser Sender ein besonders hoher Anspruch an objektive, sachliche und journalistisch hochwertige Berichterstattung gestellt wird, der möglicherweise im Widerspruch zu dem Engagement und der Mitgliedschaft in wertebasierten gesellschaftlichen Organisationen stehen könnte. Denn Objektivität ist beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk nicht nur eine Norm, sondern auch der klare Auftrag im Rundfunkstaatsvertrag.

Auf der anderen Seite sind die Journalist_innen, die Gegenstand dieser Untersuchung sind, in besonderem Maße dem Vorwurf der Subjektivität ausgesetzt: Sie sind Mitglied in wertebasierten gesellschaftlichen Organisationen, engagieren sich dort und fühlen sich deren Werten und Ideologien verbunden. Den naheliegendsten Weg zur Umgehung von Interessenkonflikten – die vollständige Vermeidung von Themen in der journalistischen Arbeit, zu denen sie selbst klare Positionen vertreten – können sie nicht beschreiten, denn sie arbeiten in oder für Redaktionen, die sich mit den Themen eben dieser Organisationen beschäftigen.

Theoretische Grundlage dieser Arbeit bildet die Feldtheorie Pierre Bourdieus (vgl. u.a. Bourdieu 1979; 1993; 1998a; Bourdieu und Wacquant 1996), die es erlaubt, Journalist_innen weder nur als Akteur_innen noch lediglich als Teil der Strukturen zu betrachten. Bourdieus Habituskonzept ermöglicht die Einbeziehung von Faktoren wie Sozialisation, Kapitalbesitz, verinnerlichten Werten und Wahrnehmungskategorien und dem individuellen Spielraum, aber auch den Blick auf diejenigen Faktoren, die die Konstitution des Habitus beeinflussen, etwa die Arbeitsbedingungen, die Redaktionsorganisation und die Position der Journalist_innen im journalistischen Feld. Interessenskonflikte und Ambivalenzen können demnach auf zweierlei Weise entstehen: Durch eine Dissonanz der im Habitus verankerten Denkmuster mit den Spielregeln des Feldes oder durch den Widerspruch der Spielregeln von zwei Feldern, etwa dem religiösen und dem journalistischen bei kirchlich engagierten Journalist_innen.

Die einzig theoriekonforme Methode zur Erforschung des Habitus der Journalist_innen ist die Betrachtung durch die Brille der Betroffenen, weshalb mit 23 wertebundenen Journalist_innen Interviews geführt wurden. Ausgewertet wurden diese mit einer qualitativen Inhaltsanalyse (vgl. Mayring 2010).

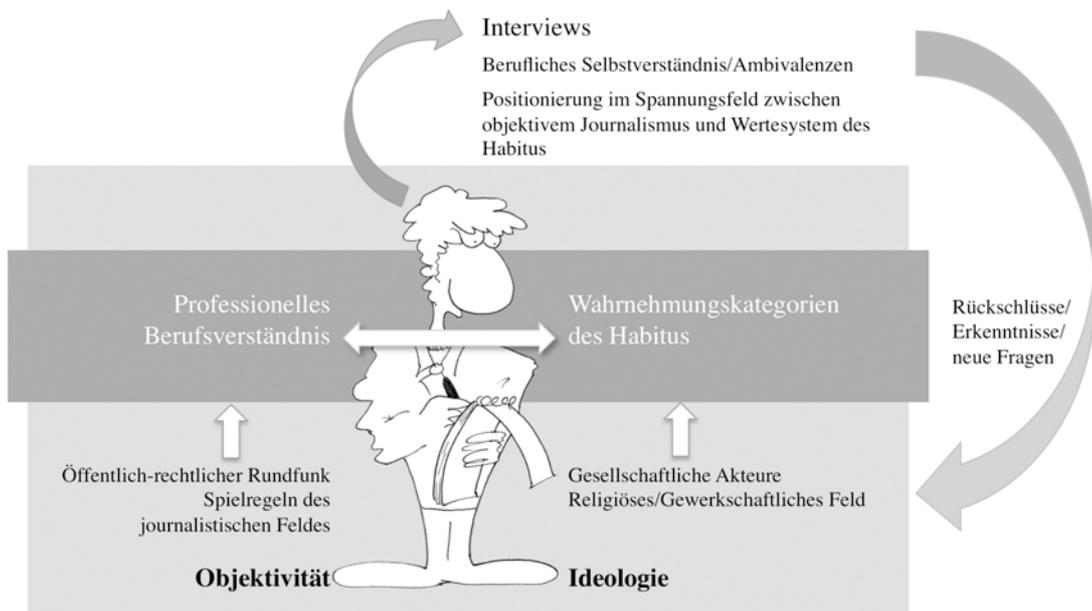


Abbildung 1: Forschungsfrage und Forschungsdesign. Eigene Darstellung

Der Begriff Ideologie wird umgangssprachlich oft abwertend verwendet (vgl. Bredow und Noetzel 2009, 155). Ideologien dienen politischen Zwecken, wie Marx warnte (vgl. Arzheimer 2009, 85), verknüpfen Aussagen über Tatsachen unzulässigerweise mit Werturteilen (vgl. Bizeul 2009, 115) und zementieren die bestehende soziale Ordnung (vgl.

Mannheim 1995, 179). Hier soll aber Definitionen gefolgt werden, die eher von einem wertfreien Ideologiebegriff ausgehen, wie ihn Mannheim 1929 in „Ideologie und Utopie“ (1995, 75) dargelegt hat. Arzheimer definiert Ideologien als

„Systeme von Ideen, Werten und Überzeugungen, die a) eine gewisse Stabilität aufweisen, b) von relevanten gesellschaftlichen Gruppen geteilt werden, c) eine bestimmte Diagnose der sozialen und politischen Realität beinhalten, d) relativ abstrakte Aussagen über eine wünschenswerte soziale und politische Realität treffen, einen Katalog von konkreteren politischen Maßnahmen implizieren, mit deren Hilfe sich die Lücke zwischen c) und d) schließen lässt, f) Handlungsappelle an bestimmte soziale Gruppen richten und g) eine Legitimation für die Verteidigung, die Reform oder die radikale Veränderung der grundlegenden sozialen und politischen Verhältnisse einer gegebenen Gesellschaft bieten“ (2009, 86).

Quandt et al. (2014, 110) definieren in ihrer Studie über journalistische Kulturen, ethische Ideologien zielten „auf moralische Werte und ihre Geltungskraft ab“, wobei sich „neben den eigentlichen Werten wie beispielsweise Vollständigkeit und Ausgewogenheit [...] hierbei vor allem die Frage nach dem Umgang mit Standards und Wertvorstellungen in ethisch problematischen Situationen“ stelle.

Wenn von einer „ideologischen Nähe“ gesprochen wird, geht es also um das Teilen des Wertesystems und Ideenkomplexes einer konkreten, „in einem bestimmten positiven oder normativen Glauben vereinten“ (Bizeul 2009, 116) Gruppe, wodurch das Denken der Journalist_innen bestimmt ist. Denn Ideologien steuern die Wahrnehmung. Dabei soll hier der fatalistischen Einstellung gefolgt werden (im Unterschied zur puristischen Einstellung, dass ein Ausschluss von Ideologie aus dem Denken grundsätzlich möglich sei, es also eine Wahrheit gäbe). Sie geht von der Prämisse aus, dass sich Erkenntnis und Interesse nicht gänzlich voneinander trennen lassen, weil ideologische Aspekte bei der Wahrnehmung unvermeidbar sind. Wichtig ist aber die Klarheit über die eigenen Interessen, weil nur so eine „dogmatische Verbohrtheit“ vermieden werden kann (vgl. Bredow und Noetzel 2009, 153).

Ideologische Einstellungen, spezifiziert Arzheimer, nehmen „eine Mittelposition zwischen den sehr stark generalisierten Wertorientierungen einerseits und den sehr spezifischen Einstellungen zu einzelnen politischen Sachfragen andererseits ein“ (Arzheimer 2009, 86). Für vorliegende Studie ist diese Unterscheidung wichtig, weil es nicht nur um die Zustimmung zu bestimmten Positionen einer Organisation geht und auch nicht um das unausgesprochene Teilen von allgemeinen Werten, sondern um das Gefühl der Zugehörigkeit zu einem bestimmten kulturellen System und „Bedeutungsgewebe“ (Bizeul 2009, 116).

Im Laufe des Forschungsprozesses wurde der Ideologie-Begriff durch den der „Wertegebundenheit“ ersetzt, weil insbesondere kirchlich gebundene Journalist_innen offenbar die verbreitete Skepsis gegenüber Ideologien teilen und sich selbst nicht als ideologisch gebunden bezeichnen möchten, zumal ohnehin strittig ist, ob Religion als Ideologie (wie bei Marx) oder Ideologie als Ersatz für religiösen Glauben gewertet werden kann. Deshalb wird, wenn

in dieser Studie von „Wertegebundenheit“ die Rede ist, diese Begrifflichkeit aus Respekt vor der Skepsis der Journalist_innen gegenüber dem Ideologie-Begriff verwendet, ist aber nichtsdestotrotz als Synonym der ideologischen Nähe zu verstehen.³

Um aussagekräftige Ergebnisse zu erhalten, wird die Untersuchung auf Journalist_innen beschränkt, die den zwei großen wertebasierten gesellschaftlichen Organisationen Kirche und Gewerkschaft nahestehen. Beide Organisationen sind Akteurinnen des intermediären Systems (Pfetsch und Wehmeier 2002, 46f), also „Vermittlungsorganisationen zwischen Gesellschaft und Staat“ (Jarren und Meier 2002, 132), und als gesellschaftlich relevante Organisationen in den Rundfunkräten vertreten (Lilienthal 2009). Sie müssen ihre Arbeit und gesellschaftliche Relevanz immer wieder rechtfertigen, was erschwert wird durch einen Mitgliederschwund und die Ausdifferenzierung der Arbeits- und Lebenswelt. Für Organisationen, „die ihren Mitgliedern auch ökonomische Opfer abverlangen“ (was auf Gewerkschaften wie auch auf die Kirchen zutrifft), „gilt in besonderer Weise, dass sie in der Lage sein müssen, nach innen wie nach außen solche Themen zu vermitteln, denen sie außergewöhnliche Bedeutung zuschreiben“ (Weßels 2003, 333). Doch Kirchen und Gewerkschaften, die „ihre Existenz auf moralische und weltanschauliche Motive gründen“, so Pfetsch und Wehmeier (2002, 52), „tun sich schwer, mit ihren ‚weichen‘ Botschaften in der Konkurrenz um mediale Aufmerksamkeit zu bestehen“. Die Kirche hat in dieser Konkurrenzsituation aber – und hier liegt auch der wesentliche Unterschied zwischen den beiden Organisationen – einen Vorteil gegenüber den Gewerkschaften: Während den Kirchen im Rundfunkstaatsvertrag Sendeplatz für ihre Verkündigungssendungen zugesprochen wird, haben die Gewerkschaften eine solche Sonderstellung nicht. Außerdem sind die Kirchen aktiv in der Journalist_innenausbildung und unterhalten eigene Pressedienste und Produktionsfirmen.

Besonders deutlich wird das Spannungsfeld zwischen Nähe und Distanz, zwischen Subjektivität und Objektivität bei den Kirchenredaktionen, denen die kirchennahen Journalist_innen in dieser Studie ausnahmslos angehören. Alle öffentlich-rechtlichen Sender haben eine Kirchenredaktion, die als Fachredaktion für religiöse Themen eigene Sendungen gestaltet und deren Journalist_innen als Expert_innen für Fragen der Religion gelten. Sie betreuen darüber hinaus aber auch die im Rundfunkstaatsvertrag zugesicherten Sendezeiten der Kirchen, die sogenannten Verkündigungssendungen, etwa das Wort zum Sonntag oder die Gottesdienstübertragungen. Weil die Zusammenarbeit mit den Kirchen somit in der Aufgabenbeschreibung der Redaktionen verankert ist, haben z.B. beim ZDF die Kirchen bei der Besetzung der Redaktionsleitung ein Mitspracherecht. Dass die Journalist_innen dieser Redaktio-

³ Gemeint sind also ausdrücklich nicht die durch den Inglehart-Index erfassten Werteprioritäten, auf die im Kontext der Diskussion um Werte und Wertewandel in der Regel Bezug genommen wird (vgl. u.a. Inglehart 1997).

nen eine Nähe zur evangelischen oder katholischen Kirche haben, gilt als Voraussetzung. Dessen ungeachtet muss an sie bei der Gestaltung der eigenen journalistischen Beiträge der gleiche Anspruch gelten wie an alle anderen öffentlich-rechtlichen Journalist_innen.

Selbstverständnis und Ambivalenzen der gewerkschafts- und kirchennahen Journalist_innen werden nicht nur deskriptiv dargestellt, sondern auch die Argumentations- und Rechtfertigungsmuster der Journalist_innen aufgedeckt. Ziel der Untersuchung ist es, Erkenntnisse über das berufliche Selbstverständnis von wertegebundenen Journalist_innen zu gewinnen. Es werden Fragen nach Deutungs- und Wahrnehmungsmustern der Journalist_innen und nach der Konstitution des beruflichen Habitus gestellt. Dabei werden sowohl objektive Determinanten, also gesellschaftliche, medienstrukturelle und institutionelle Faktoren wie die Position des öffentlich-rechtlichen Rundfunks im journalistischen Feld, die Organisation der Redaktion oder die Arbeitsbedingungen in den Blick genommen, als auch die (empfundene) Autonomie der Journalist_innen.

Ein Anliegen der Studie ist es, durch einen Abgleich mit den bereits vorliegenden Journalist_innenstudien Aussagen darüber zu treffen, ob sich die wertegebundenen Journalist_innen in ihrem Selbst- und Auftragsverständnis von der Gesamtheit der Journalist_innen in Deutschland unterscheiden, ob also das Bekenntnis einer ideologischen Bindung einen Einfluss auf das professionelle Berufsverständnis hat.

Über die Mikroebene der journalistischen Akteur_innen hinaus kann diese Dissertation Anhaltspunkte über die Ausgestaltung des Zusammenspiels von gesellschaftlichen Akteur_innen und öffentlich-rechtlichem Rundfunk sowie über die „Einwirkungschancen“ von Organisationen bieten. So können möglicherweise vorhandene Mechanismen der indirekten Einflussnahme von Organisationen auf Berichterstattung offengelegt und Erklärungen für die vermutete unterschiedlich starke Präsenz der Organisationen Kirche und Gewerkschaft in den Redaktionen der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten gefunden werden.

1.2 Journalismusforschung zwischen Akteur_innen und Strukturen: Einordnung des Forschungsthemas in die wissenschaftliche Debatte

Diese Dissertation beschäftigt sich mit dem Selbstverständnis, den Einstellungen, Ambivalenzen und Interessenkonflikten von Journalist_innen, ist also auf der Mikroebene und in der Kommunikator_innenforschung angesiedelt. Kommunikator_innen sind die „vermittelnde Instanz im Prozess der gesellschaftlichen Kommunikation“ (Wild 1990, 10f). Die Notwendigkeit der Erforschung des Verhaltens, der Dispositionen und der Grundhaltungen der Kommunikator_innen ergibt sich aus ihrer gesellschaftlichen Bedeutung: Als „relativ auto-

nome und faktensetzende Instanz [sind sie] entscheidend an Aussage und Präsentation beteiligt“ (Wild 1990, 10f).

In der Kommunikationswissenschaft liegen zahlreiche Studien vor, die sich mit dem Selbstverständnis journalistischer Akteur_innen beschäftigen. Um das Selbstverständnis zu bezeichnen, werden in der Literatur verschiedene Begriffe verwendet. So ist vom Auftragsverständnis, dem Berufsverständnis, dem beruflichen Selbstverständnis oder dem Rollenselbstverständnis die Rede. Gemeint ist in der Regel in etwa das Gleiche: die Frage nach den Kommunikationsabsichten journalistischer Akteur_innen. Die „individuelle Rollenselbstzuschreibung“ (2006, 99) gibt, so Wyss und Zischek, „Auskunft darüber, wie die Journalisten ihre Aufgabe selbst definieren, wie sie ihre Berufsrolle verstehen und wo sie Schwerpunkte setzen“ (2004, 92).⁴

Esser und Weßler verstehen unter dem (beruflichen) Selbstverständnis „ein vielschichtiges Einstellungskonstrukt, das in konkreten Situationen handlungsleitende Bedeutung erfahren kann“ (2002, 188). Journalist_innen agieren nicht autonom, sondern „unter den Bedingungen redaktioneller, organisationshierarchischer, technologischer und ökonomischer Zwänge“ (ebd.). Wie sie unter diesen Bedingungen ihren individuellen Handlungsspielraum nutzen und eigene Kommunikationsabsichten durchsetzen können, wird durch ihr berufliches Selbstverständnis bestimmt. Nach Donsbach umfasst das Selbstverständnis „all jene Verhaltenserwartungen an den journalistischen Beruf, die von den Berufsangehörigen innerhalb einer Kultur als legitim erachtet und als Richtlinien für das eigene Handeln akzeptiert werden“ (2005, 415). Das, was Journalist_innen als legitime Erwartungen anderer an ihren Beruf ansehen, machen sie sich „für ihr Selbstbild und ihr Aufgabenverständnis zueigen“ (ebd.).

Zu den Erwartungen an Journalist_innen in demokratischen Gesellschaften gehört die Information der Bürger, die Kritik und Kontrolle der Mächtigen, der Beitrag zur Meinungs- und Willensbildung und die Unterhaltung des Publikums (vgl. Weischenberg et al. 2006, 98). Das Selbstverständnis wird also entwickelt in der Auseinandersetzung mit den Anforderungen von außen und mit den eigenen Ansprüchen an den Beruf. Es dient einerseits dazu, das Handeln daran zu orientieren, andererseits aber auch zur Legitimation des eigenen Handelns (Esser und Weßler 2002, 229). Da die Journalist_innen im Rahmen der beruflichen Sozialisation lernen, „wie sie sich zu verhalten haben“, dürfte sich das Selbstbild „mit den externen

⁴ Da diese Arbeit auf den Denkmustern Bourdieus fußt, wird der Begriff der Rolle zwar verwendet, wenn der Forschungsstand oder Annahmen anderer Forscher_innen wiedergegeben werden, im Sinne Bourdieus dürfte eine solche Begrifflichkeit aber nicht sein. Denn der Habitus „fungiert als ein synthetisierendes, im übertragenen Sinne organisches Prinzip, das die Zerfaserung der Persönlichkeit in die Erfüllung lediglich äußerlicher Verhaltensanforderungen und -regeln – wie etwa in der soziologischen Rollentheorie der Fall – zurückweist“ (Bauer 2011, 182).

Rollenerwartungen, die aus der Gesellschaft an den Journalismus herangetragen werden, weitgehend decken“, stellen Weischenberg et al. (2006, 98) fest.

Donsbach unterscheidet zwischen drei Traditionen des journalistischen Selbstverständnisses, die zu unterschiedlichen Erwartungen an den Journalismus führen: die subjektive Tradition, die gesellschaftliche Dienstleistung und die wirtschaftliche Tradition. Die drei Traditionen „schlagen sich je nach den Berufsmotiven der Journalisten und den gesellschaftlichen Rahmenbedingungen in verschiedenen Auffassungen von den Aufgaben des Berufs sowie in den als legitim und professionell angesehenen Handlungsmaximen nieder“ (Donsbach 2008, 147). In einer Studie stellte Donsbach 2000 fest, dass Journalist_innen durchaus bereit sind, über Themen zu berichten, zu denen sie eine feste Meinung haben (subjektive Tradition). Auch Essers Beobachtung von Redaktionen hat gezeigt, dass sich die Unterschiede in der journalistischen Kultur auch in der Organisation der redaktionellen Arbeit niederschlagen (Esser 1998). Donsbach (2008, 154) vermutet, dass die subjektive Tradition an Bedeutung verliert; die „immer dominanter werdende Kommerzialisierung“ dränge andere Facetten des Rollenselbstverständnisses zunehmend zurück. Die subjektiv-missionarischen Elemente seien relativ zurückgegangen, die Informationsfunktion hingegen sei gestiegen. Laut Esser und Weßler (2002, 207) wird der missionarische Anspruch, auf politische und gesellschaftliche Entwicklungen Einfluss nehmen zu wollen, vor allem bei jungen Journalist_innen vom Wunsch nach Selbstentfaltung überlagert.

Die Tradition der gesellschaftlichen Dienstleistung resultiert aus der „Erkenntnis, dass Gesellschaft, zumal Demokratie, eine Institution braucht, welche die Kommunikation zwischen den Gesellschaftsmitgliedern, den Gruppen und zwischen Bürgern und Staat bewerkstelligt“ (Donsbach 2008, 149). Medien tragen demnach eine soziale Verantwortung; Journalismus ist eine öffentliche Aufgabe. Die gesellschaftliche und demokratietheoretische Funktion vertrage „nur bedingt Subjektivität“ (Donsbach 2008, 156).

In der wirtschaftlichen Tradition dient Journalismus den Zielen des wirtschaftlichen Eigentümers eines Mediums. „Diese Ziele lassen sich wiederum auf zwei reduzieren: Geld verdienen und bestimmte gesellschaftlich-politische Zwecke zu verfolgen“ (Donsbach 2008, 151). Für den_die Journalist_in heißt das, das zu schreiben oder zu senden, was Erfolg bei Publikum und Werbekunden verspricht.

Verschiedene Autor_innen haben versucht, die Faktoren zu systematisieren, die den Medieninhalt beeinflussen. Diese Modelle können auch herangezogen werden, wenn Einflüsse auf das Rollenselbstverständnis ausgemacht werden sollen, weil sich die Faktoren gegenseitig bedingen und beeinflussen. Gennant sei hier Weischenbergs Zwiebelmodell (vgl. Weischenberg 2004, 71), das als innerste Zwiebelschale die Ebene der_des Medienakteur_in

(Rollenkontext) zeigt, verpackt in die Ebene der Medienaussagen (Funktionskontext), diese wiederum umhüllt von der Ebene der Medieninstitutionen (Strukturkontext). Die äußerste Hülle bildet die Ebene der Mediensysteme (Normenkontext). Die Unterteilung in Ebenen erfüllt dabei nur einen analytischen Zweck. In der Praxis greifen die verschiedenen Ebenen ineinander. Ein ähnliches Modell entwickelten Schoemaker und Reese (Raupp und Vogelgesang 2009, 29). Auch Donsbach (2009, 112f) unterscheidet in seinem Modell der Einflussfaktoren Ebenen, füllt diese aber mit zahlreichen Variablen (primär und sekundär) an. Bei all diesen Modellen wird davon ausgegangen, dass Faktoren wie etwa Ausbildungswege, Arbeitsbedingungen, das mediale Umfeld, Zusammensetzung der Redaktion, Publikumsbild und die Haltung der Journalist_innen Einfluss auf das journalistische Handeln und Denken haben, also „individuelle wie mediensystematische Faktoren“ (Pürer 2003, 122).

Wie Journalist_innen tatsächlich arbeiten, wird durch die Untersuchung des Selbstverständnisses nicht erfasst. Hier werden nur normative Erwartungen abgefragt (Donsbach 2005, 415). Donsbach vermutet, dass sich das journalistische Selbstverständnis auch im journalistischen Arbeitsprodukt niederschlägt. „Im Rollenselbstverständnis drückt sich demnach nicht nur das journalistische Denken, sondern auch das journalistische Handeln aus“ (Donsbach 2008, 147) (vgl. hierzu Kapitel 2).

In der Journalismusforschung prallen zwei Strömungen aufeinander, die sich vor allem in der Einschätzung des Einflusspotentials von Individuen unterscheiden. Anhänger des „organisatorischen Journalismus“ (vgl. Rühl 2002, zuerst erschienen 1989) verfolgen den systemtheoretischen Ansatz (vgl. u.a. Scholl und Weischenberg 1998; Weischenberg et al. 2006; Hoffjann 2007; Bieth 2012), der Journalismus als ein soziales Funktionssystem der Gesellschaft betrachtet. Die Systemtheorie ist bei der Betrachtung des Journalismus hilfreich, weil sie die Umweltbedingungen berücksichtigt und offenbart, wie Systeme individuelles Handeln determinieren. Allerdings nimmt eine systemtheoretische Betrachtung nicht vorrangig die Akteur_innen in den Blick. Damit wird „das Einflusspotential einzelner Journalisten auf redaktionelle Programme und das Auswahlverfahren in der publizistischen Produktion in Redaktionen“ relativiert (Jarren und Donges 2011, 157). Die Systemtheorie reduziere Akteur_innen, so Hanitzsch (2007, 239), zu „Merkmalsträgern und konkretes journalistisches Handeln zu strukturdeterminierten Wahrscheinlichkeiten“.

Die akteurs- und handlungstheoretischen Ansätze dagegen gehen von Journalist_innen als Individuen aus (vgl. u.a. Kepplinger 1979) und versuchen, „die Genese sozialer Strukturen aus den Motivlagen der Akteure und/oder einer Folge von Einzelhandlungen zu erklären“ (Hanitzsch 2007, 239). Um Makrostrukturen zu erklären, sind „problematische Brückennahmen“ (ebd.) nötig, die „systematisch-strukturellen und organisatorischen Beschränkungen erschienen dann häufig nur noch als neutraler Arbeitsrahmen“ (Esser 1998, 24). Bei der

Frage, ob sich normative Vorstellungen und politische Orientierungen von Journalist_innen auf deren professionelles Verhalten auswirken, unterscheiden sich die beiden Schulen: „In der stark individuums- oder subjektorientiert vorgehenden Forschung wird angenommen, dass Journalisten dem Rollenbild, ihrem Selbstverständnis und ihrer politischen Einstellung gemäß handeln“ (Jarren und Donges 2011, 158), doch „Diskrepanzen zwischen Arbeitswirklichkeit und Berufsbewusstsein“ (Rühl 2002, 307) blieben so unentdeckt. Denn erst in Organisationen träten Probleme auf, die beim Einzelnen noch nicht erkennbar seien. Deshalb sei, so Rühl (2002, 319), „grundsätzlich zu fragen, wie brauchbar Aussagen über heutigen Journalismus sind, wenn sie jegliche Art organisatorischer Bezüge vermissen lassen“; eine organisationsorientierte Einordnung sei also nötig.

Akteurs- und systemtheoretische Ansätze müssen aber nicht in einem Widerspruch zueinander stehen. Integrative Sozialtheorien wie die Akteur-Struktur-Dynamik Uwe Schimanks suchen nach „makrofundierten Mikroerklärungen und mikrofundierten Makroerklärungen“ (Baugut und Scherr 2013, 440) und ermöglichen die Betrachtung von „gesellschaftlichen Makrostrukturen aus der Perspektive der Akteure, ohne bestimmte systemtheoretische Prämissen aufzugeben“ (Löffelholz et al. 2003, 486). Schimank (2007) versucht, ähnlich wie die Systemtheorie, gesellschaftliche Strukturierung durch das Zusammenwirken von drei Strukturdimensionen mit unterschiedlichen Handlungsprägungen zu erklären: teilsystemische Orientierungshorizonte, institutionelle Ordnungen und Akteur_innenkonstellationen. Anregungen zur Nutzung dieses Ansatzes für eine kommunikationswissenschaftliche Studie finden sich zum Beispiel bei Neuberger (2004), Wehmeier (2001) oder Donges (2008). Anwendung findet das Konzept unter anderem bei Boetzkes (2008).

Auch die Feldtheorie Pierre Bourdieus setzt „die Handlungs- oder Akteur_innenperspektive mit der System- oder Strukturperspektive zueinander in einen komplementären Bezug“ (Scholl 2013, 170f). Der französische Soziologe bietet mit seiner Gesellschaftstheorie die Möglichkeit, journalistisches Handeln und die Massenmedien weder „nur aus sich selbst heraus [noch] ausschließlich über den Kontext“ (Meyen und Riesmeyer 2009, 17) erklären zu müssen.⁵ Mehr noch als Schimanks Akteur-Struktur-Dynamiken ermöglicht Bourdieus Feldtheorie die Betrachtung von Journalist_innen als und aus Sicht der Akteur_innen, die in

⁵ Während Meyen und Riesmeyer jedoch betonen, sie nutzen Bourdieus Konzepte Feld, Kapital und Habitus nur als „Denkwerkzeuge [...], die den Forschungsprozess anleiten“, sich aber von dessen Wissenschaftsverständnis abgrenzen (Meyen und Riesmeyer 2009, 28), kann die hier vorliegende Arbeit sich Bourdieus normativem Verständnis einer engagierten Wissenschaft ohne Vorbehalte anschließen, die „realistische Mittel anbietet, um den der Gesellschaftsordnung immanenten Tendenzen entgegenzuwirken“, die aufdeckt und „stört, weil sie enthüllt“ (Bourdieu 1996). Bezogen auf die Soziologie bescheinigt Bourdieu der Wissenschaft Wirkmächtigkeit, „wenn sie Leidenden zumindest die Möglichkeit eröffnet, ihr Leiden gesellschaftlichen Ursachen anzulasten und sich selbst so entlastet zu fühlen. Und was die soziale Welt geknüpft hat, kann sie im Besitz dieses Wissens auch lösen“ (ebd.).

einem journalistischen Feld⁶ verortet sind und deren Habitus von externen Einflüssen geformt wird, die jedoch trotzdem einen Handlungsspielraum besitzen und nicht nur Opfer der Strukturen, sondern konstitutiv für das Feld sind und deshalb nicht getrennt von diesem gedacht werden können (vgl. Hanitzsch 2007, 257). Gesellschaftliche Strukturen sind also nicht nur Grundlage, sondern auch Ergebnis des Handelns von Akteur_innen. Deshalb bietet es sich an, die Feldtheorie Bourdieus als Grundlage und Denkmuster für die Bearbeitung der Fragestellung dieser Dissertation zu nutzen.

1.3 Die Feldtheorie Pierre Bourdieus: Habitus und Kapital der Journalist_innen im journalistischen Feld

1998 wurde eine Sammlung von Vorträgen „Über das Fernsehen“ veröffentlicht (Bourdieu 1998a), die Bourdieu 1996 gehalten hatte und die im französischen Fernsehen übertragen worden waren. In diesem Band bezieht sich Bourdieu auf das journalistische Feld. Wenn gleich diese Sammlung von Vorträgen sich bisweilen – obwohl Bourdieu ausdrücklich nicht missverstanden werden will und persönliche Angriffe deshalb vorsorglich dementiert (Bourdieu 1998a, 129) – wie eine „individuelle Schuldzuweisung an Moderatoren und Kommunikatoren“ (1998a, 53) liest und an einigen Stellen theoretische und empirische Fundierung vergeblich gesucht werden, findet sich dort – und nur dort – doch eine Anwendung der Feldtheorie auf den Bereich des Journalismus. Die Grundlagen der Feldtheorie jedoch finden sich in diesem Band nicht, weshalb sich zusätzlich unter anderem „Entwurf einer Theorie der Praxis“ (Bourdieu 1979), „Soziologische Fragen“ (Bourdieu 1993) und „Reflexive Anthropologie“ (Bourdieu und Wacquant 1996) zur Lektüre anbieten.

Elementare Bestandteile von Bourdieus Feldtheorie sind die Begriffe Feld, Habitus und Kapital – ineinandergreifende und sich gegenseitig bedingende Konzepte, die „nur innerhalb des theoretischen Systems, das sie bilden, und niemals für sich allein“ definiert werden können (Bourdieu und Wacquant 1996, 125). Sie werden in den folgenden Kapiteln aufgegriffen und detaillierter dargestellt, weil sie die Grundlage der weiteren Betrachtung von Journalist_innen in ihrem redaktionellen Umfeld bilden. Hier sollen nun zunächst die Grundzüge der Feldtheorie Bourdieus mit den Bausteinen Feld, Habitus und Kapital vorgestellt werden.⁷

Ein **Feld** ist „ein strukturierter gesellschaftlicher Raum, ein Kräftefeld [...] und es ist auch eine Arena, in der um Veränderung oder Einhaltung dieses Kräftefeldes gekämpft wird“

⁶ Begriffsklärung siehe Kapitel 1.3

⁷ Über die Bedeutung und Verwendung jedes einzelnen Begriffs bei Bourdieu und bei denen, auf die er sich stützt oder die sich auf ihn stützen und seine Denkmuster weitergedacht haben, könnte eine umfangreiche Abhandlung geschrieben werden. Bourdieus Theorie wird in dieser Arbeit aber forschungspragmatisch angewendet, so dass eine derart tiefe Auseinandersetzung nicht vonnöten ist.

(Bourdieu 1998a, 57), also eine „spannungsvolle und dynamische Beziehungsordnung von Akteuren“ (H. Willems 2007, 217). Soziale Felder sind also „differenzierte, spezialisierte und relativ autonome Bereiche“ (H.-P. Müller 2014, 72). Sie sind relativ autonom und mit eigenen Gesetzen ausgestattet, können sich aber nie ganz den Zwängen des Makrokosmos entziehen (vgl. Bourdieu 1998b, 18).

Das Feld wurde von Bourdieu konstruiert, „um den Modellen des individuellen Determinismus zu entkommen, wonach sozio-ökonomische Bedingungen ohne weitere Vermittlung auf das Handeln der Individuen einwirken“ (Bastin 2003, 270). Vielmehr erscheinen Menschen hier in sozialen Relationen, die sie bilden, von denen sie aber auch gebildet werden. Denn in einem Feld gibt es Herrscher und Beherrschte, also „konstante, ständige Ungleichheitsbeziehungen in diesem Raum“ (Bourdieu 1998a, 57), wobei „jeder die (relative) Kraft, über die er verfügt und die seine Position im Feld und folglich seine Strategien bestimmt, in die Konkurrenz mit den anderen ein[bringt]“ (ebd.). Die soziale Realität setzt dem Handeln und den Handelnden dabei objektive Grenzen und eröffnet gleichzeitig Spielräume. Diese „Bivalenz des Sozialen in Relationen zwischen Objektivität und Subjektivität, Zwang und Freiheit“ (H. Willems 2007, 217) bezeichnet Bourdieu als Spiel oder *illusio* (vgl. Bourdieu und Wacquant 1996, 127f; Bourdieu 1998b, 27f).

Das **journalistische Feld** verortet Bourdieu im Feld der kulturellen Produktionen.⁸ Jedes Feld hat charakteristische Merkmale, wenngleich auch universale Mechanismen wirken, wie z.B. der Kampf zwischen den Herrschenden und den Anwärtern auf die Herrschaft (vgl. Bourdieu 1993, 107). Die Spezifik des journalistischen Feldes erläutert er in seinem zweiten Vortrag über das Fernsehen: „Die unsichtbare Struktur und ihre Auswirkungen“ (Bourdieu 1998a). Weil es um Fernsehen geht, wendet er seine Feldtheorie dort auf Fernsehkanäle an. Die Welt des Journalismus ist demnach ein Mikrokosmos, der durch seine Stellung „in einem umfassenden Ganzen und durch die Anziehung und Abstoßung, die andere Mikrokosmen auf ihn ausüben“ (Bourdieu 1998a, 55) definiert ist. Dabei, so Bourdieu, herrschen in einem Mikrokosmos eigene Gesetze: „Was in ihm vor sich geht, kann nicht direkt von äußeren Faktoren her erschlossen werden“ (ebd.). Deshalb könne Journalismus auch nicht allein durch die Besitzverhältnisse, also rein ökonomisch, erklärt werden. Eine Erklärung, die die Besitzverhältnisse nicht berücksichtige, sei zwar unzureichend, aber eine, „die nur das berücksichtigt wäre nicht weniger unzureichend. Und sie wäre vielleicht noch unzureichender, weil sie den Eindruck erwecken würde, zureichend zu sein“ (ebd.).

Die Bedeutung des journalistischen Feldes in der sozialen Welt besteht laut Bourdieu darin, dass es

⁸ Ausführlich zur Einordnung des Journalismus in der Feldtheorie durch Bourdieu von dessen ersten Veröffentlichungen an bis zu den neuesten Arbeiten vgl. Bastin (2003).

„ein faktisches Monopol über die Instrumente zur Herstellung und Verbreitung von Informationen auf nationaler Ebene [innehat], und vermittelt dieser Instrumente ein Monopol über den Zugang einfacher Bürger, aber auch anderer Kulturproduzenten – Wissenschaftler, Künstler, Schriftsteller – zu dem, was man manchmal ‚Öffentlichkeit‘ nennt, das heißt zum breiten Publikum“ (Bourdieu 1998a, 65).

Alle Akteur_innen, die im jeweiligen Bereich arbeiten, gehören zu diesem Feld. Jedes Feld hat seinen eigenen Nomos, als ein eigenes Grundgesetz (vgl. H.-P. Müller 2014, 78). Die traditionellen Werte des Journalismus bilden den Nomos des journalistischen Feldes, insbesondere „Objektivität und Distanz (in der Berichterstattung), Unabhängigkeit (von Partikularinteressen), Aktualität (der berichteten Themen) sowie das Handeln im öffentlichen Interesse“ (Hanitzsch 2007, 249). Wie groß die Durchsetzungskraft des Nomos ist, hängt von der Position der_des Akteur_in im journalistischen Feld ab. Welche Position welche_r Akteur_in im Feld hat, hängt wiederum von deren_dessen (ökonomischem, kulturellem, sozialem und symbolischem) Kapital ab – und von dem der anderen Akteur_innen.

Eine Art allgemeine Grundhaltung dieser Akteur_innen und damit sozialer Instinkt, „der die natürliche Instinktarmut des Menschen kompensiert und gewissermaßen überkompensiert“ (H. Willems 2007, 219) wird bei Bourdieu durch den **Habitus** festgelegt. Der Habitus definiert, wie ein_e Akteur_in die Welt wahrnimmt, wie er_sie denkt und handelt: „Weitgehend unbemerkt von den Akteuren generiert der Habitus ein Verhalten, das der Logik des jeweiligen Feldes entspricht und ihnen (den Akteuren) auch deshalb als ‚vernünftig‘ erscheint“ (Meyen und Riesmeyer 2009, 21). Der Habitus ist also ein „Produkt der Einprägungs- und Aneignungsarbeit“, der Dispositionen⁹ eines Menschen, die ihn_sie seit frühester Kindheit geprägt haben (Bourdieu 1979, 186f). Dabei geht man davon aus, dass „das Individuelle und selbst das Persönliche, Subjektive, etwas Gesellschaftliches ist, etwas Kollektives. Der Habitus ist „die sozialisierte Subjektivität“ (Bourdieu und Wacquant 1996, 159).

Der Habitus ist dauerhaft, dabei aber nicht starr und unveränderbar (vgl. Bourdieu und Wacquant 1996, 168), sondern wird immer wieder modifiziert. Denn Habitusformen sind „Systeme dauerhafter Dispositionen, strukturierte Strukturen, die geeignet sind, als strukturierende Strukturen zu wirken“ (Bourdieu 1979, 165). Zur Beschreibung und Untersuchung konkreter Praxisformen hat Bourdieu den Habitus deshalb analytisch geteilt in einen „opus operatum“ und einen „modus operandi“ (ebd.). Letzterer, die „strukturierende Struktur“ erklärt, wie und warum jemand handelt, also das Hervorbringen sozial strukturierter Praxisformen, „die im Lauf der Zeit durch individuelle Aneignung oder, wie Bourdieu sagt, durch ‚Inkorporierung‘ gesellschaftlicher Strukturen und die Ausbildung dauerhafter Dispositionen

⁹ Die Bezeichnung Disposition ist laut Bourdieu „in besonderem Maß geeignet, das auszudrücken, was der (als System von Dispositionen definierte) Begriff des Habitus umfasst: Sie bringt zunächst das Resultat einer organisierenden Aktion zum Ausdruck und führt damit einen solchen Worten wie ‚Struktur‘ verwandten Sinn ein; sie bekundet im Weiteren eine Seinsweise, einen habituellen Zustand (besonders des Körpers) und vor allem eine Prädisposition, eine Tendenz, einen Hang oder eine ‚Neigung‘“ (Bourdieu 1979, 466).

ermöglicht werden“ (H.-P. Müller 2014, 42). Der „opus operatum“ meint die „strukturierte Struktur“, also die Voraussetzungen: Alter, Geschlecht, Aussehen, Sozialisation und Lebenssituation (vgl. Meyen und Riesmeyer 2009, 35; H.-P. Müller 2014, 42). Bereits erworbene Strukturen des Habitus strukturieren also die späteren.

Das Habituskonzept folgt fünf Grundannahmen: (1) der Verinnerlichung der Gesellschaft und deren Strukturen über Sozialisation (Inkorporation); (2) der unbewussten Ableitung spezifischer Praxisstrategien; (3) der Annahme, dass trotz der Unbewusstheitsannahme die Subjekte ihren eigenen Interessen folgen (Strategie); (4) der Stabilität der Dispositionen; (5) der Wandlungsfähigkeit des Habitus in Abhängigkeit von neuen Erfahrungen (vgl. H.-P. Müller 2014, 42f).

Bourdieu's Habitus-Konzept ist, stellt Hanitzsch fest, „bestens gerüstet, die Strukturen des journalistischen Feldes zu verstehen, wie sie von Journalisten im Verlauf ihrer beruflichen Sozialisation inkorporiert und als Selbstverständlichkeiten wahrgenommen werden“ (Hanitzsch 2007, 254). Neben der beruflichen Situation fließen auch andere Erfahrungen in den personengebundenen Habitus ein. „Es ist genau diese Schnittstelle von journalistischer Berufswelt und Lebenswelt, die dafür sorgt, dass sich z.B. die politische Präferenz von Journalisten und Medienbetrieben in der Berichterstattung niederschlagen können“ (Hanitzsch 2007, 255). Zwar entwickeln Akteur_innen „einen praktischen Sinn für erfolgreiches Handeln in bestimmten Feldzusammenhängen“ (ebd.), außerberuflich erworbene Habitusprägungen gestalten aber trotzdem das berufliche Handeln. Nicht nur journalistische Wahrnehmungskriterien beeinflussen also die Arbeit von Journalist_innen, sondern auch „journalismusfremde Wahrnehmungs-, Denk- und Handlungsweisen“ (ebd.) und insbesondere kulturelle Einflüsse.

Der Habitus des einzelnen Journalisten, der einzelnen Journalistin wird durch die Logik des Feldes und die Position innerhalb der Medienorganisation strukturiert, aber auch durch das **Kapital**, über das er oder sie verfügt (Bourdieu 1998a, 57). Im sozialen Raum ist nach Bourdieu Kapital gleichbedeutend mit sozialer Macht. „Ebenso wie der Habitus legt [...] auch das Kapital den Handlungsspielraum eines Akteurs fest und muss möglichst gewinnbringend investiert werden“ (Wiedemann 2014, 89).

Bourdieu unterscheidet zwischen kulturellem, sozialem, ökonomischem und symbolischem Kapital (vgl. H. Willems 2007, 223f; Hanitzsch 2007, 242). Ökonomisches Kapital umfasst „alle Ressourcen [...], die unter marktwirtschaftlichen Bedingungen mehr oder weniger „unmittelbar und direkt in Geld konvertierbar“ sind und „sich besonders zur Institutionalisierung in Form des Eigentumsrechts“ eignen (Hanitzsch 2007, 242). Soziales Kapital meint die

„Summe der aktuellen oder virtuellen Ressourcen, die einem Individuum oder einer Gruppe aufgrund der Tatsache zukommen, dass sie über ein dauerhaftes Netz von Beziehungen, einer – mehr oder weniger institutionalisierten – wechselseitigen Kenntnis und Anerkenntnis verfügen; es ist also die Summe allen Kapitals und aller Macht, die über ein solches Netz mobilisierbar sind“ (Bourdieu und Wacquant 1996, 151f).

Sozialkapital steht also für die „soziale Kreditwürdigkeit“ (Arnold und Schneider 2008, 195).

Kulturelles Kapital liegt in drei Formen vor: inkorporiertes Kulturkapital (Sozialisation in Familie und Schule), objektiviertes Kulturkapital (Kulturgüter und Wissen), institutionalisiertes Kulturkapital (Bildungstitel) (vgl. H.-P. Müller 2014, 53ff). Journalist_innen etwa benötigen zum Eintritt in das journalistische Feld inkorporiertes Kulturkapital in Form einer professionellen Ausbildung und einer „gewissen intellektuellen Kapazität“ (Hanitzsch 2007, 242), zusätzlich aber auch institutionalisiertes Kulturkapital in Form eines Abschlusszeugnisses der Journalist_innenausbildung. Das symbolische Kapital ist die „wahrgenommene und als legitim anerkannte Form“ (ebd.) der drei vorgenannten Kapitalsorten (Prestige, Renommee); es bestimmt innerhalb einer Gruppe darüber, was das jeweils akkumulierte Kapital im Einzelnen wert ist. Medienunternehmen, Redaktionen und einzelne Abteilungen haben darüber hinaus auch journalistisches Kapital, das sich zusammensetzt aus Geld, inkorporiertem kulturellem Kapital und institutionalisiertem kulturellem Kapital, sozialem Kapital und feldspezifischem symbolischen Kapital (vgl. Meyen und Riesmeyer 2009, 42). Denn jedes Feld bildet eine besondere Form von Kapital heraus (vgl. Bourdieu 1998b, 22).

Zentral in Bourdieus Feldtheorie ist der **Kampf zwischen Beherrschten und Herrscher_innen** im Feld. Die Struktur des Feldes, so Bourdieu (1993, 108), „gibt den Stand der Machtverhältnisse zwischen den am Kampf beteiligten Akteuren oder Institutionen wieder“. Das Objekt der Kämpfe ist dabei „das Monopol auf die für das betreffende Feld charakteristische legitime Gewalt [...], das heißt letzten Endes der Erhalt bzw. die Umwälzung der Verteilungsstruktur des spezifischen Kapitals“ (ebd.). Als Folge neigen diejenigen, die das spezifische Kapital monopolisieren, eher zu Erhaltungsstrategien, während die weniger Kapitalkräftigen zu Umsturzstrategien neigen (vgl. 1993, 109).

Alle Akteur_innen in einem Feld vereinen gemeinsame Grundinteressen, „nämlich alles, was die Existenz des Feldes selbst betrifft“ (ebd.). Diese objektive Übereinkunft wird durch den Kampf nicht in Frage gestellt: „Wer sich am Kampf beteiligt, trägt zur Reproduktion des Spiels bei, indem er dazu beiträgt, den Glauben an den Wert dessen, was in diesem Feld auf dem Spiel steht, je nach Feld mehr oder weniger vollständig zu reproduzieren“ (ebd.). Den Umsturzstrategien sind also Grenzen gesetzt.

Journalist_innen, die verstehen wollen, was sie bewirken, müssen sich eine Reihe von Parametern bewusst machen: die Position ihrer Unternehmen innerhalb des journalistischen Fel-

des, also ob sie im Fernsehen oder für eine Tageszeitung arbeiten, darüber hinaus aber auch die eigene Position im Raum des Presseorgans oder des Senders (vgl. Bourdieu 1998a, 57). Wenn man, so Bourdieu, wiederum verstehen wolle,

„was dieser oder jener Journalist denken oder schreiben wird, was er einleuchtend oder undenkbar, selbstverständlich oder seiner unwürdig findet, muss ich die Position kennen, die er in diesem Raum innehat, das heißt den spezifischen Stellenwert des Mediums, für das er arbeitet und das sich unter anderem ökonomisch bemisst, in Marktanteilen, aber auch, und das ist schwerer zu quantifizieren, in seinem symbolischen Stellenwert“ (Bourdieu 1998a, 58).

Bourdieu's journalistisches Feld findet sich als theoretische Grundlage in Journalist_innenstudien, von denen hier nur einige genannt seien: Müller (2007) untersucht mit Bourdieu's Theorie die autobiographische Darstellungen britischer Korrespondenten, Meyen und Riesmeyer (2009) haben eine Typologie des Selbstverständnisses deutscher Journalist_innen vorgelegt. Lueg (2012) untersucht in ihrer Dissertation „am Beispiel zweier exponierter journalistischer Gruppen – Akteure an Journalistenschulen und Chefredakteure – [...] Karrieredeterminanten, Positionierungskämpfe und -strategien auf die soziale Herkunft der Akteure“ (2012, 16) und erläutert diese mithilfe der kultursoziologischen Konzepte Bourdieus. Hauer (2012) wendet Bourdieus Theorie in ihrer Dissertation auf das Feld der Sportjournalist_innen an. Die Religionssoziolog_innen Gärtner, Gabriel und Reuter (2012) nähern sich mit Bourdieus Habituskonzept ihrem Untersuchungsgegenstand: dem religiösen und beruflichen Habitus von Elitejournalisten.

Theoretische kommunikationswissenschaftliche Auseinandersetzungen mit Bourdieus Feldtheorie finden sich außerdem unter anderem bei Bastin (2003), der in der Fachzeitschrift „Publizistik“ Bourdieus Ideenpotential für die Kommunikationswissenschaft in den deutschsprachigen Raum trug, außerdem bei Willems (2007), der es sich zum Ziel gesetzt hat, Bourdieus „Begriffsmittel im Hinblick auf den spezifisch interessierenden Gegenstandsbereich des Journalismus bzw. der Journalisten zu entfalten und zu transferieren“ (216), dabei aber auch immer wieder auf „besondere perspektivische und theoretische Parallelität und Anschlussfähigkeit zwischen den Arbeiten von Bourdieu und Norbert Elias“ eingeht und betont, dass Bourdieu „auf den Schultern von Riesen“ (215) stehe. Hanitzsch möchte „die Begrifflichkeit Bourdieus [...] in etablierte Konzepte der Journalismusforschung [übersetzen], um die Fruchtbarkeit des Ansatzes zu demonstrieren“ (2007, 242), Arnold und Schneider versuchen „eine Anbindung der in Nachbardisziplinen viel diskutierten Theorie des sozialen Kapitals an unser Fach“ (2008, 193). 2013 ist ein Sammelband erschienen, der für die Denkwerkzeuge Pierre Bourdieus auch aus internationaler Perspektive werben möchte. Die Herausgeber Wiedemann und Meyen (2013, 7) wollen „Barrieren für die Bourdieu-Rezeption“ abbauen und erklären deshalb dessen Konzepte und Anwendungen in verschie-

denen Bereichen der Kommunikationswissenschaft.¹⁰ Diese sei, so Meyen und Riesmeyer (2009, 40), in der Forschung zum journalistischen Feld „noch ganz am Anfang [...] und in Deutschland bisher kaum darüber hinausgekommen [...], Bourdieus Begriffe vorzustellen“. In der vorliegenden Dissertation soll nicht nur Bourdieus Begriffswelt, sondern auch sein Denken in Bezug auf die Autonomie der journalistischen Arbeit, den Widersprüchen zwischen den Spielregeln der Felder und der Inkonsistenzen zwischen Habitus und Feld Anwendung finden und damit das Potential des Bourdieuschen Ansatzes für die Kommunikationswissenschaft aufgezeigt werden.

1.4 Design der Fallstudien und Aufbau der Arbeit

Die Welt der Journalist_innen ist, so Bourdieu (1998a, 30), „eine zerrissene Welt, eine Welt voller Konflikte, Konkurrenz, Feindseligkeiten“. Das Kapitel 2 „Zwischen Anspruch und Realität“ gibt einen Einblick in diese Welt und in die zentralen Befunde zum Selbstverständnis Journalist_innen (Kapitel 2.1) und geht auf das Spannungsfeld von Objektivität als Norm des Journalismus und Subjektivität der Journalist_innen ein (Kapitel 2.2). In Kapitel 2.3 wird das journalistische Feld mit seiner Autonomie aber auch seinen Zwängen vorgestellt, die durch die Wettbewerbslogik und das Vermittlungsinteresse gesellschaftlicher Organisationen entstehen. In Kapitel 2.4 werden aus den Befunden und theoretischen Denkmustern Schlussfolgerungen für die Bearbeitung der Fragestellung dieser Dissertation gezogen: Welche Desiderate lassen sich ausmachen? Welche Eingrenzungen des Untersuchungsgegenstands sind sinnvoll und notwendig? Welche Vorannahmen lassen sich über die Einstellungen und Interessenskonflikte wertebundene Journalist_innen ableiten?

Die methodischen Konsequenzen aus einer Bearbeitung der Fragestellung mit dem Denkmuster Bourdieus sowie das Design der Studie werden in Kapitel 3 dargestellt. Da nicht das journalistische Handeln oder das Medienprodukt im Zentrum dieser Arbeit stehen sondern das berufliche Selbstverständnis von wertebundenen Journalist_innen, wurde die Methode der qualitativen Interviews gewählt. Es wurden 23 leitfadengestützte, problemzentrierte Interviews mit Journalist_innen nahezu aller deutschen öffentlich-rechtlicher Sender geführt, wobei sich etwa die Hälfte als gewerkschaftsnah, die andere Hälfte als kirchennah einschätzt. Darüber hinaus wurde als Vertreter der institutionellen Sphäre und als Entscheider eines namhaften Fernsehsenders der ZDF-Chefredakteur Peter Frey befragt und als Vertreterin der gewerkschaftlichen Journalist_innen- und Medienarbeit die damalige Vorsitzende der Fachgruppe Medien in der Vereinten Dienstleistungsgewerkschaft ver.di. Über die Strategie

¹⁰ Sowohl Meyen als auch Wiedemann haben mit einer ähnlichen Zielsetzung auch Texte vor und nach Erscheinen dieses Sammelbandes veröffentlicht (vgl. u.a. Meyen 2009; Meyen et al. 2011; Wiedemann 2014).

und Praxis der Medienarbeit der Kirchen liegen ausreichend Materialien vor, sodass zusätzliche Interviews nicht notwendig waren. Durch den Abgleich mit den Interessen des Senders und der Organisationen wurden die subjektiven Darstellungen der Journalist_innen um die institutionelle und medienstrukturelle Perspektive erweitert.

Mithilfe der qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring (2010) und vor dem theoretischen Hintergrund der Denkmuster Bourdieus wurden die Interviews ausgewertet. Die Ergebnisse werden in den Kapiteln 4 bis 7 dargestellt und diskutiert. Die Darstellung orientiert sich an Bourdieus Feldtheorie, indem zunächst die habituellen Dispositionen der wertebundenen Journalist_innen vorgestellt werden (Kapitel 4), bevor ein genauerer Blick auf die Interviewpartner_innen im journalistischen Feld geworfen wird (Kapitel 5) und auf ihr Selbstverständnis und ihre Interessenskonflikte eingegangen wird (Kapitel 6 und 7). Dabei werden die Erkenntnisse über die wertebundenen Journalist_innen mit vorliegenden Befunden aus der Journalismusforschung abgeglichen. Abschließend wird im Fazit dargelegt, welche Strategien die wertebundenen Journalist_innen für den Umgang mit Nähe und Distanz entwickelt haben, was die kirchennahen von den gewerkschaftsnahen Journalist_innen unterscheidet und ob bzw. inwiefern sich die befragten wertebundenen Journalist_innen von der Gesamtheit deutscher Journalist_innen unterscheiden.

THEORIEN UND BEFUNDE

2 **Zwischen Anspruch und Realität:** Journalist_innen im Spannungsfeld

Zwar genießen Journalist_innen kein gutes Ansehen in der Gesellschaft (vgl. u.a. Donsbach et al. 2009, 129; Lieske 2008) und sehen sich nicht selten mit der Vorstellung konfrontiert, sie seien ein „im Großen und Ganzen krawallträchtige[s] Lumpen-Prekariat, das angeblich nichts besseres zu tun hat, als sich mithilfe von Journalistenrabatten durchs Leben zu schnorren“ (Weichert und Zabel 2007, 32). Dennoch sind die Erwartungen an eben diese Journalist_innen hoch.

Ihr Anspruch müsse die Umsetzung der „demokratische[n] Intention“ sein, „zu informieren oder auf unterhaltsame Weise zu bilden“, meint Bourdieu (1998a, 132).¹¹ Pöttker sieht die Aufgabe der Journalist_innen darin, für „Transparenz der aktuellen Verhältnisse“ zu sorgen und damit die „Voraussetzung für gesellschaftliche Selbstregulierung und individuelle Selbstbestimmung“ (2008, 64) zu schaffen. Aufgabe des Journalist_innenberufs sei, so Pöttker, „das Herstellen von Öffentlichkeit durch das Verbreiten von richtigen und wichtigen Informationen“ (ebd.). Nach Kepplinger und Vohl (1979, 249) sind Journalist_innen „zu einer interesseunabhängigen, allein an der sachlichen Richtigkeit orientierten Berichterstattung verpflichtet“. Brosius et al. (2000, 432) nennen als Kriterium für journalistische Professionalität „die Ausgewogenheit der Darstellung, die Neutralitätspflicht des Journalisten und seine Kritikfunktion“.

Journalist_innen sind mit vielfältigen Herausforderungen konfrontiert, die ihre Arbeitswelt und ihre konkrete Aufgabenbeschreibung verändern. Sie sind einer Erosion der Arbeitsbedingungen ausgesetzt: Freie Mitarbeiter_innen nehmen im Verhältnis zu fest angestellten Journalist_innen immer mehr zu, gleichzeitig werden feste Stellen abgebaut. Journalistische Inhalte werden in Content Management-Agenturen ausgelagert, die Grenze zwischen Journalismus und Öffentlichkeitsarbeit droht zusehends zu verwischen. Immer häufiger und systematischer machen auch öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten von der Möglichkeit der Auslagerung ganzer Abteilungen Gebrauch, wodurch Tarifverträge umgangen werden, was

¹¹ Die journalistische Berufsideologie ist „hochgradig individualisierend“ (Bastin 2003, 270). Das Feldkonzept biete keine ausreichende Lösung, diesen „Mythos zu dekonstruieren“ (ebd.). Bourdieus Betrachtungsweise des Einflusses von Technik und Apparate auf die Abläufe der täglichen Interaktion führten dazu, so Bastin, dass zu einem technischen Objekt neutralisiert werde, „was doch auch ein Bündel sozialer Beziehungen ist“, was es kaum erlaube, „viel Substantielles über die Arbeit der Journalisten auszusagen“ (Bastin 2003, 271).

die Arbeitsbedingungen zwangsläufig verschlechtert (vgl. zu den Arbeitsbedingungen u.a. Prott 2008, 195ff).

Auf der anderen Seite steigen die Anforderungen an Journalist_innen: Der technische und mediale Wandel, die Digitalisierung und Multimedialität verlangen von Journalist_innen mehr Kompetenzen als das Recherchieren und Niederschreiben von Geschichten. Alles muss immer schneller produziert werden und am besten nicht nur in der Print-Version der Zeitung sondern auch als Video für den Internetauftritt aufbereitet werden (vgl. u.a. Weischenberg et al. 2006, 354f). Zunehmend müssen sich Journalist_innen „schon deshalb als Diener ihrer Leser, Hörer und Zuschauer [verstehen], weil Quoteneinbrüche oder Auflagenverluste ihren Arbeitsplatz gefährden“ (Meyen und Riesmeyer 2009, 253). Mit der Stellenunsicherheit, warnt Bourdieu (1998a, 19), wächst aber auch der Konformismus im Journalismus.

Die Dramatik ist je nach Medienorganisation und individueller Position des_der Journalist_in im Feld unterschiedlich groß, wie Meyen und Riesmeyer in ihrer Studie über Journalist_innen in Deutschland festgestellt haben:

„Je weiter man sich vom Machtpol des Feldes entfernt, desto weniger Zeit bleibt für die Recherche, desto größer ist der Einfluss der Werbekunden und desto unwahrscheinlicher wird es, dass exklusive Nachrichten gewissermaßen vom Himmel fallen – weil der Redaktion ein brisantes Papier zugespielt wird oder weil ein Star zum Interviewtermin erscheint. Wer in einem anderen sozialen Feld über viel Kapital verfügt [...] oder eine Information hat, die die jeweilige Feldstruktur erschüttern könnte, geht zuerst zum Machtpol des journalistischen Feldes“ (Meyen und Riesmeyer 2009, 252f).

Doch kaum ein_e Journalist_in kann sich freimachen von den „widersprüchlichen Erwartungen“ (Kepplinger 2011, 41) zwischen Vorgaben und Ansprüchen, sich widersprechende Interessen und Normen, die die „Etablierung einer konsistenten journalistischen Berufskultur“ erschweren (Saxer 2012a, 214).

Denkt man das Handeln in Rollenkonzepten, dann nehmen Journalist_innen in der Gesellschaft unterschiedliche Rollen ein, die bestimmte Erwartungen an Akteur_innen umfassen, zum Beispiel an die Art der Berufsausübung oder an das Auftreten (vgl. Jarren und Donges 2011, 241), und über die spezielle Anforderungen von Organisationen in das Handeln der Akteur_innen einfließen (vgl. Rühl 2002, 305f). Dabei kann ein_e Journalist_in mehrere Rollen einnehmen: Er_Sie kann fest angestellt bei einer journalistischen Arbeitsorganisation sein oder als Freie_r in Arbeitsbeziehung zu mehreren Redaktionen stehen. Und er_sie kann Mitglied in einer Berufsorganisation wie dem DJV oder der dju sein. „An beiden Organisationstypen können Individuen über eine je unterschiedliche Mitgliedsrolle als Journalisten teilhaben: an der Redaktion in Verbindung mit Arbeitsrollen und an der Berufsorganisation im Kontext mit Berufsrollen“ (Rühl 2002, 305f zuerst erschienen 1989). Mit Berufsrollen ist

dabei die „möglicherweise spannungsreiche Gesamtheit der Verhaltenserwartungen“ (Esser und Weßler 2002, 167) gemeint.

Darüber hinaus müssen Kommunikatorrollen unterschieden werden: Abgeleitet aus der „spezifischen Tätigkeit im Produktionsprozess der Medienorganisation“ (W. Schulz 2011, 132) können Journalist_innen Reporter_innen, Redakteur_innen, Korrespondent_innen, Kommentator_innen oder Moderator_innen sein. Bezug nehmend auf „politische Leistungserwartungen bzw. auf das professionelle Selbstverständnis von Journalisten“ (W. Schulz 2011, 132) sind sie Chronist_innen, Gatekeeper, Kritiker_innen, Wächter_innen oder Advokat_innen. Für die politische Kommunikation entscheidend ist die Unterscheidung nach Berichterstatter_innen und Kommentator_innen – korrespondierend mit der „medienpolitischen Norm der Trennung von Nachricht und Meinung“ (ebd.), die zu den „elementaren Normen im modernen Journalismus“ (Pfetsch, Eilders, und Neidhardt 2004, 3) gehört. Je nach Rolle werden Journalist_innen also verschiedene Aufgaben zugesprochen und Erwartungen an die Ausübung des Berufs gestellt. Berichterstatter etwa sollen ein „möglichst getreues Bild von der politischen Wirklichkeit vermitteln“ (W. Schulz 2011, 133), Nachrichten sollen „meinungsfrei und ohne Bewertung formuliert werden“ (Schönbach 1977, 177) und „eine möglichst objektive Berichterstattung“ (Pfetsch, Eilders, und Neidhardt 2004, 3) liefern. In der Rolle des_der Kommentator_in hingegen wird von ihnen erwartet, „dezidierte Meinungspositionen zu beziehen und das aktuelle Geschehen wie auch politische Akteure zu bewerten“ (W. Schulz 2011, 133); sie stehen „ausdrücklich für die legitime Meinungsäußerung der Presse“ (Pfetsch, Eilders und Neidhardt 2004, 3).

Doch nicht nur die Erwartungen an die professionelle journalistische Tätigkeit sind widersprüchlich. Es können auch „soziale oder ideologische Erwartungen auf der einen und professionelle Erwartungen auf der anderen Seite aufeinandertreffen“ (Pfetsch und Mayerhöffer 2011, 44). Die Erwartungen an Journalist_innen in ihren unterschiedlichen Rollen können sich ergänzen (konsistente Rollenerwartung) oder widersprechen (inkonsistente Rollenerwartung) (vgl. Kepplinger und Maurer 2008, 181). In letzterem Fall entstehen Rollenkonflikte. Kepplinger und Maurer (2008) unterscheiden zwischen Intra- und Inter-Rollenkonflikten (2008, 166ff). Unter Intra-Rollenkonflikten verstehen die Autoren die Inkonsistenz zwischen Aktualität und Sorgfaltspflicht, zwischen Informationsaufgabe und Neutralität der Nachrichtenauswahl, zwischen Engagement und Objektivität und zwischen Fehlverhalten und Kolleg_innensicht. Als Arten und Folgen von Inter-Rollenkonflikten nennen Kepplinger und Maurer (2008, 168) die Inkonsistenz zwischen sozialer Nähe zu Akteur_innen und Kontrollfunktion und die Inkonsistenz zwischen Eigeninteresse und Informationsaufgabe.

Darüber hinaus unterscheiden Kepplinger und Maurer interne und externe Rollenkonflikte. Arten und Folgen von internen Rollenkonflikten sind demnach die Inkonsistenz zwischen

Rollenselbstbild und Medienwirkungen und die Inkonsistenz zwischen professioneller Einstellung und privater Erwartung (2008, 169). Arten und Folgen von externen Rollenkonflikten sind laut Kepplinger und Maurer (2008, 170) Inkonsistenz zwischen dem Selbstbild und Fremdbild, Inkonsistenz zwischen der Problemwahrnehmung von Beobachter_innen und Akteur_innen, Inkonsistenz zwischen der Forderung nach Kolleg_innenkritik im eigenen und in anderen Berufen und Inkonsistenz zwischen den Urteilen von Journalist_innen über Expert_innen und der Selbsteinschätzung der Expert_innen.

2.1 Missionierung und Informationsvermittlung: Befunde zum Selbstverständnis von Journalist_innen

Oft gipfeln Studien über das Selbstverständnis von Journalist_innen in einer Typologie, die zulässt, die Vielzahl individueller Berufsauffassungen und Selbstzuschreibungen zu systematisieren und zu dokumentieren (so z.B. Pürer 1991; Meyen, Springer, und Pfaff-Rüdiger 2008; Meyen und Riesmeyer 2009; Hauer 2012). Empirische Typologien basieren in der Regel auf theoretischen Vorüberlegungen, die konkrete Typologie ergibt sich aber aus der Struktur der Antworten. Diese Typologien bringen allerdings zwei Probleme mit sich: Sie stellen lediglich wissenschaftliche Konstruktionen dar, die sich aus normativen Vorstellungen und empirischen Befunden ergeben, „sich in dieser Form faktisch [aber] nicht finden“ (Jarren und Donges 2011, 156f) lassen. Zum anderen folgen Journalist_innen in der Regel nicht einem einzigen Rollenbild, sondern „wechseln [...] zwischen den verschiedenen Rollen, wie es ihre Aufgabenstellungen eben von Fall zu Fall erfordern“ (Haas und Pürer 1991, 71). Darüber hinaus kann aus Rollenbildern nicht geschlossen werden, ob die Journalist_innen tatsächlich danach handeln wollen und – wenn ja – ob sie es können. Denn

„[d]ie Journalismusforschung hat gezeigt, in welchem hohem Maß journalistisches Handeln Rollenhandeln ist, das unter spezifischen Organisationsbedingungen – wir können auch Zwänge dazu sagen – stattfindet. Der analytische Gehalt derartiger Typologien ist somit gering, zumal wenn empirische Aussagen gemacht werden sollen“ (Jarren und Donges 2011, 156f).

Dennoch soll im Folgenden ein Überblick über bestehende Typologien und Befunde der Journalist_innenstudien gegeben werden.

Ehmig stellte bei der Auswertung von Interviews mit 491 Journalist_innen aus dem Jahr 1989 fest, dass das Berufsverständnis einem Generationenwechsel unterliegt. So herrschte in den 1950er- und 1960er-Jahren ein überwiegend nüchternes Selbstverständnis als Berichterstatter_innen vor. Die Journalist_innen in der Nachkriegszeit „wollten zwar auf Politik und Gesellschaft Einfluss nehmen, recherchierten aber zurückhaltend und bedachten die Konsequenzen ihrer Berichterstattung“ (Ehmig 2002, 3). In den 1970er- und 1980er-Jahren dominierte der Anwaltstypus und in den 1990er-Jahren der die Nachrichtenjäger_in. Beim letzten

Typus stünden Selbstverwirklichung, berufliche Freiheit und Recherchebegeisterung im Vordergrund (ebd.). Ein Wandel in der Berufsauffassung zeigt sich auch anhand der Studien über Journalist_innen in Deutschland. Allerdings erkennt man hieran nicht nur einen Wandel des Zeitgeistes unter den Journalist_innen, sondern auch unterschiedliche Schulen, politische Ansichten und theoretische Denkmuster der Forscher_innen.

Eine Studie des (kommerziellen) Instituts für Demoskopie Allensbach (IfD) etwa stellte Ende der 1970er-Jahre fest, dass das dominierende Rollenbild unter Journalist_innen der_die Kritiker_in und Kontrolleur_in politischer und gesellschaftlicher Prozesse sei. Ebenso vorherrschend war laut IfD der_die Hüter_in kultureller und gesellschaftlicher Normen und Werte sowie die Anwalt_innen (vgl. Noelle-Neumann 1979a, 267f), wobei die von den Journalist_innen vertretene politische Meinung weiter links anzusiedeln sei als die der Bevölkerung (1979a, 261), was für die Gründerin des Instituts Elisabeth Noelle-Neumann Grund zur Beunruhigung zu sein schien. Sie war in den 1970er-Jahren Professorin in Mainz und neben ihrer Tätigkeit als Institutsleiterin des IfD auch Beraterin des damaligen CDU-Kanzlerkandidaten und späteren Bundeskanzlers Helmut Kohl (vgl. Jarren und Donges 2011, 155).

Nicht alle teilten die Einschätzungen Noelle-Neumanns, auch die Untersuchungsanlage der Allensbacher Studie wurde kritisiert. Diese bedinge, dass es zu einer Entweder-Oder-Einordnung kommen muss. Außerdem wurde „die Primärrolle des Vermittlers [...] zum Teil gar nicht abgefragt“ (Weischenberg 1994, 443). In den folgenden Jahren entstanden Journalist_innenstudien, die zu teilweise gravierend anderen Ergebnissen kamen, teilweise aber auch das Bild von den missionarischen Journalist_innen bestätigten.

Haas und Pürer etwa unterschieden 1991 zwischen sieben Berufsauffassungen: dem des Meinungsjournalismus, dem anwaltschaftlichen, dem investigativen und dem Präzisionsjournalismus, dem New Journalism, den Pädagog_innen und der objektiven Vermittlung. Letzteres meint die neutrale Vermittlung, das Bemühen und größtmögliche Objektivität, der Verzicht auf Wertung oder Bewertung. Ein Ideal, das in der Praxis schwer umsetzbar ist. Die Gefahr bei diesem Typ liegt laut Haas und Pürer darin, „in einen Gefälligkeits-, Verlautbarungs- oder Hofberichterstattungsjournalismus abzudriften“, weshalb „kritische Wachsamkeit“ geboten sei (Haas und Pürer 1991, 72). Der Präzisionsjournalismus hingegen wendet wissenschaftliche Kriterien auf den Journalismus an, schafft also eine Objektivierung mithilfe wissenschaftlicher Methoden. Damit droht die „Selbstaufgabe des Journalismus“ (1991, 79). Abstand vom klassischen Journalismus nehmen auch die Anhänger_innen des New Journalism: Sie vertreten eine „absolute Subjektivität und radikale Opposition zum restriktiven Methodenkanon des Informationsjournalismus mit seiner strikten Trennung von Nachrichten und Kommentar, von Fiction und Nonfiction“ und bearbeiten vor allem phantasiebe-

tonte und politisch-literarische Themen. Der_die Verfasser_in steht hier im Zentrum, nicht das Ereignis (1991, 80).

Auf der anderen Seite machen Haas und Pürer diejenigen Journalist_innen aus, die Misstände aufdecken, Kritik üben, Anwaltschaft übernehmen oder erzieherisch wirken möchten: Investigativer Journalismus möchte Misstände aufdecken und verschwiegene Informationen bekanntmachen. Notwendig dafür ist eine besonders gründliche, oft verdeckte Recherche, was die Gefahr unlauterer Recherchemethoden birgt (1991, 74ff). Die Vertreter_innen des Berufsbildes von Journalist_innen als Pädagog_innen wollen „anspruchsvollere Medieninhalte durch[]setzen und auf das Publikum bildend und erziehend ein[]wirken“ (1991, 80f). Hier stellt sich die Frage, „auf Basis welcher Werte- und Normensysteme Bildungs- und Erziehungsfunktionen [...] wahrgenommen werden“ (ebd.). Anhänger des Meinungsjournalismus äußern Kritik in Glossen und Kommentaren, produzieren aufdeckend-enthüllende Beiträge und vertreten die Auffassung von Medien als vierter Gewalt und Wächter der Demokratie. Sie sammeln nicht nur Fakten und stellen diese dar, sondern ordnen sie auch ein und recherchieren den Hintergrund (1991, 73). Der anwaltschaftliche Journalismus setzt sich für Schwache und Benachteiligte ein, die selbst keinen Zugang zu Massenmedien und Interessenvertretungen haben. Dieser „engagiert Stellung nehmende Journalismus“ vermittelt „von unten nach oben“ und verzichtet auf Sachlichkeit und Objektivität; die Gefahr dieses „Solidaritätsjournalismus“ sehen Haas und Pürer in der Vereinnahmung „für fragwürdige, vorgetäuschte Interessen“ (1991, 74).

Pürer glaubte zu beobachten, dass Journalist_innen „in missverstandener Auslegung ihres Berufsauftrages [meinten], als vielbeschworene vierte Gewalt im Staat von den (Zuschauer-)Rängen in die Kampfarena steigen zu müssen“ (Pürer 1991, 33). Gerade im Vergleich mit amerikanischen Journalist_innen bestätigt auch Donsbach (1993) diesen Befund. Deutsche Journalist_innen wollten sich in ihrem Beruf viel mehr als amerikanische „für Werte und Ideen“ einsetzen, weshalb Donsbach ihnen eine „viel stärkere missionarische Berufsmotivation“ bescheinigt (1993, 295).

Stuiber zeichnet Anfang der 1990er-Jahre ein düsteres Bild vom Journalismus und kombiniert dies mit einer Kritik an der Jugend und alternativen Lebensstilen: Das journalistische Selbstverständnis sei „in erster Linie auf Kritik ausgerichtet“ (Stuiber 1991, 12). Dieser Befund wandle sich „ins Negative, wenn sich mit diesem Selbstverständnis Sendungsbewusstsein paart“ (1991, 12f). Das Selbstverständnis der Journalist_innen korreliere zudem „sehr deutlich mit idealisierenden Wertvorstellungen in den Bereichen Gesellschaft und Politik“ (1991, 14f). Ein Phänomen, das seiner Meinung nach nicht nur bei Journalist_innen zu beobachten sei. Denn die Jugend sei insgesamt immer später bereit, „den Status als Erwachsener zu dem Zeitpunkt anzunehmen, der sozial hierfür vorgesehen wird“ (1991, 14). Bis ins dritte

Lebensjahrzehnt hinein hingen die jungen Erwachsenen Werthaltungen nach, „die auf plakativ-idealistischen Grundhaltungen basieren, die insbesondere von Schülern und Studenten verinnerlicht werden. Auf der Basis dieser Idealvorstellungen entsteht ein Anspruchsniveau, das in der Realität nie eingelöst werden kann“ (ebd.). Wollten sich nun Journalist_innen mit den Normvorstellungen und alternativen Lebensentwürfen der Jugendlichen auseinandersetzen, „sie wären in vielen Fällen auf ihre eigene idealisierte Realitätssicht zurückgeworfen und somit dieser Herausforderung nicht gewachsen“ (1991, 15). Journalismus diene also keinesfalls dazu, „den Realitätsbezug zu den allgemein akzeptierten gesellschaftlichen Normen“ zu vermitteln. Im Gegenteil: Die Jugendlichen werden in ihren „abweichenden, idealisierten Lebensentwürfen“ bestätigt und „perpetuiert“ (1991, 15, 16). Ein rascher Einstellungs- und Verhaltenswandel bei den Journalist_innen, prognostizierte Stüber resigniert, könne „leider nicht erwartet werden“ (1991, 13).

Offensichtlich genervt von der Kritik Noelle-Neumanns, Kepplingers, Donsbachs und anderer, die Journalist_innen würden die öffentliche Meinung lenken und das Publikum gemäß ihrer eigenen linken Einstellung beeinflussen, räumten Schönbach, Stürzebecher und Schneider (1994) mit den gängigen Vorurteilen auf. Sie untersuchten in der „ersten repräsentativen gesamtdeutschen Journalistenbefragung“ (1994, 139) das Selbstverständnis deutscher Journalist_innen mit dem klaren Ziel, „das journalistische Missionarstum der Jahre 1992/93 zu quantifizieren“ (1994, 145). Dazu fragten sie die grundlegende Berufsorientierung, dessen Determinanten, das Verhältnis zum Publikum und die Legitimität „ungewöhnlicher“ Recherchemethoden ab. Dabei unterschieden sie grundsätzlich zwischen Vermittler_innen und Missionar_innen. Als Statement für eine Vermittler_innenrolle galt hierbei die Zustimmung zu den Rollen „Neutraler Berichterstatter“ und „Sprachrohr der Bevölkerung“. Als missionarisch galt, wer den Rollen „Pädagoge, Erzieher“ oder „Politiker mit anderen Mitteln“ zustimmte. Fast alle befragten Journalist_innen stimmten mindestens einem der beiden vermittlungsorientierten Rollenbilder zu. In einer zweiten Frage wurden die „missionarischen Anziehungspunkte“ des Journalismus abgefragt. Die Journalist_innen wurden gefragt, welche Punkte sie an ihrem Beruf besonders anziehend fänden: „die Möglichkeit, sich für Werte und Ideale einzusetzen“, „die Möglichkeit, meine Überzeugungen vielen anderen mitzuteilen“ und „die Möglichkeit, politische Entscheidungen zu beeinflussen“. Hier zeigte sich, dass „die beruflichen Grundorientierungen west- und ostdeutscher Journalisten [...] recht verschieden“ waren (1994, 146): 66 Prozent der westdeutschen und 89 Prozent der ostdeutschen Journalist_innen stimmten mindestens einer dieser Aussagen zu. Den Widerspruch zwischen den Antworten auf die beiden Fragen erklären die Autoren damit, dass „sich die Journalisten

[...] durchaus zu ihrem Beruf hingezogen fühlen können wegen eines darin steckenden Potentials, das sie jedoch nicht unbedingt in die Tat umzusetzen gedenken“ (1994, 147).¹²

Um dem Vorurteil zu begegnen, Journalist_innen „ignorierten – weil sie ‚Oberlehrer‘ seien – ihr Publikum, nähmen seine Interessen und Befindlichkeiten wenig zur Kenntnis“ (1994, 148), fragten die Autor_innen die Kolleg_innenorientierung und das Publikumsbild ab. Journalist_innen schreiben dem Publikum demnach „deutlich häufiger positive als negative Eigenschaften zu“ (ebd.) und selbst die Erzieher_innen unter ihnen stünden dem Publikum nicht arrogant gegenüber. Auch das Bild von recherchefaulen Journalist_innen, die nur dann recherchierten, „wenn die Recherche den eigenen politischen Überzeugungen oder Vorurteile nütze“ (1994, 151), versuchten die Autor_innen gerade zu rücken. Hier ermittelten sie die Recherchebereitschaft mit Fragen zur Billigung zweifelhafter Recherchemethoden. Deshalb können sie auch lediglich Aussagen über die Korrelation von Rollenbildern und der Zustimmung zu skrupellosen Recherchemethoden treffen.

Zum „Legendenkiller“ (1994, 158) wurde diese Studie endgültig mit der Untersuchung des empirischen Gehalts der Erklärungen für einen missionarischen Journalismus. Denn wie Schönbach et al. zeigen konnten, bedingen weder die Akademisierung des Berufs noch die Parteipräferenz oder die Unzufriedenheit mit dem eigenen Beruf ein missionarisches Berufsverständnis (vgl. 1994, 153ff).

Weischenberg und Scholl führten 1993 die Studie zum „Journalismus in Deutschland“ (JouriD) durch.¹³ 2006 legten sie mit einer zweiten, darauf aufbauenden Studie nach und aktualisierten ihre Befunde. Durch die Verwendung derselben Methode ist die Vergleichbarkeit zwischen beiden Studien gewährleistet, was auch Aussagen über den Zeitverlauf und Trends möglich macht. In dieser Studie wurden nicht nur Rollenbilder abgefragt, sondern auch umfangreiche und detaillierte Erkenntnisse über die Zusammensetzung der Journalist_innen in Deutschland, deren Merkmale und Einstellungen, Tätigkeiten und Zufriedenheit, den Umgang mit PR und anderen Medien und Arbeitsbedingungen vorgelegt.

Weischenberg et al. (2006) ließen 1.536 Journalist_innen befragen – eine repräsentative Stichprobe aus den insgesamt rund 48.000 hauptberuflich für journalistische Medien Tätigen. Im Jahr 1993 zählten die Autor_innen noch 54.000 Journalist_innen, davon zwei Drittel

¹² Schönbach et al. verwendeten dabei Fragen, die von Köcher bereits 1985 in einer Journalistenstudie verwendet wurden, so dass die Ergebnisse mit den Befunden von 1985 verglichen werden konnten.

¹³ Ebenso wie Schönbach et al. (1994) erheben auch die Autor_innen der JouriD-Studie den Anspruch auf Repräsentativität. Beide „gelangen aber infolge unterschiedlicher methodischer Designs zu mitunter mehr oder weniger voneinander abweichenden Ergebnissen“ (Pürer 2003, 119). Unterschiedlich ist in den Studien unter anderem die Definition der Grundgesamtheit. Schönbach et al. zählen dazu fest angestellte Journalist_innen aus den Bereichen Zeitung, Zeitschrift, Rundfunk und Nachrichtenagenturen, Weischenberg et al. festangestellte Redakteur_innen und Volontär_innen sowie hauptberuflich freie Journalist_innen aus sämtlichen Ressorts bei Zeitungen, Zeitschriften, Mediendiensten, Anzeigenblättern, Nachrichtenagenturen und Rundfunkanstalten (vgl. Weischenberg et al. 2006, 36).

fest angestellt, ein Drittel frei. 2005 war die Zahl der Festangestellten in etwa gleich hoch, es gab aber wesentlich weniger hauptberufliche Freie (vgl. Weischenberg et al. 2006, 36). Nicht berücksichtigt wurden in der Studie die nebenberuflich Freien und die „mehr als 7.000 Journalisten, die 2005 bei der Bundesagentur für Arbeit arbeitslos gemeldet waren“ (ebd.). Das Fazit aus den Zahlen ist für Weischenberg et al. eindeutig: „Im Jahr 2005 können in Deutschland wesentlich weniger Menschen vom Journalismus leben als noch 1993“ (2006, 37). Weil die Honorare in der Medienbranche gesunken sind, können „heute weniger Journalisten als vor zwölf Jahren [...] ohne eine ‚Mischtätigkeit‘ über die Runden kommen“ (ebd.).

Als Ergebnis ihrer Studie beschreiben Weischenberg et al. den „typischen deutschen Journalisten [...] mit folgendem Holzschnitt [...]: ein knapp 40 Jahre alter Mann, der aus der Mittelschicht stammt, einen Hochschulabschluss hat, bei der Presse arbeitet, in einer festen Beziehung lebt und ca. 2.300 Euro netto im Monat verdient“ (2006, 57). Der gewerkschaftliche Organisationsgrad der deutschen Journalist_innen liegt bei 56 Prozent. Der DJV zählt etwa 42.000 Mitglieder, die dju 22.000 (2006, 58).

Die meisten Journalist_innen stimmen den Rollenbildern zu, die auf Information und Vermittlung gerichtet sind. 89 Prozent geben an, möglichst neutral und präzise informieren zu wollen, 79 Prozent wollen komplexe Sachverhalte vermitteln, 74 Prozent wollen Informationen möglichst schnell vermitteln und die Realität so abbilden, wie sie ist. Aussagen, die auf einen kritischen, politischen oder anwaltschaftlichen Journalismus hindeuten, stimmen deutlich weniger Journalist_innen zu. Nur die Hälfte der Journalist_innen möchte Missstände in der Gesellschaft kritisieren und nur 14 Prozent haben den Anspruch, „die politische Tagesordnung zu beeinflussen und Themen auf die politische Agenda zu setzen“ (2006, 106).

Die Tendenz geht zu einem Rollenselbstverständnis als neutraler Informationsvermittler_innen – ressort- und medienübergreifend, wie auch die Auswertung der Befragung in Abhängigkeit von Ressorts, Mediensparten, Anstellungsverhältnis und Position zeigt (ebd.).

Dass die Informationsfunktion in den Augen der Journalist_innen mehr an Bedeutung gewinnt, stellte auch Donsbach fest. Während die der subjektiven Tradition folgenden Journalist_innen durchaus bereit seien, über Themen zu berichten, zu denen sie eine feste Meinung haben, würde durch die „immer dominanter werdende Kommerzialisierung“ nun die Informationsfunktion immer mehr erstarken (vgl. Donsbach 2008, 154). Die subjektiv-missionarischen Elemente gingen, so Donsbach, zurück. Auch laut Esser und Weßler (2002, 207) wird der missionarische Anspruch, auf politische und gesellschaftliche Entwicklungen Einfluss nehmen zu wollen, vor allem bei jungen Journalist_innen vom Wunsch nach Selbstentfaltung überlagert.

Aussagen zum Rollenselbstverständnis	1993	2005
Informationsjournalismus		
das Publikum möglichst neutral und präzise informieren	74	89
komplexe Sachverhalte erklären und vermitteln	74	79
dem Publikum möglichst schnell Informationen vermitteln	73	74
Realität genauso abbilden, wie sie ist	66	74
sich auf Nachrichten konzentrieren, die für ein möglichst breites Publikum interessant sind	54	60
Politischer Journalismus		
Kritik an Missständen üben	63	58
normalen Leuten eine Chance geben, ihre Meinungen zu Themen von öffentlichem Interesse zum Ausdruck zu bringen	41	34
sich einsetzen für die Benachteiligten in der Bevölkerung	43	29
die Bereiche Politik, Wirtschaft und Gesellschaft kontrollieren	37	24
die politische Tagesordnung beeinflussen und Themen auf die politische Agenda setzen	19	14
Ratgeber-, Service- und Unterhaltungsjournalismus		
neue Trends aufzeigen und neue Ideen vermitteln	51	44
Lebenshilfe für das Publikum bieten, also als Ratgeber dienen	36	44
positive Ideale vermitteln	38	40
dem Publikum Unterhaltung und Entspannung bieten	47	37
dem Publikum eigene Ansichten präsentieren	27	19

Angaben in Prozent; eigene Darstellung, nach den Daten der JouriD-Studie von Weischenberg et al. (2006, 102ff, 279)

Eine Typologie¹⁴ des Selbstverständnisses von Journalist_innen haben Meyen und Riesmeyer vorgelegt. In der Studie „Diktatur des Publikums“ erzählten 500 Journalist_innen in Tiefeninterviews ausführlich über sich, ihre Jugend, ihre Ausbildung, die Karrierestationen, die Arbeitsbedingungen und den Arbeitsalltag, über die Atmosphäre im Kollegenkreis und über das, „was ihnen wichtig im Leben ist und was sie im Beruf erreichen wollen“ (Meyen und Riesmeyer 2009, 17). Die Autor_innen haben sich auch deswegen für Tiefeninterviews anstelle einer Repräsentativbefragung entschieden, weil „der Otto-Normal-Journalist dank Siegfried Weischenberg bekannt“ sei (ebd.). Auch diese Studie stützt sich auf die Konzepte Feld, Kapital und Habitus von Pierre Bourdieu. Die Kriterien für die Typologie sind zum einen die Publikumsorientierung, zum anderen die Medienwirkungsvorstellung (2009, 209). Die anhand dieser zwei Achsen herausgearbeiteten acht Typen nennen die Autoren

¹⁴ Auch Hauer hat in ihrer Dissertation über Sportjournalist_innen in Deutschland eine eigene Typologie vorgelegt, die allerdings kaum abweicht von anderen bereits vorliegenden Typologien. Sie unterscheidet die Sportjournalist_innen nach folgenden Typen: Marktschreier, Lobbyisten, Dienstleister, Aufklärer, Beobachter und Missionare (vgl. Hauer 2012).

Dienstleister, Wächter, Lehrer, Detektive, Lobbyisten, Künstler, Verkäufer und Promoter. Als Ergebnis stellen Meyen und Riesmeyer fest, die Redaktionen würden nicht mehr von „angepassten Außenseitern“ wie bei Kepplinger oder „Missionaren“ beherrscht, auch nicht von „Souffleuren“, von denen Weischenberg et al. sprechen. Vielmehr seien es „Informationsprofis, die ihr Handwerk beherrschen und die Bedürfnisse des Publikums zum zentralen Maßstab ihrer Arbeit gemacht haben“. Ökonomisierung und Digitalisierung hätten „den Gesinnungsjournalismus beerdigt“ (Meyen und Riesmeyer 2009, 253). Zurecht, wie Schwarzkopf findet, denn ein Selbstverständnis, das an Information, Sachlichkeit, Fairness etc. orientiert ist, sei „zugleich dasjenige Selbstverständnis, das dem Journalismus in einer pluralistischen Demokratie am ehesten gerecht wird“ (Schwarzkopf 2006, 33).

Neben den Studien, die Aussagen für alle Journalist_innen in Deutschland treffen und allgemeine Trends nachzeichnen möchten, liegen auch solche vor, die spezielle Gruppen von Journalist_innen untersucht haben. In ihrem Beitrag „Felder der Journalismusforschung“ stellen Löffelholz und Rothenberger (2011, 43) fest, dass sich „erstaunlicherweise [...] nur ein verhältnismäßig geringer Teil der untersuchten Artikel (6 Prozent) dezidiert mit den journalistischen Akteuren“ beschäftigt – und nur ein kleiner Teil dessen vorrangig mit dem Selbstverständnis journalistischer Akteur_innen. Oft wird das berufliche Selbstverständnis unter anderem oder nebenbei mit erhoben. Über die Anzahl von Journalist_innenstudien kann man sich eigentlich nicht beklagen. Grenzt man die Suche auf neuere Studien aus dem deutschsprachigen Raum ein, die sich mit Medien in Deutschland beschäftigen und die Journalist_innen in den Mittelpunkt ihrer Untersuchungen rücken, findet man unter anderem Forschungen über:

- Journalist_innen in Deutschland (Schönbach et al. 1994; Scholl und Weischenberg 1998; Ehmig 2002; Karmasin 2005; Weischenberg et al. 2006; Meyen und Riesmeyer 2009)
- Journalist_innen im internationalen Vergleich (Esser 1998; Hanitzsch und Seethaler 2009; Hanitzsch 2009)
- Frauen im Journalismus (Neverla 2002; Schwenk 2006; Magin und Stark 2010), mit besonderem Augenmerk auf Migrantinnen (Röben 2010), in Führungspositionen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks (Keil 2000), unter Kriegreporter_innen (Lünenborg und Bach 2010), im Politik-Ressort (Lünenborg 2008) oder in der Sportberichterstattung (Schaffrath 2011a)
- Internetjournalist_innen (Löffelholz et al. 2003; Wyss und Zischek 2004; Machill und Beiler 2008; Malik und Scholl 2009; Neuberger, Nuernbergk, und Rischke 2009)
- Freie Journalist_innen (Elster 1979; Meyen, Springer, und Pfaff-Rüdiger 2008; Buckow 2011; T. Koch et al. 2012; bzw. Obermaier und Koch 2013)
- Videojournalist_innen (Wintsch 2006; Sehl 2008)

- Politikjournalist_innen (Donsbach und Patterson 2003; Kepplinger und Maurer 2008; Kepplinger 2009; Lünenborg und Berghofer 2010; Pfetsch und Mayerhöffer 2011)
- Wirtschaftsjournalist_innen (Beck, Reineck, und Schubert 2009; Moss 2009; Beck et al. 2012; Mast 2012)
- Technikjournalist_innen (Anczikowski 2008; Korol 2009)
- Wissenschaftsjournalist_innen (Blöbaum et al. 2005; Meier und Feldmeier 2005; Leßmöllmann 2009; Milde und Hölig 2011)
- Sportjournalist_innen (Horky et al. 2009; Mikos 2010; Schaffrath 2010; Schaffrath 2011a; Schaffrath 2011b; Hauer 2012)
- Kriegs- und Auslandsreporter_innen (Lünenborg und Bach 2010; J. Müller 2007; O. Hahn, Lönnendonker, und Schröder 2008; Junghanns und Hanitzsch 2006; Renneberg 2011; Weichert, Kramp, und Matschke 2012; Riesmeyer 2010)
- Justizberichterstatter_innen (Remus 2012)
- Musikjournalist_innen (Reus 2008)
- Reisejournalist_innen (Kleinsteuber und Thimm 2008)
- Religiöse (Russ 2004; Stroth 2007; Gärtner, Gabriel, und Reuter 2012) oder politische (Baugut und Scherr 2013) Einstellungen von Journalist_innen
- Bürgerjournalist_innen, die eigentlich gar keine Journalist_innen sind, weil sie Journalismus als Hobby betreiben (Kopp und Schönhagen 2008)
- Journalismus und PR (Riesmeyer 2007) am Beispiel von NGOs (Bieth 2012)
- Rollenkonflikte von Journalist_innen im Bereich des Politikjournalismus (Kepplinger und Maurer 2008) und bei Freien, die gleichzeitig im PR-Bereich arbeiten (T. Koch et al. 2012)

Ogleich laut der Journalist_innenstudie von Weischenberg et al. (2006, 42) knapp 30 Prozent aller Journalist_innen im Bereich Lokales und Regionales arbeitet, gibt es erstaunlich wenig Studien explizit zum Lokaljournalismus (eine Ausnahme bildet u.a. Lenzian 1999). Oft haben die Studien einen Fokus auf spezielle Mediengattungen, z.B. Tageszeitungen (Esser 1998; Kepplinger, Maurer, und Gerhardt 2004; Blöbaum et al. 2005; Trümper 2011) oder Fernsehen (Keil 2000; Wintsch 2006; Anczikowski 2008; Boetzkes 2008; Milde und Hölig 2011; Schaffrath 2011b; Renneberg 2011) oder auf bestimmte Berufsgruppen, wie etwa die Journalist_innen des Kommentariats (Gärtner, Gabriel, und Reuter 2012) oder Journalist_innen in Leitungsfunktionen (Lenzian 1999; Keil 2000).

Exemplarisch sollen hier einige der Studien über Teilbereiche des Journalismus detaillierter vorgestellt werden, deren Forschungsfragen und -gegenstand am ehesten mit dieser Dissertation übereinstimmen.

Blum (2008) hat den politischen Journalismus in sechs Ländern untersucht und kommt zu dem Schluss, dass Politikjournalist_innen eine große Nähe zur politischen Macht und eine geringe Bereitschaft zur Kritik aufweisen, „wo die Staatskontrolle über die Medien stark ist, der politische Parallelismus intensiv und die Elite-Integration zwischen Politikern und Medi-

enleuten eng und wo gleichzeitig die journalistische Professionalisierung schwach ausgeprägt ist“ (Blum 2008, 245). Das sei insbesondere in autoritär regierten Ländern und in Demokratien wie Russland, der Türkei und dem Iran der Fall. Auch Italiens, Frankreichs und Österreichs Politikjournalist_innen wiesen eine relativ große Machtnähe auf, die Schweizer etwas weniger. Eine starke Distanz dagegen sei in den angelsächsischen Ländern zu beobachten, eine schwächere in Deutschland. Auch Pfetsch attestiert den deutschen Journalist_innen im Vergleich mit ihren amerikanischen Kolleg_innen eine geringere Distanz zu politischen Akteur_innen. Die Interaktion, so stellt Pfetsch fest, basiere in den USA auf der Grundlage von professionellen, in Deutschland hingegen auf sozialen Normen (vgl. Pfetsch 2003, 141). Allen Politikjournalist_innen sei aber gemein, so Blum (2008, 245), dass sie „die paradoxe Kunst der Doppelrolle“ beherrschen müssten: Sie müssten die politische Macht gleichzeitig kritisieren und hofieren, bewegten sich also zwischen Machtverliebtheit und Machtdistanz.

Lünenborg und Berghofer (2010) untersuchten etwa die Merkmale und Einstellungen der journalistischen Akteur_innen im Bereich des Politikjournalismus. Ziel war es, „eine Aktualisierung und Politikjournalisten spezifische Differenzierung vorliegender Daten aus zentralen Kommunikatorstudien vorzunehmen“ (2010, 3f). Ergänzend wurden die Wahrnehmung ökonomischer Einflussfaktoren und der Veränderungsprozess durch den technischen Wandel erhoben. Laut dieser Studie stimmen Politikjournalist_innen, ähnlich wie die Mehrheit der Journalist_innen in Deutschland, am stärksten den Aussagen zu, die „Information und Vermittlung“ betonen. Innerhalb dieses Aussagenkomplexes sehen sie sich allerdings mehr als die Gesamtheit der Journalist_innen als vermittelnd und erklärend, weniger als informierend. Verhältnismäßig wenige Politikjournalist_innen stimmten der Aussage zu, sie wollten schnell Informationen vermitteln, was Lünenborg und Berghofer „insbesondere mit Blick auf Nachrichtenjournalisten [als] erstaunliche[n] Befund“ (2010, 37) einstufen. Mehr als andere Journalist_innen wollen Politikjournalist_innen Kritik an Missständen üben. Auch sonst stimmen sie den Aussagen im Block „Kritik, Kontrolle und Engagement“ deutlich mehr zu als die Journalist_innen in der JouriD-Studie (vgl. 2010, 39).

Ebenfalls mit Politikjournalist_innen beschäftigt sich die Studie von Pfetsch und Mayerhöfer (2011), die die empirischen Indikatoren für die journalistischen Rollen an bereits bestehende Studien anlehnten, u.a. an Weischenberg et al. (2006). Dabei erfragen sie aber nicht, „welche Erwartungen die jeweils andere Gruppe erfüllen soll, sondern welche Rollen für die jeweils andere Gruppe tatsächlich wichtig sind“ (2011, 51). Die Journalist_innen betonen in ähnlich deutlicher Ausprägung die Rolle des_der Informationsvermittler_in und die der Kontrolle der Politik (vgl. ebd.). Die Ausgewogenheit der Berichterstattung wird an dritter Stelle genannt, gefolgt von Publikumsorientierung, Aktualität und eigenen politischen Ansichten.

Das Fremdbild unterscheidet sich von diesen Rollenzuschreibungen: Politiker_innen sehen bei Journalist_innen nicht die Informationsvermittlung, sondern das Verbreiten der eigenen politischen Meinung im Vordergrund (2011, 52). Ihr Verhältnis zu Politiker_innen schätzen 21 Prozent der Journalist_innen als eher konfliktartig ein. 16 Prozent empfinden es als harmonisch. Die Abfrage der gegenseitigen Einschätzung des Verhältnisses zwischen Politiker_innen und Journalist_innen offenbare, so Pfetsch und Mayerhöffer, „wie brüchig das Verhältnis [...] tatsächlich ist“ (2011, 56).

Auch Keplinger hat mit dem Fokus auf den Rollenkonflikten von Journalist_innen Berliner Korrespondent_innen zu ihrem Verhältnis zu Politiker_innen befragt. Die meisten Journalist_innen hatten demnach ein besonderes Vertrauensverhältnis zu einem Politiker oder einer Politikerin. Freundschaften zwischen Politiker_innen und Journalist_innen gibt es nach Einschätzung der befragten Korrespondenten „viel häufiger als die Öffentlichkeit ahnt“ (Keplinger 2011, 58). Und obwohl sie glauben, Leser, Hörer und Zuschauer könnten die Berichte über Politiker nur dann richtig einschätzen, wenn sie um das jeweilige Verhältnis zwischen Journalist_in und Politiker_in wüssten, „entschieden sie sich im Konfliktfall eher für ihre eigenen Interessen – die Verschleierung der Beziehung – als für das Informationsbedürfnis ihrer Leser, Hörer und Zuschauer“ (ebd.).

Baugut und Scherr (2013) haben mit einer Sekundäranalyse der JouriD-Daten (vgl. Weischenberg et al. 2006) den Zusammenhang von politischen Einstellungen und der Arbeitszufriedenheit untersucht. Bis dahin gab es kaum Befunde zu Einstellungen und erst recht keine zu deren Folgen. Arbeitszufriedenheit erheben sie dabei in mehreren Dimensionen: Extrinsische Faktoren wie Gehalt und Jobsicherheit, aber auch intrinsische Faktoren wie Autonomie und Selbstverwirklichung und die Einschätzung der Umsetzung eigener Erwartungen (vgl. 2013, 445). Sie kommen zu dem Ergebnis, dass politische Einstellung „mit zunehmender Linksorientierung von Journalisten einen Einfluss auf die Wahrgenommene Diskrepanz zwischen aktivem Rollenverständnis und dessen Umsetzung hat, was schließlich zu geringerer Arbeitszufriedenheit führt“ (2013, 439). Journalist_innen, die sich weiter links einordnen, sind also mit ihrer Arbeit weniger zufrieden (vgl. 2013, 456). Als Erklärung bieten Baugut und Scherr eine sozialpsychologische an: Rollendiskrepanzen entstehen durch individuelle Prädispositionen wie politische Einstellungen. Die Autoren vermuten, dass Linke sensibler für Arbeitsbedingungen sind und weniger Chancen sehen, ihre Vorstellungen angesichts der politischen Linie des Mediums umzusetzen (vgl. 2013, 457).

2.2 Die Brille der Journalist_innen: Objektivität und Subjektivität im Journalismus

„Die Journalisten tragen eine spezielle ‚Brille‘, mit der sie bestimmte Dinge sehen, andere nicht, und mit der sie die Dinge, die sie sehen, auf bestimmte Weise sehen. Sie treffen eine Auswahl, und aus dem, was sie ausgewählt haben, errichten sie ein Konstrukt“ (Bourdieu 1998a, 25).

Die Hauptaufgaben von Journalist_innen sind die Selektion und Präsentation von Informationen (vgl. Kepplinger und Vohl 1979, 254). Erwartet wird eine „wahrheitsgemäße Realitätsbeschreibung“ (Post 2013, 47). Das Auswahlprinzip sei die „Suche nach dem Sensationellen, dem Spektakulären“, da das Fernsehen nach Dramatisierung verlange (Bourdieu 1998a, 25). Auch sonst orientieren sich die Journalist_innen an der „Logik ihres Gewerbes“ (Bourdieu 1998a, 24f), dem Nomos des journalistischen Feldes, dessen Werte sie verinnerlicht haben: Objektivität, Unabhängigkeit, Aktualität und das Handeln im öffentlichen Interesse (vgl. Hanitzsch 2007, 249). Journalist_innen wählen Themen aber auch „aufgrund der ihrem Beruf immanenten Tendenzen, ihrer Weltsicht, ihrer Ausbildung, ihrer Einstellungen [...] in Übereinstimmung mit ihren Wahrnehmungskategorien einen ganz besonderen Aspekt“ aus (Bourdieu 1998a, 24f). Die Kategorien der Auswahl sind laut Bourdieu „Produkt unserer Erziehung, unserer Geschichte etc.“ (Bourdieu 1998a, 25).

Die Frage danach, warum und wie Journalist_innen selektieren, ist relevant, weil Journalist_innen laut Bourdieu die Macht haben, „der ganzen Gesellschaft die Grundlagen ihrer Weltsicht, ihre Problemstellung, ihre Optik auf[zu]nötigen“. Zwar sei die die „Journalistenwelt“ differenziert und diversifiziert,

„[a]ber das journalistische Feld beruht wie andere Felder unweigerlich und jenseits aller Unterschiede von Position und Meinung auf einer Gesamtheit von allen geteilter Grundannahmen und Dogmen. Aus diesen Grundannahmen, die in einem bestimmten System von Denkkategorien wurzeln, in einer bestimmten Beziehung zur Sprache [...], ergibt sich der Ausschnitt, den Journalisten in der sozialen Wirklichkeit und auch in der Gesamtheit der symbolischen Produktion wahrnehmen“ (Bourdieu 1998a, 67).

Was nicht in das Wahrnehmungsschema der Journalist_innen passt, wird nicht berichtet. Die Auswahl geschieht zwar auch anhand erlernter journalistischer Kriterien. ist aber beeinflusst von subjektiven Einstellungen der Journalist_innen und geschieht „nach bewussten oder unbewussten Wertsystemen des einzelnen Journalisten“ (Wild 1990, 188f). Werte sind dabei „die ordnenden Ideen jeder journalistischen Arbeit“ (1990, 201). Es wurde sogar der Verdacht geäußert, Journalist_innen würden Informationen besonders dann veröffentlichen, wenn sie ihrer eigenen Wertvorstellung entsprechen (Kepplinger 2011, 123). Doch ganz ohne Subjektivität kommt Journalismus auch nicht aus, denn „Distanz schaffende Objektivität verträgt sich also nicht ohne Weiteres mit jenem Gespür und Einfühlungsvermögen, ohne die gerade Journalisten ein vertieftes Problembewusstsein verschlossen bleibt“ (Prott 2008,

198). Im Folgenden soll deshalb das Spannungsfeld zwischen objektiver Berichterstattung und Subjektivität der Journalist_innen dargestellt werden.

Objektivität als Norm des Journalismus

Objektivität gilt sowohl als Norm für das Mediensystem als auch als ethische Norm für jede_n einzelne_n Journalist_in (vgl. Bentele 1988, 211ff) und damit als zentrale ethische Norm journalistischer Berichterstattung (1988, 197). In einer normativen Dimension ist Objektivität auch in Medienrecht und -ethik festgeschrieben (vgl. Schwer 2006, 354). Der Rundfunkstaatsvertrag etwa fordert die Berücksichtigung der „Grundsätze der Objektivität und Unparteilichkeit der Berichterstattung“ (Zwölfter Rundfunkänderungsstaatsvertrag, §11). Der Objektivitätsanspruch wurde allerdings in den Rundfunkgesetzen und Programmgrundsätzen unterschiedlich formuliert und aufgefasst.

„Er bezieht sich auf die Auswahl von Nachrichten insgesamt (BR), auf die Auswahl objektiver Nachrichtenagenturen (RB), auf die gesamte Berichterstattung (ZDF, SDR) oder nur auf Nachrichtensendungen (NDR, BR). Die Norm bezieht sich also auf unterschiedliche Orte des publizistischen Prozesses sowie auf unterschiedlich weite Gültigkeitsbereiche“ (Bentele 1988, 207).

Drei Viertel der Journalist_innen in Deutschland beabsichtigen, die Realität genauso abzubilden, wie sie ist (vgl. Weischenberg et al. 2006, 102) – „in erkenntnistheoretischer Unschuld“, wie Weischenberg et al. hinzufügen. Zwei Drittel der Befragten glauben, diesen Anspruch auch umsetzen zu können (2006, 104). Doch gibt es eine für alle gültige Realität? Und wenn es sie gibt, ist dann eine objektive Darstellung möglich? Und was ist überhaupt Objektivität? Die „allseitige Verträglichkeit und elektische Neutralität gegenüber allen Beteiligten“ ist es laut Bourdieu (1998a, 115) zumindest nicht. Darüber, was Objektivität eigentlich meint, ob sie tatsächlich hergestellt werden kann und wie sie, wenn es sie gibt, operationalisiert werden kann, gibt es divergierende Meinungen und zahlreiche Auseinandersetzungen.¹⁵

Während die Erkenntnistheorie die Möglichkeit publizistischer Objektivität verneint, sieht der kritische Realismus zumindest die „prinzipielle Möglichkeit, dass Berichterstattung mit der Realität korrespondieren kann“ (Schwer 2006, 353). Objektivität ist demnach zwar nicht absolut, aber zumindest „näherungsweise möglich und ein Streben danach zweckmäßig“ (Post 2013, 55). Der kritische Realismus hat den Anspruch, „sich der objektiven Wirklichkeit bestmöglich anzunähern und hierbei alles Mögliche zu tun, um subjektive Einflüsse auszuschalten“ (ebd.). Er basiert also auf der Vorstellung, dass eine Realität „unabhängig

¹⁵ In der vorliegenden Arbeit kann keine erschöpfende Darstellung der Diskussion über Objektivität und die unterschiedlichen Dimensionen des Begriffs geleistet werden. Ausführlichere Überlegungen dazu finden sich neben Schwer (2006) auch bei Post (2013), Muñoz-Torres (2012), Schönhagen (1998), Saxer und Schröter, beide als Nachdruck in dem Band „Objektivität im Journalismus“ von Wagner (2012b).

vom Beobachter existiert, und dass diese objektiv vorhandene Welt auch beschrieben werden kann“ (Schwer 2006, 352).

Schönhagen (1998) unterscheidet zwischen Subjektivisten und Objektivisten (vgl. dazu auch Hanitzsch et al. 2011, 276): Erstere lehnen Objektivität ab, weil sie sie für unrealistisch halten; stattdessen bekennen sie sich zur Subjektivität. Denn wenn der Anspruch einer objektiven Abbildung der Wirklichkeit nicht realisierbar ist, soll der Journalist oder die Journalistin sich gemäß dem anwaltschaftlichen, bewusst parteilichen Journalismus „offen zu[r] subjektiven Perspektive bekennen und im Sinne gesellschaftskritischen Engagements bewusst Partei für benachteiligte Gruppen ergreifen“ (Schönhagen 1998, 240). Objektivisten hingegen akzeptieren die „Objektivitätsnorm als Zielvorgabe und praktikable Berufsnorm, der man sich mittels journalistischer Handwerksregeln nähern kann, die allerdings aufgrund praktischer und struktureller Hindernisse sowie aus erkenntnistheoretischen Gründen in letzter Konsequenz unerreichbar bleiben muss“ (ebd.). Es wird also an der Verpflichtung festgehalten, der Wahrheit so nah wie möglich zu kommen.

Saxer (2012a) vermutet, die meisten Journalist_innen, die sich als Vermittler_innen einstufen, würden einer anderen Objektivitätsauffassung zustimmen als politisch engagierte Journalist_innen. Erstere dürften seiner Meinung nach die Position vertreten, Wünschbarkeit und Realisierbarkeit publizistischer Objektivität würden kritisch bejaht.

„Das heißt, publizistische Objektivität wird weder als Endwert verabsolutiert noch ihre Verwirklichung im Sinne irgendwelcher absoluter Forderungen für möglich gehalten. Das Objektivitätspostulat wird vielmehr als eine freilich entscheidende Kommunikationsvoraussetzung zur Verwirklichung bzw. Erhaltung einer parlamentarischen Demokratie und als immerhin grundsätzlich praktikable Berufsnorm verstanden“ (Saxer 2012b, 13).

Politisch engagierte Journalist_innen hingegen würden die Wünschbarkeit publizistischer Objektivität zwar prinzipiell anerkennen, ihre Verwirklichungsmöglichkeit aber bestreiten. Stattdessen würden diese Journalist_innen Sachlichkeit oder „pluralistische Meinungsrepräsentation“ fordern (ebd.).

Doch die normativen Festschreibungen helfen wenig bei der konkreten Umsetzung der Objektivitätsnorm im journalistischen Alltag (vgl. Schwer 2006, 355). Auch der Versuch, Objektivität durch die Verwendung alternativer Begriffe wie Fairness und Verantwortlichkeit zu konkretisieren, scheitert, weil diese genauso schwer zu operationalisieren und zu bewerten sind (vgl. Bentele 1988, 210). Die kommunikationswissenschaftliche Literatur nennt deshalb Strategien zur Operationalisierung. Bei den Kriterien für die praktische Umsetzbarkeit des Objektivitätsanspruchs lässt sich, „trotz der Widersprüchlichkeit der Diskussion, ein relativ breiter Konsens entdecken, der die Gültigkeit gängiger journalistischer ‚Handwerksregeln‘, wie etwa die Trennung von Nachricht und Kommentar oder Sorgfaltspflicht umfasst“ (Schönhagen 1998, 235).

Saxer (2012b, 54ff) definiert für die praktische Verwirklichung publizistischer Objektivität vier Kriterien für objektive publizistische Aussagen: Kontrolltechniken, die für ausgewogene Quellenberücksichtigung im Sinne der additiven Objektivität sorgen; die Unterscheidung zwischen Tatsachen und Meinungen; die Vermeidung von Einseitigkeit bei der Selektion durch Ausgewogenheitsregel und die Ausgewogenheit der Präsentation. Journalistische Regeln könnten bei der Konkretisierung der Objektivitätsnorm helfen, meint Bentele (1988, 215f). Anhand nachprüfbarer journalistischer Verfahren könne deren Einhaltung überprüft werden. Er nennt das Wahrheits- und das Vollständigkeitspostulat, die Trennung von Nachrichten und Kommentaren, die angemessene Strukturierung, die Quellentransparenz, außerdem das Neutralitätspostulat sowie das Postulat der Gefühlsvermeidung und der Vermeidung von Meinungsverzerrung.

In ihrer Rolle als Berichterstatter_innen sind Journalist_innen gehalten, objektiv, fair, neutral und sachgerecht „ein möglichst getreues Bild von der politischen Wirklichkeit vermitteln“ (W. Schulz 2011, 133). Den Kommentator_innen hingegen ist es „nicht nur erlaubt, sondern sogar aufgetragen, dezidierte Meinungspositionen zu beziehen und das aktuelle Geschehen wie auch politische Akteure zu bewerten“ (ebd.). Die Objektivitätsnorm gilt nur für die informierenden Darstellungsformen des Journalismus, also für Nachrichten, Meldungen, Berichte, Dokumentationen und Reportagen (Bentele 1988, 211ff). Deutsche Journalist_innen missbilligen deshalb auch deutlich den Einfluss von Einstellungen und Überzeugungen auf Nachrichten, stellen Hanitzsch et al. (2011, 283) in einer international vergleichenden Studie fest. Dem Verständnis der Möglichkeit der Trennung von Nachricht und Kommentar liegt eine positivistische Sichtweise zugrunde, ähnlich dem Weberschen Leitsatz von der Werturteilsfreiheit der Wissenschaft (vgl. Muñoz-Torres 2012, 571). Die Schwierigkeit entstehe, gibt Muñoz-Torres zu bedenken, bereits bei der Definition dessen, was Fakten sind. Ein_e Positivist_in jedoch „does not care about the answer to these questions“ (2012, 572).

Besonders der Umgang mit Quellen wird als relevant für die Einhaltung der Objektivitätsnorm betrachtet. Gefordert wird eine möglichst urteilsfreie Darstellung von Standpunkten und Auffassungen. Denn als Vermittler_innen von Auffassungen und Einschätzungen tragen Journalist_innen „Verantwortung für die richtige Wiedergabe von Stellungnahmen, nicht jedoch für ihren Wahrheitsgehalt“ (Post 2013, 61). Auch Wagner meint, eine gründliche Quellen-Recherche, eine sorgfältige Quellen-Arbeit und -Prüfung, die sinntrue Vermittlung dieser seien Voraussetzung für eine objektive Berichterstattung. „Die Übereinstimmung des Gehalts der empfangenen und der vermittelten (Quellen-)Mitteilung, also die Sinntrue der Vermittlung, ist die ‚Wahrheit‘ des Journalisten“ (Wagner 2012, 271). Schröter nennt das „Mitteilungs-Adäquanz“ (Schröter 2012, 158). Sinntrue ist laut Wagner das „Kernstück des Objektivitäts- oder Unparteilichkeitskonzepts“ (Wagner 2012, 275).

Da aber nicht alle Äußerungen und Quellen in Gänze wiedergegeben werden können, obliegt den Journalist_innen die Aufgabe, über wichtige und relevante Ausschnitte zu entscheiden. Dabei „kommt unweigerlich die Subjektivität des Journalisten ins Spiel, auch wenn sich dieser noch so sehr um Objektivität, also auch um Distanz und Neutralität gegenüber den zu vermittelnden Inhalten bemüht“ (Wagner 2012, 278). Zur Verringerung subjektiv-willkürlicher Entscheidungen wiederum dienen Nachrichtenfaktoren¹⁶, die „Entscheidungs-marken dafür, was ‚wichtig‘ und ‚relevant‘ ist“ (ebd.). Subjektivität soll also „durch professionell intersubjektive Maßgaben“ (Wagner 2012, 279) limitiert werden. Journalist_innen müssten den „Einfluss ihrer eigenen sachfremden Überzeugungen, Vorstellungen oder Präferenzen auf ihre Ermittlung und Darstellung von Sachverhalten nach Möglichkeit ausschalten“ (Post 2013, 54).

Trotz aller Bemühung um Objektivität: Der Journalist Hans-Joachim Friedrichs weist darauf hin, dass diese letztlich doch im Auge des Betrachters liege:

„Die Besorgnis vieler Parteipolitiker um die Versorgung der Zuschauer mit ‚objektiven‘ Informationen führt sich selbst ad absurdum: Anstößig ist immer nur das, was die eigenen Leute schmerzt. Trifft es die anderen, haben wir es meist mit hervorragender journalistischer Arbeit zu tun“ (Friedrichs 1994, 133f).

Subjektivität der Journalist_innen

Der Journalismus in Deutschland, stellte Donsbach (1993) fest, sei „seit jeher ein eher politisch und weltanschaulich gebundener“, jede_r vierte deutsche Journalist_in sage, er_sie vertrete einen bestimmten Standpunkt (1993, 301). Subjektivität schlage sich sowohl im Aufgabenverständnis als auch in den konkreten journalistischen Handlungen deutscher Journalist_innen nieder (1993, 302). „Weil sie als zentrales Merkmal im Sozialprofil der journalistischen Berufsgruppe und als potentieller Einflussfaktor für die journalistische Aussageentstehung gelten“ (Esser und Weßler 2002, 197), sind politische Orientierungen immer wieder Gegenstand von Journalist_innenstudien. Denn politische Einstellungen „bilden grundlegende Perspektiven, aus denen Menschen aktuelles Geschehen wahrnehmen“ (ebd.).

Um zu untersuchen, wie sich die politische Präferenz von Journalist_innen in der Berichterstattung niederschlagen kann, muss die Schnittstelle von journalistischer Berufswelt und Lebenswelt betrachtet werden. Denn die Arbeit von Journalist_innen wird auch durch kultu-

¹⁶ In der Nachrichtenwert-Forschung werden professionelle Auswahlregeln untersucht, wobei zwischen Nachrichtenwert und Nachrichtenfaktor unterschieden wird (vgl. Riesmeyer 2007, 51). Der Nachrichtenwert zeigt den Wert, den Ereignisse haben müssen, um als berichtenswert zu gelten. Der Nachrichtenwert eines Ereignisses ist beispielsweise umso größer, je mächtiger, einflussreicher und prominenter die beteiligten Akteur_innen sind, je mehr offene Konflikte und Gewalt vorkommen oder je mehr emotionale, gefühlsbetonte Aspekte das Geschehene hat (vgl. Schulz 2011, 91). Nachrichtenfaktoren sind die Kriterien der Selektion und Verarbeitung der Nachrichten, wie etwa Vereinfachung, Identifikation und Sensationalismus (vgl. Riesmeyer 2007, 52) oder Aggression, Tragweite, Überraschung oder Frequenz (vgl. Schulz 2011, 91).

relle Einflüsse und „journalismusfremde Wahrnehmungs-, Denk- und Handlungsweisen“ bestimmt (Hanitzsch 2007, 255). In Journalist_innenstudien wird die politische Ausrichtung von Journalist_innen aber in der Regel nur dadurch erhoben, dass die Parteineigung abgefragt wird. Dabei beobachteten Esser und Weßler zwischen den frühen 1980er- und frühen 1990er-Jahren eine Zunahme der Gruppe derjenigen Journalist_innen, die sich keiner Partei zuordnen. Sie werteten das als Zeichen für eine zunehmende Sensibilisierung dafür, „dass sich die Unabhängigkeit des Journalistenberufs prinzipiell nicht mit Parteinähe oder Parteinahme verträgt; oder es könnte für eine allgemeine Entpolitisierung nachrückender Journalistengenerationen sprechen“ (Esser und Weßler 2002, 198). Die Befunde von Weischenberg et al. zeigen für die zehn Jahre danach aber wieder gegenläufige Tendenz: Während 1993 noch 30 Prozent der Journalist_innen keine Parteineigung angegeben haben, waren es 2005 nur noch 20 Prozent. Deutlich gestiegen sind die Grünen in der Gunst der Journalist_innen. 36 Prozent der Journalist_innen gaben an, Bündnis 90/Die Grünen nahezustehen. 1993 waren es noch 19 Prozent. Weischenberg et al. vermuten den Grund in der „Kongruenz zwischen den Zielen der Grünen und Vorstellungen in einem gesellschaftlichen Milieu, dem ein Teil der (jüngeren) Journalisten angehört“ (Weischenberg et al. 2006, 70). Denn auch in diesem Punkt widersprechen die Erkenntnisse der JouriD-Studie dem Befund von Esser und Weßler: Der Anteil der Journalist_innen ohne Parteineigung ist unter den 46- bis 55-Jährigen am größten (30 Prozent), bei den Jüngeren hingegen sind es weniger als 20 Prozent (vgl. 2006, 72).

Donsbach und Rentsch (2011) zeigen verschiedene methodische Designs zur Messung subjektiver Einflüsse auf die Nachrichtenentscheidungen von Journalist_innen auf. Zum einen führen sie Studien an, die Verzerrungen zwischen Realität und Medienrealität aufzeigen. Dabei lassen sich „drei Kategorien empirischer Maße für Objektivität erkennen, die den Vergleichen zugrunde liegen: medienexterne und medieninterne Objektivitätsmaßstäbe sowie Maße der Gleichverteilung“ (Donsbach und Rentsch 2011, 157). Mithilfe von Inhaltsanalysen und Input-Output-Analysen sollen die Verzerrungen sichtbar gemacht werden. Untersuchungsgegenstand ist also der Medieninhalt. Zum anderen gibt es Studien, die die Abweichungen des Medieninhalts von einem erwartbaren Wert nicht nur beschreiben, sondern auch erklären:

„Hier wird versucht, eine Beziehung zwischen subjektiven Einflüssen und den Medieninhalten herzustellen, mithin einen Kausalnachweis für den Einfluss subjektiver Einstellungen auf Medieninhalte zu führen und einzelne Einflussfaktoren zu identifizieren“ (Donsbach und Rentsch 2011, 160).

Donsbach und Rentsch unterscheiden hier zwischen Aggregat-Daten-Studien, Gruppen-Daten- und Individual-Daten-Studien. Zu den Gruppen-Daten-Studien zählen unter anderem Synchronisationsstudien. Bei Aggregat-Daten- und Gruppen-Daten-Studien bleiben aber die

Ursachen im Dunkeln und können keine direkten kausalen Zusammenhänge zwischen den individuellen Akteur_innen und den Medieninhalten hergestellt werden. Individual-Daten-Studien erbringen am ehesten den Kausalnachweis, weil hier experimentell oder mit Fragebogen-Simulationen die Einstellungen der_des Redakteur_in mit individuellen Nachrichtenentscheidungen in Beziehung gesetzt werden. Trotzdem erscheint das „komplexe Variablen-Geflecht des Nachrichtenentscheidungsprozesses zu weiten Teilen noch im Dunkeln“ (Donsbach und Rentsch 2011, 169). Die einzelnen relevanten Faktoren zu identifizieren, sie aufeinander zu beziehen und ihren relativen Anteil am Prozess der Nachrichtenauswahl zu bestimmen, ist aus methodischer Sicht schwierig, weshalb Donsbach und Rentsch von einer „Blackbox“ sprechen, der man sich durch „weitere methodisch anspruchsvolle Designs zu nähern“ versuchen müsse (Donsbach et al. 2009, 169).

„Man geht davon aus“, so Donsbach (1993, 291), „dass [...] normative Vorstellungen einen Einfluss auf die konkrete Nachrichtenauswahl haben“. Im Selbstverständnis drücke sich demnach „nicht nur das journalistische Denken, sondern auch das journalistische Handeln aus“ (Donsbach 2008, 147). Donsbach erklärt die Journalismusforschung „in einem weiteren Sinn“ sogar zum Teil der Medienwirkungsforschung,

„weil Einstellungen und Verhaltensmuster des Berufs nur insofern eine intensivere wissenschaftliche Beschäftigung rechtfertigen, als sich aus den entsprechenden Befunden Voraussagen über die Eigenschaft der Medieninhalte und daraus wiederum auf die möglichen Wirkungen der Realitätsvorstellungen der Rezipienten ableiten lassen“ (Donsbach 2009, 81).

Wie Journalist_innen ihre Rolle sehen, wäre deshalb ein wichtiger Faktor im beruflichen Handeln, und, so Donsbach (2009, 119), eine der „wichtigsten Sekundär-Variablen, die den Einfluss der Primär-Variablen moderieren“. Beispielsweise könne das „Rollenselbstbild eines neutralen Berichterstatters den Einfluss der redaktionellen Tendenz des Mediums oder der eigenen subjektiven Einstellung zurückdrängen, bzw. ein eher politisches Selbstverständnis deren Einfluss verstärken“ (Donsbach 2005, 416).

Wie groß die Aussagekraft von Selbstbeschreibungen tatsächlich ist und ob der direkte Rückschluss auf journalistische Produkte zulässig ist, ist allerdings umstritten (Lünenborg und Berghofer 2010, 2; Weischenberg et al. 2006, 98f). „Man weiß nicht genau, welches Gewicht die Rollenbilder bei der Entstehung journalistischer Berichterstattung im redaktionellen Prozess tatsächlich haben“ (Weischenberg et al. 2006, 98). Die Selbstbeschreibung könne auch „eine Art ideologische Selbsttäuschung“ (ebd.) sein.

„Als Konsequenz verbietet es sich, von den Rollenselbstbildern oder Kommunikationsabsichten auf den tatsächlichen gesellschaftlichen Einfluss des Journalismus oder der Medien zu schließen“, stellen Weischenberg et al. fest (2006, 100). Denn es handele sich immer nur um Selbstzuschreibungen von Absichten, „die in tatsächliches Handeln umgesetzt werden

können, oder eben nicht“, so Wyss und Zischek (2004, 92). Aus einer normativen Orientierung könne nicht auf Handlungen geschlossen werden, insbesondere dann nicht, „wenn eine normative Ausrichtung umstritten ist oder als sehr ambitioniert gelten kann“ (Jarren und Donges 2011, 156). Denn die Orientierung wird durch redaktionelle Leitlinien, Verlage und Eigentümer mitbestimmt und innerhalb der Redaktionen wird über politische Ausrichtungen diskutiert. Der Journalist und die Journalistin schweben nicht im luftleeren Raum, ihr Rollenselbstverständnis ist nicht nur Resultat intensiven Nachdenkens, sondern auch das Produkt von Sozialisation, Ausbildung, gesellschaftlichen Normen und Erwartungen.

Nicht jede Einstellung von Journalist_innen lässt also auf konkretes journalistisches Handeln schließen. Dazu bedarf es der Handlungsrelevanz, also der Wahrscheinlichkeit der praktischen Umsetzung des Rollenselbstverständnisses in redaktionelles Handeln (vgl. Scholl und Weischenberg 1998, 162). Dieses Bindeglied ist nötig, um die Erklärungslücke zwischen Einstellung und Handlung zu schließen. Die Voraussetzungen für eine hohe Handlungsrelevanz sind nach Esser und Weßler (2002, 209f) gegeben:

- „bei hoher Zustimmung zwischen den weltanschaulichen Einstellungen der Journalisten mit der politischen Grundlinie des Mediums, für das sie arbeiten;
- bei geringer Distanz zwischen den weltanschaulichen Einstellungen der Journalisten und denen des Publikums, für das sie arbeiten;
- bei untypischen Ausnahmephasen [...] im Gegensatz zu nachrichtlichen Routinephasen (in der standardisierte Redaktionsprozesse überwiegen);
- bei einem ausgesprochen aktiven Aufgabenverständnis, das auf Kritik, Kontrolle und Skepsis gegenüber Politik und Wirtschaft angelegt ist;
- bei nur schwach institutionalisierten Filter- und Kontrollmechanismen im innerredaktionellen Arbeitsprozess.“

Trotz aller Einschränkungen kann das berufliche Selbstverständnis Voraussetzung oder Ausdruck für das Handeln der Journalisten sein (Buckow 2011, 21) und ein allgemeiner Rahmen für tatsächliches (journalistisches) Handeln (Scholl und Weischenberg 1998, 161), wodurch es „zwar nur bedingt unmittelbar handlungsrelevant, zumindest aber handlungsleitend“ (Wyss und Zischek 2004, 92) ist.

Theorien mittlerer Reichweite, die den Zusammenhang von Einstellungen und beruflichem Handeln zum Gegenstand machen, gibt es zu Genüge: Die Gatekeeper-Forschung geht davon aus, dass subjektive Einstellungen der Journalist_innen eine Rolle bei der Nachrichtenauswahl spielen. Die Journalist_innen selbst beeinflussen also die Nachrichtenberichterstattung und die Informationsauswahl. „Sie entscheiden, auch nach ihrer persönlichen Meinung und ihrem Gespür, welche Ereignisse sie aus der Masse der täglichen Informationen auswählen, bearbeiten und schließlich publizieren“ (Riesmeyer 2007, 48). Die Ursprungsidee des

Gatekeepers stammt von Lewin, der allerdings nicht den Journalismus, sondern das Einkaufsverhalten untersucht hat. White (1964) übertrug dessen Erkenntnisse auf den Journalismus und stellte fest, dass „subjektive Dispositionen und individuelle Entscheidungskriterien auf der einen, technische Zwänge und formale Kriterien, wie Umfang der Druckseiten und die bis zur Veröffentlichung verbleibende Zeit, auf der anderen Seite die Nachrichtenselektion des Journalisten determinieren“ (Riesmeyer 2007, 49). Dieser Ansatz geht davon aus, dass der_ die Journalist_in mehr oder weniger allein handelt. In der Praxis zeigt sich aber, dass er_sie vielfältigen professionellen und organisatorischen Anforderungen unterworfen ist (vgl. u.a. Rühl 2002, 312). In der kommunikationswissenschaftlichen Literatur wird der Begriff Gatekeeper aber nicht in jedem Fall in Verbindung mit der Auswirkung subjektiver Einstellungen auf die Nachrichtenauswahl genannt. Donsbach (1993, 300) spricht beispielsweise vom Gatekeeper, wenn er nordamerikanische Journalist_innen beschreibt, die seiner Beobachtung nach neutral und passiv Nachrichten auswählen und Standpunkte fair darstellen.

Die News Bias-Forschung beschäftigt sich mit mehr oder weniger bewussten bzw. zielgerichteten politischen Verzerrungen in der Berichterstattung (Raupp und Vogelgesang 2009, 48). „Auf der Mikro-Ebene werden diese ‚Verzerrungen‘ bzw. medialen Konstruktionen mit den politischen Einstellungen von Journalisten erklärt, auf der Meso-Ebene mit der redaktionellen Linie von Medien bzw. Zeitungen“ (Engelmann 2012, 102). Politische Einstellungen gehören dabei zu den illegitimen Faktoren bei der Nachrichtenauswahl, die den professionellen Auswahlkriterien wie Nachrichtenfaktoren entgegenstehen. Durch subjektive Einstellungen der Journalist_innen kommt eine bestimmte Tendenz in der Berichterstattung zustande.

Eine Weiterentwicklung des News-Bias-Ansatzes ist das Konzept der instrumentellen Aktualisierung: Journalist_innen sprechen den Informationen, die ihren Konfliktstandpunkt stützen, einen höheren Nachrichtenwert zu als Informationen, die dem Standpunkt zuwiderlaufen. Kepplinger spricht dabei von einem bewussten Hoch- oder Runterspielen von Informationen (Kepplinger 2011, 153). Durch die Inkonsistenz zwischen Informationsaufgabe und Neutralität bei der Nachrichtenauswahl entstehe, so Kepplinger und Maurer (2008, 166f), ein Intra-Rollenkonflikt.

Doch nicht nur die eigenen politischen Einstellungen, sondern auch die Tendenz des Mediums beeinflusst die Berichterstattung: In einer Untersuchung von Schönbach zeigte sich, dass in allen untersuchten Zeitungen die Tendenzen der informierenden Beiträge denen der Meinungsbeiträge entsprachen (Schönbach 1977, 48ff). Dieser Effekt wird als Synchronisation von Nachricht und Meinung bezeichnet. Synchronisationsstudien untersuchen die Anpassung der Nachrichten an die redaktionelle Tendenz der Kommentare (Schönbach 1977; Donsbach 2008, 159; Kepplinger 2011, 120).

Als Ergebnis einer Befragung von 1984 formuliert Kepplinger: „Die politischen Einstellungen der Journalist_innen besaßen Einfluss auf ihre Meinung [...]. Meldungen über Ereignisse, die ihren politischen Einstellungen entsprachen, hielten sie für publikationswürdiger als Meldungen über Ereignisse, die ihnen widersprachen“ (Kepplinger 2011, 123). Deshalb kommt er zu dem Schluss, die Auswahl und Gewichtung von Nachrichten und Berichten sei „auch die Folge der individuellen Einstellungen und Meinungen der Journalisten, die die Auswahl- und Gewichtungsentscheidung treffen“ (2011, 125). Und auch Donsbach und Rentsch (2011) stellen fest: „Die ideologischen oder politischen Interessen von Journalisten schlagen sich in Recherchepraxis, der Themen- und Nachrichtenauswahl sowie der Präsentation von Medieninhalten nieder“ (Donsbach und Rentsch 2011, 156). Donsbach und Rentsch finden das nur „bedingt legitim“ (ebd.). Nun könnte man fragen, warum es überhaupt problematisch sein sollte, dass die Meinungen der Journalist_innen Einfluss auf deren Nachrichtenentscheidungen haben. Eine Erklärung liefert Donsbach: Die Journalist_innen stellten kein verkleinertes Abbild der Gesamtbevölkerung dar, spiegelten also nicht das Meinungsspektrum der Bevölkerung in seiner Pluralität wider (1993, 305), sondern wiesen häufiger „linke und postmaterialistische Einstellungen“ auf (Donsbach 2009, 117). Noch dazu fehlten „Vorkehrungen [...], die den Einfluss der subjektiven Meinung auf die Berichterstattung eindämmen“ (ebd.).

Dieser „Links-Vorwurf“ (Jarren und Donges 2011, 155) an Journalist_innen, verbunden mit der Sorge, die linken Einstellungen würden sich in der Berichterstattung niederschlagen, findet sich auch bei Elisabeth Noelle-Neumann. Sie meinte, eine „Kluft zwischen den Überzeugungen der Bevölkerung und der Mehrheitsmeinung der Journalisten“ (Noelle-Neumann 1979a, 261) zu beobachten. So gaben 56 Prozent der Bevölkerung im Juli 1976 an, man müsse „verhindern, dass sich bei uns ein Sozialismus in der Art der DDR durchsetzt“ (ebd.). Der gleichen Aussage stimmten aber nur 37 Prozent der Journalist_innen zu. Auch die JouriD-Studie zeigt, dass die Journalist_innen in Deutschland „etwas links vom Durchschnitt der Bevölkerung“ stehen (Weischenberg et al. 2006, 18). Gegen die Annahmen von Noelle-Neumann, Kepplinger und Co. spricht aber, dass die politische Orientierung von Journalist_innen „in keinem Zusammenhang mit den von Journalisten präferierten Rollenbildern“ steht (Jarren und Donges 2011, 156). Außerdem, wirft Schwarzkopf (2006, 33) ein, kennen politisch engagierte Journalist_innen die „beruflichen Pflichten ganz genau und [...] auch die Gefahr der Kollision zwischen beruflicher Pflicht und politischer Neigung“.

2.3 Autonomie und Zwänge des journalistischen Feldes: Einflüsse auf journalistisches Denken und Handeln

Das journalistische Feld ist nach Bourdieu „der Ort einer spezifischen, durchaus kulturellen Logik, die sich den Journalisten durch Zwänge und wechselseitige Kontrollen aufnötigt und deren Respektierung (bisweilen als Berufsethos bezeichnet) die Reputation beruflicher Ehrbarkeit einbringt“ (Bourdieu 1998a, 108). Allerdings, so gibt Bourdieu zu bedenken, gäbe es „wenig an einigermaßen unbestrittenen positiven Sanktionen; und die negativen [...] sind nahezu inexistent“ (ebd.). Vielmehr sei das journalistische Feld den direkten Sanktionen durch die Kunden oder den indirekten durch die Einschaltquote „permanent dem Verdikt des Marktes unterworfen“. Das gelte auch dann, wenn staatliche Subvention „eine gewisse Unabhängigkeit von unmittelbaren Marktzwängen gewährleisten kann“ (Bourdieu 1998a, 108f).

Der Journalismus muss sich, fordert Bourdieu, „der Freiheiten und der Macht der Kritik bedienen[en], die seine Autonomie ihm erlaubt“ (Bourdieu 1998a, 118). Autonomie ist ein zentraler Begriff bei Bourdieu, denn je autonomer ein Feld ist, desto eher kann es sich äußeren Zwängen entziehen, „was [es] in die Lage versetzt, nur seinen eigenen, internen Maßgaben zu folgen“ (Bourdieu 1998b, 19) und „Anforderungen aus der Politik oder aus der Wirtschaft in die eigene Logik übersetzen“ (Meyen und Riesmeyer 2009, 19). Diese „Brechstärke“ (Bourdieu 1998b, 19) nimmt mit dem Grad an Autonomie zu; äußere Zwänge können bis zur Unkenntlichkeit umgestaltet werden (vgl. ebd.).

Die Autonomie eines Presseorgans lässt sich daran messen, „wie weit es von Werbung und Staatssubventionen (in Form von Anzeigen oder Geldzuweisungen) unabhängig ist, und auch an der Konzentration der Anzeigenkunden“ (Bourdieu 1998a, 105). Die Autonomie der_des einzelnen Journalist_innen hängt laut Bourdieu hingegen von vier Faktoren ab:

- (1) vom Konzentrationsgrad der Presse („bei Verringerung der Anzahl potentieller Arbeitgeber steigt die Unsicherheit des Arbeitsplatzes“),
- (2) von der Position der Medienorganisation im journalistischen Feld,
- (3) von seiner_ihrer Position beim Presseorgan, also ob er_sie freie_r Mitarbeiter_in oder Angestellte_r etc. ist, „die für die verschiedenen (vorwiegend an Bekanntheit gebundenen) ihm zur Verfügung stehenden Statusgarantien entscheidend ist, auch für seine Entlohnung (ein Faktor, der für die sanften Formen von Öffentlichkeitsarbeit weniger zugänglich machen kann und unabhängiger von bloß dem Broterwerb dienenden, bestellten Arbeiten – ein Einfallstor für externe Auftraggeber“ (ebd.) und

- (4) von seiner_ihrer „Fähigkeit zur autonomen Erzeugung von Information (Journalisten aus den Bereichen Populärwissenschaft oder Wirtschaft zum Beispiel arbeiten unter besonders heteronomen Bedingungen)“ (Bourdieu 1998a, 105f).

Vor dem Hintergrund der Autonomie des journalistischen Feldes und der Journalist_innen sollen im Folgenden externe Einflüsse beschrieben werden, die die Autonomie gefährden (können) und damit die Logik des Feldes verändern.

Einfluss der Wettbewerbslogik

Das journalistische Feld hat sich laut Bourdieu im 19. Jahrhundert um den Gegensatz von Sensationspresse auf der einen und „Zeitungen, die Analysen und ‚Kommentare‘ boten und darauf achteten, ihren Unterschied von den ersten durch Betonung der Werte der ‚Objektivität‘ hervorzuheben“ (Bourdieu 1998a, 107), herausgebildet. „Zwei Logiken und zwei Legitimationsprinzipien treten einander hier gegenüber“ (ebd.): Die um Objektivität bemühte Presse suche nach der „Anerkennung, die den am vollständigsten den internen ‚Werten‘ oder Grundsätzen Verpflichteten durch ihresgleichen zuteil wird“ (Bourdieu 1998a, 107f) und die Anerkennung durch die Menge, messbar durch hohe Verkaufszahlen und den finanziellen Gewinn.

Der Aufwand, den Journalismus betreiben muss, „um beim Kampf um Geld und Zeit (also um Aufmerksamkeit) mit anderen einschlägigen Angeboten mithalten zu können“, ist größer geworden, stellen auch Weischenberg et al. (2006, 19) fest: „Seriöser Journalismus wird dabei überall durch einen Trend herausgefordert: Faszination statt Orientierung“ (ebd.).

Äquivalent zu den divergierenden Legitimationsprinzipien erkennt Bourdieu unter den Journalist_innen „Spannungen zwischen denen, die Werte wie Autonomie, Freiheit gegenüber dem Kommerziellen, gegenüber Aufträgen, Chefs usw. verteidigen möchten, und denen, die sich den Zwängen unterwerfen und von ihnen dafür belohnt werden“ (Bourdieu 1998a, 51). Dabei attestiert er der nachwachsenden Journalist_innengeneration, sie sei „immer kritischer, weil infolge der Logik des Arbeitsmarktes immer besser ausgebildet“, weshalb die „Spannung zwischen dem, was beruflich verlangt wird, und den Ansprüchen, die man in den Journalistenschulen und auf den Universitäten erwirbt, [...] immer weiter“ steige. Die „fürchterlichen Zwänge ihres Berufs“ würden Fernsehleute immer früher entdecken, wie Bourdieu aus der Äußerung eines Journalisten schließt (vgl. Bourdieu 1998a, 52).

Die Einschaltquote ermöglicht es den Sendern, festzustellen, wie viele Zuschauer_innen sie erreichen. „Dieses Messinstrument ist für den Journalisten das göttliche Gericht“, die „Einschaltquotenmentalität“ regiere „allerorten [...] heutzutage“ (Bourdieu 1998a, 36). Immer mehr gelte der Markt als „legitime Legitimationsinstanz“ (ebd.), die „Logik des Kommer-

zes“ schlage sich durch die Einschaltquote „auf die Kulturerzeugnisse durch“ (Bourdieu 1998a, 37). Selbst Führungskräfte seien „nur die ausübenden Organe der Einschaltquote“ (Bourdieu 1998a, 35). Das journalistische Feld stehe, so Bourdieu, „unter der Fuchtel des ökonomischen Feldes“ (Bourdieu 1998a, 76). Je höher ihre Position im Feld und je unmittelbarer vom Markt abhängig ihr Medium ist, desto größer sei der Einfluss des „Kriterium[s] Einschaltquote“ auf die Journalist_innen (vgl. Bourdieu 1998a, 109). Je näher das Medium am kommerziellen Pol angesiedelt ist, desto größer ist die Abhängigkeit von der Quote und desto geringer die Autonomie. Der gegenüberliegende Pol, der kulturelle, ist weniger angewiesen auf die Marktfähigkeit, meint Bourdieu (1998a, 109f). Meyen und Riesmeyer (2009, 20) widersprechen dieser Überlegung: Ohne eine starke wirtschaftliche Basis, so der Befund ihrer Studie, gäbe es keinen unabhängigen Journalismus.

Für die Journalist_innen setze sich die Quote in Zeitdruck um (vgl. Bourdieu 1998a, 37). Die Entscheidung für oder gegen Themen hänge davon ab (ebd.), die journalistische Praxis stünde unter dem „Gebot der Geschwindigkeit (oder Übereilung) und der permanenten Innovation“ (Bourdieu 1998a, 110), Nachrichten würden nur auf deren Aktualität hin bewertet. Das Hauptproblem sieht Bourdieu aber in der „Beziehung zwischen Denken und Geschwindigkeit“ („Kann man denken, wenn man es eilig hat?“) (Bourdieu 1998a, 38). In der Folge erteile das Fernsehen immer nur Denker_innen das Wort, „die, wie ein gewisser Westernheld, schneller schießen als ihr Schatten“ (Bourdieu 1998a, 39).

Als Folge der Wettbewerbslogik seien Produkte des Journalismus, so Bourdieu, „letztlich noch viel homogener, als man glaubt“ (Bourdieu 1998a, 30). Das liberale Credo predige zwar, „ständig, dass das Monopol Uniformität und Konkurrenz Vielfalt“ (Bourdieu 1998a, 30) hervorbringe. Bei den Journalist_innen, die alle denselben Zwängen, Umfragen und Anzeigenkund_innen ausgeliefert seien, wirke Konkurrenz aber homogenisierend. Freilich stützt sich Bourdieu dabei nur auf Alltagsbeobachtungen und fordert die Zuhörer_innen seines Vortrags dazu auf, „bloß die Titelseiten der Wochenpresse im Vierzehntagesrhythmus [zu vergleichen]: Sie finden fast überall dieselben Aufmacher“ (Bourdieu 1998a, 30f, vgl. auch 111). Aber er ist mit der Beobachtung, der Aktualitätsdruck verändere die Berichterstattung, nicht allein. Auch Kepplinger und Maurer (2008, 166f) stellen fest, unter Aktualitätsdruck werde die Sorgfaltspflicht in der aktuellen Berichterstattung vernachlässigt.

Als Ursache für die Homogenität und „Uniformisierung des Angebots“ (Bourdieu 1998a, 111) macht Bourdieu aber auch kollektive Zwänge aus: Niemand lese so viel Zeitung wie Journalist_innen. Denn „[u]m zu wissen, was man sagen wird, muss man wissen, was andere gesagt haben“ (Bourdieu 1998a, 31). Diese „wechselseitige Bespiegelung“ sei eine der „stillschweigenden Anforderungen des Berufs“ (Bourdieu 1998a, 32). Lediglich „verschwindend kleine Unterschiede, denen die Journalisten eine phantastische Bedeutung beimessen und die

vom Fernsehzuschauer völlig unbemerkt bleiben“ (ebd.) seien zwischen den Programmen festzustellen. Unterschiede jedoch, die nach Meinung der Produzent_innen wiederum zu einer höheren Einschaltquote beitragen, „dem verborgenen Gott dieses Universums“ (Bourdieu 1998a, 33).

Für Journalist_innen hat die Quote auch eine existentielle Bedeutung: „Der Verlust von einem Prozent bei der Einschaltquote kann schon der Tod der Sendung sein“ (Bourdieu 1998a, 33), und damit auch dem_der Journalist_in die Existenzgrundlage entziehen. Doch nicht nur für die Journalist_innen hat die Quotenfixierung verheerende Konsequenzen: Als Widerspruch zur geläufigen Annahme, als plebiszitäre Entscheidung sei die Quote als Ausdruck demokratischer Legitimität zu verstehen (vgl. Bourdieu 1998a, 113), fordert Bourdieu dazu auf, „im Namen der Demokratie gegen die Einschaltquote [zu] kämpfen“ (Bourdieu 1998a, 95). Denn das Fernsehen lege den Akzent als Folge der Quote auf die „Vermischten Meldungen“ und fülle „die Zeit mit Leere, mit nichts oder fast nichts, und klammert relevante Informationen aus, über die der Staatsbürger zur Wahrnehmung seiner demokratischen Rechte verfügen sollte“ (Bourdieu 1998a, 23).

Vermittlungsinteresse gesellschaftlicher Organisationen

Gesellschaftliche Akteur_innen sind „aus legitimatorischen Gründen darauf angewiesen, die Gesellschaftsmitglieder kommunikativ zu erreichen“ (Jarren und Meier 2002, 125). Sie müssen ihre Arbeit und gesellschaftliche Relevanz immer wieder rechtfertigen, was erschwert wird durch den Relevanzverlust, der durch einen massiven Mitgliederschwund und die Ausdifferenzierung der Arbeits- und Lebenswelt hervorgerufen wird (vgl. Pfetsch und Wehmeier 2002, 50 und 52; Jarren und Donges 2011, 134)

Die Medien begreifen sich zunehmend als eigenständige Akteur_innen, die dem Publikum und nicht dem Vermittlungsinteresse der Organisationen verpflichtet sind (vgl. Jarren und Meier 2002, 134f.; Arlt und Jarren 1996, 303). Gleichzeitig mit dem Verlust des privilegierten Zugangs zu den Massenmedien verlieren die Organisationen ihre eigenen Sprachrohre, also eigene Medien. Damit „verlieren sie auch an wirksamen Möglichkeiten der Teilnahme an öffentlichen Kommunikationsprozessen“ (Arlt und Jarren 1996, 304). Auch lässt die Bedeutung allgemeiner Massenmedien nach, „die sich auf die Gesamtöffentlichkeit ausgerichtet haben“ (1996, 303). Den gesellschaftlichen Organisationen steht „das allgemeine Mediensystem immer weniger für die Vermittlungszwecke zur Verfügung“ (ebd.). Der Bedeutungsverlust formeller, institutioneller Zugangsmöglichkeiten erschwert „den etablierten Verbänden das Geschäft der kollektiven Interessenvertretung“ und wertet „umgekehrt die

Relevanz informeller und auch öffentlichkeitsbezogener Formen der Kommunikation auf“ (Steiner und Jarren 2009, 253).

Neben formalisierten Beziehungen wie der Mitwirkung in den Gremien der öffentlich-rechtlichen Sender gibt es deshalb auch informelle Interaktionsformen zwischen Journalist_innen und gesellschaftlichen Akteur_innen (Jarren und Donges 2011, 240ff). Sie können als eine Art Tauschbeziehung verstanden werden, womit nicht nur bezahlte Medieninhalte und Werbung gemeint sind, sondern auch der Tausch „Publizität gegen Information“ (Vowe 2007, 470).

Intermediäre Organisationen, so Steiner und Jarren (2009), müssen sowohl interne als auch externe Inklusion kommunikativ herstellen: Extern meint die „kommunikative Vertretung politischer Interessen und Entscheidungsalternativen der Organisation gegenüber relevanten Einflusskontexten“ (2009, 259). Die interne Inklusion bezieht sich auf die aktuellen und potentiellen Mitglieder, die „dazu veranlasst werden [müssen], die intermediäre Organisation zu unterstützen, sich an ihren Entscheidungsprozessen zu beteiligen und sich an ihre Beschlüsse zu halten“ (2009, 258). Die Mitglieder sind eine der wichtigsten Bezugsgruppen der Kommunikationsaktivitäten von Organisationen, weil sie zum einen Beitragszahlende, zum anderen aber auch die „artikulierende Instanz von Legitimität“ sind (Jentges et al. 2012, 403).

Mitglieder werden eigentlich über die verbandsinterne Kommunikation erreicht, dies muss aber zunehmend in die unabhängigen Medien verlagert werden. Ein Grund hierfür ist die Auflösung der Milieubindung und der stabilen Anhänger_innenschaft. Für Unterstützung muss immer wieder neu und oft punktuell mobilisiert werden (vgl. Vowe 2007, 467). Denn Verbände sind noch stärker als Parteien auf die Unterstützung ihrer eigenen Klientel angewiesen (vgl. Pfetsch und Wehmeier 2002, 51).

Am Beispiel der Gewerkschaften erläutern Arlt und Jarren (1996) das Problem: Die Mitglieder würden zuerst aus Radio, Fernsehen und Zeitung das Wichtigste erfahren, bevor sie an den Werkstoren das Flugblatt der Gewerkschaft in die Hand gedrückt bekommen. „Die gewerkschaftliche Darstellung und Interpretation dessen, was das Wichtigste ist, mag aus erster Hand kommen, aber sie trifft erst an zweiter Stelle ein und damit auf eine möglicherweise bereits gebildete Meinung“ (1996, 306; vgl. auch Weßels 2003, 336).

Aufgabe der Organisationen ist es also auch, einen Interpretationsrahmen für Themen und Probleme zu stecken und ein Deutungsmuster anzubieten, das sowohl die Meinung der Mitglieder als auch die der Öffentlichkeit erreicht. Ziel ist es, „ein vorteilhaftes Meinungsklima zu schaffen, also die präferierte Alternative in einem positiven Licht erscheinen zu lassen“ (Vowe 2007, 468), um sich in politischen Entscheidungen gegen konkurrierende Ideen

durchzusetzen. Gesellschaftliche Akteur_innen brauchen „die Medien als institutionalisiertes Forum der Öffentlichkeit“ (Pfetsch und Wehmeier 2002, 44).

Für die Akteur_innen bedeutet dies, dass sie ihre kommunikative Infrastruktur ausbauen müssen, um sich den medialen Vermittlungsbedingungen anzupassen. Sie betreiben Öffentlichkeitsarbeit, die, „als organisatorisch verankertes Kommunikationsmanagement in Bezug auf die Umwelt der Organisation [verstanden,] Strategien zur Durchsetzung von Organisationsinteressen gegenüber der Öffentlichkeit“ entwickelt (Pfetsch und Wehmeier 2002, 55). Interessengruppen und Verbände nutzen ihr „Kommunikationsrepertoire, um sich zwischen Mitgliedern, Politik, Medien und anderen themenspezifisch relevanten Organisationen im intermediären System zu verankern“ (Jentges et al. 2012, 403)¹⁷. Dabei müssen sie, wie Schulz in Bezug auf politische Akteur_innen ausführt, „ihr Verhalten und ihre Argumente an der Medienlogik ausrichten; sie müssen sich den Selektions- und Darstellungserfordernissen der Massenmedien anpassen oder auch die Selektionskriterien strategisch instrumentalisieren“ (W. Schulz 2011, 127).

Doch da „öffentliche Aufmerksamkeit ein knappes Gut“ ist (Pfetsch und Wehmeier 2002, 45), konkurrieren

„sehr Viele um die knappe Aufmerksamkeit der Kommunikatoren und der Rezipienten [...]; nicht nur die Verbände untereinander, sondern auch die Verbände mit den Parteien und mit anderen politischen Akteuren und vor allem mit Akteuren, die andere Botschaften transportieren – eher unterhaltender als informierender Art“ (Vowe 2007, 470).

Ob Organisationen mit ihrer Öffentlichkeitsarbeit erfolgreich sind, hängt aber nicht nur von den eigenen Botschaften, sondern auch von der redaktionellen Linie des Mediums zusammen, wie Hackenbroch (1998, 206) feststellt. Er zeigt den Zusammenhang zwischen der redaktionellen Linie eines Mediums und der Präsenz von Verbänden mit der gleichen politisch-ideologischen Grundhaltung auf. Gewerkschaften finden demnach eine weitaus größere Resonanz in linken Medien, Kirchen hingegen in rechten. Dass Verbände von unterschiedlichen Medien verschieden behandelt werden, zeigt auch die Dissertation von Oehmer (2013), die die mediale Resonanz von deutschen und schweizerischen Interessenverbänden in überregionalen Tageszeitungen untersucht. Allerdings kommt Oehmer in Bezug auf Gewerkschaften zu einem anderen Schluss. Sie stellt fest, dass die Gewerkschaft ver.di, die IG Metall und der DGB die größte Präsenz in deutschen überregionalen Tageszeitungen erreichen.

¹⁷ Jentges et al. (2012) haben in ihrer Studie zur Kommunikation politischer Interessengruppen vier Bezugslogiken herausgearbeitet: Neben der Differenzierung zwischen Einfluss- und Mitgliederlogik nennen sie die Reputationslogik und die Reziprozitätslogik. Die Reputationslogik „zeigt sich bei Verbänden und Interessengruppen, die sich in der massenmedial vermittelten allgemeinen Öffentlichkeit um die Anerkennung ihrer Anliegen bemühen“ (2012, 403); sie dient der Präsentation des Bildes der Organisation in der Öffentlichkeit und der Nachvollziehbarkeit der Aktivitäten der Organisation durch die eigene Basis. Die Reziprozitätslogik rückt die jeweils relevanten Teilöffentlichkeiten und das Zusammenspiel mit anderen Organisationen in den Blick (vgl. Jentges et al. 2012, 403).

Sie gehören damit zu den meist berichteten Interessenverbänden Deutschlands (vgl. Oehmer 2013, 120) – und das sowohl in der konservativen Welt, in der Süddeutschen Zeitung (SZ) als auch in der tageszeitung (taz). Akteur_innen wie Greenpeace und Amnesty International hingegen werden von der taz deutlich häufiger beachtet, wohingegen Welt und SZ dem ADAC viel Raum geben. Oehmer schlussfolgert, die Medienorganisationen „könnten sich so nicht als links oder rechts-konservativ klassifizieren lassen, sondern als wirtschaftsthemen- oder umweltthemenaffin“ (Oehmer 2013, 175).

„Einfallstor für externe Auftraggeber“ – Journalismus und PR

Im Zusammenhang mit Selbstbildern und Rollenkonflikten von Journalist_innen spielt auch die Einwirkung von PR auf die Berichterstattung eine Rolle. PR „repräsentiert die Vielfalt gesellschaftlicher Interessen. Gleichzeitig haben die Interessen einzelner Quellen einen häufig verdeckten und damit für das Publikum nicht erkennbaren Einfluss auf die Medienberichterstattung“, stellen Donsbach und Rentsch (2011, 156) fest. Zum Zusammenspiel von Journalismus und PR haben sich vor allem zwei Thesen herausgebildet: die Determinationshypothese und das Intereffikationsmodell. Während erstere von einer Instrumentalisierung des Journalismus durch die PR ausgeht, beruht das Verhältnis laut Intereffikationsmodell eher auf gegenseitiger Abhängigkeit (zu den beiden Modellen vgl. Löffelholz 2004; Riesmeyer 2007; Bentele und Nothhaft 2008; Raupp und Vogelgesang 2009, 56ff, 73ff; Jarren und Donges 2011, 280f; W. Schulz 2011, 48ff).

Bourdieu schildert das Zusammenspiel von Journalismus und PR als Kampf, den sich Regierungs- und Verwaltungsbehörden, juristische und wissenschaftliche Einrichtungen mit Journalist_innen liefern, einen Kampf, „bei dem sie versuchen, Informationen oder Übermittler von Informationen zu manipulieren, während die Presse ihrerseits versucht, die Besitzer von Informationen zu manipulieren, um sich in deren Besitz zu bringen und sich die exklusive Verfügung darüber zu sichern“ (Bourdieu 1998a, 106). Denn Öffentlichkeitsarbeit ist aus Sicht der (gesellschaftlichen) Organisationen notwendig und unabdingbar. Sie sind auf Medien angewiesen. Die Medien ihrerseits sind auf die Zuarbeit von Öffentlichkeitsarbeitern angewiesen. Für PR-Anbieter_innen hat das zur Folge, dass sie ihre Maßnahmen daran ausrichten müssen, „dass die über die Medien transportierten Themen und Inhalte möglichst auch mit dem Framing, d.h. der Deutung und Akzentuierung behandelt werden, die von der PR-Planung angestrebt sind“ (Schulz 2003, 542). Deshalb sind PR-Praktiker_innen gezwungen, sich den Logiken des Mediensystems anzupassen. Sie müssen sich an zeitliche Abläufe halten und sich an Selektionskriterien wie Nachrichtenfaktoren orientieren (vgl. Pürer 2003, 137), also „die Eigenständigkeit der Medienorganisationen und ihrer Selektionsmechanismen akzeptieren und zu nutzen wissen“ (Vowe 2007, 473).

Die Medien folgen nicht blind den Einflüssen der strategischen Akteur_innen, stellt Waldherr (2008, 174) klar, sie „haben ihre eigenen Filtermechanismen und Strategien zur Selektion von Themen“. Allerdings geben Jarren und Donges (2011) zu bedenken, dass Journalist_innen einem „Überangebot an Themen und Deutungen“ ausgesetzt sind, aus dem es auszuwählen gilt:

„Journalisten müssen aufgrund der Angebotslage stets Selektionsentscheidungen treffen. Die Vielzahl an politischen Prozessen und das reichhaltige Angebot an Informationen von Seiten der politischen Akteure führt bei den Journalisten zu einer eher passiv-selektiven Haltung bei der Informationsbeschaffung: Sie erhalten das, was wichtig scheint, ohnehin von PR-Stellen wie auch Nachrichtenagenturen“ (Jarren und Donges 2011, 237f).

Im für sie besten Fall schaffen es die gesellschaftlichen Akteur_innen so, ihre Themen und Meinungen zu platzieren, ohne als Auftraggeber_innen genannt zu werden, wie etwa das Beispiel der Schleichwerbung im öffentlich-rechtlichen Rundfunk zeigt (Lilienthal 2008a). Denn „[b]ezahlte Öffentlichkeitsarbeit hat – neben den zum Teil sehr hohen Kosten – den Nachteil, dass die partikularen Interessen des Urhebers oft durchschaubar sind“ (W. Schulz 2003, 585). Vowe (2007, 470) empfiehlt, weil es „sehr viel ertragreicher ist“, die Positionen in den redaktionellen Teil einzuspeisen, „an dem die Rezipienten stärker interessiert sind und dem sie mehr vertrauen“. Für die Rezipient_innen bleibt der externe Einfluss auf die Berichterstattung so verborgen, weshalb sie das Vertrauen in die Medienorganisation nicht verlieren. Nur so „können [die Verbände] ihre Botschaften einspeisen und damit die Chance erhöhen, via Medien Einfluss auf die öffentliche Meinung zu nehmen“ (Vowe 2007, 473). Hinterlässt PR Spuren, laufen vor allem die Journalist_innen Gefahr, an Glaubwürdigkeit einzubüßen (vgl. Saxer 2012a, 87), woran auch die Öffentlichkeitsarbeit kein Interesse haben kann, da es die Medien zur Verbreitung ihrer Botschaften braucht. Die Glaubwürdigkeit journalistischer Angebote ist auch nach Esser und Weßler „die zentrale Ressource, die bei einer Grenzverwischung zwischen Journalismus und PR auf dem Spiel steht“ (Esser und Weßler 2002, 224).

PR für partikulare Interessen ist „nicht von vornherein verwerflich“, sondern vielmehr „legitimer, ja notwendiger Bestandteil der öffentlichen Auseinandersetzung über divergierende Interessen in einer pluralistischen Gesellschaft“ (W. Schulz 2003, 567). PR wird demzufolge auch im Gemeinwohlinteresse betrieben und nicht nur von Unternehmen, sondern auch von politischen Parteien und Nonprofit-Organisationen wie Gewerkschaften oder Religionsgemeinschaften (vgl. 2003, 568). PR muss auch nicht notwendigerweise die Qualität journalistischer Arbeit schmälern. Aber je nachdem, „wie die Medien mit den PR-Angeboten umgehen, wie aktiv sie weiterverarbeitet und durch Eigenrecherche überprüft werden“ (W. Schulz 2011, 305), hat Öffentlichkeitsarbeit das Potential, die Handlungsautonomie der Journa-

list_innen einzuschränken. Auch für Schulz ist Autonomie ein zentraler Wert des Journalismus:

„Eigenständige Recherche, neutrale Berichterstattung sowie die Ausübung nicht nur der Informationsfunktion, sondern auch von Kritik- und Kontrollfunktionen gehören zur öffentlichen Aufgabe der Medien und zum professionellen Selbstverständnis der Journalisten. Presse- und Öffentlichkeitsarbeit aber bedrohen diese Werte und führen in dem Maße, in dem sie erfolgreich sind, also Einfluss auf die Medien ausüben, zu Konflikten mit dem journalistischen Selbstverständnis“ (W. Schulz 2011, 304).

Löffelholz (1997, 199–201) hat die Einstellungen von Journalist_innen zu PR untersucht.¹⁸ Demnach sind 31 Prozent der Journalist_innen PR-Pragmatiker_innen, die Pressemitteilungen als zuverlässig, gut aufbereitet, notwendig, anregend und zeitsparend beurteilen. PR-Skeptiker_innen (19 Prozent) halten Pressemitteilungen für überflüssig und sehen keinen Mehrwert in Bezug auf Anregung oder Zeitersparnis. 29 Prozent der Journalist_innen sind PR-Kritiker_innen. Sie sind überzeugt, dass es zu viele Pressemitteilungen gibt. PR-Antikritiker_innen (24 Prozent) hingegen nehmen PR gegen die Kritik anderer in Schutz. Pressemitteilungen seien weder überflüssig noch verführten sie zu unkritischer Berichterstattung oder ersetzten die journalistische Recherche.

Die Gefahr, dass Journalist_innen zu „Erfüllungsgehilfen der Öffentlichkeitsarbeit betreibenden Organisationen“ (Pfetsch und Wehmeier 2002, 80) werden, steigt mit sinkender Entlohnung und schlechteren Arbeitsbedingungen. Die Bezahlung sei, so Bourdieu, „ein Faktor, der für die sanften Formen von Öffentlichkeitsarbeit weniger zugänglich machen kann und unabhängiger von bloß dem Broterwerb dienenden, bestellten Arbeiten – ein Einfallstor für externe Auftraggeber“ (Bourdieu 1998a, 105). Freie Mitarbeiter_innen können von ihren durch Journalismus erworbenen Einkünften kaum mehr leben und sind deshalb auf Auftraggeber_innen außerhalb des Journalismus angewiesen (vgl. DJV 2014, 2ff).¹⁹ Dabei besteht nicht nur die Gefahr der Umwidmung von Pressemitteilungen in redaktionelle Inhalte oder der Übernahme von PR-Material in die Berichterstattung; Journalist_innen selbst können PR-Schaffende werden, indem sie z.B. als freie Journalist_innen nicht nur mit journalistischer Arbeit, sondern auch mit interessengeleiteter PR-Arbeit ihr Geld verdienen – was gegebenenfalls auch einen Einfluss auf die eigene Form der Berichterstattung hat.

Dieser Aspekt – die Tätigkeiten von Journalist_innen im PR-Bereich und deren Folgen für den journalistischen Arbeitsalltag – steht im Zentrum einer Studie von Obermaier und Koch (2013), die den Fokus auf freie Journalist_innen legte. Sie stellen Inter-Rollenkonflikte bei

¹⁸ Weitere Befunde zur Unabhängigkeit im Journalismus und zur Bedeutung von PR für die journalistische Arbeit finden sich bei Riesmeyer (2007).

¹⁹ Freie Journalist_innen haben einen deutlich geringeren Verdienst im Vergleich zu Redakteur_innen. Das Gehalt ist aber auch im Vergleich zu anderen Berufsgruppen unterdurchschnittlich (vgl. DJV 2014, 2). Etwa ein Drittel der Freien sind unter anderem oder hauptberuflich in der PR tätig (vgl. 2014, 7).

den Journalist_innen fest, die zugleich im PR-Bereich tätig sind, weil diese „in dieser Doppelrolle teilweise konträre Erwartungen erfüllen“ müssen (Obermaier und Koch 2013, 406). Auf der einen Seite dürfen sie sich als Journalist_innen nicht von Interessen Dritter beeinflussen lassen, auf der anderen Seite „bedienen sie in den Public Relations die partikularen Interessen ihrer Auftraggeber“ (ebd.). Obermaier und Koch stellen die These auf, dass sich freie PR-Journalist_innen stärker in ihrem Berufsalltag belastet fühlen, wenn sie Inter-Rollenkonflikte erleben, und dass sich diese auch auf ihre berufliche Identität und das Erleben von Stress im Berufsalltag auswirkt (2013, 409). Um ihre Hypothesen zu testen, haben die Autor_innen in einer quantitativen Online-Befragung 336 freie Journalist_innen befragt. 173 Teilnehmer_innen bildeten die Stichprobe. Sie entsprachen den Kriterien der Hauptberuflichkeit, arbeiteten frei als Journalist_innen und übten Nebentätigkeiten im PR-Bereich aus. Obermaier und Koch kommen zu dem Schluss, dass Journalist_innen, die „die Norm verinnerlicht haben, dass Journalisten keine PR machen sollten, in höherem Maße Inter-Rollenkonflikte empfinden“ (2013, 414). Sie vermuten, dass diese Journalist_innen für die konträren Erwartungen stärker sensibilisiert sind und diese intensiver wahrnehmen. Auf die Berufszufriedenheit wirken sich Inter-Rollenkonflikte negativ aus, sie bereiten „im Berufsalltag (zusätzlichen) Stress“ (2013, 415). Obermaier und Koch folgern, es sei „insgesamt wenig dienlich, wenn die stetig wachsende Gruppe der freien (PR-)Journalisten [...] durch Inter-Rollenkonflikte derart belastet wird“ (ebd.).

Auch der Presserat hat das Problem erkannt und mahnt unter der Überschrift „Trennung von Tätigkeiten“, Journalist_innen dürften keine Tätigkeiten ausüben, „die die Glaubwürdigkeit der Presse in Frage stellen könnten“. Und konkretisiert: „Übt ein Journalist oder Verleger neben seiner publizistischen Tätigkeit eine Funktion, beispielsweise in einer Regierung, einer Behörde oder einem Wirtschaftsunternehmen aus, müssen alle Beteiligten auf strikte Trennung dieser Funktionen achten“ (Presserat 2013, 17).

Auch die öffentlich-rechtlichen Sender haben zumindest teilweise klare Positionen zu Nebentätigkeiten von Journalist_innen. Das NDR-Medienmagazin „ZAPP“ (2014b) hat recherchiert, welche Regelungen die Sender zu Nebentätigkeiten von festen und freien Mitarbeiter_innen getroffen haben. DRadio befürchtet demnach einen Interessenkonflikt, wenn „Nebeneinkünfte von einem Unternehmen bezahlt werden, das ein spezifisches Interesse an bestimmter Berichterstattung hat“. Der NDR sieht die „unabhängige und objektive Berichterstattung des NDR wegen einer Interessenkollision oder des konkreten Anscheins einer solchen“ verletzt, der WDR sorgt sich, dass „unsere programmliche Unabhängigkeit, Überparteilichkeit und Glaubwürdigkeit angezweifelt“ werden könnte. Und auch der SR stellt klar: Wenn es wegen einer anderweitigen Tätigkeit Interessenkonflikte geben sollte, „etwa im Fall einer politischen Betätigung, werblichen Tätigkeiten oder Konkurrenzfähigkeit“, müssten die

Redaktionen abwägen und entscheiden. „Sobald die journalistische Unabhängigkeit des Hauses durch eine solche Tätigkeit auch nur zur Disposition stehen könnte, ist über die weitere Zusammenarbeit beziehungsweise die Fortsetzung der anderweitigen Tätigkeit eine Verständigung zu erzielen“ (ebd.). Auch verweisen die Sender, wie etwa der HR, auf die redaktionelle Kontrolle: Grundsätzlich würde aber jeder Beitrag abgenommen werden. Durch die redaktionelle Verantwortung für den Inhalt der Sendungen sei damit sichergestellt, dass „kein fest angestellter oder freier Mitarbeiter [...] autonom einen Beitrag platzieren“ kann (ebd.).

Die Nähe zu politischer oder wirtschaftlicher Macht an sich gilt sowohl im Pressekodex als auch in verlagsspezifischen Richtlinien nicht „per se als problematisch“, wie Krüger (2013, 147) feststellt: „Anrühlich ist erst der unlautere Niederschlag der Beziehung in der Berichterstattung, der vollzogene Missbrauch der politischen Macht, die stattgefundene journalistische Korruption“ (ebd.).

2.4 Schlussfolgerungen und Eingrenzungen: Konsequenzen für diese Studie

2.4.1 Forschungslücke Wertegebundenheit

Über Durchschnittsjournalist_innen liegen vor allem dank der groß angelegten Studien von Weischenberg et al. (2006; und Scholl und Weischenberg 1998) sowie Meyen und Riesmeyer (2009) zahlreiche Erkenntnisse vor, ebenso über Teilbereiche des Journalismus. Es hat sich gezeigt, dass Journalist_innen in einem Spannungsfeld von der im Beruf geforderten Objektivität und der kaum vermeidbaren Subjektivität agieren. Sie betrachten die Welt durch Brillen. Wie groß der Einfluss dieser Brillen auf die Berichterstattung ist, ist strittig. Einen genaueren Blick auf die Werte und Einstellungen der Journalist_innen zu werfen, ist aber in jedem Fall lohnenswert.

Der Einfluss von Einstellungen und Werten auf das journalistische Selbstverständnis stand aber bislang nicht im Fokus von Journalist_innenstudien. Und das, obwohl der Habitus von Journalist_innen nicht nur durch journalistische Wahrnehmungskriterien, sondern auch durch kulturelle Einflüsse sowie journalismusfremde Denkweisen beeinflusst wird (vgl. Hanitzsch 2007, 255) und allgemein bekannt ist, dass sich die Nähe zu externen Akteur_innen negativ auf die Wahrnehmung der Kontrollfunktion auswirkt (vgl. Kepplinger und Maurer 2008, 168).

Einstellungen wurden bislang erhoben über Parteipräferenz, eine Ein- oder Zuordnung in das Rechts-Links-Schema oder die Abfrage von Mitgliedschaft in Parteien und Verbänden (vgl.

u.a. Weischenberg et al. 2006), was nicht viel über die Ausgestaltung und Intensität der Gebundenheit oder gar deren Folgen aussagt. Gerade eine differenziertere Einstellungsmessung jenseits der Links-Rechts-Skala lässt die Forschung bislang vermissen (vgl. Baugut und Scherr 2013, 440f, 458). Die Bindung an wertebasierte Organisationen und die Ideologien der Journalist_innen jenseits der Parteien ebenso wie ihr religiöser Hintergrund wurde in den großen deutschen Journalist_innenstudien ignoriert. Lediglich in kleineren Studien wurden christlich oder speziell katholisch orientierte Journalist_innen in den Fokus der Untersuchung gerückt. In dem einen Fall (Gärtner, Gabriel, und Reuter 2012) ist es allerdings keine kommunikationswissenschaftliche, sondern eine religionssoziologische Studie, die explizit jene Journalist_innen ausnimmt, die aus Sicht der Autor_innen bekanntermaßen eine kirchliche Bindung haben. In einem anderen Fall, einer Diplomarbeit an der katholischen Hochschule in Eichstätt, ist es eine standardisierte Befragung von Mitgliedern eines katholischen Berufsverbandes für Journalist_innen (GkP), die nicht den Grad der Wertegebundenheit erhebt, sondern die Mitgliedschaft im Berufsverband als Zugehörigkeit zur Untersuchungsgruppe voraussetzt (Stroth 2007).

In dieser Dissertation soll unter Wertegebundenheit die ideologische Nähe zu gesellschaftlichen Organisationen verstanden werden, die wertebasiert und gemeinnützig sind. Diese Gebundenheit zeigt sich zum einen in der Mitgliedschaft, zum anderen aber auch in einem darüber hinausgehendem Engagement oder/und einem Bekenntnis zu den Werten der Organisation.

2.4.2 Eingrenzung auf kirchlich und gewerkschaftlich gebundene Journalist_innen

Der Grund für die Vernachlässigung des Aspekts der Wertegebundenheit in Journalist_innenstudien, gerade wenn Bindung und Engagement gemeinnützig und nicht primär parteipolitisch sind, könnte in der Verharmlosung durch Einstufung als ‚gute Sache‘ liegen. Als „hoch problematisch“ etwa schätzt Krüger (2013, 148) direkte Verbindungen von Journalist_innen zur Wirtschaft und die Einbindung von Journalist_innen in eine Organisation der Bundesregierung ein. Weniger problematisch ist für ihn „[e]hrenamtliches Engagement in Stiftungen und anderen gemeinnützigen Organisationen im Bereich Kultur und Soziales“, denn das „fiele in die Kategorie ‚Sich gemein machen mit einer guten Sache‘, kann jedoch nur im Einzelfall zu publizistischen Interessenkonflikten führen“ (ebd.).

Gerade deshalb erscheint es spannend, sich diejenigen Journalist_innen genauer anzusehen, die eine Nähe zu gemeinnützigen (zivil)gesellschaftlichen Interessenverbänden²⁰ haben. Kir-

²⁰ Ob Kirchen als Interessenverband bezeichnet werden können, ist eine der „umstrittenen Fragen der Verbandsforschung“ (U. Willems 2007, 218), die Abromeit (1989, 244ff) entschieden mit Nein beantwortet. Und auch

che und Gewerkschaft eignen sich hierfür besonders, weil deren Werte nicht nur für bestimmte Themenbereiche gelten, sondern die grundlegende Weltsicht bestimmen. Die Abgrenzung von den Werten im Arbeitsalltag wird also für die Journalist_innen besonders schwer sein. Die Interessen beider Organisationen betreffen auch explizit die Arbeitswelt. Kirchen sehen sich als moralische Instanz in allen Lebensbereichen. Gewerkschaften sind die Vertretung der Arbeitnehmer_innen, tangieren also unmittelbar die berufliche Welt der Journalist_innen. Da die Gewerkschaften auch die Journalist_innen in ihren Arbeitnehmer_inneninteressen vertreten, sind Medien für sie nicht nur Adressaten von Öffentlichkeitsarbeit, sondern auch Verhandlungspartner bei Tarifgesprächen. Und Journalist_innen sind nicht nur Empfänger_innen der Pressemitteilungen, sondern auch Mitglieder. Die Deutsche Journalist_innen-Union in der Fachgruppe Medien in ver.di sieht sich deshalb selbst in der Geschäftsordnung in der Pflicht, eine Klarstellung zur Vorbeugung von Interessenskonflikten zu formulieren:

„Die Angehörigen der dju sind in ihrer journalistischen und publizistischen Tätigkeit sowie bei der Wahrnehmung von Mandaten und Ehrenämtern, die im Zusammenhang mit dieser Tätigkeit stehen, keinen Weisungen von ver.di unterworfen“ (ver.di 2007, 6).

Mitglied in Kirche oder Gewerkschaft sind die Journalist_innen nicht in ihrer publizistischen Funktion, sondern als Menschen mit eigenen Interessen und individuellem Engagement. Die Rolle des_der Journalist_in verlange es, „ab[z]usehen von persönlichen Motiven und Einstellungen“ (Wagner 2012, 341f). Die Entscheidungen dürften in dieser Rolle

Oehmer berücksichtigt in ihrer Dissertation über Verbände in den Medien nicht die Kirchen, weil diese im Gegensatz zu Interessenverbänden als Körperschaft öffentlichen Rechts durch das fehlende Kriterium der freiwilligen Mitgliedschaft unter anderen Voraussetzungen am medialen Diskurs teilnehmen würden als andere „um Mitglieder und Ressourcen werbende Gruppen“ (Oehmer 2013, 33). Eine Begründung, deren Sinnhaftigkeit angezweifelt werden kann. Wenngleich nicht um Eintritte müssen die Kirchen doch für den Verbleib werben – angesichts der Austrittsstatistiken mehr denn je. Kirchen könnten angesichts der staatlichen Privilegierung auch als Teil des öffentlichen Sektors begriffen werden, andererseits aber auch als Teil der Zivilgesellschaft, wie es beispielsweise in den USA üblich ist (vgl. Strachwitz 2014, 149). Die Kirchen selbst lassen sich nicht gerne in die Gruppe der zivilgesellschaftlichen Akteur_innen einreihen, haben sie doch ein besonderes Selbstverständnis. Sie sehen „ihren primären Auftrag in der Nachfolge Jesu Christi, in der Verkündigung der frohen Botschaft und in der Weitergabe des Glaubens“ (Liedhegener 2006, 34). Trotzdem sieht Liedhegener die Amtskirchen „im politischen Prozess auch als eine intermediäre Struktur im Sinne organisierter Interessen oder Interessengruppen“ (2006, 33). Aus der Einordnung religiöser Akteur_innen als organisierte Interessen sollte aber nicht geschlussfolgert werden, „dass sich das politische Handeln von Kirchen und ihren Organisationen in der Praxis grundsätzlich in keiner Weise von dem anderer Interessengruppen unterscheidet“ (2006, 34). Pfetsch und Wehmeier (2002, 46) ordnen die Kirchen als Akteurin im sogenannten intermediären System²⁰ ein: Diese „spielen eine entscheidende Rolle bei der Artikulation und Aggregation von Interessen spezifischer Zielgruppen und Bevölkerungssegmente und versuchen, ihre Interessen und Themen in die öffentliche Diskussion einzuspeisen, um sie auf die politische Agenda zu setzen.“ Diese Akteur_innen werden unterschieden von denen im Zentrum des Regierungssystems und den Wirtschaftsunternehmen. Kirchen sind nach dieser Einteilung vergleichbar mit politischen Parteien, Verbänden und Gewerkschaften. Vorausgesetzt, dass mit Kirche nicht Religion, sondern die Institution gemeint ist und somit eine Akteurin unter vielen, „unabhängig davon, wie der religiöse Kern vom persönlichen Standpunkt des Analysierenden beurteilt wird“ (Strachwitz 2014, 152), kann der Argumentation von Willems folgend (vgl. U. Willems 2007, 319ff) kein kategorialer Unterschied zu anderen Verbänden ausgemacht werden. Deshalb werden in dieser Arbeit die Kirchen als Interessenverbände verstanden. Auch lassen sich ohne Schwierigkeiten die Interessen auszumachen, die Kirchen vertreten. Gerade in rundfunkpolitischen Fragen muss ihr Interesse darin liegen, ihre Privilegien zu erhalten bzw. Verschlechterung abzuwehren. Darüber hinaus stehen die Kirchen für Wertorientierungen und moralische Forderungen (vgl. U. Willems 2007, 321f).

„nicht mehr abhängig von anderen Rollen [sein], die er im Leben auch spielt, also nicht mehr von all dem, was ihm vielleicht als Parteisympathisant, als Konsument von Bioware, als Fan eines Fußballvereins, als Aktienbesitzer oder was ihm sonst noch wichtig und richtig erscheint“ (Wagner 2012, 342).

Denn als Journalist_in unterliegen seine_ihre Entscheidungen der Unparteilichkeitsnorm, was wiederum notwendig sei für die Glaubwürdigkeit des Journalismus (ebd.). Laut Wagner bedeutet das für den_die Journalist_in, „Distanz zu allen partikularen Kommunikationsinteressen“ (Wagner 2012, 347) einzuhalten. Es ist jedoch unwahrscheinlich, dass die Wertebundenheit eines Menschen im Privaten keinen Einfluss auf die Ausübung des Berufs hat. „De facto formt die Orientierung des Journalisten seine gesamte Weltanschauung, denn sie führt ihn dazu, gewisse grundlegende, berufsspezifische Fakten und Gegebenheiten aus dem Blickpunkt seiner Orientierung zu betrachten“, stellt Wild (1990, 186) in ihrer Dissertation über journalistische Ethik fest.

Konflikte zwischen den Einstellungen und den journalistischen Grundsätzen könnten im Arbeitsalltag vermieden werden, indem Themen im beruflichen Kontext ausgeklammert werden, die in den Interessensbereich der Organisation fallen, der sich die Journalist_innen verbunden fühlen. Weil hier aber explizit die Grenzziehungen, die Frage der professionellen Distanz im beruflichen Alltag und mögliche Ambivalenzen und Interessenskonflikte untersucht werden sollen, wird die Untersuchungsgruppe auf jene Journalist_innen beschränkt, die sich (auch) beruflich mit den Werten und Themen ihrer Organisation beschäftigen.

Die Gewerkschaften haben einen – im Vergleich zu den Verlusten politischer Parteien allerdings moderaten – Mitgliederschwund zu beklagen (vgl. Weßels 2013, 368). Immer neue Spartengewerkschaften vertreten die Interessen kleiner Berufsgruppen. Durch die Ausdifferenzierung der Arbeitswelt und der Beschäftigungsverhältnisse ist es außerdem immer schwerer, die Interessen von Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern als Kollektivinteressen zu verstehen.²¹ Auch die beiden großen christlichen Kirchen, obwohl sie „zweifelloso zum Kreis der einflussreichen und erfolgreichen Akteure in der bundesdeutschen Politik“ zählen (U. Willems 2007, 316)²², sind vom Bedeutungsverlust betroffen. Die Reiligosität²³ nimmt zwar zu, die Bindung an die Kirchen aber ab. Die Kirchen sehen sich einer größer werdenden Konkurrenz von Glaubensgemeinschaften und -formen ausgesetzt. Die Religiosität der Gesellschaft ist keineswegs rückläufig, sie wird nur nicht mehr in den traditionellen und

²¹ Zu den Herausforderungen der Gewerkschaften vgl. auch Schroeder und Schulz (2009, 223f).

²² Die beiden Kirchen sind nach der öffentlichen Hand die größten Arbeitgeber in Deutschland (vgl. U. Willems 2007, 317).

²³ Über die Religiosität in Deutschland geben der Religionsmonitor der Bertelsmannstiftung (2009) und die Al-lensbach-Daten (R. Schulz 2006) Aufschluss, aber auch die Veröffentlichungen von Casanova (2010) und Gärtner (2009). Insbesondere zum politischen Katholizismus in Deutschland haben Damberg und Liedhegener (2006) geforscht. Zur evangelischen Kirche gibt es vergleichsweise wenig Material.

amtskirchlich verfassten Formen ausgelebt (vgl. Hurth 2008, 9; Bertelsmann Stiftung 2009). Dieses „neue“ Interesse an der Religion, stellt Kinzig fest,

„kümmert sich wenig um organisierte Formen von Frömmigkeit und die gedankliche Durchdringung von Glaubensinhalten, sondern ist überwiegend individualistisch und unintellektuell ausgerichtet. Man könnte von einer diffundierenden Religiosität sprechen, die in der Forschung gerne als ‚Patchwork-Religion‘ bezeichnet wird“ (Kinzig 2009, 12).²⁴

Auch Bourdieu konstatiert die Auflösung des Religiösen durch porös werdende Grenzen des Feldes. Nicht mehr nur „Geistliche alten Schlags“, sondern auch Mitglieder von Sekten, Psychoanalytiker_innen, Mediziner_innen, Sexolog_innen und Lehrer_innen „diverser Formen des körperlichen Ausdrucks und asiatischen Kampfsportarten“ – alle sind

„Teil eines neuen Feldes von Auseinandersetzungen um die symbolische Manipulation des Verhaltens im Privatleben und die Orientierung der Weltsicht, und alle setzen sie in ihrer Praktik konkurrierende, antagonistische Definitionen der Gesundheit, der Heilung, der Kur von Leib und Seele um“ (Bourdieu 1987, 233).

Die Kirchen verlieren immer mehr ihr zentrales Alleinstellungsmerkmal als Wegweiser in ethischen Fragen. „Im Konzert der Interessen wird sie als ein ‚Verein‘ neben anderen gesehen und dementsprechend wie andere Lobbyisten behandelt“ (Kinzig 2009, 13). Die Kirchen befinden sich mittlerweile auf einem „Markt der Sinnabieter“ (Reichertz 2000, 235)²⁵ mit immer mehr Mitkonkurrenten. „Die Zeiten des kirchlichen Sinn-Monopols scheinen endgültig vorbei zu sein“ (ebd.). Trotz des großen medialen Echos auf die Papstwahl 2005 oder die Kirchentage könne, stellt auch Hurth (2008, 20ff) fest, keinesfalls von einer Stärkung der Kirchen gesprochen werden. „Die ‚Wiederkehr‘ der Religion bedeutet ganz eindeutig nicht automatisch eine verstärkte Zuwendung zum kirchlichen Glauben und seinen institutionellen Repräsentanten. Religion ist ‚in‘, die Kirche leer“ (Hurth 2008, 9). Die „Privatisierung und Ghettoisierung des religiösen Bekenntnisses“ entspräche zwar der „Linie moderner Individualisierung und kultureller Pluralisierung und auch der historischen Fragmentierung der politischen Großideologien“, so Saxer (2012a, 759), sie widerspreche aber dem Verständnis der Kirchen, „die transzendente Wahrheit überall zu verkünden und möglichst alle Gesellschaftsmitglieder für eine religiöse bzw. christliche Lebensform zu missionieren“ (ebd.).

Sowohl die evangelische als auch die katholische Kirche haben deshalb einen Mitgliederschwund zu verzeichnen: Nach Angaben der EKD wird sich die Mitgliederzahl der evangelischen Kirchen voraussichtlich bis 2030 von derzeit 26 Millionen auf 17 Millionen verringern, ähnlich verheerend sind die Prognosen für die katholische Kirche (vgl. Hurth 2008,

²⁴ Auch Hurth (2008, 25) verwendet den Begriff „Patchwork-Religion“ und meint damit die individuelle Konstruktion der religiösen Identität.

²⁵ Reichertz sieht das Fernsehen selbst als Konkurrenz der Religionen: „Seit einigen Jahren bietet das Fernsehen in seinen Räumen (Studios) zunehmend auch Sinnentwürfe, Inhalte, Symbole, Formen, Formate und Rituale für konkrete Einzelne und für das Kollektiv an, die zuvor (fast) exklusiv im Zuständigkeitsbereich der Kirchen lagen“ (Reichertz 2000, 258).

10). Der Höhepunkt der Kirchenaustritte war Anfang der 1990er-Jahre: 1992 verließen 193.000 Katholik_innen und 361.000 Protestant_innen ihre Kirche (vgl. R. Schulz 2006, 296). Kinzig spricht angesichts des kontinuierlichen Mitgliederschwunds von einer „Entkirchlichung“ (Kinzig 2009, 11).²⁶ Und selbst bei den Mitgliedern der Kirchen gibt es keine hundertprozentige Übereinstimmung mit der Lehre des Christentums. So glaubt zum Beispiel nur jeder Dritte an die Auferstehung der Toten (vgl. Kinzig 2009, 2). „[D]ie Zugehörigkeit zu einer Kirche [geht] keinesfalls mit einer entsprechenden Glaubenspraxis konform“ (Kinzig 2009, 11). Reichertz (2000) unterscheidet in „Kirchentreue“, „Kirchenentfremdete“ und „Christen auf Halbdistanz“, „die weder aktiv mitarbeiten noch kurz vor dem Austritt stehen, die aber jede weitere ‚Enttäuschung‘ (mit der Kirche, dem Papst) zum Anlass nehmen könnten, auf die weitere Zahlung von Kirchensteuern zu verzichten“ (Reichertz 2000, 251).²⁷ Laut Religionsmonitor der Bertelsmann-Stiftung (2009) praktizieren nur bis zu 23 Prozent der Menschen in den alten Bundesländern ihren Glauben „in hohem Maße“, in den neuen Bundesländern ist es nur jede_r Zehnte.

Angesichts des bedrohlichen Mitgliederschwundes sind sich die Kirchen der Bedeutung der Medien bewusst:²⁸ „Unabhängig von ihrer Distanz oder Nähe zur Kirche sollen Menschen einladend informiert werden über das, was in ihrer Kirche geschieht. Die Mehrheit nimmt Kirche in erster Linie durch mediale Vermittlung wahr“ (Evangelischer Presseverband für Westfalen und Lippe e.V. 2004, 31). Die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit habe deshalb eine zentrale Bedeutung: „Sie ist ein gezielter und kontinuierlicher Versuch, zwischen Kirche und Öffentlichkeit gegenseitiges Verstehen und Vertrauen zu schaffen und zu bewahren“ (ebd.).

Auch die Gewerkschaften schätzen die Bedeutung der Medien für die Durchsetzung eigener Ziele groß ein: „Die Wahrnehmung der Realität wird zunehmend über Medien vermittelt“, stellte der DGB bereits 1996 in seinem Grundsatzprogramm fest (DGB-Bundesvorstand 1996, 29).

²⁶ Religionszugehörigkeit nach Kinzig (2009, 2. Zahlen aus 2006): 74 Prozent der Bundesbürgerinnen und -bürger gehören einer Religionsgemeinschaft an oder bezeichnen sich als einer solchen zugehörig. 61,7 Prozent sind Mitglieder gehören einer der beiden großen Kirchen an (30,5 Prozent Protestanten, 31,2 Prozent Katholiken). 1,6 Prozent die Mitglieder der orthodoxen Kirche, 0,4 Prozent der evangelischen Freikirchen. Unter den nichtchristlichen Religionsgemeinschaften ist der Anteil der Muslime am höchsten (3,9 Prozent), gefolgt von den Juden (0,1 Prozent).

²⁷ Zur Religiosität von Kirchenmitgliedern siehe auch Allensbacher Trenderkenntnisse (R. Schulz 2006, 298): Demnach setzen nur 16 Prozent der Katholiken „sehr viel“ Vertrauen in die Kirche, 35 Prozent „ziemlich viel“, 34 Prozent „wenig“ und 14 Prozent „überhaupt kein Vertrauen“. Nur 19 Prozent bezeichnen sich als „gläubiges Mitglied der Kirche, fühle mich der Kirche eng verbunden“. 35 Prozent sehen sich der Kirche kritisch verbunden. 31 Prozent bezeichnen sich zwar als Christ, „aber die Kirche bedeutet mir nicht viel“ (Zahlen von 2002).

²⁸ Beide Kirchen verfügen über Kommunikationsstrategien und Leitfäden für den Umgang mit Medien, die vom Rat der evangelischen Kirche („Publizistischer Gesamtplan der evangelischen Kirche“) und dem Zweiten Vatikanischen Konzil herausgegeben wurden. Die Dokumente der katholischen Kirche haben eine allgemeine weltkirchliche Gültigkeit, sie wurden von der deutschen Bischofskonferenz adaptiert. Eine auf die Zustände in Deutschland zugeschnittene Erklärung findet sich in „Chancen und Risiken der Mediengesellschaft“ (1997) – ein gemeinsames Dokument der Deutschen Bischofskonferenz und der EKD.

„Nur bei einem überzeugenden, konkurrenzfähigen und leistungsstarken Angebot – seien es politische Deutungen, politische Entscheidungen, konkrete Dienstleistungen – können die Gewerkschaften ihre Bedeutung behalten. Was aber ein überzeugendes, konkurrenzfähiges Angebot ist, befinden Bürger wie Mitglieder anhand der massenmedialen Inhalte“ (Weßels 2003, 338).

Im öffentlich-rechtlichen Rundfunk sehen die Gewerkschaften den „Garant einer pluralistischen Medienordnung“, der die „Grundversorgung mit Angeboten an Informationen und Meinungen, Kultur und Unterhaltung zu gewährleisten“ hätte (DGB-Bundesvorstand 1996, 30). In den „Königsteiner Gesprächen“²⁹ pflegt der DGB zwar Kontakte zu den Intendanten von ARD und ZDF, aber die „spärliche Beteiligung“ der Gewerkschaften weise darauf hin, „dass das Thema Medienpolitik in Gewerkschaftskreisen eher unter ferner liefen gehandelt wird“, stellt Nehls (2009, 137) in ihrer Untersuchung des Engagements der Gewerkschaften in Rundfunkräten fest.

Arlt und Jarren beschreiben das Verhältnis von Gewerkschaften zur massenmedialen Öffentlichkeit als „distanziert-zwiespältig“ (Arlt und Jarren 1996, 307). Den Gewerkschaften gelänge es nicht hinreichend, sich als wichtige gesellschafts- und sozialpolitische Akteurin zu präsentieren, deren „Erfolge Nutzen weit über die Mitgliedschaft hinaus beinhalten“ (Weßels 2003, 334).

Dabei sind Gewerkschaften „in besonderer Weise von den Veränderungen massenmedial vermittelter Kommunikation betroffen, weil sie darauf angewiesen sind, die große Zahl von Mitgliedern und die noch größere Zahl von Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern von ihrer Politik zu überzeugen“ (Weßels 2003, 324). Gewerkschaften müssten, so Weßels, als Organisationen häufig schnell reagieren. Da die internen Kommunikationswege und die Mitgliederkommunikation oft zu langsam seien, „erfahren Gewerkschaftsmitglieder und oft genug auch Gewerkschaftsfunktionäre zuerst aus den Massenmedien über Reaktionen und Entscheidungen ihrer eigenen Organisation“ (Weßels 2003, 336).

Organisationen wie Kirchen und Gewerkschaften fällt es besonder schwer, „mit ihren ‚weichen‘ Botschaften in der Konkurrenz um mediale Aufmerksamkeit zu bestehen“ (Pfetsch und Wehmeier 2002, 52). Denn sie gründen „ihre Existenz auf moralische und weltanschauliche Motive“ und können ihre Kommunikationspolitik deshalb nicht „an klaren Frontstellungen ausrichten“, wie es Wirtschaftsverbände oder Automobilclubs tun. Für Kirchen und Gewerkschaften „gilt in besonderer Weise, dass mit der Kommunikationspolitik immer auch die Organisationsidentität zur Disposition steht“ (ebd.).

²⁹ Diese Gespräche finden einmal jährlich statt. Es nehmen auf Gewerkschaftsseite der Geschäftsführende Vorstand des DGB und die Vorsitzenden der Mitgliedsgewerkschaften teil. Diese Treffen sind aber in „in machen Jahren aus[gefallen], manchmal allerdings auch wegen terminlicher Schwierigkeiten auf Seiten der Intendanten“ (Nehls 2009, 137).

Die Kirchen scheinen das erkannt zu haben. Die kirchliche Medienpolitik ist wesentlich vielfältiger und engagierter als die gewerkschaftliche. Der Evangelischer Pressedienst, gegründet 1910, angesiedelt beim Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik, stellt tagesaktuelle Nachrichten und Bilder, aber auch Fachinformationsdienste zu Medien und Entwicklungspolitik bereit. Außerdem beinhaltet er neun Landesdienste, die landeskirchliches Geschehen, Landespolitik, Bildung und Kultur aufbereiten. Die 1952 gegründete Katholische Nachrichtenagentur (KNA) berichtet in erster Linie über Kirchenthemen, Soziales und kulturelle Ereignisse im In- und Ausland. Der KNA-Hörfunkdienst bietet sendefertige Beiträge mit O-Tönen.

Darüber hinaus engagieren sich die Kirchen in der Ausbildung von Journalist_innen, unterhalten die evangelische Journalist_innenschule und das Institut zur Förderung publizistischen Nachwuchses (ifp). Außerdem betreiben sie eigene Fernseh- und Radiosender und eigene Produktionsfirmen, die auch für öffentlich-rechtliche Sender produzieren. Zwei dieser Firmen sind Tellux³⁰ und Eikon. Die 1960 gegründete Firma Tellux-Film, heute Tellux Beteiligungsgesellschaft mbH, fungiert als Holding für die Produktionsgesellschaften der Tellux-Gruppe. Diese wiederum entwickeln und produzieren Programme für die öffentlich-rechtlichen und privaten TV-Sender. Mehrheitsgesellschafter der Tellux-Beteiligungsgesellschaft sind neun katholische Bistümer. Die in der Tellux zusammengefassten Produktionsgesellschaften heißen z.B. Allgemeine gemeinnützige Programmgesellschaft, Provobis, IFAGE Filmproduktion oder Merkur TV. Diese Firmen produzieren Dokumentationen, Magazinbeiträge, Spielfilme und Kinderfilme. „Diese Programm- und Produktions-Diversifizierung“, teilt Tellux auf seiner Homepage mit, „wird von eigenen Produktionsstäben dirigiert“. Prägend sei hierbei der spezifisch christliche Ansatz. Für die evangelische Kirche gilt Ähnliches: Die Produktionsfirma Eikon vereint gemäß dem publizistischen Gesamtplan der Evangelischen Kirche in Deutschland (EKD) etliche regionale evangelisch-kirchliche Fernsehproduktionsstätten in einer Holding. Alle Produktionsfirmen der Eikon verstehen sich als Vermittler der christlichen Botschaft. „Die Kirche zeigt als Teil unserer Gesellschaft auf diesem Medienmarkt in vielerlei Hinsicht Präsenz“, stellt Pförsich fest. „Sie will sich eine Plattform für ihre Botschaft und die christlichen Werte schaffen“ (Pförsich 2013, 32).

Das Verhältnis zwischen Medien und Gewerkschaften ist sowohl auf der Ebene der Berichterstattung als auch auf der der journalistischen Akteur_innen kommunikationswissenschaftlich noch weitgehend unbearbeitet. Nehls (2009) beschäftigt sich mit den formalen Einflussmöglichkeiten von Gewerkschaften auf den öffentlich-rechtlichen Rundfunk, beschränkt

³⁰ www.tellux.tv

sich hier aber auf eine Analyse der Mitbestimmung im Rundfunkrat.³¹ Lachenmeier (2009) vergleicht die Gewerkschaftskommunikation des deutschen, schweizerischen und österreichischen Gewerkschaftsbunds und thematisiert in diesem Rahmen auch die Komplexitätssteigerung der Organisationskommunikation, die auch für diese Arbeit eine Rolle spielt. Die Beziehungen zu Fernsehanstalten wurden von Lachenmeier aber nicht untersucht, auch weil sein Fokus auf der Organisationskommunikation lag, es also kein Beitrag zur Journalist_innenforschung ist. In dem Band „Kommunikation, Öffentlichkeit, Öffentlichkeitsarbeit“ untersucht Arlt³² (1998) umfangreich die PR-Arbeit der Gewerkschaften. Allerdings hat sich seit 1998 vieles verändert, weshalb die Befunde dieser Arbeit nur bedingt Aufschluss über die aktuellen Verbindungen der Gewerkschaft zu Redaktionen von Rundfunkanstalten geben können. Gleiches gilt für Braunschweig et al. (1990), die mit „Radio und Fernsehen in der Bundesrepublik. Erfahrungen und Ansätze für eine gewerkschaftliche Politik“ eine Bestandsaufnahme der gewerkschaftlichen Medienarbeit liefern und Vorschläge für mehr politisches Handeln in der Medienpolitik machen. Aktueller ist ein Aufsatz von Weßels³³ (2003), der sich mit den Herausforderungen für die Gewerkschaften in der Mediengesellschaft beschäftigt. Doch hier finden sich keine konkreten Hinweise auf die gewerkschaftliche Rundfunkarbeit. Thomaß (1998, 298ff) räumt im Rahmen ihrer Dissertation über journalistische Ethik dem Berufsverband DJV und der Fachgruppe Journalismus in der Fachgruppe Medien (später in ver.di) viel Platz ein und analysiert deren Verständnis von Ethik im Journalismus.³⁴

Zum Verhältnis von Religion und Medien liegen bereits Forschungsarbeiten vor, auch mit dem Fokus auf journalistisch Tätige, unter anderem von der Religionssoziologin Gärtner (2012), die Journalist_innen zu ihrer Religiosität befragt hat, Stroth³⁵ (2007), die katholische Journalist_innen zu ihrem Selbstverständnis befragt hat, und Theologin Russ (2004), die Journalist_innen in der Österreichischen Kirchenberichterstattung erforscht hat. Das Frageinteresse dieser Studien ist allerdings in der Regel ein anderes als das kommunikationswissenschaftliche der hier vorliegenden Dissertation. Stroth etwa untersucht zwar das Selbstverständnis katholischer Journalist_innen, stellt aber auch Fragen, deren Beantwortung nicht in erster Linie im Interessensbereich der Journalismusforschung sondern eher in dem der Kir-

³¹ Finanziert wurde die Studie von der gewerkschaftsnahen Hans-Böckler-Stiftung. Nehls ist im DGB-Bundesvorstand für Medien- und Kulturpolitik zuständig.

³² Arlt hat die Abteilung Öffentlichkeitsarbeit des DGB geleitet.

³³ Weßels, selbst an WZB und FU angesiedelt, hat seinen Aufsatz zur gewerkschaftlichen Medienarbeit in einem von ihm selbst gemeinsam mit Wolfgang Schroeder herausgegeben Sammelband veröffentlicht. Schroeder war Ressortleiter im Vorstand der IG Metall, ist also ein Gewerkschafts-Insider.

³⁴ Thomaß war Promotionsstipendiatin der gewerkschaftsnahen Hans-Böckler-Stiftung und ist heute Vertrauensdozentin derselben und für ver.di Mitglied im Fernseh- und Verwaltungsrat des ZDF.

³⁵ Stroth ist selbst Mitglied des GkP und arbeitet beim Bistum Freiburg in der Stabsstelle Kommunikation. Sie hat an der Katholischen Universität Eichstätt studiert, ein Volontariat beim ifp absolviert und ein Praktikum bei katholisch.de absolviert.

chen liegt: „Fühlen sich katholische Journalisten von der katholischen Kirche unterstützt? Inwieweit erfüllen sie die Erwartungen der katholischen Kirche?“ (Stroth 2007, 339). Diesen Fragen folgend gibt sie die Handlungsempfehlung ab, katholisch geprägte Journalist_innen sollten „noch mehr die Ressourcen nutzen, die ihnen ihr Glaube und die katholische Kirche anbieten, um aus ihnen zusätzliche Kraft für ihren persönlichen und beruflichen Weg zu schöpfen“ (2007, 348).

Herbig³⁶ (1999) hat die publizistische Funktion evangelischer Privatkredaktionen untersucht, Schmied³⁷ (1991) die Chancen der Kirche „in der modernen Welt“ (1991, 8), also in den neuen Medien. Der Religionswissenschaftler Krüger (2012) hat die Probleme und Perspektiven der religionswissenschaftlichen Medienforschung und die Medienarbeit der Kirchen aufgezeigt, Hertl³⁸ (2010) die Qualität kirchlicher Fernsehprogramme in Deutschland und den USA untersucht, Hurth³⁹ (2008) die Rückkehr der Religion in der BILD-Zeitung und Da Re⁴⁰ (2003) die „christliche Botschaft unter den Bedingungen der Fernsehkommunikation“. Reichertz (2000) hat sich mit dem Fernsehen als Ersatzreligion beschäftigt. Wenn gleich die meisten Arbeiten aus der Theologie oder Religionssoziologie stammen, liegen auch kommunikationswissenschaftliche Forschungen zu Kirchen und Medien vor: Jecker (2011) hat einen Sammelband herausgegeben, in dem sowohl zahlreiche Forschungen über die Präsenz von Religionen im Fernsehprogramm und die Darstellung von Religion in erster Linie in der Schweiz veröffentlicht wurden, als auch Texte zur religionsspezifischen Programmforschung (Trebbe 2011) und als Exkurs zur Präsenz der Religionen im deutschen Fernsehen (O. Krüger 2011). Im Rahmen des NFP „Religionsgemeinschaften, Staat und Gesellschaft“ untersuchten Eugster, Jecker, Schönhagen und Trebbe (2010) die Darstellung von Religion im Fernsehen. Koch (2012) hat in ihrer Dissertation die Berichterstattung über Religion in der Schweiz mit einer quantitativen Inhaltsanalyse untersucht. Im Zusammenhang mit PR und Öffentlichkeitsarbeit – oder gar Lobbying – werden Kirchen selten genannt. Die meisten Autor_innen beschäftigen sich im Zusammenhang mit PR mit Wirt-

³⁶ Herbig hatte als Journalistin in einer evangelischen Rundfunkagentur gearbeitet. Neben den journalistischen Regeln galt es bei dieser Arbeit immer auch, den christlichen Aspekt in den Vordergrund zu stellen, also eine Beobachtungsperspektive „aus christlicher Sicht“: „Diese Arbeit erlebte die Autorin als einen sich säkular und objektivierend verstehenden Journalismus durch eine christlich gefärbte Brille, dessen Legitimität fraglich schien. Es drängte sich die Frage auf, ob hier Journalismus oder vielmehr eine als solcher getarnte Öffentlichkeitsarbeit für die kirchlichen Träger der Redaktion betrieben wurde“ (Herbig 1999, 5).

³⁷ Der Kultursoziologe Schmied schreibt von sich selbst, er halte „kirchenförmige Religiosität für einen positiven Wert“, weshalb sein Buch „parteiisch in Bezug auf Kirche“ (Schmied 1991, 7) sei.

³⁸ Hertl ist Redakteur der katholischen Fernseharbeit der Deutschen Bischofskonferenz.

³⁹ Hurth hat neben Amerikanistik und Germanistik auch katholische Theologie studiert. Sie hat u.a. Artikel in der Zeitschrift „Wort und Antwort“, einer „dominikanischen Zeitschrift für Glauben und Gesellschaft“ verfasst. „Religion im Trend“ erschien im Patmos-Verlag, der sich auf „Bücher zu Religion und Theologie“ spezialisiert hat, „Der kanalisierte Glaube“ im VTR-Verlag, dem „Verlag für Theologie und Religionswissenschaft“.

⁴⁰ Da Re ist Theologe und Pfarrer der evangelischen Kirche.

schaftsunternehmen, Verbänden oder politischen Parteien. Kirchen werden in der Regel nicht einmal erwähnt (z.B. Röttger 2008).

Weil es wenig Forschung zur gewerkschaftlichen und kirchlichen Bindung von Journalist_innen gibt, das Verhältnis dieser Organisationen zu den Medien bislang von der Kommunikationswissenschaft nahezu unbeachtet geblieben ist und die Beschäftigung im Falle der Kirchen anderen Fächern wie Theologie oder Religionssoziologie überlassen wurde, wird in dieser Dissertation eine Forschungslücke gefüllt, wenn auch nicht vollständig geschlossen.

2.4.3 Eingrenzung auf öffentlich-rechtlichen Rundfunk

Diese Untersuchung beschränkt sich auf den öffentlich-rechtlichen Rundfunk und damit auf eine einzige Medienorganisation, die sich im Finanzierungsmodell, der Organisationsstruktur und den gesetzlichen Regelungen von anderen Akteur_innen im Feld unterscheidet. Denn Bourdieu geht davon aus, dass die Autonomie journalistischer Akteur_innen und deren Habitus nicht nur von ihrer eigenen Position innerhalb der Medienorganisation abhängt und strukturiert wird, sondern auch von der Position der Medienorganisation im Feld (vgl. Bourdieu 1998a, 105). Die verhältnismäßig kleine Fallzahl von befragten Journalist_innen, die sich aus forschungspraktischen Erwägungen ergibt, macht es nötig, unnötige Varianzen zu vermeiden, um Aussagen über den Kern der Forschungsfrage treffen zu können. Durch die Eingrenzung auf eine Medienorganisation kann davon ausgegangen werden, dass die Autonomie der Journalist_innen sich nicht deshalb unterscheidet, weil die einen bei einer Boulevardzeitung, die anderen bei einer anzeigenfinanzierten Gratiszeitung und die letzten bei einem gebührenfinanzierten Sender arbeiten. Die Rahmenbedingungen und damit die Kontextvariable der Medienorganisation müssen durch die Beschränkung auf den öffentlich-rechtlichen Rundfunk in der Auswertung deshalb nicht als Erklärung für die mögliche Unterschiedlichkeit des Aufgabenverständnisses und der Interessenskonflikte berücksichtigt werden.

Der öffentlich-rechtliche Rundfunk stellt hohe Erwartungen an seine Journalist_innen: Sie sollen unabhängig sein, sachlich, neutral und gemäß den journalistischen Grundsätzen handelnd (vgl. Presserat 2013, 10). Durch seine Gebührenfinanzierung schafft der öffentlich-rechtliche Rundfunk „einen Freiraum für Recherche und Kreativität, von dem andere Journalisten nur träumen können“, so Meyen und Riesmeyer (2009, 254), die ihn deshalb als „Qualitätsbollwerk“ (ebd.) bezeichnen. Die Existenz des öffentlich-rechtlichen Rundfunks steht aber seit der Einführung des privaten Rundfunks 1984 und dem damit entstehenden dualen Rundfunksystem immer wieder zur Diskussion (vgl. C. Hahn 2010, 28); er muss sich fort-

während legitimieren durch ein überzeugendes Programm und die Erfüllung seines Auftrags. Die Ansprüche an den öffentlich-rechtlichen Rundfunk in Deutschland sind hoch. Er soll

„durch die Herstellung und Verbreitung ihrer Angebote als Medium und Faktor des Prozesses freier individueller und öffentlicher Meinungsbildung [...] wirken und dadurch die demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnisse der Gesellschaft [...] erfüllen“ (12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag §11(1)).⁴¹

Der Programmauftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks umfasst politische Information, Bildung und Unterhaltung. Bei der Erfüllung ihres Auftrags haben sie „die Grundsätze der Objektivität und Unparteilichkeit der Berichterstattung, die Meinungsvielfalt sowie die Ausgewogenheit ihrer Angebote zu berücksichtigen“ (12. Rundfunkänderungsstaatsvertrag §11(2)). Darüber hinaus gelten für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk genau wie für alle anderen Anbieter auch die allgemeinen publizistischen Regeln, „mit denen Rechtsgüter geschützt werden sollen, die mit der Rundfunkfreiheit kollidieren“ (Vowe 2001, 41), wie etwa der Schutz der Persönlichkeit, der Jugendschutz und der Verbraucherschutz.

Der öffentlich-rechtliche Rundfunk ist föderal strukturiert, entspricht in seiner Struktur aber nicht in jedem Fall den Bundesländern. Der Stellenwert der einzelnen Sender innerhalb der ARD leitet sich aus der Größe des jeweiligen Senders ab, so ist Radio Bremen ein vergleichsweise kleiner, der SWR hingegen – insbesondere nach der Fusion aus SWF und SDR – ein relativ großer Sender. Die ARD ist eine „Kooperationsform mit schwacher Zentrale“ (Vowe 2001, 35). Das ZDF hingegen sendet deutschlandweit. Rechtsgrundlage ist ein Staatsvertrag aller Bundesländer. Der Rundfunk in Deutschland wird geregelt durch den Rundfunkstaatsvertrag (RStV), der von den Bundesländern gemeinsam beschlossen und mehrfach geändert wurde. In diesem Vertrag wird geregelt, „wer Rundfunk anbieten darf und wie die Anbieter zueinander stehen“ (Vowe 2001, 34). Geregelt ist auch, dass der öffentlich-rechtliche Rundfunk nicht staatlich organisiert ist und seine Aufgabe in Eigenverantwortung erfüllt.

Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten sind „bevorzugt gehalten, die „Grundversorgung“ vor allem mit politischer Information in der gebotenen Gründlichkeit und Vielfalt zu sichern“ (Vowe 2001, 39). Die Bürger_innen sollen sich „auf der Grundlage möglichst umfassender und neutraler Informationen ihre politische Meinung bilden können“ (Pfetsch 2003, 89). Das scheint aufzugehen: Die ARD-ZDF-Langzeitstudie „Massenkommunikation“ stellte 2010 wiederholt die Unverzichtbarkeit öffentlich-rechtlicher Rundfunkangebote fest. Mehr als 80 Prozent stimmten der Aussage zu, die öffentlich-rechtlichen Radio- und Fernsehprogramme blieben unverzichtbar (Ridder und Engel 2010a, 533). Besonders geschätzt

⁴¹ Im Internet findet sich der zwölfte Staatsvertrag zur Änderung rundfunkrechtlicher Staatsverträge (Zwölfter Rundfunkänderungsstaatsvertrag) unter <http://www.ard.de/download/138948/index.pdf>, alle Rundfunkstaatsverträge sind einsehbar unter <http://www.media-perspektiven.de/6952.html#c25173>.

werden die Wertvermittlungskompetenz und die Pluralität (Ridder und Engel 2010b, 545). Auch Informationen über aktuelle politische Entwicklungen holen sich die Deutschen überwiegend aus dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk⁴² (vgl. Ridder und Engel 2010b, 548). Sie trauen nach wie vor den öffentlich-rechtlichen Sendern mehr Kompetenz bei der Politikvermittlung zu als privaten Anbietern (vgl. Greck und Altmeyen 2012, 112). Außerdem werden ihnen mehr „kognitiv-anspruchsvolle Bewertungen zugewiesen“, sie werden „von den Nutzern mit weitem Abstand als sachlicher, glaubwürdiger, kompetenter, anspruchsvoller, informativer, objektiver, kritischer und aktueller bewertet als die privatrechtlichen Fernsehprogramme“ (Ridder und Engel 2010b, 543).

Anders als private Medienangebote wird der öffentlich-rechtliche Rundfunk durch eine solidarische Haushaltsabgabe finanziert: Jeder Haushalt zahlt unabhängig von der Nutzung der Angebote Gebühren. Das soll eine Berichterstattung „ohne Rücksichtnahme auf wirtschaftliche Interessen und politische Einflussnahme“ (SWR 2009), Staatsferne und Unabhängigkeit vom Markt gewährleisten (vgl. Vowe 2001, 44; Hömberg 2003, 77; Dussel 2010, 185). Unabhängigkeit ist im öffentlich-rechtlichen Rundfunk eine viel beschworene Norm. „Kein Staatsfunk, kein Kommerzfunk, sondern öffentlicher Rundfunk“ (Hömberg 2003, 76) soll er sein.

Der Anspruch der Unabhängigkeit schlägt sich auch in den journalistischen Grundsätzen nieder. Im Rundfunkstaatsvertrag §41(3) wird gefordert, Berichterstattung und Informationssendungen müssten unabhängig und sachlich sein und den journalistischen Grundsätzen entsprechen. Diese zeigen sich unter anderem in einer klaren „Trennung zwischen redaktionellem Text und Veröffentlichungen zu werblichen Zwecken“ (Presserat 2013). Der SWR konkretisiert in seinem Unternehmensleitbild, Unabhängigkeit bedeute die „Unabhängigkeit vom Staat sowie von allen wirtschaftlichen und politischen Einzel- und Parteiinteressen. Dazu gehört auch die Unabhängigkeit von religiösen und anderen weltanschaulichen Gruppen und Institutionen“ (SWR 2009).

Über die Mitwirkung in den Gremien der öffentlich-rechtlichen Rundfunksender, vor allem in den Rundfunkräten⁴³, können Parteien und Verbände „vielfältigen Einfluss auf die Rundfunkanstalten nehmen“ (Vowe 2001, 35). Die meisten der insgesamt 523 Mitglieder der Rundfunkräte⁴⁴ (vgl. Wolf 2013, 28) werden zwar von Organisationen entsandt, vertreten dort aber nicht die Interessen dieser Verbände oder Parteien, sondern repräsentieren die Zivilgesellschaft als „Sachwalter der Interessen der Allgemeinheit“ (C. Hahn 2010, 153). Das

⁴² Fernsehen 77 Prozent, Radio 66 Prozent (vgl. Ridder und Engel 2010b, 548).

⁴³ Nach dem Vorbild der ARD-Rundfunkräte wurde bei der Gründung des ZDF ein Fernsehrat etabliert und bei den privaten Rundfunkanbietern Landesmedienanstalten und Medienräte (vgl. Nehls 2009, 40).

⁴⁴ Die Rundfunkräte haben zwischen 17 (Deutsche Welle) und 77 (ZDF) Mitglieder (vgl. Wolf 2013, 23)

bedeutet einen nicht unproblematischen Rollenwechsel (vgl. Wolf 2013, 22). Welche Organisation Mitglieder in diese „pluralistisch besetzte[n] Gremien mit Aufsichtsfunktion“ (Nehls 2009, 38) entsenden darf und wie viele Plätze sie einnehmen, regeln die Rundfunkgesetze.⁴⁵ Aufgaben der Rundfunkräte sind unter anderem die Budget- und Personalentscheidungen, die Festlegung und Kontrolle der Programmrichtlinien, die Wahl und die Kontrolle der des Intendant_in und des Verwaltungsrats.⁴⁶ Insbesondere kontrollieren sie, ob der Programmauftrag erfüllt wird.

Rundfunkräte sollen gewährleisten, dass der Rundfunk „die Interessen der gesellschaftlich relevanten Gruppen vermitteln und mit seinen auf Pluralität und Vielfalt angelegten Radio- und Fernsehprogrammen gesamtgesellschaftlich integrierend wirken“ kann (Jarren und Meier 2002, 127). Direkten Einfluss auf die Programmgestaltung haben die in den Rundfunkräten vertretenen Verbände und Organisationen nicht. Überhaupt dürfe, so Vowe, „diese Möglichkeit der Einflussnahme [...] nicht überschätzt werden – durch sie kann zwar etwas verhindert werden, aber ein im Verbandssinne positiver Einfluss auf die öffentliche Meinung kann damit nicht ausgeübt werden“ (Vowe 2007, 474).

Darüber hinaus konstatieren Arlt und Jarren einen schwindenden Einfluss gesellschaftlicher Gruppen in den Gremien „in dem Umfang, wie der öffentliche Rundfunk in der Gesamtgesellschaft an publizistischer Relevanz einbüßt“ (Arlt und Jarren 1996, 303). Eine Vielzahl von Organisationen, sinkende Mitgliederzahlen der Großorganisationen, die Kirche und Gewerkschaften im Besonderen getroffen haben, und ein geringer werdender Spielraum nationalstaatlichen Handelns führten zu einer Krise der korporatistischen Einbindung von Verbänden und zur Auflösung traditioneller korporatistischer Arrangements (vgl. u.a. Steiner

⁴⁵ Vertreter_innen von organisierten gesellschaftlichen Interessen sind in den Rundfunkräten im Prinzip zahlenmäßig den Vertreter_innen der jeweiligen Landtage und Regierungsvertreter_innen überlegen. Doch in der Praxis sind Rundfunkräte „in hohem Maße parteipolitisch strukturiert: Es haben sich rote und schwarze ‚Freundeskreise‘ gebildet, denen sich ein großer Teil der Mitglieder zuordnet – und über die vor allem eine konsequent am Parteienproporz orientierte Personalpolitik betrieben wird“ (Vowe 2001, 36; zum Einfluss der Parteien vgl. auch Brosius et al. 2000, 418f; C. Hahn 2010; Wolf 2013, 31f). 2014 wurde die Übermacht der Parteien im öffentlich-rechtlichen Rundfunk auch vom Bundesverfassungsgericht angemahnt. Weitere Kritikpunkte am Rundfunkrat sind die fehlende Transparenz und die Fokussierung auf verbandsmäßig organisierte gesellschaftliche Interessen: „Nicht organisierbare Interessen (z.B. im Bereich allgemeiner Bedürfnisse) und nicht konfliktfähige Gruppen fallen durch den Rost“ (Hömborg 2003, 93; zur Organisierbarkeit der Interessen und deren Abbildung in den Rundfunkräten vgl. auch Langenbucher 2008, 26f). Dabei hat das Bundesverfassungsgericht festgestellt, dass der Gesetzgeber auch Interessen berücksichtigen könne, „die verbandlich gar nicht oder nur schwer organisierbar sind“ (C. Hahn 2010, 173).

⁴⁶ Neben den Rundfunkräten gibt es weitere Gremien der öffentlich-rechtlichen Anstalten: Die Redakteursausschüsse und deren Arbeitsgemeinschaft, die Personalräte und die Verwaltungsräte. Mehr Informationen zur Geschichte des öffentlich-rechtlichen Rundfunks und der Funktionsweise seiner Gremien: (Dussel 2010, 185ff; Langenbucher 2008, 22ff, 30–52). Über aktuelle Herausforderungen für die Rundfunkräte gibt der Sammelband von Lilienthal (Lilienthal 2009) „Professionalisierung der Medienaufsicht“ Aufschluss, über die gesellschaftliche Kontrolle des öffentlich-rechtlichen Rundfunks der Sammelband von Kops (2003). Mit der Mitbestimmung insbesondere der Gewerkschaften in den Rundfunkräten beschäftigt sich ausführlich Nehls (2009).

und Jarren 2009, 251ff; Zimmer und Paulsen 2010, 44f).⁴⁷ Diese Entwicklung betrifft auch den öffentlich-rechtlichen Rundfunk, bei dem „eine Abkopplung der Medien von den traditionellen und bislang dominanten gesellschaftlichen Institutionen, insbesondere von den gesamtgesellschaftlich tätigen Organisationen“ (Arlt und Jarren 1996, 304) zu beobachten sei.

Kirchen und Gewerkschaften sind als gesellschaftlich relevante Gruppen in den Rundfunkräten vertreten, Gewerkschaften haben zwischen 6 Prozent und 17 Prozent, Kirchen zwischen 6 Prozent und 18 Prozent der Sitze (vgl. Wolf 2013, 86–88). Durchschnittlich nehmen sie 9 Prozent (Gewerkschaften) bzw. 10 Prozent (Kirchen) der Sitze in den Rundfunkräten ein. Beide sehen sich selbst als Verbündete im Kampf um ein starkes öffentlich-rechtliches Fernsehen. Sie fordern Qualität und Unabhängigkeit (vor allem von Parteiinteressen) in der Berichterstattung und arbeiten in medienpolitischen Fragen zusammen. Innerhalb des öffentlich-rechtlichen Rundfunks wird besonders den Kirchen eine wichtige Rolle zugeschrieben. Sie hätten sich neben den roten und schwarzen Lagern „ihren Spielraum für eine eigenständige Medienpolitik bewahrt und spielen auch durch ihre medienjournalistischen Aktivitäten eine wichtige Rolle“ (Vowe 2007, 474).

2.4.4 Sonderfall Kirchenredaktionen – Verkündigung und Religionsberichterstattung

Der Relevanzverlust der Kirchen ist zwar auch auf die Säkularisierung zurückzuführen, die zur Zurückdrängung kirchlicher Akteur_innen aus der Öffentlichkeit führen sollte und die eine Schmälerung der gesellschaftlichen Akzeptanz der kirchlichen Dominanz zur Folge hatte, doch unbeeindruckt von dieser Entwicklung ist die gesetzlich verfasste Rolle der Kirche (vgl. Bertelsmann Stiftung 2009; Liedhegener 2006; Damberg und Liedhegener 2006; Kinzig 2009). Die institutionalisierten Religionen haben Arrangements mit der politischen Herrschaft getroffen (H.-P. Müller 2014, 82), Kirchen sind „mit einem vorteilhaften rechtlichen Status und zahlreichen weiteren Privilegien“ (U. Willems 2007, 316) versehen: Nach wie vor wird die Kirchensteuer erhoben, werden Kirchenfunktionäre aus staatlichen Mitteln finanziert und wird den Kirchen ein einklagbarer Einfluss auf das öffentlich-rechtliche Fernsehen zugesichert (vgl. zu unterschiedlichen Aspekten u.a. Schauen 2010; Frerk 2010; E. Müller 2013).

⁴⁷ Unter Korporatismus versteht man die Verschränkung von Verbänden und Staat, die sich daraus ergebenden spezifischen Austauschbeziehungen und das im Idealfall abgestimmte Handeln der beteiligten Interessengruppen und des Staates. Im korporatistischen System werden Verbände in starkem Maße unmittelbar in Entscheidungsprozesse eingebunden, wodurch sie den Staat durch ihre Beteiligung an der Erfüllung öffentlicher Aufgaben entlasten (vgl. Weßels 2000). Das Funktionieren des Korporatismus setzt aber die Organisationsfähigkeit von Interessen voraus. Es muss Monopolverbände geben, die konzertierte Interessen vertreten. Die Anzahl der eingebundenen Akteur_innen muss überschaubar sein, damit der Koordinationsaufwand der Interessen nicht zu groß wird.

Den Kirchen wird in den Staatsverträgen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks Sendezeit zugestanden. Auf Wunsch sind laut dem Rundfunkstaatsvertrag (Staatsvertrag für Rundfunk und Telemedien; RStV §42) den evangelischen und katholischen Kirchen sowie den jüdischen Gemeinden „angemessene Sendezeiten zur Übertragung religiöser Sendungen einzuräumen“. Im ZDF-Staatsvertrag §11 (3) wird konkreter ausgeführt, die Sendezeit sei „für die Übertragung gottesdienstlicher Handlungen und Feierlichkeiten sowie sonstiger religiöser Sendungen, auch solcher über Fragen ihrer öffentlichen Verantwortung, zu gewähren“.

Jeder öffentlich-rechtliche Sender unterhält eine Redaktion für religiöse Fragen, die zum einen die im Staatsvertrag vereinbarten Verkündigungssendungen der Kirchen betreut, zum anderen aber auch das reguläre redaktionelle Programm des jeweiligen Senders mitgestaltet. Bereits 1987 wurden im SPIEGEL die Kirchenredaktionen als „Einflugschneisen für den heiligen Geist“ (1987, 233) bezeichnet. „Nächst den politischen Parteien“ sagte damals WDR-Hörfunkchefs Manfred Jenke, gäbe es „keine anderen gesellschaftlich relevanten Kräfte, deren Anliegen bei uns so breite Thematisierung und Würdigung finden wie die Kirchen“ (zitiert nach ebd.). In der Anfangszeit des öffentlich-rechtlichen Rundfunks wurden diese Redaktionen noch „Kirchenfunk“ genannt. Der Begriff suggeriere aber eine Nähe der Redaktionen zur Kirche. Ein „Missverständnis“ (Herbig 1999, 138), das Anfang der 1970er-Jahre durch eine Umbenennung behoben werden sollte. Seitdem heißen die Redaktionen „Kirche und Leben“ (ZDF), „Religion, Kirche und Gesellschaft“ (SWR), „Religion und Gesellschaft“ (Deutschlandradio) oder „Religion und Kirche“ (BR).

Heute gibt es, wie die Evangelische Kirche im Hessischen Rundfunk mitteilt, „einen ganzen kirchlichen Arbeitsbereich, der dafür sorgt, dass in den öffentlich-rechtlichen Wellen der christliche Glaube zu Wort kommt. Kurze Andachten, Live-Übertragungen von Gottesdiensten, das Wort zum Sonntag, – die Liste der Sendungen, die von den Kirchen gestaltet werden, ist lang.“⁴⁸ Die Kirchen verstehen dabei „ihren Auftrag in den Verkündigungssendungen nicht als missionarische Gelegenheit im Sinne von Mitgliederwerbung, sondern als öffentliche Seelsorge, als Kommentar zur Zeit aus christlicher Sicht und als authentisches Wort an die Gesellschaft aus der Mitte der Religion“, stellen Haberer⁴⁹ und Meier (2008, 344) klar. Denn der Gesetzgeber, so Lilienthal (2008b, 167),

⁴⁸ <http://www.rundfunk-evangelisch.de/wir>

⁴⁹ Haberer, evangelische Theologin, ist Leiterin der Abteilung Christliche Publizistik an der Theologischen Fakultät der Universität Erlangen-Nürnberg. Sie absolvierte eine journalistische Ausbildung an der christlichen Medienakademie. Zuvor war sie Pfarrerin in Oberbayern, kommissarische Rundfunk- und Fernsehbeauftragte der Bayerischen Landeskirche beim BR, Referentin für lokalen und regionalen Hörfunk im Evangelischen Presseverband für Bayern, Redakteurin (und später Chefredakteurin) bei einer evangelischen Wochenzeitung für Bayern, Redaktionsleiterin des Evangelischen Fernsehens und Rundfunkbeauftragte des Rates der EKD. Seit 1996 ist sie Rundfunkpredigerin im BR und spricht das „Wort zum Sonntag“ in der ARD (<http://www.uni-erlangen.de/universitaet/organisation/universitaetsleitung/vizepraesidentin-haberer.shtml>).

„gewährt dieses Recht allerdings nicht für die mediale Selbstbehauptung und Selbstwerbung der verfassten Kirchen als Institutionen, sondern aus Einsicht in die sozialintegrative Wirkung von Glaubensbotschaften, die naturgemäß zum sittlich-religiösen Fundament der christlich-abendländischen Gesellschaft gehören.“

Das Wahrnehmen des Senderechts wäre also „Engagement ohne Eigennutz“ (ebd.). Die Kirchen scheinen das anders einzuschätzen. Die evangelische Publizistik wertet das ihr übertragene Mandat als „ein Ja zur verfassten Kirche und die Bereitschaft, den Fortbestand der Kirche publizistisch zu stützen“ (Ad-hoc-Kommission im Auftrag des Rates der Evangelischen Kirche in Deutschland 1997). Und die Westfälische Evangelische Kirche beschreibt die Erwartung an die Präsenz im Programm des öffentlich-rechtlichen Rundfunks durchaus als missionarisch:

„Die zum Teil zielgruppenspezifisch zugeschnittenen Verkündigungssendungen im öffentlich-rechtlichen Rundfunk und im Privatfunk werden von mehreren Millionen Menschen gehört. Die Akzente dieser Sendungen begleiten Menschen durch den Tag, präsentieren Informatives und sind als Service aus Kirche und Gesellschaft zu verstehen. Durch ihr Engagement im öffentlich-rechtlichen und privaten Rundfunk kann die Kirche mit ihrer Verkündigung viele unterschiedliche Menschen ansprechen: Junge und Alte, Kirchnahe, Kirchenferne und Konfessionslose – quer durch alle sozialen und Bildungsschichten. Dieser missionarische Auftrag der Kirche leistet das, was Martin Luther eine ‚öffentliche Anreizung zum Glauben‘ genannt hat“ (Evangelische Kirche von Westfalen 2004, 345).

Die Verbindungsstelle zwischen Kirchen und Rundfunk sind die Rundfunkbeauftragten, deren Aufgabe die Betreuung der Verkündigungssendungen von Seiten der Kirche und der „kommunikative[] Kontakt zwischen der Rundfunkanstalt und der Kirche“ ist. Sie stellen „kirchliche und religiöse Fachkenntnisse zu verschiedenen gesellschaftlichen Fragen dem allgemeinen Programm zur Verfügung und nehmen Repräsentationsaufgaben für ihre Kirche wahr. Dabei müssen sie die Wahrung kirchlicher Organisationsinteressen im Auge behalten“ (Herbig 1999, 134f). Die Zusammenarbeit mit den in den Kirchenredaktionen arbeitenden Journalist_innen sei nicht immer kooperativ. Diese würden auch allgemeine religiöse und ethische Fragen behandeln und sich „dadurch von der institutionellen kirchlichen Linie“ emanzipieren (1999, 135). Die Kirchen pflegten aber eine enge Kooperation mit den Redakteur_innen, „indem die Beauftragten sich in die Inhalte der Berichterstattung einbringen, Sprecher für die Andachten auswählen und Manuskripte erstellen, wobei die Verantwortung letztlich bei der ‚Kirchenfunk‘-Redaktion liegt“ (1999, 138). Die Kirchen tragen die inhaltlich-theologische Verantwortung (vgl. EKD/Bräuer 2008, 3).

Neben den Verkündigungssendungen gestalten die Kirchenredaktionen eigene Sendungen, die dem journalistischen Anspruch genügen müssen. Die Fachredaktionen setzten Themen „rund um Kirche und Religion, Glaube und Gesellschaft eigenständig journalistisch“ (EKD/Bräuer 2008, 3) um, sie berichten von aktuellen kirchlichen Ereignissen und vermitteln „kirchliche Standpunkte zu Grundfragen des öffentlichen Lebens“ (ebd.). Von Kirchenredaktionen betreute Sendungen sind u.a. die TV-Dokumentationsreihen „37 Grad“ (ZDF)

und „Gott und die Welt“ (ARD) sowie die Magazine „sonntags“ (ZDF), „Tag7“ (WDR), „Himmel und Erde“ (rbb) und „Horizonte“ (hr). Auch im Kinderkanal gibt es kirchliche Sendungen, die vor allem die Vermittlung biblischer Stoffe zum Ziel haben, z.B. „Jesus und Josefine“ (vgl. O. Krüger 2011, 168). Diese Sendungen sind „dokumentierende Sendungen kritisch-journalistischen Zuschnitts“ (Nellessen 2008, 176), die sich „von ihrem Anspruch her“ nicht innerhalb des kirchlichen Zuständigkeitsbereichs befinden (vgl. Roller 2005, 2). Der religiöse Bezug hingegen wird bei den Sendungsbeschreibungen deutlich: So stellt der MDR in seiner Sendereihe „Glaubwürdig“ Menschen vor, „die über ihren Glauben sprechen“. Und das Magazin „Nah dran“ „bietet Lebenshilfe und persönliche Orientierung“ (MDR 2011, 22). Bei den Sendungen der Kirchenredaktionen handelt es sich um „Zielgruppenangebote, die aber in den Kontext von Vollprogrammen [...] eingebettet sind“ (Lilienthal 2008b, 168). Dieses Integrationsmodell hat für die Kirchen den „unschätzbaren Vorteil relativ hoher Zuschauer- und Hörreichweiten, weil sie vom ‚audience flow‘ der massenattraktiven Umfeldangebote profitieren und vor allem auch kirchenferne Zufallsrezipienten für ihre Botschaften interessieren“ (Lilienthal 2008b, 168).

Darüber hinaus beraten die Kirchenredaktionen auch andere Redaktionen der Sender „in der aktuellen Berichterstattung, in den Talkshows und diversen Magazinen bis hin zu Vorabendserien und Krimis“ (Pilters 2009) und gewährleisten so die Präsenz der Kirche im säkularen Programm, was laut Herbig (1999, 137) auch ihre Aufgabe ist. Die Kirchenredaktionen der ARD-Fernsehsender koordinieren sowohl die Verkündigungssendungen als auch Teile des redaktionellen Programms in der „Koordinationskonferenz kirchlicher Sendungen“ (KoKoKiSe), an der auch die Kirchen beteiligt sind, die aber in der Literatur, abgesehen von Roller (2005), und auch in den einschlägigen Internetauftritten nicht erwähnt wird.

In dieser Arbeit interessiert nicht, ob Verkündigung seinen Platz im öffentlich-rechtlichen, gebührenfinanzierten Rundfunk haben sollte. Auch wird nicht die Frage behandelt, wie die Journalist_innen der Kirchenredaktionen dieser Aufgabe nachkommen und ob sie den Ansprüchen der Kirchen gerecht werden. Der Fokus liegt einzig auf der journalistischen Tätigkeit der Journalist_innen, an die keine anderen Ansprüche gestellt werden sollten als an alle anderen Journalist_innen.

2.4.5 Vorannahmen über wertebundene Journalist_innen

Ausstattung mit Kapital

Die Frage, über welches und wie viel Kapital Menschen verfügen, ist in vielerlei Hinsicht entscheidend für die Auseinandersetzung mit wertebundenen Journalist_innen im journalisti-

schen Feld. Die Art der Ausstattung mit Kapital hat Einfluss auf die Position der Journalist_innen im Feld, den Grad der Autonomie und die Fähigkeit, im Feld zu bestehen und über den Zugang zu den in diesem Feld auf dem Spiel stehenden spezifischen Profiten (Bourdieu und Wacquant 1996, 127).

Je nach Kapitalausstattung des Habitus sind die Journalist_innen darüber hinaus von Ambivalenzen, Interessenkonflikten und von Inkompabilitäten der Logiken verschiedener Felder, in denen sie sich bewegen, unterschiedlich stark betroffen. Im Folgenden werden deshalb Vorannahmen zur Kapitalausstattung der Journalist_innen formuliert.

Es ist davon auszugehen, dass kirchennahe und gewerkschaftsnahe Journalist_innen über soziales Kapital in Form von Netzwerken in den jeweiligen Organisationen verfügen und stabile und intensive Kontakte pflegen. Möglicherweise sind insbesondere die institutionalisierten Kontakte bei den kirchennahen Journalist_innen ausgeprägter, weshalb diese über mehr soziales Kapital verfügen. Denn mit den Kirchenredaktionen, durch die Koordinationskonferenz kirchlicher Sendungen und die von der Kirche eingesetzten Rundfunkbeauftragten besteht eine institutionalisierte Nähe der Journalist_innen zu den christlichen Kirchen. In welchem Rahmen die Journalist_innen dieses Netzwerk nutzen, welche Bedeutung sie ihm beimessen und welchen Einfluss es auf ihre Arbeit hat, und ob es ähnliche institutionalisierte Kontakte auch bei den gewerkschaftsnahen Journalist_innen gibt, muss allerdings abgefragt und hinterfragt werden. Jarren und Donges gehen davon aus, dass die Interaktion zwischen Journalist_innen und Politiker_innen auf zwei Bühnen stattfindet, die sich durch ihre Formalität unterscheiden und jeweils anderen Regeln unterliegen: „Auf der Vorderbühne gilt die normative Grunderwartung nach Distanz und formalisierten Beziehungen, während auf der Hinterbühne Absprachen stattfinden, man sich auch persönlich kennt und schätzt und vielerlei Geschäfte miteinander tätigt“ (Jarren und Donges 2011, 243). Gleiches könnte auch für wertegebundene Journalist_innen gelten.

Bei der Auseinandersetzung mit dem ökonomischen Kapital ist insbesondere die finanzielle, personelle und technische Ausstattung der Redaktionen relevant, auf die die Journalist_innen zurückgreifen können. Zwischen freien und festen Journalist_innen dürften sich aber auch Unterschiede in der individuellen Ausstattung mit ökonomischem Kapital zeigen. Das kulturelle Kapital liegt in drei Formen vor: als inkorporiertes, objektiviertes und als institutionalisiertes Kulturkapital. Die Sozialisation (inkorporiertes Kulturkapital) der wertegebundenen Journalist_innen könnte innerhalb bestimmter Milieus stattgefunden haben, etwa in einem SPD-nahen Arbeiter_innenhaushalt bei gewerkschaftsnahen Journalist_innen und in einem religiösen Elternhaus mit Anbindung an die christliche Gemeinde bei kirchennahen Journalist_innen. Damit dürften die Journalist_innen auch über das für das jeweilige Feld relevante objektivierte Kulturkapital verfügen. Nötig für den Eintritt in das journalistische Feld ist das

institutionalisierte Kulturkapital, also eine formale Qualifikation. JouriD (vgl. Weischenberg et al. 2006, 67) zeigt, dass formale Abschlüsse insbesondere von Journalist_innenschulen eher eine Erscheinung der neueren Zeit sind. Bei älteren Journalist_innen sind vermutlich vor allem „Seitenansteiger“ (Kepplinger 1979, 9) anzutreffen, typischerweise „Studienabbrecher und Berufswechsler“ (Donsbach 1979, 210).⁵⁰ Es ist davon auszugehen, dass am ehesten die kirchennahen Journalist_innen Journalist_innenschulen besucht haben, denn die Kirche unterhält, wie in Kapitel 2.4.2 dargestellt, eigene Einrichtungen, die Gewerkschaften hingegen nicht.

Wie groß Prestige und Renommee (symbolisches Kapital) sind, dürfte sich durch die Anerkennung durch die Kolleg_innen und das Umfeld äußern. Umso homogener die Wertorientierung des Umfeldes ist, desto größer müssten das Wir-Gefühl und die Anerkennung für das Vertreten eben dieser Werte sein, sofern nicht ausschließlich journalistische Leistungen für die Anerkennung der Leistung herangezogen werden. Je nach Zusammensetzung der Redaktion wird das symbolische Kapital der Journalist_innen und der Wertorientierung im Sender deshalb unterschiedlich ausfallen. Hierbei ist auch relevant, wie ausgeprägt die Interaktion der Journalist_innen mit Berufskolleg_innen ist. Kepplinger geht von einer starken Orientierung an Berufskolleg_innen aus, die er darauf zurückführt, dass Journalist_innen „im Unterschied zu den Angehörigen anderer Berufe für ein anonymes Publikum arbeiten, das sie nicht oder nur sehr ungenau kennen“ (Kepplinger 1979, 14). Kolleg_innen ersetzen also als Bezugsgruppe das Publikum (vgl. u.a. Weischenberg 1995, 530). Das symbolische Kapital könnte also bei jenen Journalist_innen stärker ausgeprägt sein, die in einem redaktionellen Umfeld homogener Wertorientierung agieren.

Autonomie der Journalist_innen

Laut Donsbach und der Studie von Weischenberg et al. besteht in Deutschland eine vergleichsweise große Freiheit in der Berichterstattung und wenig Intervention durch Vorgesetzte (Weischenberg et al. 2006, 91; Donsbach 2008, 158). Die Autonomie der einzelnen Journalist_innen hängt, wie bereits ausgeführt, von vier Faktoren ab: vom Konzentrationsgrad der Presse, von der Position der Medienorganisation im Raum, seiner arbeitsrechtlichen Stellung und seiner Fähigkeit zur autonomen Recherche (vgl. Bourdieu 1998a, 105f). Ersteres ist für alle Journalist_innen beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk gleich. Die Position der öffentlich-rechtlichen Sender ist ebenfalls im Spannungsfeld von kommerziellem und kulturellem Pol recht einheitlich. Unterschiede könnte es allerdings durch die Zugehörigkeit zu unterschiedlichen Redaktionen geben. Ob die Redaktionen eigene Sendeplätze bestückt

⁵⁰ Die Befunde Ende der 1970er-Jahre bestätigten das: Zwei Drittel aller Journalist_innen mit Hochschulstudium hatten damals die Universitäten ohne Abschluss verlassen (vgl. Elster 1979, 145; Rohde 1979, 207).

oder für andere Sendungen zuliefert, womit sich die Redaktion inhaltlich beschäftigt und wie groß deren Handlungsspielraum ist, kann einen Einfluss auf die Wahrnehmung der Autonomie der Medienorganisation im Feld haben und muss deshalb abgefragt werden.

Die Autonomie der Journalist_innen in dieser Studie kann nach Anstellungsverhältnis und den eigenen Fähigkeiten, die Autonomie zu nutzen, variieren. Es ist davon auszugehen, dass

- fest angestellte Journalist_innen eher als Freie,
- diejenigen, die sich einer guten Ausbildung bewusst sind und ihre eigenen Fähigkeiten deshalb (oder aus anderen Gründen) als gut einschätzen, eher als Quereinsteiger_innen oder Berufsanfänger_innen,
- Journalist_innen, die in der Hierarchie der Redaktionen in leitenden Positionen angesiedelt sind, eher als diejenigen in abhängigen Positionen,
- Journalist_innen mit mehr Kapital eher als diejenigen mit weniger

ihrer eigenen Einschätzung nach autonomer handeln können. Darüber hinaus ist zu erfragen, welche weiteren Faktoren für die Autonomie von Journalist_innen eine Rolle spielen. Operationalisiert wird der Begriff der Autonomie einerseits durch die Abfrage des eigenen Handlungsspielraums, andererseits aber auch durch Fragen nach der Einbindung in die Redaktionen, den übergeordneten Hierarchien und den üblichen Wegen bei der Durchsetzung von Themenvorschlägen und der Gestaltung von Sendungen.

Berufliches Selbstverständnis der Journalist_innen

Wie Kapitel 2.1 gezeigt hat, ist das Berufsverständnis der Informationsvermittlung unter deutschen Journalist_innen dominierend. Der ‚Gesinnungsjournalismus‘ kommt unter den von Journalist_innen präferierten Berufsbildern kaum mehr vor. Selbst Politikjournalist_innen entsprechen im Großen und Ganzen diesem Bild, weshalb möglicherweise davon ausgegangen werden kann, dass auch die wertegebundenen Journalist_innen in erster Linie dem Bild der Informationsvermittler_innen zustimmen. Allerdings könnten ideologisch gebundene und engagierte Journalist_innen eventuell ein missionarisches Verständnis haben als die Gesamtheit der Journalist_innen, denn sie bekennen sich zu den Werten von Kirche oder Gewerkschaft und könnten den Wunsch, andere davon zu überzeugen, mit in ihr Berufsverständnis tragen. Es wird deshalb abgefragt, welches Aufgabenverständnis die Journalist_innen formulieren. Das kann nach Donsbach (2005, 419) unter anderem auch an der Berufsmotivation, den Qualifikationen und der Einschätzung von Berufsnormen wie Objektivität oder Distanz festgemacht werden, weshalb auch diese abgefragt werden müssen. In der Praxis stellt sich die Frage, ob diejenigen Journalist_innen, die nirgends Mitglied sind

und sich nicht zu spezifischen Werten bekennen, neutraler und objektiver recherchieren und berichten als ihre organisierten, engagierten oder ideologisch gebundenen Kolleg_innen.

Ambivalenzen und Interessenkonflikte

Die Journalist_innen sind Teil des journalistischen Feldes und es ist davon auszugehen, dass sie dessen Grundannahmen teilen, weil sie sonst in diesem Feld nicht bestehen könnten. Das Feld strukturiert den Habitus, wobei „Diskordanzen zu einem gespaltenen, ja, zerrissenen Habitus führen können“ (Bourdieu und Wacquant 1996, 161). Denn die Journalist_innen haben auch eine spezifische Haltung zur Welt, eigene Wahrnehmungs- und Deutungsmuster, die sich im Habitus manifestieren. Sie kommen beispielsweise aus einem religiösen Elternhaus, wurden christlich sozialisiert und bewegen sich in einem christlichen Milieu. Hierbei handelt es sich um grundlegende Lebensmuster, also um eine Mentalität. Den meisten Menschen sei es „schon rein statistisch bestimmt“, stellt Bourdieu fest, „auf Umstände zu treffen, die in Einklang mit denjenigen Umständen stehen, die ihren Habitus ursprünglich geformt haben, also Erfahrungen zu machen, die dann wieder ihre Dispositionen verstärken“ (Bourdieu und Wacquant 1996, 168). Der Habitus könnte aber im Widerspruch mit den Spielregeln des journalistischen Feldes stehen, was die Aufstiegschancen der Journalist_innen schmälern, die Chancen auf die Vermehrung des Kapitals mindern und damit die Position im Feld im Vergleich zu jenen, deren Dispositionen bessere Chancen versprechen, verschlechtern könnte.

Die Befunde der Kommunikationsforschung bestätigen, dass in der Regel eine große Harmonie zwischen Eigentümer_innen der Medienanstalten und Journalist_innen besteht. Fast 70 Prozent der Journalist_innen in Deutschland sind zufrieden mit der politischen und weltanschaulichen Ausrichtung des Medienbetriebs (vgl. Weischenberg et al. 2006, 91). Das lässt sich auch dadurch erklären, dass die Journalist_innen häufig ihrem Medium politisch nahestehen, bzw. nur eine geringe politische Distanz wahrnehmen. Donsbach (2008, 158) führt das auf die Personalrekrutierung des Medienunternehmens auf der einen Seite und die Auswahl der Arbeitsstelle durch die Journalist_innen auf der anderen Seite zurück. Das bestätigt auch der ehemalige stellvertretende BILD-Chefredakteur Blome beim Journalistentag 2012:

„Jetzt nehmen wir mal die Bild-Zeitung. [...] Unsere Position zum Euro ist: Rettet den Euro – aber nicht so! Und wenn die Bild-Zeitung eine andere Haltung entwickeln würde, würde ich da nicht arbeiten. Ich kann aber da arbeiten und möchte da gerne arbeiten, weil sie diese Haltung hat. Und die hat sie vielleicht auch wegen der Unternehmensgrundsätze. Aber Sie müssen es andersrum lesen. Es ist nicht so, dass bei uns 1.000 Journalisten arbeiten, die sich jeden Tag von diesen Grundsätzen gegängelt fühlen, sondern da arbeiten 1.000 Journalisten, die sehen es ungefähr so, wie die Grundsätze es auch sehen“ (dju 2013, 54f).

Daraus leitet Blome Tipps für die Berufswahl der Journalist_innen ab:

„Das heißt, wenn Sie immer schon mal schreiben wollten, dass der Kapitalismus grundfalsch ist und die soziale Marktwirtschaft eine Ausbeutung aller kleinen Leute, dann sind Sie möglicherweise im Springer-Verlag falsch. Wenn Sie schon immer mal schreiben wollten, dass jedwede Arbeitsrechtsgesetzgebung Schwachsinn ist, dass Gewerkschaften an sich schon Schwachsinn sind, dann waren Sie wahrscheinlich eine ganze Zeitlang bei der Frankfurter Rundschau falsch. Insofern hat jede Zeitung ihre Haltung und danach, glaube ich, orientieren sich auch die Journalisten, die dahin gehen, um dort zu arbeiten“ (dju 2013, 54f).

Auf diese Weise entstehen allerdings sehr homogene Redaktionen, was die jeweilige Tendenz des Mediums verstärken kann. Die Identität zwischen redaktioneller Tendenz und subjektiver Meinung der Journalist_innen ist also nicht nur Ursache, sondern auch Ergebnis von Arbeitsverhältnissen (Donsbach 2008, 159).

Die Daten der JouriD-Studie zeigen allerdings auch, dass sich Journalist_innen in Deutschland tendenziell weiter links einordnen als ihre Kolleg_innen oder das Medium, für das sie arbeiten. Dieser Befund trifft auch auf die öffentlich-rechtlichen Journalist_innen zu, die sich in allen drei Bewertungen kaum vom Rest der Journalist_innen unterscheiden. „Man muss daraus schließen“, so Schulz (2011, 104), „dass nicht wenige Journalisten in einer Art ideologischer Diaspora arbeiten oder sogar gegen ihre eigenen Überzeugungen schreiben bzw. reden.“

Isoliert man in den JouriD-Daten diejenigen Journalist_innen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, die sich gewerkschaftlich und kirchlich engagieren, ergibt sich ein anderes Bild: Während sich die gewerkschaftlich engagierten Journalist_innen deutlich linker einschätzen als der Durchschnitt der Journalist_innen in Deutschland, liegen die kirchlich engagierten Journalist_innen deutlich weiter in der Mitte und rechts. Dabei schätzen sich mehr kirchlich Engagierte rechts außen ein, als gewerkschaftlich Engagierte links außen.

Beim Vergleich der eigenen Einschätzung gewerkschaftlich und kirchlich Engagierter mit der politischen Orientierung ihrer Kolleg_innen und ihres Mediums ergibt sich folgendes Bild: Die gewerkschaftlich engagierten Journalist_innen schätzen sich selbst weit linker ein als sie ihre Kolleg_innen einordnen. Die Kolleg_innen sind ihrer Wahrnehmung zu einem überwiegenden Anteil (70 Prozent) mittig orientiert. Während sie sich selbst weder „Mitte rechts“ noch „rechts“ zuordnen, sehen sie zu 25 Prozent ihr Medium „Mitte rechts“ und einige ihrer Kolleg_innen „rechts“. Die kirchlich engagierten Journalist_innen unterscheiden sich von diesem Bild deutlich: Sie schätzen sich selbst zwar zu 30 Prozent auch „Mitte links“ ein, schätzen die Kolleg_innen insgesamt aber wesentlich linker ein als sich selbst. Rechte Kolleg_innen gibt es ihrer Meinung nach nicht. Sich selbst ordnen aber zehn Prozent dort ein. Sieben Prozent ordnen ihr Medium weiter links ein, also auch links ihrer eigenen Einstellung. Ansonsten unterscheidet sich die Einschätzung der politischen Ausrichtung des

Mediums nicht von der der gewerkschaftlich Engagierten. Die Diskrepanz zwischen den eigenen Einstellungen und denen des Mediums ist bei den kirchlich Engagierten jedoch geringer.

Bedeutsam ist diese Erkenntnis deshalb, weil die Handlungsrelevanz von Kommunikationsabsichten „prinzipiell immer dann zu unterstellen [ist], wenn es eine Übereinstimmung zwischen der Tendenz des Mediums und der politischen Einstellung einer Journalistin oder eines Journalisten gibt“ (Weischenberg 1995, 447). Die JouriD-Daten lassen vermuten, dass die gewerkschaftsnahen unzufriedener mit der politischen Linie ihres Senders sind, während die kirchennahen Journalist_innen sich in einer größeren weltanschaulichen Nähe zu ihrem Medienbetrieb wähnen. Und das wiederum könnte Rückschlüsse auf Ambivalenzen zwischen den ideologischen Grundwerten der Journalist_innen in den Spielregeln des Feldes zulassen.

Aber auch durch die Aktivität der Journalist_innen in verschiedenen Feldern können Konflikte entstehen. Wenn sie beispielsweise in Gremien von Kirche oder Gewerkschaft aktiv sind, sind sie Teil des religiösen oder gewerkschaftlichen Feldes. Alle Felder unterliegen einer eigenen Logik, die in einem Feld geltende Logik lässt sich also nicht ohne weiteres auf andere übertragen. Jedes Feld, so Bourdieu,

„setzt eine spezifische Form von Interesse voraus und aktiviert sie, eine spezifische *illusio* als stillschweigende Anerkennung des Wertes der Interessenobjekte, die in ihm auf dem Spiel stehen, und als praktische Beherrschung der Regeln, die in ihm gelten“ (Bourdieu und Wacquant 1996, 149).

Bourdieu nennt als Beispiel das ökonomische Feld, in dem „verklärte Verwandtschafts-, Freundschafts- und Liebesbeziehungen grundsätzlich ausgeschlossen“ seien, und das künstlerische Feld, das sich in Umkehrung der Gesetze des materiellen Profits gebildet habe (Bourdieu und Wacquant 1996, 127). Die hier befragten Journalist_innen bewegen sich in unterschiedlichen Feldern, die verschiedenen Logiken folgen. Das religiöse Feld etwa folgt einer anderen Logik und formuliert damit andere Anforderungen als das journalistische Feld; dies gilt ebenso für das gewerkschaftliche Feld. Während das journalistische Feld Unabhängigkeit, Sachlichkeit und Objektivität verlangt, erwarten das religiöse und das gewerkschaftliche Feld Einsatz für spezifische Werte. Bourdieu vergleicht das mit einem Spiel (*illusio*): Die Spieler im Feld spielen gegeneinander, „weil sie alle den Glauben (doxa) an das Spiel und den entsprechenden Einsatz, die nicht weiter zu hinterfragende Anerkennung teilen [...], und dieses heimliche Einverständnis ist der Ursprung ihrer Konkurrenz und ihrer Konflikte“ (Bourdieu und Wacquant 1996, 128). Die Spieler verfügen über Karten, deren Wert und Hierarchie sich jedoch je nach Feld und auch innerhalb eines Feldes unterscheiden können. Je nachdem, wie stark die Journalist_innen als in andere Felder eingebunden sind, kann es zu Konflikten zwischen den verschiedenen Anforderungen kommen.

Gewerkschaftlich und kirchlich gebundene Journalist_innen könnten im Arbeitsalltag in Konflikt geraten mit den Spielregeln im journalistischen Feld, insbesondere mit der Anforderung der Objektivität. Deshalb werden in dieser Arbeit auf der einen Seite Objektivitäts- und Realitätsverständnis der Journalist_innen abgefragt, auf der anderen Seite die von den Journalist_innen vertretenen (gewerkschaftlichen bzw. kirchlichen/christlichen) Werte und deren Einbindung in andere Felder, deren Logiken sich von der des journalistischen Feldes unterscheiden könnten. Die Einbindung in ein anderes Feld wird dabei an der Übernahme von Funktionen oder Tätigkeiten in Kirche oder Gewerkschaft festgemacht.

Bestehen im Feld: Erhalt oder Umsturz?

Am Beispiel des wissenschaftlichen Feldes zeigt Bourdieu auf, dass im Feld ein Kampf mit Waffen in Form von Kapital ausgetragen wird. Die Gegner_innen sind sich aber „zumindest darin einig [...], auf eine Art letztinstanzliches Urteil zu verweisen“ (Bourdieu 1998b, 29). Dieses Urteil, das „Wirkliche“, die „objektive Realität“, ist aber „nie mehr als das, was die am Feld beteiligten Forscher übereinstimmend als solche anerkennen, und sie zeigt sich im Feld nur durch die Repräsentation derer, die sich auf ihr Urteil berufen“ (1998b, 29; vgl. auch 1993, 109f). Für das journalistische Feld stellt sich also die Frage, ist, wer sich im Kampf um die Deutungshoheit durchsetzt, wer die dominierende Fraktion ist, wer im Feld besteht.

Ein Bestehen im Feld setzt die „Kunst des Erspürens von Tendenzen“ voraus (Bourdieu 1998b, 24). Wurde man nicht bereits in das Spiel hineingeboren, muss man „Spielsinn“, also den „Sinn für die Geschichte des Spiels, ein Sinn für seine Zukunft“, entwickeln (ebd.). Die Voraussetzungen hierfür sind im Habitus festgelegt. Doch:

„Diejenigen, die fernab des Feldes, dem sie angehören, ihre Einstellungen erworben haben, andere, als sie das Feld erfordert, laufen deshalb Gefahr, immer verspätet, fehl am Platz, am falschen Platz zu sein, sich unwohl in ihrer Haut zu fühlen, gegen die Schwerkraft, gegen die Zeit anrennen zu müssen, mit all den Folgen, die sich wohl lebhaft ausmalen lassen. Doch sie können auch den Kampf mit den Kräften des Feldes aufnehmen, können sich ihnen widersetzen und versuchen, statt ihre Dispositionen den Strukturen zu beugen, diese Strukturen so abzuwandeln, dass sie sich schließlich ihren Dispositionen fügen“ (Bourdieu 1998b, 25).

Die Begünstigten einer Struktur neigen laut Bourdieu dazu, die Struktur und ihre Stellung zu wahren, „alles innerhalb der Grenzen ihrer Einstellungen (das heißt vor allem: gemäß ihrer gesellschaftlichen Flugbahn, ihrer gesellschaftlichen Herkunft), die mehr oder weniger an ihre Stellung angepasst sind“ (Bourdieu 1998b, 26).

„Wo Menschen nur ihren Habitus agieren lassen müssen, um der immanenten Notwendigkeit des Feldes nachzukommen und den mit dem Feld gegebenen Anforderungen zu genügen [...], ist ihnen überhaupt nicht bewusst, dass sie nur ihre Schuldigkeit tun, und schon gar nicht, dass sie nach Maximierung eines (spezifischen) Profits streben“ (Bourdieu 1993, 113f).

Umso mehr die im Habitus festgelegten Einstellungen der Journalist_innen mit den im journalistischen Feld geforderten übereinstimmen, desto weniger dürften die Journalist_innen die Struktur und ihre Stellung im Feld in Frage stellen. Das könnte sich am Ausmaß der Kritik an Arbeitsbedingungen oder am Rundfunksystem zeigen, an einer Rechtfertigung der bestehenden Struktur oder eine Betonung der eigenen Eignung für die Stellung in der Redaktion.

„Zusatzprofit“ derjenigen, deren Habitus ihnen das Spiel im Feld vereinfache, sei, dass sie vor den anderen „als vollkommen interessenfrei, uneigennützig“ (Bourdieu 1993, 113f) dastünden. Relevant ist also auch die Frage, wie bewusst sich die Journalist_innen ihrer Wertegebundenheit und des Einflusses der Werte auf ihre Arbeit sind.

METHODISCHES DESIGN

3 Befragung kirchen- und gewerkschaftsnaher Journalist_innen

3.1 Theoriegeleitetes Vorgehen: Qualitative Interviews

Da die objektiven Beziehungen zwischen den Akteur_innen in einem sozialen Feld häufig unsichtbar sind, bleibt nur die Beobachtung „durch die Augen“ der Beteiligten (Hanitzsch 2007, 257) – ein Weg, der auch von anderen Forscher_innen gewählt wurde, die die Denkmuster Bourdieus ihren Untersuchungen zugrunde legten (vgl. u.a. Meyen und Riesmeyer 2009; Gärtner, Gabriel, und Reuter 2012; Hauer 2012). Das theoriekonforme methodische Vorgehen ist die Untersuchung mithilfe qualitativer Interviews.⁵¹ Denn nur durch qualitative Interviews wird man der Vielschichtigkeit des Habitus in der Theorie Bourdieus gerecht. Die Befragung ist ohnehin das „einzig sinnvolle Verfahren zur Ermittlung von Meinungen, Wissen und Wertvorstellungen“ (Möhring und Schlütz 2010, 14), weil Menschen „systematisch, nach festgelegten Regeln zu relevanten Merkmalen befragt werden und über diese Merkmale selbst Auskunft geben“ (Scheufele und Engelmann 2009, 119).

Bourdies „praktischer Sinn“ jedoch funktioniert wie ein Instinkt, weshalb nicht nur direkt, sondern auch indirekt gefragt werden sollte, worum es den Journalist_innen geht. Es wurden also, dem Vorgehen von Meyen und Riesmeyer (2009, 46) folgend und sich an den Daten von Weischenberg et al. orientierend, verschiedene empirische Indikatoren abgefragt: die Einschätzung der beruflichen Motive, der subjektiven Bedeutung der verschiedenen Eigenschaften und Merkmale des Berufs, des Publikumbildes, der wichtigen Qualifikationen, der Beurteilung der Berufsnormen Objektivität, Fairness und Distanz sowie die Einschätzung des Verhältnisses zu anderen Feldern (vgl. Buckow 2011, 21f; Donsbach 2005, 419). In qualitativen Interviews haben die Interviewpartner_innen außerdem die Möglichkeit, eigene Prioritäten zu setzen und Antworten zu geben, die in einem Kategorienschema im Vorfeld des Interviews noch nicht abgebildet worden waren. „Was Bourdieu zufolge wie ein Instinkt funktioniert und damit in der Regel unterhalb der Bewusstseinschwelle liegen dürfte, ist auf diese Weise aber eher aufzudecken als mit Ja-Nein-Antworten und Skalen zwischen eins und fünf“ (Meyen und Riesmeyer 2009, 47).

⁵¹ Während bei Journalismusstudien insgesamt die Methode der Inhaltsanalyse überwiegt (vgl. Löffelholz und Rothenberger 2011, 42), ist die Methode der Wahl bei den Journalist_innenstudien die Befragung (vgl. Donsbach 2005, 419).

Dieses Vorgehen wurde auch in der Studie „Religion bei Meinungsmachern“ der Religionssoziolog_innen Gabriel, Reuter und Gärtner (2012) gewählt, in der „Elite-Journalist_innen“ zu ihrer Religiosität sowie ihrem religiösen und professionellen Selbstverständnis befragt wurden. Die Verfasser_innen haben 18 nichtstandardisierte Interviews geführt, „die sich am ehesten als eine Kombination aus narrativ biographischen und Experteninterviews charakterisieren lassen“ (Gärtner, Gabriel, und Reuter 2012, 25). Die Interviewpartner_innen konnten so ihr eigenes Relevanzsystem entfalten. Die Forscher_innen interpretierten die Äußerungen dann „im Rahmen des Kontextes der Erzählung und rekonstruierten neben den subjektiven Deutungen und Einstellungen auch den latenten Sinn sowie habituelle Deutungs- und Handlungsmuster“ (2012, 22).

Die Handlungsrelevanz kann entweder von den Befragten selbst (systeminterne Beurteilung) oder von Expert_innen (systemexterne Beschreibung oder Beurteilung z.B. durch Wissenschaftler_innen) eingeschätzt werden. Scholl und Weischenberg (1998) stellen aber fest: „Die Selbstbeschreibung hat den Nachteil, dass sie nicht (extern) kontrollierbar ist; die Fremdbeschreibung wird dagegen den systeminternen Bedingungen möglicherweise nicht gerecht“ (Scholl und Weischenberg 1998, 162). Deshalb sollen in dieser Dissertation in erster Linie die Selbstzuschreibungen erhoben werden, diese aber abgeglichen werden mit der Darstellung von Expert_innen und dem Forschungsstand.

Ein Forschungsdesign auf den Schultern von Bourdieus Feldtheorie erfordert große Stichproben. Gesellschaftstheorien kleinen Einzelfallstudien zugrunde zu legen, kann zu Recht als unzulässiges Aufblähen einer sehr konkreten, im Vergleich zur Größe der Theorie zu kleinen Fragestellung kritisiert werden. Doch ist es zum einen trotzdem lohnenswert, auch einen Bereich des journalistischen Feldes, der nur bei genauem Hinsehen erkennbar ist, durch die Brille Bourdieus zu betrachten. Zum anderen ist es im Rahmen einer Dissertation ohne Hilfskräfte nicht möglich, Interviews mit einer größeren Anzahl von Journalist_innen zu führen, als hier geschehen. Das qualitative Vorgehen und die zeitintensiven Tiefeninterviews wiederum sind durch die Theorie bedingt und somit alternativlos.

Abbildung 2 zeigt den Fokus der Studie: links das journalistische Feld, in dem auch der öffentlich-rechtliche Rundfunk angesiedelt ist. Zu diesem wiederum gehören die Journalist_innen, die im Zentrum dieser Dissertation stehen, und für die hier beispielhaft ein_e Journalist_in rechts im Bild zu sehen ist. Die Darstellung des journalistischen Feldes mit der Anordnung der Medien innerhalb des Feldes orientiert sich an Hanitzschs (2007, 251) Abbildung des deutschen Mediensystems und nutzt zweidimensionale Koordinatensysteme, wie sie auch von Bourdieu angewendet wurden: Die vertikale Achse stellt das Kapitalvolumen dar, die horizontale die Kapitalstruktur. Am linken Rand des Feldes befindet sich der intellektuelle Pol, an dem das symbolische Kapital z.B. in Form von Anerkennung journalisti-

scher Leistungen durch Kolleg_innen besonders hoch, das ökonomische Kapital, also die kommerzielle Logik dagegen gering ausgeprägt ist. Dort befinden sich jene Medien, die über eine vergleichsweise hohe Autonomie verfügen, unter anderem, weil sie nicht von Anzeigekunden abhängen. Auf der rechten Seite, nahe dem kommerziellen Pol, befinden sich Zeitschriften wie der Playboy oder die Bild-Zeitung, die über geringes kulturelles, dafür aber viel ökonomisches Kapital verfügen und relativ wenig autonom sind.



Abbildung 2: Das journalistische Feld und die Verortung des_der Journalist_in. Eigene Darstellung

Beeinflusst wird die Logik des Feldes von anderen Feldern, wie etwa dem politischen, dem religiösen, vor allem aber dem ökonomischen Feld. Die Logik des letzteren wiederum wird durch die Vermittlung der Medien auch in die anderen Felder eingespeist. Externe Einflüsse wurden in der Grafik aus Gründen der Übersichtlichkeit allerdings ausgespart. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk bekommt die heteronomen Kräfte des ökonomischen Feldes weniger zu spüren als Medien, die zu einer Unternehmensgruppe gehören. Deshalb wurde er links angesiedelt, bei hohem kulturellem und geringem ökonomischen Kapital (vgl. Hanitzsch 2007, 252). Denn „am Machtpol des Feldes [...] kann man sich auch am ehesten der ökonomischen Logik und dem Einfluss, der von Publikum und Werbekunden ausgeht, entziehen“ (Meyen 2009, 323). Dabei ist fraglich, ob man den öffentlich-rechtlichen Rundfunk als Ganzes in das Schema einordnen kann, oder ob man nicht, Hanitzsch (2007, 251) folgend, lediglich die Positionen einzelner Sendungen abhängig von deren Prestige und Anspruch nachvollziehen kann, das sich in symbolischem Kapital niederschlägt. Für diese Studie wird das keinen großen Unterschied machen, da von den Interviewpartner_innen niemand für Boulevard-Magazine oder Unterhaltungssendungen tätig ist, sondern alle für anerkannte und prestigeträchtige Dokumentationssendeplätze, aktuelle Nachrichtensendungen oder wirtschafts- und sozialpolitische Magazine arbeiten. Die Darstellung der Positionen der Medienorganisa-

tionen im journalistischen Feld soll hier aber ohnehin nur illustrativen Charakter haben und erhebt nicht den Anspruch einer Kartographie des Feldes.

Die Darstellung des journalistischen Feldes und die Bestimmung der Position des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in Relation zu anderen Medienorganisationen im Feld ist notwendig, weil die Stellung der Medienorganisation im Feld Einfluss auf die Autonomie der dort tätigen Journalist_innen hat. Doch auch die Position der einzelnen Journalist_innen innerhalb der Medienorganisation bestimmt den Grad der Autonomie der journalistisch Tätigen. Denn die Struktur der objektiven Beziehungen zwischen den Akteur_innen legt laut Bourdieu fest, was die Journalist_innen tun können und was nicht. Deshalb sieht man als Vergrößerung eines Ausschnitts des journalistischen Feldes auf der rechten Seite der Abbildung den öffentlich-rechtlichen Rundfunk und einen dort tätigen Journalisten. Denn im Zentrum dieser Dissertation steht der Habitus der Journalist_innen, der nicht losgelöst von der Struktur des Feldes und den darauf einwirkenden Kräften betrachtet werden kann.

Die Feldtheorie legt laut Meyen und Riesmeyer nahe, „dass die Arbeit der Journalistinnen und Journalisten nicht nur von den Wünschen des Publikums, von ökonomischen Interessen (Reichweitenmaximierung, Werbewirtschaft) und von der Politik beeinflusst wird, sondern auch von der Logik des Feldes, über das sie vorzugsweise berichten“ (Meyen und Riesmeyer 2009, 22). Deshalb wurde die Auswahl auf jene wertebundene Journalist_innen beschränkt, die über spezifische Felder berichten: Das religiöse Feld im Fall der kirchennahen Journalist_innen, das politische und ökonomische Feld bei den gewerkschaftsnahen Journalist_innen.

Das Handeln der Journalist_innen hängt darüber hinaus von deren individuellen Kapitalbesitz ab, also der Ausstattung mit kulturellem, ökonomischen, sozialen und symbolischen Kapital. Innerhalb des Habitus werden als „opus operatum“ Sozialisation und Lebenssituation, individueller Kapitalbesitz, Lebenslauf und Karriere untersucht, darüber hinaus die Arbeitsbedingungen und die Autonomie, aber auch als „modus operandi“ die Tätigkeiten, das Publikumsbild und die Wirkungsvorstellungen. Diese Unterscheidung, aber auch die Einbettung der Journalist_innen im Feld, werden sich wiederfinden in der Struktur des Leitfadens, dem Kategoriensystem der inhaltsanalytischen Auswertung und der Darstellung der Ergebnisse.

3.2 Operationalisierung der Befragung

Grundgesamtheit und Repräsentativität

Um die Grundgesamtheit der wertebundenen Journalist_innen zu bestimmen, müsste definiert werden, wie viele Journalist_innen es gibt, wie viele von ihnen als wertebunden im Sinne der hier zugrundegelegten Definition gelten, wie viele als gewerkschaftlich und wie viele kirchlich gebunden sind und sich beruflich mit den Themen von Gewerkschaften und Kirchen beschäftigen. Das gestaltet sich aus mehreren Gründen schwierig: Wie viele gewerkschaftlich gebundene Journalist_innen es gibt, ist unklar. Selbst über die Zahl der in Gewerkschaften und Berufsverbänden organisierten Journalist_innen gibt es keine eindeutigen Angaben. Die Journalist_innen in ver.di sind in Fachbereich 8 „Medien, Kunst und Industrie“ und dort in der Fachgruppe „Medien“ angesiedelt (Nehls 2009). Diese wiederum ist unterteilt in Arbeitsfelder: öffentlich-rechtlicher Rundfunk, privater Rundfunk, Film, Kino und die Journalistinnen- und Journalisten-Union dju. In letzterer sind vor allem Print-Journalist_innen organisiert, da diese aus der IG Druck und Papier hervorging. Insgesamt hat die dju rund 18.000 Mitglieder, die Gruppe öffentlich-rechtlicher Rundfunk besteht aus etwa 10.000 Mitgliedern, davon 2.500 Journalist_innen. Auch andere Berufsverbände liefern Zahlen. Da es für den Journalismus nicht einen Berufsverband gibt sondern diverse⁵², wobei Doppelmitgliedschaften nicht ausgeschlossen sind, sind solche Zahlen aber nicht in jedem Fall aussagekräftig.

Außerdem beziehen Berufsverbände in der Regel mehr Personengruppen in ihre Definition ein als Kommunikationsforscher (Raabe 2008). Nach Definition des Deutschen Journalisten Verbandes DJV etwa gehört die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit zum journalistischen Beruf (DJV 2009, 5).⁵³ Auch nach Auffassung der Deutschen Journalistinnen- und Journalisten-Union in ver.di dürfen sich Mitarbeiter_innen der Pressearbeit Journalist_innen nennen. Die dju schließt lediglich nachrichtendienstliche Tätigkeiten aus (dju 2006). Die Verbände beziehen damit „einen möglichst umfassenden Kreis von Personen ein, die in Kommunikationsberufen tätig sind. Dies ist nicht zuletzt berufspolitisch für die Verbände selbst (hohe Mitgliederzahlen) sowie für die jeweils Betroffenen (Tarifverträge) von besonderer Bedeutung“ (Pürer 2003, 118). In wissenschaftlichen Arbeiten wird hingegen keineswegs unter Journalismus immer auch die Pressearbeit von Unternehmen verstanden (vgl. u.a. Esser und Weßler 2002, 171; Weischenberg et al. 2006). Auch wenn es verlässliche Angaben über die

⁵² Zum Beispiel Deutscher Journalisten Verband (DJV), Deutsche Journalistinnen- und Journalisten-Union in ver.di (dju), Verband der freien Journalist_innen „Freischreiber“.

⁵³ Werbung oder versteckte werbliche Informationen sind nicht Teil der journalistischen Arbeitsfelder. Außerdem seien journalistische Berichterstattung und PR-Aktivitäten „in ein und derselben Sache [...] unzulässig“ (DJV 2009, 5).

Zahl der in Gewerkschaften organisierten Journalist_innen gäbe, würden diese nichts über die Motivation, Mitglied zu sein, aussagen, erst recht nichts über den Grad der Gebundenheit und die ideologische Nähe.

Gleiches gilt für die kirchlich gebundenen Journalist_innen. So stellt Berrens (2010) in ihrer Magisterarbeit über die Kirchennähe von Journalist_innen fest, die reine Konfessionszugehörigkeit sage

„nicht zwingend etwas über die eigene Kirchennähe oder -ferne der Befragten aus. So gaben 22 von 71 Kirchenmitglieder an, dass sie sich zwar als Christ fühlten, ihnen die Kirche aber nicht viel bedeute. Gleichzeitig gaben jedoch fünf von 32 Ausgetretenen an, dass sie sich (trotz ihres Austritts) der Kirche verbunden fühlten“ (Berrens 2010, 52).

Deshalb unterscheidet sie zwischen kirchenfernen und kirchennahen Christen. Die Zugehörigkeit zu den Konfessionen unterscheidet sich laut Berrens nicht vom Durchschnitt der Bevölkerung: etwa zwei Drittel sind katholisch oder evangelisch.

Die Gebundenheit wird in dieser Studie an der Mitgliedschaft und darüber hinausgehendem Engagement in Kirche oder Gewerkschaft und dem Bekenntnis zu den Werten der Organisation festgemacht. Mitgliedschaft alleine ist dabei keine hinreichende Bedingung, weil sie zwar als Manifestation und letzte Konsequenz der ideologischen Nähe verstanden werden könnte, diese Interpretation aber außer Acht lässt, dass es auch andere Gründe für eine Mitgliedschaft geben kann. Die Mitgliedschaft in der Kirche ist in der Regel keine bewusste Entscheidung des Mitglieds, sondern dessen Eltern. Die Hürde für einen Austritt ist hoch, weshalb, wie in Kapitel 2.4.2 dargestellt, nicht alle Kirchenmitglieder eine Verbundenheit mit der Kirche aufweisen. Eine Gewerkschaftsmitgliedschaft ist zwar eine bewusste Entscheidung, doch der Grund für den Beitritt kann auch ein konkretes arbeitsrechtliches Problem sein, das die Mitgliedschaft vorteilhaft erscheinen lässt, ohne dass eine Zustimmung zu den gewerkschaftlichen Werten insgesamt besteht. Für Journalist_innen gäbe es einen weiteren triftigen Grund, Mitglied zu werden: Die Gewerkschaft ver.di stellt Presseausweise aus, die für Journalist_innen im Berufsalltag nützlich sind.

Die Journalist_innen müssen sich, um der Untersuchungsgruppe in dieser Arbeit anzugehören, zu den Werten der Organisationen bekennen und sich selbst als wertebunden oder ideologisch gebunden bezeichnen. Die Zuordnung zur Grundgesamtheit findet in dieser Studie also durch Selbstzuschreibung statt.⁵⁴ Diejenigen Journalist_innen, die sich als wertebunden

⁵⁴ Damit wird ein ähnlicher Ansatz gewählt wie von Lünenborg und Berghofer (2010), die davon ausgehen, dass aufgrund der Auflösung traditioneller Redaktionsstrukturen „Politikjournalismus [...] nicht ausschließlich von Journalisten gemacht [wird], die sich dem Ressort Politik zuordnen oder formal einem solchen Ressort zugeordnet sind“ (Lünenborg und Berghofer 2010, 3). Die Grundgesamtheit ergibt sich deshalb nicht durch Ressortzuordnung, sondern durch Selbstzuweisung. Dadurch können „differenzierte Aussagen über Politikjournalisten in Deutschland über Mitglieder des Politikressorts hinaus getroffen werden“ (ebd.). Ermittelt wurde die Grundgesamtheit auf Basis des Branchenverzeichnisses Zimpel und der Journalistendatenbank MEDIAtlas; 5504 Politikjournalist_innen wurden auf diese Art ermittelt.

bunden in Bezug auf Gewerkschaft oder Kirche verstehen und von sich selbst sagen, in ihrem beruflichen Alltag Themen dieser Organisationen zu bearbeiten, bilden die Grundgesamtheit. Da Religionsthemen in den öffentlich-rechtlichen Sendern in der Regel von den Kirchenredaktionen bearbeitet werden, wurden kirchengebundene Journalist_innen nur in diesem Umfeld gesucht. Bei den Gewerkschaften gestaltet sich die Eingrenzung schwieriger, da Themen der Gewerkschaften in verschiedenen Ressorts (z.B. Politik, Sozialpolitik, Wirtschaft, Lokales) vorkommen. Bei beiden Gruppen besteht die Schwierigkeit der Fremdzuschreibung einer Wertegebundenheit und des Fehlens einer Übersicht über werteegebundene Journalist_innen mit Angabe des Ressorts, so dass die Grundgesamtheit nicht benannt werden kann. Mit diesem Problem sind auch andere Studien konfrontiert. So stellen Obermaier und Koch (2013, 415) fest, ihre Studie über freie (PR-)Journalist_innen sei keineswegs repräsentativ für freie Journalist_innen in der Doppelrolle, denn durch die fehlende Pflicht, sich zu registrieren oder Nebentätigkeiten offenzulegen, sei die Grundgesamtheit unbekannt.

Diese Studie geht durch die Selbstzuschreibung der Definition der Grundgesamtheit aus dem Weg, indem sie Bourdieu folgt, der all jene zu einem Feld zuordnet, „die die Einsätze interessiert, um die dort jeweils gespielt wird“ (Meyen und Riesmeyer 2009, 52). Nach dieser Definition ist also Journalist_in, wer sich zum Selbstverständnis von Journalist_innen befragen lässt, sich also selbst der Untersuchungsgruppe zuordnet. Und bezogen auf die werteegebundenen Journalist_innen gehören all jene dazu, die sich selbst so bezeichnen. Darüber hinaus erhebt diese Studie keinen Anspruch auf Repräsentativität.⁵⁵ Es können keine Aussagen über alle Journalist_innen in Deutschland⁵⁶, nicht einmal über öffentlich-rechtliche Journalist_innen, alle Kirchenredakteur_innen oder gewerkschaftsnahe Journalist_innen getroffen werden.

⁵⁵ „Repräsentativität beschreibt die Annahme der standardisierten Sozialforschung, dass von Aussagen über eine Teilmenge [...] auf die Gesamtmenge [...] geschlossen werden kann“ (Malik 2011, 259). Den Repräsentationschluss könne man aber nur ziehen, so Malik, wenn „die untersuchte Stichprobe [...] in wesentlichen Merkmalen der Grundgesamtheit entspricht, über welche Aussagen getroffen werden sollen“ (2011, 159). Hoher Aufwand und Kosten machen es in der Regel unmöglich, alle Journalist_innen zu befragen, „über die mit der Studie Auskunft gegeben werden soll“ (ebd.). Um dem Anspruch der Repräsentativität zu genügen, muss die Grundgesamtheit definiert werden. Durch das Auswahlverfahren der Befragungspersonen muss sichergestellt werden, dass die Grundgesamtheit durch die Stichprobe repräsentiert wird.

⁵⁶ Aussagen für alle Journalist_innen treffen zu wollen, erscheint ohnehin anmaßend. Je nachdem, wen man als Journalist_in bezeichnet, ändert sich auch die Größe der Grundgesamtheit. Denn auch die Tätigkeitsbeschreibungen und Abgrenzungen zu anderen Berufen sind nicht eindeutig geregelt, wodurch die Gruppe derer, die sich Journalist_innen nennen können, sehr heterogen wird (vgl. u.a. Malik 2011, 259f; Raabe 2008). Da Journalist_in keine geschützte Berufsbezeichnung und Journalismus kein geschützter Beruf ist, den man ohne bestimmte Ausbildung oder formale Qualifikation ausüben kann, lässt sich die Gruppe der Journalist_innen schwer eingrenzen. Denn „aufgrund der geforderten Berufsfreiheit und des offenen Berufszugangs ist eine definitive Festlegung dessen, was Journalismus genau ausmacht und wo Journalismus aufhört, schwierig“ (Esser und Weßler 2002, 169). Die Offenhaltung des Zugangs zum Beruf des der Journalist_in ergibt sich aus Artikel 5 des Grundgesetzes, der garantierte Meinungsfreiheit aller Staatsbürger_innen. Eine Extremposition in der Diskussion um den Zugang zum Beruf ist, dass mit Verweis auf Art. 5 „selbst allgemeinste Mindestanforderungen etwa an die berufliche Ausbildung verfassungswidrig seien“ (Langenbacher 2008, 16).

Stichprobe und Rekrutierung der Interviewpartner_innen

Untersuchungsobjekte dieser Studie sind Journalist_innen (Einzelpersonen) deutscher öffentlich-rechtlicher Rundfunksender (Hörfunk und TV), die eine große ideologische Nähe zu den gesellschaftlichen Organisationen Kirche (evangelische oder katholische Amtskirche) oder Gewerkschaften (DGB-Mitgliedsgewerkschaften) aufweisen und gleichzeitig in oder für Redaktionen arbeiten, die sich inhaltlich mit Themen beschäftigen, die in den Interessenhorizont dieser Organisationen fallen.

Notwendige Bedingungen für die Zugehörigkeit zur Untersuchungsgruppe sind folgende Faktoren:

- freie oder feste Arbeit für öffentlich-rechtliche Sender,
- journalistische Arbeit zu Themen von Gewerkschaften oder Kirchen,
- Wertegebundenheit an Kirchen oder Gewerkschaften.

Die Wertegebundenheit wird dabei operationalisiert als Mitgliedschaft in der jeweiligen Organisation und darüber hinausgehendem Engagement, was wiederum festgemacht wird an der Teilnahme an Veranstaltungen der Organisationen in der Freizeit, der Übernahme von Ämtern, der Mitarbeit in Gremien oder dem öffentlichen Bekenntnis zur Organisation. Entscheidend ist aber vor allem die Selbstzuschreibung als wertebunden in Bezug auf Gewerkschaften oder Kirchen, weshalb in zwei Fällen das Kriterium der Mitgliedschaft in einer DGB-Gewerkschaft zum Zeitpunkt des Interviews als nachrangig eingestuft wurde.

Die Stellung innerhalb der Redaktion, die Art der Beschäftigung beim Sender, Geschlecht, Alter, Herkunft oder die genaue Kirchen- oder Gewerkschaftszugehörigkeit (evangelisch/katholisch, ver.di/IG Metall/IGBCE/GEW o.ä.) spielten bei der Auswahl keine Rolle, wenngleich angestrebt war, im Falle der Kirchen eine möglichst ausgewogene Besetzung zu erreichen. In der Auswertung werden diese Variablen berücksichtigt, weil von einer Abhängigkeit des Rollenselbstverständnisses von diesen Faktoren ausgegangen wird.

Es wurde darauf geachtet, dass die Journalist_innen bei verschiedenen öffentlich-rechtlichen Sendern arbeiten, aber mindestens ein_e kirchlich gebundene_r Journalist_in und ein_e gewerkschaftlich gebundene_r Journalist_in pro Sender befragt wird. Dadurch ergibt sich eine Vergleichbarkeit zwischen kirchen- und gewerkschaftsnahen Journalist_innen innerhalb und zwischen den Sendern, denn die unabhängigen Variablen sind bei den Sendern jeweils gleich: die redaktionelle Leitlinie, die politischen und gesellschaftlichen Zustände im Sendegebiet, die rechtlichen Rahmenbedingungen im Rundfunkstaatsvertrag etc.

Da die Interviewpartner_innen eine große Nähe zu Kirchen oder Gewerkschaften haben sollten, erschien es sinnvoll, die Organisationen in die Suche einzubinden. Gewerkschaftlich

aktive Journalist_innen wurden über die Gewerkschaften, die Personalräte und über in Rundfunkräten aktive Gewerkschafter_innen gesucht. Die Recherche der Internetauftritte wirtschafts- und sozialpolitischer Redaktionen ergab keinerlei Hinweise auf gewerkschaftliches Engagement einzelner Journalist_innen, deshalb waren hier Gatekeeper unabdingbar. Es wurden verschiedene Kanäle bespielt, die mit großer Wahrscheinlichkeit Angehörige der Untersuchungsgruppe erreichen konnten.

Die kirchlichen Journalist_innen waren leichter zu finden, weil sie in der Regel offen mit ihrem Engagement für die Kirche umgehen. Außerdem sind sie in klar abgegrenzten Redaktionen zusammengefasst. Sie arbeiten mit den Rundfunkbeauftragten der Kirchen zusammen und sind untereinander vernetzt. Bei diesen Journalist_innen war also nicht das Auffinden, sondern das Überreden zur Teilnahme eine Hürde, die es zu nehmen galt. In beiden Fällen wurde die Schneeballtechnik genutzt: die Interviewpartner_innen wurden nach weiteren möglichen Interviewpartner_innen gefragt. Bei den kirchennahen Journalist_innen war diese Methode sehr erfolgreich, bei den gewerkschaftsnahen nicht.

Mit den wertegebundenen Journalist_innen wurden leitfadengestützte, problemzentrierte Interviews geführt. Darüber hinaus wurde der Chefredakteur des ZDF Peter Frey befragt, um die Aussagen der Interviewpartner_innen aus Sicht eines Entscheiders spiegeln zu können. Außerdem wurde ein Interview mit Inez Kühn, der damaligen Fachgruppenleiterin Medien in ver.di, geführt, das Einblicke in das gewerkschaftliche Engagement von Journalist_innen geben sollte.

Fragebogen und Leitfragen

Biographische Daten, die formale Stellung in der Redaktion und die Mitgliedschaften in Organisationen wurden in einem teilstandardisierten Fragebogen abgefragt, in der Regel ohne Vorgabe von Antwortkategorien. Im Anschluss daran wurden leitfadengestützt offene Fragen zu Berufsverständnis, Einstellungen, Engagement etc. gestellt. Ein Leitfaden war nötig, weil durch ihn sichergestellt werden konnte, dass in allen Interviews die gleichen Themenblöcke besprochen wurden und die Gespräche strukturiert wurden. Der Leitfaden hatte dabei die Funktion, „Anregungen bei stockendem Gesprächsfluss zu liefern“ und diente „als Orientierungsrahmen und Gedächtnisstütze für den Interviewer“ (Nawratil 2009, 325).

In Anlehnung an Meyen und Riesmeyer (2009, 56; vgl. auch Bauer 2011, 118) wurde der Leitfaden in zwei Themenkomplexe geteilt, die nicht chronologisch, aber in der Regel vollständig in den Interviews abgefragt wurden: zum einen wurden die Dispositionen (Alter, Geschlecht, Lebensphase) erhoben, Fragen zu Sozialisation und individuellem Kapitalbesitz gestellt. Diese Fragen sind dem Habitus als „opus operatum“ zuzuordnen, der strukturierten

Struktur, also all dessen, was in der Vergangenheit liegt. Der zweite Themenkomplex beschäftigte sich mit der aktuellen Situation, der strukturierenden Struktur („modus operandi“), den Arbeitsbedingungen, also der Position des Senders und der Redaktion im journalistischen Feld, der Stellung in der Redaktion, der Autonomie der Medienorganisation und des_der Interviewpartner_in. Außerdem wurden Fragen zum Arbeitsalltag und Selbstverständnis gestellt: Welches Publikumsbild, welche Wirkungsvorstellungen und welche ethischen Vorstellungen von Journalismus haben die Interviewpartner_innen, womit beschäftigen sie sich im Arbeitsalltag und welche Ziele verfolgen sie?

Im dritten Teil des Interviews wurden den Interviewpartner_innen Karten vorgelegt, auf denen die von Meyen und Riesmeyer entwickelten Typen von Journalist_innen aufgedruckt waren, und die Bitte formuliert, diese Karten nach selbst gewählten Kriterien sortieren und sich selbst einzuordnen. In der Regel wählten die Journalist_innen als Kriterium für die Sortierung normative Ansprüche an Journalismus, also die Frage, was Journalismus sein sollte und was nicht.

Bei den ersten Interviews wurde noch eine strikte Trennung dieser drei Teile vorgenommen, und das Aufnahmegerät erst mit Beginn des zweiten Teils eingeschaltet. Der Fragebogen diente nur der Abfrage der Daten. Ursprünglich war geplant, den Fragebogen vorher per Mail zu verschicken und ausgefüllt vor dem Interview entgegen zu nehmen. Es stellte sich allerdings heraus, dass viele Journalist_innen schon bei der Frage nach der Ausbildung, ihren Eltern oder ihren Mitgliedschaften Erklärungen zu Motiven und Hintergründen lieferten, die einige der Fragen im Leitfaden überflüssig machten. Deshalb wurden in den nächsten Interviews auch die Fragen im Fragebogen als Gesprächsaufforderung genutzt und das Aufnahmegerät von Anfang an gestartet. Die Gewichtung der drei Teile verschob sich je nach Temperament der Interviewpartner_innen. Einige redeten schon beim Fragebogen so viel, dass kaum noch Fragen aus dem Leitfaden übrig waren. Andere beantworteten alle Fragen des Bogens und des Leitfadens so sachlich und knapp, dass frühzeitig in die Typologie übergegangen werden musste, um diese als Erzählaufforderung zu nutzen.

Die Interviews wurde im Zeitraum März 2013 bis August 2013 geführt. In der Regel fanden sie in den Büros oder an anderen von den Interviewpartner_innen selbst gewählten Orten statt. Sie dauerten zwischen einer Stunde und zweieinhalb Stunden, im Durchschnitt etwas mehr als eine Stunde. Mit Ausnahme eines Interviews wurden alle mit einem Diktiergerät aufgezeichnet und anschließend transkribiert, wobei die gesprochene Sprache in Schriftdeutsch übertragen wurde. Ein Interviewpartner war mit der Aufnahme nicht einverstanden. Er beantwortete die Fragen stattdessen langsam und machte Sprechpausen, so dass die Antworten vollständig mitgeschrieben werden konnten. Zu jedem Interview wurde darüber hinaus direkt im Anschluss ein Protokoll angefertigt, in dem Besonderheiten festgehalten wur-

den. Wurde das Interview z.B. besonders häufig durch Telefonanrufe unterbrochen? Wie hat der_die Interviewpartner_in darauf reagiert? Wirkte der_die Interviewpartner_in gehetzt oder war es eine ruhige, entspannte Gesprächssituation ohne Zeitdruck? Was geschah vor dem Einschalten des Aufnahmegeräts und was danach?

3.3 Die inhaltsanalytische Auswertung der Interviews

Alle Interviews wurden transkribiert, wobei sie in Schriftdeutsch übertragen wurden und nur Sprechpausen, Gesichtsausdrücke oder sonstige nonverbale Äußerungen, die von Bedeutung zu sein schienen, notiert wurden. Im Zuge der Transkription wurden die Interviews vollständig anonymisiert. Einige der Interviewpartner_innen hatte um Diskretion und vollständige Anonymität gebeten. Die personenbezogenen Daten werden deshalb nicht einzeln aufgeführt, sondern aus dem Zusammenhang genommen und vom Leitfadeninterview getrennt. Senderbezeichnungen, Personennamen, Sendungsnamen und anderen Begriffen, die zur Identifizierung der Interviewpartner_innen führen können, wurden durch standardisierte Codes ersetzt. Die Interviewpartner_innen wurden mit anonymisierten Kürzeln benannt: Gewerkschaftsnahe Journalist_innen mit G01 bis G12, die kirchennahen mit K01 bis K11. Wie auch in anderen Studien wurde hier darauf verzichtet, alle Verweise und Zitate mit dem Kürzel der Interviewten zu versehen, da unter Umständen durch das Zusammensetzen der einzelnen ‚Schnipsel‘ und der Informationen im Umfeld des Zitats Rückschlüsse auf die Identität der Befragten möglich wären. Außerdem hat die Angabe des Kürzels nach Meinung der Verfasserin nicht an allen Stellen einen Mehrwert. Die Geschlechtsbezeichnung findet, wenn sie nicht relevant ist, rein zufällig statt. Wenn ein Statement eine_r Interviewpartner_in mit „er sagt“ eingeleitet wird, bedeutet das also nicht zwangsläufig, dass die Person tatsächlich männlich ist. Bei besonders brisanten Aussagen wird durchgängig gegendert, um Spekulationen über die Identität der Aussagenproduzent_innen vorzubeugen. Nötig ist dieses Vorgehen, weil vor allem die Gruppe der kirchennahen Journalist_innen in den Kirchenredaktionen überschaubar ist und eine Identifizierung anhand weniger Rahmendaten für Involvierte leicht möglich ist.

Ausgewertet werden die Interviews mit einer qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring (2010). Die Interviews wurden computergestützt den im Kategoriensystem festgelegten Codes zugeordnet, paraphrasiert, generalisiert und für die einzelnen Kategorien zusammengefasst. So konnte das Interviewmaterial strukturiert und kontextualisiert werden.

Die Kategorien orientierten sich am Vorgehen von Meyen und Riesmeyer (vgl. 2009, 63). Das Code-Buch besteht aus Kategorien, die dem Habitus als „opus operatum“ zuzuordnen sind (Geschlecht, Alter, Sozialisation, Mitgliedschaften, berufliche Laufbahn), und jenen, die

dem „modus operandum“ zuzuordnen sind (Position im journalistischen Feld, ökonomisches und journalistisches Kapital der Redaktion, Anstellungsverhältnis, Selbst- und Auftragsverständnis, ethische Vorstellungen von Journalismus, Medienwirkungsvorstellung, Ziele, Publikumsbild etc.). Äußerungen über den öffentlich-rechtlichen Rundfunk oder die medienpolitischen Bedingungen in Deutschland wurden als Kontextvariablen erfasst.

Die Reliabilität wurde durch Re-Tests, also durch mehrmaliges Codieren der gleichen Textstellen mit dem gleichen Ergebnis, sichergestellt (vgl. Mayring 2010, 116). Die intersubjektive Nachvollziehbarkeit als Gütekriterium sozialwissenschaftlicher Forschung hätte durch eine Codierung durch eine zweite Person nachgewiesen werden können (vgl. 2010, 117), was in diesem Fall aber nicht vorgenommen wurde.

3.4 Methodische Schwierigkeiten dieser und anderer Studien

Verzerrungseffekte durch Stichprobenziehung

Die Art der Stichprobenziehung kann zu mehreren Verzerrungseffekten führen. Die kirchennahen Journalist_innen wurden mithilfe der Schneeballtechnik rekrutiert; ein_e Interviewpartner_in hat an die_den nächste_n verwiesen. Dadurch ist nicht auszuschließen, dass diejenigen, die die Namen weiterer möglicher Interviewpartner_innen genannt haben, bereits eine Auswahl nach inhaltlichen, nicht näher bekannten Kriterien getroffen haben. Bei einigen wurden die Gründe für die Empfehlung offengelegt, bspw. zeichne sich der Genannte durch eine besondere Distanz zur Kirche aus oder die andere sei auffallend nah dran an kirchlichem Geschehen. In der Regel kann davon ausgegangen werden, dass die Interviewpartner_innen nicht repräsentativ für alle kirchennahen Journalist_innen stehen.

Eine weitere mögliche Verzerrung entsteht durch die Selbstzuschreibung. Nur diejenigen sind Teil der Untersuchung geworden, die sich angesprochen fühlten von dem gesuchten Profil. Wer sich selbst nicht als wertebunden empfindet, hat nicht teilgenommen. Gleichzeitig kann davon ausgegangen werden, dass diejenigen, die teilgenommen haben, sich bereits mit ihrer eigenen Nähe zu Kirche oder Gewerkschaft auseinandergesetzt haben. Möglicherweise versuchten sie in den Interviews einem Bild zu entsprechen, das sie in Vorbereitung auf das Interview entwerfen konnten. Auch aus diesem Grund wurden im Vorfeld der Interviews nur wenige Informationen über das Thema des Interviews preisgegeben und keine vorbereitenden Gespräche geführt.

Beschränkte Aussagekraft von Selbstauskünften

Eine methodische Herausforderung für Befragungsstudien aller Art ist die begrenzte Aussagefähigkeit durch Selbstauskünfte. Insbesondere bei zu allgemeinen Fragen geben die Antworten „allenfalls Auskunft über die Reflexionsfähigkeit der befragten Journalisten und nicht über ihr tatsächliches Handeln“ (Weischenberg und Scholl 2002, 518).

In seiner Dissertation untersuchte Krüger den Einfluss von Eliten auf Leitmedien und „Alpha-Journalisten“, wobei er zwei Fragen stellt: Zum einen die nach der Nähe von Journalist_innen zur Macht, zum anderen die nach „Leerstellen und Tabus in der Berichterstattung“ und nach der „Konformität der journalistischen Inhalte mit der Elite-Diskussion“ (U. Krüger 2013, 22). Krügers Arbeit steht vor dem gleichen Problem wie die vorliegende Dissertation: Der kausale Zusammenhang zwischen persönlicher Nähe zu einer Organisation und dem journalistischen Handeln kann nicht bewiesen werden.

„Der Schluss vom einen auf das andere kann nur plausibel sein, nicht zwingend; stets kann eine persönliche Nähe folgenlos bleiben und eine vermeintliche Leerstelle oder Auffälligkeit im journalistischen Output eine andere Ursache haben, und stets werden die Akteure, wenn man sie dazu befragt, darauf abheben. Es wird also nicht um Beweise gehen (können), sondern um Indizien“ (U. Krüger 2013, 22).

In vorliegender Dissertation wird das Problem weiträumig umgangen, indem von vornherein nicht der Anspruch, journalistisches Handeln zu beurteilen, sondern die Selbstwahrnehmung der Journalist_innen im Fokus der Untersuchung steht.

Das Verlassen auf Selbstauskünfte ist ein häufig genannter Kritikpunkt an Studien wie der von Weischenberg et al. (Scholl und Weischenberg 1998; Weischenberg et al. 2006). Die Ergebnisse seien kritisch zu hinterfragen, weil die Befragten der Studie gewusst haben dürften, bemerken Meyen und Riesmeyer, „was man von Journalisten erwartet“ (2009, 16). Eine Befragung führt zur Konstruktion und Filterung durch den Befragten sowie den Wissenschaftler_innen. Deshalb warnt Quandt: „Differenzen zwischen dem empirischen Handlungsgeschehen und den Befragungsreflexionen [sind] nie ganz auszuschließen, in vielen Fällen sogar wahrscheinlich“ (Quandt 2011, 277). Deshalb muss mit Kontrollfragen, skalierten Antworten oder den Abgleich der Selbstauskünfte mit dem tatsächlichen Handeln (z.B. durch Beobachtung oder Inhaltsanalyse) dem Problem der sozial erwünschten Antworten entgegengewirkt werden – zumal gerade die Untersuchungsgruppe der Journalist_innen durch die eigene berufliche Praxis mit dem Instrument der Befragung vertraut ist, Muster durchschaut und Erwartungen reflektiert.

Deshalb muss klar sein, dass alle in dieser Arbeit dargestellten Äußerungen der Journalist_innen über ihr Selbstbild, ihre professionellen Normen und ihre Berufsausübung ledig-

lich subjektive Realitätskonstruktionen sein können und sich einer objektiven Überprüfbarkeit entziehen.

Reaktivität und soziale Erwünschtheit

Fehlerquellen in Interviews sind vielfältig. Diekmann (1998, 382) unterscheidet zwischen drei Kategorien von Fehlerquellen: Befragtenmerkmale, Fragemerkmale und Merkmale des Interviewers. Zu den Befragtenmerkmalen gehört der Einfluss sozialer Erwünschtheit, also die „Neigung zu soziale erwünschten Antworten“ (Scheufele und Engelmann 2009, 143).

„Der Effekt sozialer Erwünschtheit bezeichnet die Verzerrung der Antworten bei Befragungen, die dadurch bedingt ist, dass die Befragten einer (unterstellten) gesellschaftlichen Norm (stärker) entsprechen wollen als dies in Wirklichkeit der Fall ist“ (Schönhagen 2009, 310).

Auf als bedrohlich empfundene Fragen wird also „mit einer (vermeintlich) normativ angepassten Antwort vom Befragten [geantwortet und] die Selbstpräsentation des Befragten [...] in die Richtung einer (vermeintlich) positiven Selbstdarstellung verzerrt“ (Scholl 2009, 225). Denn „das Interview ist freilich eine ausgesprochen reaktive Erhebungsmethode“ (Diekmann 1998, 371). Es werden also möglicherweise Antworten gegeben, von denen angenommen werde, dass sie bei anderen Menschen auf Akzeptanz stoßen (vgl. Pürer 2003, 319), weil die Befragten „bewusst oder unbewusst – ihr Antwortverhalten den in unserer Gesellschaft allgemein akzeptierten Wertvorstellungen“ anpassen (Pürer 2003, 530). Sozial erwünschte Verhaltensweisen und Einstellungen gelten nicht universell, sondern sind kulturspezifisch, milieuabhängig und persönlichkeitsstypisch (vgl. Scholl 2009, 219). „Die Selbstpräsentation hängt von der durch die soziale Umgebung bestimmten Rollenerwartungen für bestimmte Situationen ab“ (Scholl 1993, 69). Anfällig für den Einfluss sozialer Erwünschtheit sind vor allem Untersuchungen „sensibler oder heikler Themen“ (Möhring und Schlütz 2010, 62; Scholl 2009, 222), wozu sicherlich auch die Frage nach der Unabhängigkeit und Objektivität von Journalist_innen gehört. Deshalb besteht möglicherweise eine Differenz zwischen den Einstellungen und der Kommunikation dieser Einstellung, darüber hinaus möglicherweise keine Konsistenz zwischen Einstellung und Verhalten, bzw. Einstellungsäußerung und Verhaltensäußerung (vgl. Scholl 1993, 155ff).

Um die Effekte sozialer Erwünschtheit soweit wie möglich zu reduzieren, wurde den Interviewpartner_innen Anonymität zugesichert (vgl. Möhring und Schlütz 2010, 63; Scholl 1993, 71), wurden neutrale Fragestellungen gewählt (vgl. Diekmann 1998, 384). Verzerrungen aufgrund sozialer Erwünschtheit sind auch dann geringer, wenn die Ähnlichkeit zwischen Interviewer und Befragtem groß ist. „Wenn ein Befragter den Interviewer als ‚seinesgleichen‘ einstuft und ihm ähnliche Einschätzungen zuschreibt kann die Anpassung an die vermutete Meinung des anderen geringer ausfallen“ (Möhring und Schlütz 2010, 52). Im Fall

dieser Studie konnte zumindest eine der Untersuchungsgruppen von einer geringen Distanz zwischen Interviewerin und Befragtem ausgehen, da die Rekrutierung der gewerkschaftsnahen Journalist_innen über gewerkschaftliche Kanäle geschah und die Anrede als „Kolleg_in“ eine Übereinstimmung in den Werten nahelegte. Allerdings war die soziale Distanz zu den Interviewpartner_innen, abgesehen von der gemeinsamen Gewerkschaftsmitgliedschaft, groß.

Scholl empfiehlt, das Interview als soziale Situation von sonstigen Alltagssituationen abzukoppeln, damit das Interview als geschützter Raum empfunden wird und normative Alltagserwartungen nicht auf das Interview übertragen werden (vgl. Scholl 2009, 220). Da die Wahl des Intervieworts den Journalist_innen überlassen wurde, konnte darauf allerdings kein Einfluss genommen werden. In der Regel fanden die Interviews an den Arbeitsplätzen der Journalist_innen statt oder in anderen Alltagssituationen der Interviewpartner_innen.

Vergleichbarkeit und Verallgemeinerung

Viele Studien unternehmen den Versuch, die Ergebnisse mit Befunden anderer Studien zu vergleichen. In der Regel beziehen sie sich auf die Journalist_innenstudie von Weischenberg et al. (2006). Aus den oben genannten Schwierigkeiten der Definition der Grundgesamtheit und der Ziehung der Stichprobe folgt aber auch, dass Vergleiche nur schwer zu rechtfertigen sind. Zwar können die Ergebnisse von Studien über spezielle Fachjournalist_innen oder Mediengattungen mit den Ergebnissen großer Journalist_innenstudien abgeglichen werden. Mehr als Feststellungen, was Weischenberg et al., Riesmeyer und Meyen oder Schönbach et al. zu einer ähnlichen Fragestellung mit einer in der Regel anders gearteten Methode und Stichprobe herausgefunden haben, sind aber in der Regel nicht möglich.

Da die Gruppe der Journalist_innen relativ klein und überschaubar ist, sind die Beobachtungen in der Journalismusforschung meist Case-Studies und Einzelfallbeschreibungen, womit sich das bei Einzelfallstudien übliche Problem der Verallgemeinerung und Übertragbarkeit (vgl. Quandt 2011, 280) stellt. In Einzelfallstudien kann zwar eine Vielzahl von Merkmalen erfassen, aber nur für eine sehr begrenzte Auswahl von Fällen, „deren Übertragbarkeit auf andere Fälle – sei es z.B. in anderem medialen Kontext oder zu anderen Zeitpunkten – unklar bleibt“ (ebd.), worauf auch Scheufele und Engelmann (2009, 28) hinweisen. Darüber hinaus stellt sich die generelle Frage, ob man Aussagen von Individuen „zu Aussagen über größere Einheiten (journalistische Organisation, ein journalistisches System)“ (Malik 2011, 260) verdichten darf.

Die vorliegende Studie unternimmt nicht den Versuch der Verallgemeinerbarkeit. Es wird lediglich angestrebt, die Erkenntnisse dieser Auseinandersetzung mit dem Selbstverständnis

wertgebundener Journalist_innen abzugleichen mit Befunden anderer Studien. Dadurch sollen die Befunde in Relation gesetzt und interpretierbar werden.

Die Brillen der Forscher_innen

Geht man davon aus, dass Journalist_innen die Welt durch eine Brille betrachten, die auch durch ideologische Präferenzen gefärbt ist, muss man Gleiches auch den Wissenschaftler_innen unterstellen, wie es Bourdieu tut (vgl. Bourdieu 1998b, 21). Um zu verstehen, was ein_e Akteur_in des Feldes sagt oder tut, muss man wissen, „aus welcher Richtung“ er oder sie spricht (ebd.). Ohnehin kann „von einer wertfreien Wissenschaft nicht die Rede sein“ (Diekmann 1998, 69). Wichtig sei, so Diekmann, „daß Werturteile nicht verschleiert werden und explizit erkennbar sind“ (1998, 70). Denn „Interessen, Ideologien und Werturteile von Forschern [können] nicht nur Präsentation und Darstellung von Ergebnissen, sondern auch die materialen Ergebnisse selbst beeinflussen“ (1998, 71). Deshalb ist die Dokumentation aller Schritte der empirischen Erhebung umso wichtiger. Denn „erst die Transparenz aller methodischen Schritte erlaubt die kritische Diskussion der ausgewiesenen Resultate“ (1998, 72).

Als logische und zwangsläufige Konsequenz aus der Beschäftigung mit dem Objektivitätsideal im Journalismus und der Wertegebundenheit von Journalist_innen muss also auch eine kritische Reflexion der Verfasser_innen wissenschaftlicher Arbeiten in Bezug auf deren Wertegebundenheit stattfinden. Dabei fällt auf, dass ein Teil der spärlich gesähten Veröffentlichungen zum Thema Gewerkschaften und Medien von gewerkschaftsnahen Wissenschaftler_innen stammen, analog die zu Religion und Medien von Wissenschaftler_innen mit teilweise sehr enger Bindung an die Kirche. Deshalb wird an den entsprechenden Stellen der Hintergrund der Forscher_innen und Autor_innen im Text oder in den Fußnoten transparent gemacht.

Diese Doktorarbeit wurde finanziert von der gewerkschaftsnahen Hans-Böckler-Stiftung. Diese hat zwar an keiner Stelle Einfluss auf den Inhalt der Arbeit genommen. Die Förderzusage lässt sich auch durch die Übereinstimmung der Verfasserin mit den Werten der Gewerkschaften erklären. Mit Kirchen hingegen gibt es keine Verbindungen, weder Taufe oder christliche Sozialisation, noch eine irgendwie geartete Glaubenserfahrung. Die Verfasserin spricht also die Sprache der Gewerkschaften, die der Kirchen aber nicht. Für eine Studie, die auf hochgradig beeinflussbaren Interviews basiert, ist es wichtig, möglichst wertfrei und offen vorzugehen. Diese Arbeit ist daher vom Bemühen um Werturteilsfreiheit und Nachvollziehbarkeit geprägt.

ANALYSE UND DISKUSSION

4. Habituelle Dispositionen

4.1 Zusammensetzung der Untersuchungsgruppe

Die befragten Journalist_innen sind zwischen 26 und 67 Jahren alt. Nur zwei sind jünger als 45, einer ist älter als 65. Die gewerkschaftsnahen Journalist_innen sind im Durchschnitt etwas älter als die kirchennahen. Von den befragten Journalist_innen sind zwei freie Mitarbeiter_innen. Alle anderen sind fest angestellt.

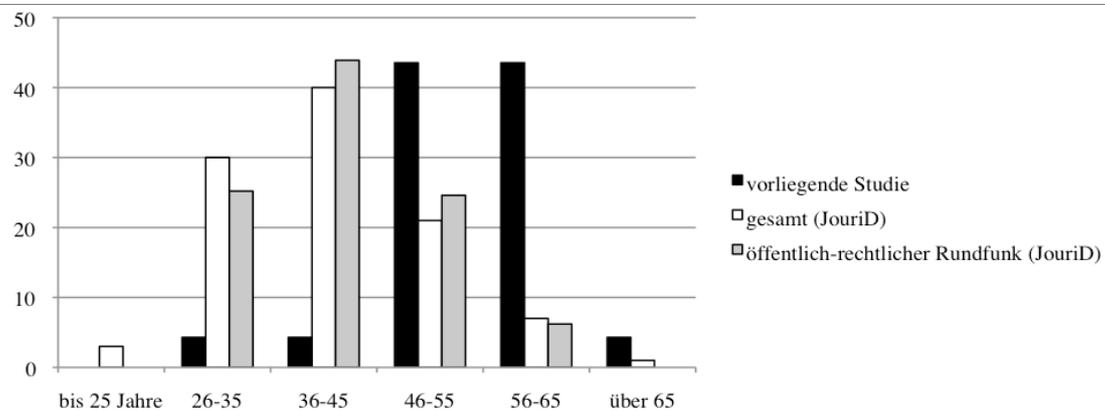


Abbildung 3: Altersverteilung in der vorliegenden Studie im Vergleich zur Altersverteilung deutscher Journalist_innen (JouriD) und den Journalist_innen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks (JouriD). Angaben in Prozent. Eigene Darstellung, basierend auf den Daten der JouriD-Studie.

Im Vergleich mit der Erhebung von Weischenberg et al. (2006) zeigt sich, dass die Altersverteilung in der hier vorliegenden Studie deutlich anders ist als die aller Journalist_innen in Deutschland. 70 Prozent der Journalist_innen sind laut JouriD⁵⁷ zwischen 26 und 45 Jahre alt; nur 27 Prozent fallen dort in die Altersgruppe, die in dieser Studie fast ausschließlich repräsentiert wird. Sieht man sich die Daten der Weischenberg-Studie allerdings in Bezug auf den öffentlich-rechtlichen Rundfunk und das Anstellungsverhältnis an, nähern sich die Zahlen an: Unter den fest angestellten Journalist_innen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks sind über 40 Prozent älter als 46 Jahre, bei den Männern sogar 50 Prozent.

Die 23 Interviewpartner_innen verteilen sich auf die öffentlich-rechtlichen Sender wie folgt: Von den Sendern ZDF, BR, NDR, WDR, rbb, SWR und SR wurde jeweils ein_e gewerk-

⁵⁷ Alle Vergleichsdaten, die mit JouriD gekennzeichnet sind, stammen aus dem SPSS-Datensatz der Studie „Journalismus in Deutschland“ von Weischenberg et al. (2006). Vielen Dank an Armin Scholl für das Bereitstellen der Daten und an Armin Sauermann für die technische Unterstützung mit SPSS.

schaftsnahe_r und ein kirchennahe_r Journalist_in befragt. Vom MDR und Deutschlandradio konnte jeweils nur ein_e kirchennahe_r Journalist_in befragt werden. Etwa die Hälfte der befragten Journalist_innen arbeitet überwiegend oder ausschließlich beim Hörfunk, die andere Hälfte für das Fernsehen. Vier arbeiten in bimedialen Redaktionen. Zwölf Interviewpartner_innen sind gewerkschaftsnah, elf kirchennah. 14 Journalist_innen haben leitende Funktionen inne.

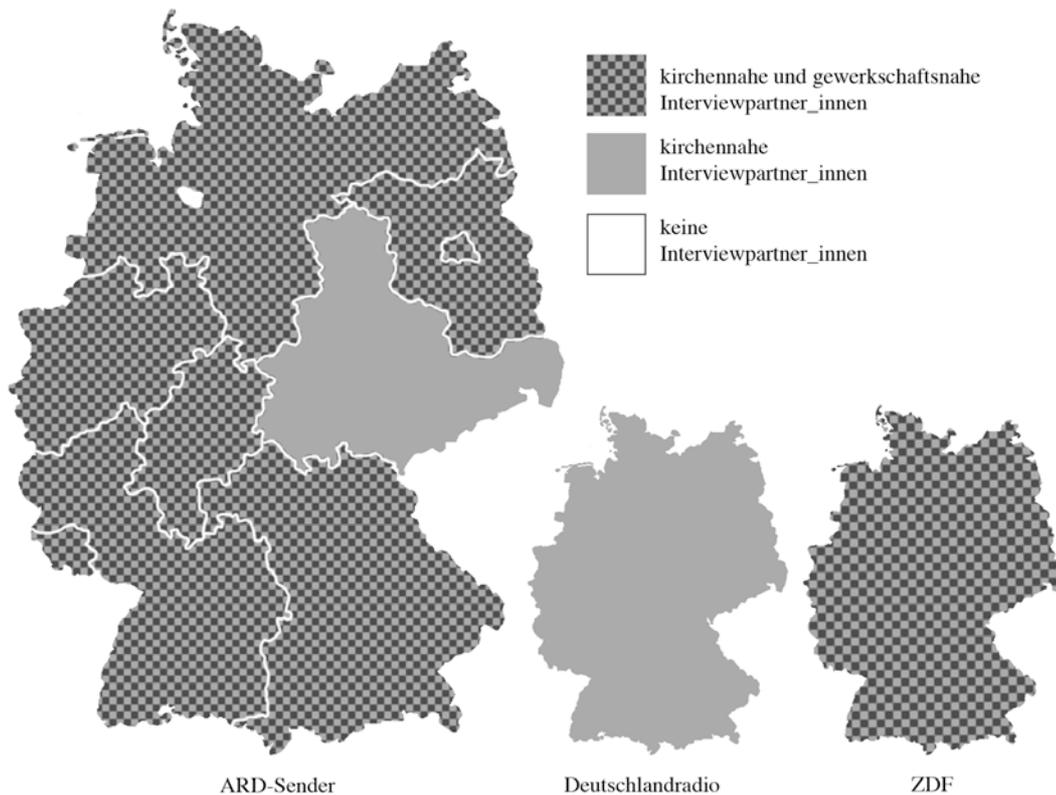


Abbildung 4: Verteilung der Interviewpartner_innen auf die öffentlich-rechtlichen Sender. Eigene Darstellung.

Der geringe Anteil von freien Mitarbeiter_innen in der hier vorliegenden Untersuchung entspricht bei Weitem nicht den Verhältnissen beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk. Dort hat sich der Anteil der Freien „eklatant vergrößert“ (Weischenberg et al. 2006, 40): 2005 waren mehr als 40 Prozent Freiberufler_innen, ein Anstieg um das Vierfache seit 1993. Eine Tendenz, die sich in den letzten Jahren noch verstärkt haben dürfte, da es durch den Stellenstopp im öffentlich-rechtlichen Rundfunk keine Schaffung neuer fester Stellen gibt und junge Journalist_innen in aller Regel freie Mitarbeiter_innen sind (vgl. Kühn 2014). Festanstellungen sind vor allem aus finanziellen Gründen seltener möglich. Weil Klagen auf Festanstellung verhindert werden sollen, werden außerdem mehr freie Mitarbeiter_innen mit jeweils

weniger Arbeitszeit beschäftigt. Weischenberg et al. vermuten, dass der öffentlich-rechtliche Rundfunk vor allem und zudem mehr als andere Medien mit hauptberuflich Freien arbeitet,

„zum einen, weil die Honorare im öffentlich-rechtlichen Rundfunk es den regelmäßigen freien Mitarbeitern – eher als in anderen Medien – ermöglichen, mehr als die Hälfte ihres Einkommens aus journalistischer Arbeit zu bestreiten; zum anderen, weil die redaktionellen Standards der öffentlich-rechtlichen Anstalten Nebentätigkeiten in PR, Marketing oder Werbung missbilligen und damit eher verhindern“ (Weischenberg et al. 2006, 40).

Dass in der hier vorliegenden Studie entgegen des Trends wenig Freie zu Wort kommen, liegt an der Zusammensetzung der Stichprobe: Da nach Möglichkeit Journalist_innen mit Handlungsspielraum und Entscheidungsbefugnis befragt werden sollten, da diese Rollenkonflikten vermutlich am wenigsten ausweichen können, wurden viele fest angestellte Redaktionsleiter_innen befragt. In der Gruppe der gewerkschaftlich engagierten Journalist_innen ließen sich allerdings nicht viele Redaktionsleiter_innen finden, so dass dieser Verzerrungseffekt ausblieb; dort liegen die Gründe für die Unterrepräsentation der Freien woanders, wie Inez Kühn (2014) von ver.di erläutert: Zwar seien wesentlich mehr Freie als fest angestellte Journalist_innen Mitglied in der Gewerkschaft, doch unter den Aktiven und Engagierten befänden sich kaum Freie. In der Regel seien es ältere, fest angestellte Männer, die in den Senderverbänden aktiv seien und Aufgaben übernahmen. Außerdem sei es Freien schwieriger zu vermitteln, warum die Organisation in der Gewerkschaft wichtig sei. Darüber hinaus seien für viele nicht mehr Überzeugung und Ideologie Beitrittsgründe, sondern pragmatische Überlegungen, der Wunsch nach Rechtschutz oder einem Presseausweis. Da das Aufgreifkriterium in der vorliegenden Arbeit nicht die alleinige Mitgliedschaft in der Gewerkschaft war, sondern die ideologische Nähe und das Engagement, fallen wenig Freie in die Untersuchungsgruppe.

4.2 Familiäre Sozialisation

Aussagen über Wertegebundenheit der Familie und Sozialisation können in dieser Studie nur begrenzt getroffen werden. Da der Schwerpunkt der Interviews auf dem Berufsverständnis und den Ambivalenzen zwischen den habituellen Dispositionen und den Strukturen im Feld lagen und die für die Interviews zur Verfügung stehende Zeit begrenzt war, wurde die Sozialisation im Elternhaus nur am Rande abgefragt. Zwar liegen von allen Interviewpartner_innen Informationen über die Berufe der Eltern vor. Umfangreichere Informationen über ihre Sozialisation in Kindheit und Jugend lieferten aber nicht alle Journalist_innen.

Die Väter der befragten Journalist_innen sind größtenteils Angestellte, die Mütter Hausfrauen. Fünf Elternteile sind Lehrer_innen. Unter den Eltern finden sich keine Beschäftigten bei den Gewerkschaften, aber fünf, die im kirchennahen oder kircheneigenen Umfeld arbeiten (drei Pfarrer, ein Figurenmaler, eine Gemeindegemeindeförderin). Drei Väter und eine Mutter sind

Arbeiter_innen, ein Vater Journalist. Das deckt sich mit den Erkenntnissen der JouriD-Studie: Demzufolge sind nur sehr selten die Eltern auch Journalist_innen, etwas mehr, aber immer noch sehr wenige, Arbeiter_innen (vgl. Weischenberg et al. 2006, 69).

Diejenigen Journalist_innen, die über ihre Herkunft sprechen, begründen damit ihre Stellung im Feld oder ihre (für das Bestehen im Feld notwendigen) Charakterzüge. Es zeichnet sich ab, dass die Interviewpartner_innen eingeordnet werden können in folgende Typen:

Journalist_innen mit einer ideologischen Sozialisation, die den heutigen Überzeugungen entspricht, und die als Begründung für das Bestehen im Feld gelten kann, sind vor allem unter den kirchennahen Journalist_innen zu finden. Sie berichten von einem wertebundenen Elternhaus und einer konsistenten Biographie ohne (größere) Brüche. Sie berichten von ihrer Zeit als Messdiener_in und der Schulzeit in einer katholischen Schule, ihrer Kindheit in der Missionsstation in Afrika, den Zeltlagern der Kirchenfreizeit, ihrem Engagement in der Jugendarbeit der Gemeinde und der „einigermaßen ordentlichen kirchlichen Sozialisation“ (K09).

Beispiel: Ein kirchennaher Journalist ist mit seinen Eltern in einer Missionsstation in Afrika aufgewachsen. Am liebsten hielt er sich in der Radioanstalt auf, die von den Missionar_innen betrieben wurde, gestaltete mit Kassettenrecordern eigene Sendungen und spielte Journalist. Schon als Kind, erzählt er, wusste er so, dass der Journalist werden wollte. Auch der Beruf des Pfarrers, den auch sein Vater ausübte, war für ihn aber vorstellbar. Die Religion blieb als Studienfach und als Thema der Berichterstattung zentraler Teil seines Lebens, seine journalistische Ausbildung absolvierte er in einer kircheneigenen Journalist_innenschule. Von Kämpfen, Reibereien oder Dissonanzen zwischen den habituellen Dispositionen und den Spielregeln des Feldes berichtet er nicht.

Auch unter den gewerkschaftsnahen Journalist_innen gibt es jene mit einer ideologischen Sozialisation, die den heutigen Überzeugungen entspricht. Diese dient aber in der Regel als Begründung für Umsturzstrategien und eine Sonderstellung im Feld. Einige der Gewerkschafter_innen beschreiben ihre Kindheit im klassischen Arbeiter_innenmilieu in einer wertebundenen Umgebung, die SPD-Nähe ihrer Eltern, betonen ihre proletarische Herkunft. Sie erwähnen das aber vor allem, um die Diskrepanz zu den Spielregeln in ihrem derzeitigen Feld zu betonen. Sie beschreiben mit ihrer Herkunft das Anders-Sein im journalistischen Feld.

Beispiel: Eine gewerkschaftsnahe Journalistin beschreibt ausführlich ihre Kindheit und Jugend, in der sie früh wegen des arbeitsunfähigen Vaters Geld verdienen und für ihre Mutter eine Art „Ersatzpartner“ werden musste. Sie hat schon als Jugendliche viel Verantwortung übernommen und führt den „Biss“, mit dem sie sich im journalistischen Alltag bewegt, auch auf ihre Rolle in der Familie zurück. Sie habe die Aufgaben des Ernährers in der Familie und des männlichen Partners übernommen, sich eine burschikose Art angeeignet, trug eine Kurzhaarfrisur und passte sich an die männlichen Verhaltensweisen an. So sei es ihr auch gelungen, sich in der männerdominierten Welt des Journalismus durchzusetzen und in einem Umfeld, das andere politische Einstellungen honorierte als die Werte, mit denen sie aufgewachsen war und die sie verinnerlicht hat. Erst, als sie sich im Journalismus bereits etabliert hatte, setzte sie sich mit ihrer Weiblichkeit auseinander und entwickelte eine feministische Haltung, die sich nicht

mehr auf Anpassung, sondern auf Bewusstwerdung gründete. Ihr Bestehen im Feld führt sie auf einen dauerhaften, anstrengenden Kampf zurück.

Darüber hinaus gibt es Journalist_innen, die in ihrer Kindheit und Jugend keine Berührung mit den Ideologien hatten, die sie heute vertreten. Diese finden sich ausschließlich unter den gewerkschaftsnahen Journalist_innen, was nicht verwunderlich ist, da sich die Frage der Gewerkschaftsmitgliedschaft im Gegensatz zur Kirchenmitgliedschaft in der Regel erst mit dem Einstieg in das Berufsleben stellt:

Beispiel: Ein gewerkschaftsnaher Journalist beschreibt seine Kindheit und Jugend in einem kleinen Bundesland, das er nur für das BWL-Studium vorübergehend verlassen hat. Der Selbstzuschreibung nach ist er sozialer Aufsteiger aus einem bildungsfernen Haushalt. Sein Elternhaus beschreibt er aber als wohlhabend. Die Identität der Region führt er umfassend aus, beschreibt die Eigenarten der Gegend und die Einstellungen der Menschen, die er als homogen und vor allem interessiert an regionalen Themen beschreibt. Über politische Einstellungen seiner Eltern berichtet er nur, dass sein Vater (nicht besonders engagiertes) Gewerkschaftsmitglied sei, betont aber immer wieder, dass ideologische Grenzen in einem so kleinen Bundesland keine Rolle spielten, weil man ohnehin die Angehörigen aller Strömungen und Hierarchieebenen vom Stammtisch oder aus der Familie kenne. Er wollte immer ein Banker in leitender Funktion werden und stieß mit diesem Berufswunsch auch nicht auf Ablehnung durch seine Eltern. Er berichtet an keiner Stelle von Hürden auf dem Weg in den Journalismus und sieht auch sonst keine Schwierigkeiten oder Gründe für Zweifel oder die Infragestellung seiner Voraussetzungen.

4.3 Der Einstieg in das journalistische Feld

Journalist_innen benötigen zum Eintritt in das journalistische Feld inkorporiertes Kulturkapital, „in Form von einer professionellen Ausbildung (die jedoch nicht notwendigerweise journalismusspezifisch sein muss) sowie einer gewissen intellektuellen Kapazität, um den beruflichen Anforderungen gerecht zu werden“ (Hanitzsch 2007, 242). „Zuträglich“, so Hanitzsch (ebd.), sei außerdem ein Abschlusszeugnis, also institutionalisiertes Kulturkapital. Kulturelles Kapital kann im Verlauf des Berufslebens in ökonomisches Kapital (Gehalt, Honorar) umgewandelt werden, auch wenn das keine Zwangsläufigkeit darstellt. Auch soziales Kapital kann beim Einstieg in das journalistische Feld helfen. Da in den Interviews nicht Hinweise auf die Beziehungen zum Zeitpunkt des Berufseinstiegs abgefragt wurden, sondern die aktuellen, also durch das Berufsleben ausgeweiteten und teilweise auch erst dadurch entstandenen Netzwerke, wird auf das soziale Kapital der Journalist_innen nicht hauptsächlich in diesem Kapitel, sondern in Kapitel 5 eingegangen.

Studium und journalistische Ausbildung

Mit Ausnahme einer Journalistin haben alle befragten Journalist_innen studiert. Bei den gewerkschaftsnahen Journalist_innen haben die meisten einen Studienabschluss in sozialwissenschaftlichen Fächern. Vier haben darüber hinaus einen Dokortitel, ein fünfter hat seine Doktorarbeit nicht abgeschlossen. Alle kirchennahen Journalist_innen haben Theologie

mindestens als Nebenfach studiert. Fast alle sind Diplom-Theologen. Einer hat einen Dokortitel.

Nur knapp die Hälfte der interviewten gewerkschaftsnahen Journalist_innen hat eine journalistische Ausbildung in Form von Volontariaten oder Journalistenschulen. Die einzige Frau ohne journalistische Ausbildung ist freie Mitarbeiterin. Diejenigen Journalist_innen, die kein Volontariat absolviert oder eine Journalist_innenschule besucht haben, geben an, neben dem Beruf an Weiterbildungen teilgenommen zu haben. Alle Männer ohne formale journalistische Ausbildung haben eine Festanstellung. Einen Einfluss auf die berufliche Position scheint die Ausbildung nicht zu haben. So hat die Journalistin ohne Studium eine leitende Funktion. Dieser Befund deckt sich auch mit den Erkenntnissen der JouriD-Studie (vgl. Weischenberg et al. 2006, 68f).

Alle kirchennahen Journalist_innen haben eine journalistische Ausbildung. Acht der elf kirchennahen Journalist_innen haben eine Ausbildung beim Gemeinschaftswerk Evangelische Publizistik oder dem katholischen Institut zur Förderung publizistischen Nachwuchses. Drei gaben an, sowohl eine Journalist_innenschule besucht als auch ein Volontariat absolviert zu haben. Die anderen haben entweder eine journalistische Ausbildung bei einem kirchlichen Institut oder ein durch diese Institute organisiertes Volontariat bei einem kirchlichen Medium absolviert. Einer der wenigen kirchengebundenen Journalisten, der keine konfessionelle Journalist_innenschule besucht hat, gibt an, er habe sich beworben, wurde aber wegen eines kritischen Artikels, den er der Bewerbung beilegt hatte, nicht angenommen.⁵⁸

Zwar betonen alle Journalist_innen ohne Ausbildung, zu ihrer Zeit sei das Volontariat noch keine zwingende Voraussetzung für die Festanstellung gewesen, was die Vermutung nahelegt, dass eher die älteren Journalisten keine journalistische Ausbildung haben. Das kann allerdings nicht bestätigt werden: Auch bei den unter-50-Jährigen finden sich Journalist_innen ohne Ausbildung. Fast alle Journalist_innen ohne Ausbildung geben alternative Qualifikationen an, die sie zur Ausübung des journalistischen Berufs befähigen: Einer begründete den unproblematischen Einstieg in den öffentlich-rechtlichen Rundfunk mit seinem Fachwissen über Wirtschaft, ein anderer mit der Fachkenntnis in Theologie, ein weiterer seine Berufserfahrung und Nähe zu Gewerkschaften, die für seine Stelle ausdrücklich gewünscht gewesen sei.

Besonders untypisch ist der Besuch von Journalist_innenschulen. Diese hätten anfangs auch keinen guten Ruf gehabt, denn „[d]a sagten die Alten noch: Das kann man doch nicht lernen,

⁵⁸ Auch Peter Frey, Chefredakteur des ZDF, nennt im Interview diesen Grund dafür, dass er keine journalistische Ausbildung am Institut zur Förderung publizistischen Nachwuchses (ifp) absolviert habe.

das ist doch ein Begabungsberuf⁵⁹ (G05, 33). Einige Journalist_innen weisen außerdem darauf hin, dass sich Journalist_innenschulen erst später etabliert hätten und es zur Zeit ihrer Ausbildung noch keine oder nur ein sehr eingeschränktes Angebot gegeben hätte. Dass der Besuch der Journalist_innenschulen besonders unter kirchennahen Journalist_innen verbreitet ist, liegt vermutlich am umfangreichen Engagement der Kirchen in der Journalist_innenausbildung. Die katholischen und evangelischen Journalist_innenschulen stehen nur konfessionell gebundenen Menschen offen.⁶⁰ Nur 14 Prozent aller Journalist_innen hatten 2005 eine Ausbildung an Journalistenschulen absolviert (vgl. 2006, 265), bezogen auf den öffentlich-rechtlichen Rundfunk waren es nur 13 Prozent. Ein Volontariat haben laut der Daten von Weischenberg et al. (2006) knapp 60 Prozent der Journalist_innen beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk absolviert.

Die Aussagen mehrerer Interviewpartner_innen lassen also darauf schließen, dass sich die Zugangsvoraussetzungen für eine Mitarbeit im öffentlich-rechtlichen Rundfunk in den letzten Jahrzehnten verändert haben. Selbst ein Studienabschluss war in den Zeiten des Berufseinstiegs von Journalist_innen, die heute 50 oder 60 Jahre alt sind, keine Voraussetzung und Normalität. In Studien Ende der 1970er-Jahre wurde auf die hohe Anzahl von Studienabbrecher_innen unter Journalist_innen hingewiesen. Einen Abschluss hatten demnach zu dieser Zeit nur rund 40 Prozent der Journalist_innen⁶¹ (vgl. Elster 1979, 145). Der Journalismus, stellte Donsbach zur gleichen Zeit fest, sei eine „typische Karriere für Studienabbrecher und Berufswechsler“ (1979, 210). Heute hingegen gilt ein abgeschlossenes Studium als Voraussetzung für den Eintritt in eine Redaktion (vgl. Weischenberg et al. 2006, 68).

⁵⁹ Zur „Begabungsideologie“ und zunehmenden Professionalisierung des Journalismus siehe auch Donsbach (1979, 212ff).

⁶⁰ Das Institut zur Förderung publizistischen Nachwuchses (ifp) besteht seit 1970 und betont in seiner Selbstdarstellung den „Zweiklang aus gründlicher Journalistenausbildung und christlicher Haltung“. Getragen wird das ifp von der Deutschen Bischofskonferenz (<http://ifp-kma.de/>). Das ifp hat 2000 Journalist_innen ausgebildet, darunter führende Journalist_innen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Für evangelisch Getaufte gibt es seit 1995 die Evangelische Journalistenschule (EJS) (<http://www.evangelische-journalistenschule.de/content/profil>). Die EJS steht in der Tradition der 1950 gegründeten Christlichen Presseakademie (cpa), der ältesten journalistischen Ausbildungseinrichtung in Deutschland. Die EJS gehört zum Gemeinschaftswerk evangelische Publizistik (GEP), dem „multimedialen Kompetenzzentrum für die Evangelische Kirche in Deutschland (EKD), für ihre Gliedkirchen, Werke, Einrichtungen sowie für die evangelischen Freikirchen und alle interessierten Unternehmen und Organisationen“ (<http://www.gep.de/>). Auf deren Homepage wird mit dem Ausspruch von Matthäus „Und was Euch gesagt wird in das Ohr, das predigt auf den Dächern“ (Matthäus 10,27) geworben. Auch ein konfessionelles Studium der Journalistik ist möglich: an der Katholischen Universität Eichstätt. Nicht konfessionell gebundene Angebote gab es erst mit der Deutschen Journalisten-Schule und später mit der Henri-Nannen-Journalistenschule. Die Deutsche Journalistenschule in München bildet seit 1949 Journalist_innen aus, allerdings zunächst nur weniger als 20 pro Jahr. Insgesamt 2201 Journalist_innen wurden hier seit 1949 ausgebildet (<http://www.djs-online.de/schule/die-djs-in-zahlen/>).

⁶¹ Von 98 befragten freien Mitarbeitern von Rundfunkanstalten, die ein Studium begonnen hatten, haben nur 41 Prozent einen Studienabschluss. 64 Prozent der freien Mitarbeiter haben an einer Universität studiert (vgl. Elster 1979, 145). Bei Rohde (1979, 204ff) findet sich eine Auflistung der Studienfächer und Abbrecherquoten nach Position der Journalisten bei deutschen Tageszeitungen im Jahr 1973.

Das deckt sich auch mit den Einschätzungen der befragten Journalist_innen. G05 meint, ein Fachstudium sei zwingende Voraussetzung für den journalistischen Beruf, obwohl er selbst keines absolviert hat. Dadurch, dass er Theologie studiert habe, könne er „bei bestimmten Dingen besser mitreden“, meint K11 (178). Das Studium helfe also, sei aber „theoretisch nicht nötig“ (ebd.). Alle anderen kirchennahen Journalist_innen geben Fachkompetenz oder ein Fachstudium als Befähigung für den Beruf an. Das Wissen über Theologie und Kirche sei Voraussetzung für die Ausübung ihres Berufs. Dem stimmt auch ZDF-Chefredakteur Peter Frey (2013) zu: Man brauche für die Arbeit in den Kirchenredaktionen das Fachwissen, in das man durch die Nähe der Kirche hineingeboren werde. Die Journalist_innen konkretisieren in den Interviews, es sei darüber hinaus wichtig, ob sie katholisch oder evangelisch seien, weil man eine Affinität zum Berichtsgegenstand brauche und auch die landeskirchlichen Strukturen kennen müsse. Denn „diejenigen, die nicht in der katholischen Kirche sind, [sind] zu wenig informiert und könnten nicht aus der Kirche berichten“ (K05, 127). Eine Religionsredaktion, meint auch K06 (132), müsse mit Fachleuten besetzt sein, „die sich da gut eingearbeitet haben“. Es helfe, Theologie studiert zu haben, weil man dann die Kirche „ein bisschen [...] verstehen“ könne (K04, 114). Ungewöhnlich sei das nicht, meint K08 (147): „Wenn einer Sportjournalist ist, muss er sich in Sport auch auskennen.“

Die befragten Journalist_innen geben darüber hinaus eine Vielzahl von Qualifikationen an, die Journalist_innen beherrschen müssen: Neugierde nennen etwa sechs gewerkschaftsnahe und zwei kirchennahe Journalist_innen, Interesse eine gewerkschaftsnahe und zwei kirchennahe Journalist_innen. Außerdem müsse man gut recherchieren können (je zwei Nennungen), gut mit Leuten umgehen können (zwei gewerkschaftsnahe Journalist_innen), gut formulieren (eine gewerkschaftsnahe, fünf kirchennahe Journalist_innen) und im Allgemeinen das Handwerk beherrschen (je eine Nennung). Zuhören finden zwei gewerkschaftsnahe Journalist_innen wichtig. Außerdem werden Mut (gewerkschaftsnah), die Fähigkeit, mit Spannungen umzugehen (kirchennah) und von zwei kirchennahen Journalist_innen Reflexionsvermögen genannt.

Beruflicher Werdegang

Relativ viele der gewerkschaftsnahen Journalist_innen hatten längere Phasen der freien Mitarbeit, bevor sie fest angestellt wurden; in einem Fall waren es 21 Jahre. Die Festanstellung erfolgte jeweils zwischen Ende 20 und Ende 40. Nur ein gewerkschaftsnaher Journalist wurde ohne vorherige Phase der freien Mitarbeit oder Berufstätigkeit außerhalb des öffentlichen Rundfunks direkt nach dem Studium fest angestellt.

Fünf der gewerkschaftsnahen Journalist_innen waren länger beruflich außerhalb des öffentlich-rechtlichen Rundfunks tätig. Einer arbeitete bis Mitte 40 in der Lobby- und Pressearbeit für Verbände, ein Ministerium und eine Gewerkschaft, bevor er eine feste Stelle als Redakteur in einer neu aufzubauenden Redaktion antrat. Eine andere arbeitete als Sekretärin, ein weiterer in der Wissenschaft. Die beiden freien Journalist_innen gaben an, phasenweise oder dauerhaft auch außerhalb des öffentlich-rechtlichen Journalismus beruflich aktiv zu sein.

Über die Hälfte der kirchennahen Journalist_innen hat vor ihrer Anstellung beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk zwischen einem und elf Jahren außerhalb des öffentlich-rechtlichen Rundfunks gearbeitet, einer davon bei anderen, nicht kirchengebundenen Medien. Von den restlichen waren fünf bei den christlichen Nachrichtenagenturen KNA und epd, zwei bei Kirchenzeitungen und einer als Pfarrer beschäftigt.

Fünf der kirchennahen Journalist_innen erhielten direkt nach ihrem Einstieg in den öffentlich-rechtlichen Rundfunk eine Festanstellung in der Kirchenredaktion, in der Regel in der gleichen, in der sie heute noch arbeiten. Aus diesem Muster fallen nur zwei Journalist_innen heraus: Eine Interviewpartnerin hatte eine 20-jährige Unterbrechung vor der aktuellen Festanstellung. Ein anderer hat vorher mehr als ein Jahrzehnt bei anderen Medien gearbeitet. Er ist auch der Einzige, der nicht unbefristet beschäftigt ist. Außerdem sind diese beiden Journalist_innen die einzigen befragten kirchennahen Journalist_innen, die weder eine kirchengebundene Ausbildung noch eine Berufstätigkeit in einer kirchlichen Institution vorzuweisen haben.

Bis auf eine Journalistin haben alle befragten Kirchenredakteur_innen Leitungsfunktionen inne. Bei den gewerkschaftsnahen Journalist_innen sind vier in leitender Funktion (Mehr dazu in Kapitel 5).

4.4 Werte und Einstellungen

Die Arbeit von Journalist_innen wird laut Bourdieu auch durch kulturelle Einflüsse und „journalismusfremde Wahrnehmungs-, Denk- und Handlungsweisen“ bestimmt (Hanitzsch 2007, 255). Deshalb wurden im Interview Werte und Einstellungen abgefragt, das Verhältnis zu der Organisation Kirche bzw. Gewerkschaft, die Übereinstimmung mit den Werten der jeweiligen Organisation und die Intensität der Gebundenheit. Unwahre oder unvollständige Angaben sind dabei nicht ausgeschlossen. Es ist aber anzunehmen, dass diese teilweise auf ein unterschiedliches Verständnis von Engagement zurückzuführen sind. Die Übernahme von Moderationsjobs bei Kirchen, kirchennahen Institutionen, Gewerkschaften oder gewerkschaftsnahen Institutionen beispielsweise wurde von einigen Interviewpartner_innen nicht angegeben. Im Falle der gewerkschaftsnahen Journalist_innen handelt es sich in der Regel

um Vorträge oder Moderationen bei der gewerkschaftsnahen Hans-Böckler-Stiftung, bei den kirchennahen Journalist_innen um Moderationen im Rahmen des Kirchentages oder bei anderen kirchlichen Veranstaltungen. Da diese Informationen aber nur zufällig über die Kenntnis der Programme (Hans-Böckler-Stiftung) oder die Berichte anderer Journalist_innen (bei den kirchennahen Journalist_innen) erlangt werden konnten, fließen sie nicht in die Untersuchung ein. Für die Auswertung wurden ausschließlich die Selbstauskünfte der Journalist_innen herangezogen.

Eine Einschätzung des Vorhandenseins der Wertegebundenheit findet hier nicht statt. Dass sich die Journalist_innen als wertebunden betrachten, wurde bereits durch die Form der Rekrutierung der Interviewpartner_innen sichergestellt. In den E-Mails und Aufrufen zur Teilnahme an der Studie wurde explizit nach Journalist_innen gefragt, die sich den Werten der Gewerkschaften bzw. der Kirchen verbunden fühlen. Trotzdem entstand in einem Interview der Eindruck, es läge keine Wertegebundenheit vor. Die Journalistin war über den Altstipendiat_innen-Verteiler der Hans-Böckler-Stiftung auf die Untersuchung aufmerksam geworden und hat sich zur Teilnahme bereit erklärt. Bei ehemaligen Böckler-Stipendiat_innen kann von einer Nähe zu gewerkschaftlichen Idealen ausgegangen werden, da die Identifikation mit diesen Werten im Auswahlverfahren abgefragt wird und eine Aufnahme in die Stiftung ohne Übereinstimmung unwahrscheinlich ist. Im Fall einer Journalistin zeigt sich aber, dass auch das mehrstufige Auswahlverfahren Schwächen hat und die Tatsache, Stipendiat_in gewesen zu sein, nicht automatisch eine Verbundenheit mit den Werten der Gewerkschaften bedeuten muss. Mehr als alle anderen grenzte sie sich von der Organisation Gewerkschaft ab und wusste auf die Frage nach den Werten der Organisation keine Antwort.

Bei der Einschätzung der Wertegebundenheit haben die Journalist_innen unterschiedliche Auffassungen. K06 beobachtet in seinem Umfeld eine starke Wertorientierung bei Kolleg_innen, die sich diese selbst nicht zuschreiben würden. Ein Sonderfall sei es zwar, wenn man eine besondere Wertorientierung an ein Wertesystem habe, das gleichzeitig der Berichtsgegenstand ist,

„[a]ber jedes Check-Format, das ja jetzt aktuell ist, geht ja von einer bestimmten Wertebindung aus und legt moralische Maßstäbe an an das, was man da gerade überprüft. Ob die Arbeitsbedingungen gut und fair sind, ob die Preise gut und fair sind. Das sind ja im Grunde Wertmaßstäbe. Und ich weiß gar nicht, ob die Kollegen jetzt sagen würden, dass das eine moralische Position ist. Defacto ist es aber eine. Ich glaube, ganz viele Journalisten sind in ihrem journalistischen Ethos auch davon getrieben“ (K06, 127).

Auch G10 stellt die Frage nach der Eingrenzung von Werten und Einstellungen. Als Frau habe sie zu frauenspezifischen Themen möglicherweise auch eine andere Einstellung als Männer. Wer sportbegeistert sei, berichte eventuell anders über Sport als Journalist_innen,

die aus Überzeugung keinen Sport trieben. Im Folgenden werden die gewerkschaftlichen und christlichen Werte der Journalist_innen, deren Mitgliedschaft und Engagement dargestellt – in dem Bewusstsein, dass alle Journalist_innen von Wahrnehmungskriterien geleitet sind, die im Habitus verankert sind und nicht professionellen Standards des Journalismus entsprechen, und dass die hier befragten Journalist_innen hier zwar nur zu gewerkschaftlichen oder kirchlichen Werten Stellung nehmen, sie aber durchaus auch auf darüber hinausgehende Wertesysteme zurückgreifen.

Mitgliedschaft

Zehn der zwölf gewerkschaftsnahen Journalist_innen sind Mitglied der Gewerkschaft ver.di. In der Regel sind sie schon seit Beginn ihres Arbeitslebens oder länger Mitglied. Zwei Interviewpartner_innen sind nach 30 bzw. 20 Jahren aus ver.di oder den Vorgängergewerkschaften ausgetreten, weil sie von der Gewerkschaft in rundfunkpolitischen Fragen enttäuscht waren. Sie sind nun Mitglied im Deutschen Journalisten-Verband (DJV). Mit der Ausrichtung dieses Berufsverbandes ausschließlich auf Journalist_innen sind beide nicht zufrieden. Sie wünschen sich eine Einheitsgewerkschaft, eine solidarische Bewegung, die sich für alle Beschäftigten einsetzt. Trotz der Kritik engagieren sie sich im DJV. Ihre Äußerungen zu gewerkschaftstypischen Themen wie Mindestlohn, Leiharbeit und Solidarität und die Selbstzuschreibung als gewerkschaftlich ideologisch gebunden lassen trotz des ver.di-Austritts auf eine große Nähe zu den gewerkschaftlichen Idealen schließen. Vier Gewerkschafter_innen sind außerdem Mitglied der SPD, drei der evangelischen und zwei der katholischen Kirche. Drei sind aus der Kirche ausgetreten.

Zwei kirchennahe Journalist_innen sind Mitglied der evangelischen Kirche, die anderen neun der katholischen Kirche. Fünf sind darüber hinaus Mitglieder im Berufsverband DJV, drei in der Gesellschaft katholischer Publizisten (GkP), eine im Journalistinnenbund. Zwei geben an, aus der Gewerkschaft ausgetreten zu sein und sich stattdessen in der GkP zu engagieren. Die GkP ist ein Berufsverband mit etwa 550 Mitgliedern. Vorsitzende ist die ZDF-Kirchenredakteurin Michaela Pilters. Dass sich mehr katholische als evangelische Journalist_innen zur Teilnahme an der Studie bereit erklärten, könnte darauf zurückgeführt werden, dass „bei Protestanten Kirche und Glaube weniger eng verknüpft“ (Gärtner, Gabriel, und Reuter 2012, 121) ist. Einige evangelischen Journalist_innen, die nicht teilnehmen wollten, erklärten ihre Absage damit, dass Religion für sie nichts mit der Kirche zu tun habe, ihr Glaube Privatsache sei und sie sich insofern nicht „gebunden“ fühlten und sich selbst deshalb der Untersuchungsgruppe nicht zurechneten.

Bedeutung und Werte der Organisationen

Alle gewerkschaftsnahen Journalist_innen sprechen den Gewerkschaften eine zentrale Bedeutung in der Gesellschaft zu. Sie heben besonders die Notwendigkeit der Organisation arbeitender Menschen hervor, oft mit der Betonung auf einem umfassenden Begriff von Arbeit, um auch die freien Mitarbeiter_innen einzuschließen. Man benötige das Gegengewicht (u.a. G11) zu den strukturell überlegenen Arbeitgeber_innen und das Korrektiv der Gewerkschaften (G07). Angesichts der ungerechten Lebenssituationen, der Verschärfung sozialer Ungleichheit und prekärer Beschäftigung sei eine starke Gewerkschaft nötig (vgl. u.a. G01, G03, G10). Einige geben an, insbesondere für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk hätten Gewerkschaften eine große Bedeutung (G04, G05, G06, G10, G11). Allerdings schätzen die meisten die Einwirkungsmöglichkeiten und die Durchsetzungsfähigkeit der Gewerkschaften in den Gremien der Sender im Vergleich zu anderen gesellschaftlichen Gruppen als zu gering ein (z.B. G10). Auch als gesellschaftlicher Player wird die Schlagkraft der Gewerkschaft als ausbaufähig angesehen, die Organisation sei „auf einem absteigenden Ast“ (G06). Gewerkschaften sollten sich lauter und deutlicher äußern und sich nicht nur auf ihre Kernaufgaben konzentrieren. Immerhin seien sie

„in der Abwehr, was Stück für Stück auf uns zukommt und immer noch auf uns zukommen wird, eine der letzten Möglichkeiten überhaupt, sich zur Wehr zu setzen als Arbeitnehmer. Und da sind sie wahnsinnig wichtig trotz der absoluten Unzulänglichkeit vieler ihrer Handelnden“ (G06, 45).

G01, der sich im Interview immer wieder von der Organisation Gewerkschaft distanziert und angibt, er sei nur aus Tradition Mitglied, zeigt eine große inhaltliche Übereinstimmung mit den Gewerkschaften in emotionalen Plädoyers für eine gerechtere Wirtschaftsordnung:

„Schauen Sie mal die Debatte in Europa an. Da sind wir Deutschen die Reichsten, die das ganze Geld haben, die finanzielle vierte Reich einführen wollen, die alle anderen platt machen, die eine Exportquote haben, einen Exportüberschuss vor allem haben, den es historisch noch nie gegeben hat, wo wir noch nie so viele Arbeitsplätze hatten wie in diesem Jahr. Und so weiter und so weiter. Und trotzdem arbeiten in Deutschland etwa 20 Prozent zu Niedriglöhnen. Das halte ich für einen großen, gesellschaftlichen Skandal. Für einen Skandal einer Größenordnung, den man nicht mehr hinnehmen kann. So. Und das gilt für alle Bereiche. Und wenn ich lese, dass es Frisöre gibt, die 3,50 verdienen und dann sagen unsere Freunde von der FDP, dass das auch so bleiben muss, dann wird mir schlecht. Weil deren Argumentation, dass dann der Arbeitsplatz wegfällt, wenn es nicht mehr 3,50 ist, sondern 7,50, ist ein wenig an den Haaren herbeigezogen. Denn die Tätigkeiten, die das ausgeübt werden, sind ja lokal begrenzt. Die kann man nur da machen, die kann man nicht auslagern, die stehen nicht im internationalen Wettbewerb, da geht es ja häufig um ortsnahe Dienstleistungen. Und die sind ganz einfach nicht exportierbar. Und deswegen wäre es relativ einfach, hier sozialere Verhältnisse zu schaffen. Zumal in einem Land, das so reich ist wie dieses und das mit seinem Reichtum und seiner ökonomischen Stärke vielleicht ganz Europa unter seine Fittiche nimmt. Oder andere würden sagen: platt macht. Dass in diesem Land solche Zustände herrschen, halte ich in der Tat für einen Skandal, den man immer wieder thematisieren sollte“ (G01, 7).

Eine Journalistin (G02, 13) kritisiert, das gewerkschaftliche Engagement für freie Mitarbeiter_innen sei zu gering, weshalb sie als Freie „eigentlich bekloppt“ wäre, Mitglied zu sein.

Die anderen freien Mitarbeiter_innen oder die, die lange frei waren, fühlen sich allerdings durchaus vertreten, bzw. engagieren sich in der Freien-Arbeit der Gewerkschaften.

Als von den Gewerkschaften vertretene Werte nennen die Journalist_innen Solidarität über Berufsstände hinweg. Alleine könne man selten Missstände beseitigen, gemeinsam aber schon. Werte der Gewerkschaften seien darüber hinaus bessere Arbeitsbedingungen, die Wahrung individueller und kollektiver Rechte wie z.B. Datenschutz sowie die gerechte Verteilung von Aufstiegschancen.

Fast alle Interviewpartner_innen äußern Kritik an einzelnen Positionen der Gewerkschaften, an den Strukturen oder Personen. Genannt wurde unter anderem die unzureichende Reaktion auf Leih- und Zeitarbeit (G09, G10), die Beschränkung auf Themen der Arbeitswelt (G04) oder Menschen in geregelten Arbeitsverhältnissen (G02), die Position zur Energiepolitik (G08) und die zu geringe Aktivität bei der Regulierung von Praktika und Niedriglöhnen (G04). G11 sagt, er teste immer wieder die Positionen der Gewerkschaften, lese die FAZ und die Zeitung CAPITAL, um gewerkschaftliche Positionen zu hinterfragen und nicht nachzubeten. Doch immer wieder komme er zu dem Schluss: „Das, was meine Gewerkschaft sagt, scheint richtig zu sein. Da habe ich nicht diese kognitive Dissonanz und kann sagen: Dieser Auffassung bin ich auch“ (G11, 82).

G05 kritisiert die Männerdominanz in den Gewerkschaften. Sie habe sich mit den „Gewerkschaftsmännern rumschlagen“ müssen, „die manchmal ebenso eine Pest sind wie Vorgesetzte im öffentlich-rechtlichen Rundfunk“ (G05, 35). Dieser sei in dieser Hinsicht sogar schon weiter als die Gewerkschaft, die nach wie vor „ein starker Männerverein“ sei. Darin sieht sie auch die Ursache dafür, dass sie keine besondere Förderung oder Wertschätzung als „Kämpferin für unsere Belange“ durch die „Männergewerkschaft“ erfahren habe. Ähnlich – allerdings aus der Perspektive eines Mannes – äußert sich auch G06. Er habe sich anfangs nicht mit Gewerkschaften identifizieren können, „mit dieser staubraschelnden, in schlecht sitzenden Anzügen rumrennenden Männerclique“ (G06, 41).

Fünf Journalist_innen (G01, G03, G06, G09, G10) kritisieren die schlechte Erreichbarkeit der Pressestellen und das kaum vorhandene Engagement der Gewerkschaften in der Medienarbeit. Sie seien nicht in der Lage, kurzfristig mögliche Drehorte oder Protagonist_innen zu nennen und formulierten schlechte Pressemitteilungen. Während Mitglieder anderer Organisationen früher an Informationen aus diesen Kreisen kämen, würden die Gewerkschaften wenig offensiv mit ihren Informationen umgehen (u.a. G03). Aus der journalistischen Sicht sei die Zusammenarbeit mit Gewerkschaften anstrengend. Im Zweifel müsse man auf Berichterstattung zu gewerkschaftlichen Themen verzichten oder statt eines Vertreters der GEW mit dem Philologenverband sprechen: „Weil der viel schneller ist“ (G09). G03 kriti-

siert, die Gewerkschaften hätten es verpasst, „deutlicher [zu] machen, was sie erreicht und hingekriegt haben“ (G03, 20). Das führe dazu, dass die Errungenschaften als selbstverständlich angenommen werden würden. In Fragen der Machtpolitik könnten die Gewerkschaften von den Kirchen „ein bisschen abgucken“.

Die kirchennahen Journalist_innen schätzen die Bedeutung der Institution Kirche, aber mehr noch des Glaubens an sich als groß ein. Die Institution werde unwichtiger, Sinn- und Glaubensfragen seien aber nach wie vor relevant (u.a. K01). Allerdings sei die Vermittlung des Glaubens ohne die Institution nicht möglich. Aufgabe der Kirche sei die Vermittlung und Wahrung der Werte, sie sei „Sachwalter“ (K09, 158) oder „Hüterin“ (K02, 100) der Werte und dazu da, Grenzen und Positionen aufzuzeigen. K05 vergleicht die Kirche mit Leuchttürmen, die Grenzen markieren würden. „Das ist eine unheimlich verdienstvolle Funktion der Kirche, immer wieder zu sagen: Wir bleiben bei dieser Grenze, wir markieren sie ganz deutlich. Dann kann jeder entscheiden, ob er da drüber geht oder nicht“ (K05, 123f). Die Kirche sei eine „Orientierungsmöglichkeit“ (K02, 100); ähnlich argumentieren auch K07, K09 und K10.

Als von der Kirche vertretene Werte nennen die Journalist_innen Gerechtigkeit, Solidarität, Toleranz, Achtung vor der Würde des Menschen, die Kultur der Innerlichkeit und Unterbrechung, die Bewahrung der Schöpfung, Nächstenliebe, Hilfsbereitschaft, die „Gottesebenbildlichkeit des Menschen“ (K05, 124), Vergebung, Verlässlichkeit, Demut und Ehrlichkeit, außerdem „das Wissen um die Tiefe des Lebens“ (K01, 93) und das „Leiden an den gesellschaftlichen Zuständen“ (K04, 115).

Allerdings geben die meisten Journalist_innen zu bedenken, dass man zwischen christlichen und kirchlichen Werten unterscheiden müsse (u.a. K05). K01 (93) fragt sich, „wofür [die Kirchen] noch stehen“, K04 betont die Vielfältigkeit christlicher Strömungen. K05 stimmt „ganz klar“ den kirchlichen Werten zu. Die meisten anderen Journalist_innen distanzieren sich auffällig oft und deutlich von der Kirche. K01 attestiert sich eine „deutlich kritische Einstellung“ gegenüber der Kirche, K03 (104) sieht eine „gewisse Distanz zu der Institution“, empfindet aber „Grundloyalität und Sympathie“. K08 (151) bescheinigt sich selbst eine „kritische Loyalität“. K02 sagt, sie sehe die Kirche in einigen Punkten kritisch, z.B. beim Thema Streikrecht, auch wenn sie mit dem Wertegerüst der Kirche ansonsten übereinstimme. K04 (110) geht „nicht unbedingt konform mit den Bischöfen“, K06 hält sich für liberaler als die Kirche, führt das aber nicht genauer aus. K07 ärgert sich manchmal über die Kirche, aber „[i]ch habe mich noch nie so über die Kirche geärgert, als dass ich sagen würde, das wäre einen Bruch wert“ (K07, 142). Konkrete Kritikpunkte an der Institution nennen nur drei Journalist_innen, alle anderen belassen es bei der Feststellung der kritischen Distanz. K09 (162) wünscht sich eine Kirche, die Menschen mehr in den Blick nimmt, die nicht dem

„klassische[n] Idealmaß“ entsprechen. Auch sie selbst sehe als alleinstehende, kinderlose Frau Widersprüche zwischen der Lehre und dem eigenen Leben. Auch K10 (171) wünscht sich von der Kirche, den individuellen Weg zu akzeptieren, „selbst wenn er neben den Idealpfaden verläuft“. K11 hält die katholische Kirche für undemokratisch und sieht Reformbedarf.

Über Mitgliedschaft hinausgehendes Engagement

Neun der gewerkschaftsnahen Journalist_innen geben an, sich über die Mitgliedschaft hinaus gewerkschaftlich zu engagieren oder sich engagiert zu haben. Teilweise sind oder waren sie in der Fachgruppe Medien oder in rundfunkspezifischen, teilweise regionalen Ausschüssen der Gewerkschaft aktiv, im Tarifausschuss und als Wahlvorstand bei der Personalratswahl oder der Vertretung für Freie. Zwei bezeichnen sich selbst als Funktionäre; beide hatten oder haben Positionen oder Ämter in den Gewerkschaften übernommen.

Schwierigkeiten zeigen sich bei der Einordnung der Personalratsarbeit. Fünf der befragten Journalist_innen waren oder sind im Personalrat aktiv. Während vier davon das Engagement im Personalrat als gewerkschaftliches Engagement angeben, zieht einer eine Grenze zwischen gewerkschaftlichem Engagement und Personalratsarbeit. Das sei kein gewerkschaftliches Amt, er sei „kein Gewerkschaftssekretär, ich bin auch nicht im geschäftsführenden Verbandsvorstand von ver.di aktiv“. Deshalb würde er sich auch nicht als Funktionär bezeichnen. Formal hat er damit auch Recht. Denn die dju hat in der Geschäftsordnung der Fachgruppe Medien hierzu eine klare Regelung: Angehörige der dju sind „bei der Wahrnehmung von Mandaten und Ehrenämtern, die im Zusammenhang mit dieser [journalistischen und publizistischen] Tätigkeit stehen, keinen Weisungen von ver.di unterworfen“ (ver.di 2007, 6).

Dass die Personalratsarbeit nicht gleichzusetzen sei mit gewerkschaftlicher Arbeit, sagen auch G03 und G05. Man gehe zwar für die Gewerkschaft in den Personalrat. Dort sei man dann aber „letztlich seinem Gewissen verpflichtet und dem Personalvertretungsgesetz“ (G05), was auch G03 bestätigt:

„Ich bin als Personalrat ja gebunden, vom Gesetzgeber zu Friede, Freude, Eierkuchen verpflichtet. Muss also ausgleichend wirken, sagt der Gesetzgeber. Und da ist es schön, wenn man den Gewerkschaftshut aufziehen kann, da habe ich die Einschränkungen nicht“ (G03, 21).

Thematisiert wurde in den Interviews auch die Schwierigkeit für freie Mitarbeiter_innen, sich überhaupt und speziell im Personalrat zu engagieren.⁶² Engagement bedeute immer auch

⁶² Schwierigkeiten ergeben sich auch durch die unterschiedlichen gesetzlichen Grundlagen der Sender. Je nach Personalvertretungsgesetz und Rundfunkgesetz, teilweise bei Auslagerungen auch nach dem Betriebsverfassungsgesetz, ist geregelt, ob überhaupt Freie in den Personalrat eingebunden werden können.

Verdienstaufschlag. Viele nutzen die Zeit lieber, um Aufträge zu akquirieren. Für die Arbeit in den Gremien zahle ver.di zwar einen Honorarausgleich, aber „davon kann ja keiner leben, wenn er von morgens sechs bis abends 22:30 unterwegs ist“ (G07, 50).⁶³

G05 (29) gibt an, sie habe „die Unterstützung, die ich durch die Gewerkschaften erfahren habe, abbezahlt durch langjährige ehrenamtliche Mitarbeit“, unter anderem im Personalrat. Heute sei sie einfaches Mitglied, moderiere nur gelegentlich ver.di-Veranstaltungen. G09 (67) hat das gewerkschaftliche Engagement eingestellt, bevor er als Korrespondent ins Ausland ging. Danach habe er es nicht wieder aufgenommen, denn „[s]o schlecht geht es Journalisten auch nicht. Da finde ich, für andere Bereiche ist es wichtiger, sich zu engagieren“ (G09). Auch G02 engagiert sich nicht mehr. Während ihres Bachelor-Studiums habe sie einen Stammtisch für junge Journalist_innen organisiert und sei „schon mal zu so, wie heißt das, so vom Fachbereich als Delegierte, so Landeskonferenzen oder so was gefahren“. Bereits im Master-Studium habe sie dafür aber keine Zeit mehr gehabt, während des Volontariats, das sie aktuell absolviert, auch nicht. Während des Studiums haben sich auch G08, G09 und G10 gewerkschaftlich engagiert, sei es in den Studierendenschaften, der GEW-Hochschulgruppe oder beim gewerkschaftlichen Protest gegen die Arbeitsbedingungen von Zeitungsjournalist_innen. Ein Interviewpartner gibt kein gewerkschaftliches Engagement (aktuell oder in der Vergangenheit) an, obwohl er gelegentlich als Moderator und Referent für die gewerkschaftsnahe Hans-Böckler-Stiftung auftritt.

Bei den kirchennahen Journalist_innen geben neun von elf an, sich über die Mitgliedschaft hinaus zu engagieren oder engagiert zu haben. Fünf davon haben oder hatten Funktionen in der Kirche inne. Sie engagieren sich in der örtlichen Gemeinde als Kirchenvorstand oder in anderen Funktionen, in der Landes- und EKD-Synode, in einem Sachausschuss des Landeskomitees der Katholiken oder in der Gesellschaft katholischer Publizisten. Außerdem sind sie in der Telefonseelsorge, der Caritas-Obdachlosenhilfe und im Kirchenchor engagiert.

Vier der kirchennahen Journalist_innen engagieren sich nicht. Teilweise ist das eine bewusste Entscheidung, ebenso wie die, keine Ämter in der Kirche zu übernehmen. Zwei geben Zeitmangel als Grund dafür an, sich nicht zu engagieren. Eine nennt diesen Grund, darüber hinaus aber auch befürchtete Rollenkonflikte. Trotzdem übernimmt sie ab und zu Moderationsjobs, ebenso wie ein anderer kirchennaher Journalist, der angibt, sich nicht über die Mit-

⁶³ „Freie, die bei uns in den Gremien aktiv sind, z.B. im Tarifausschuss Freie, bekommen für den Tag Honoraraufschlag. Die müssen das auch nicht nachweisen, sondern kriegen das einfach so. Der liegt bei 113,40 Euro oder so. Fahrtkosten und Übernachtung zahlen wir sowieso. Für den Honoraraufschlag kriegen sie sieben Tage die Woche den Ausgleich. Man muss natürlich sagen, dass manche von denen mit 113,40 ein schlechtes Geschäft machen. Im Kunstbereich ist das anders. Für die ist das ein gutes Geschäft. Es ist schwierig, für alle eine gültige Regelung zu finden“ (Kühn 2014).

gliedschaft hinaus zu engagieren. Auch andere der befragten Journalist_innen moderieren bei Kirchentagen oder anderen kirchlichen Veranstaltungen, geben das aber im Interview nicht an.

Alle Journalist_innen geben an, sehr offen mit ihrer Mitgliedschaft umzugehen. G02 und G10 sagen, sie seien noch nicht danach gefragt worden, hätten aber kein Problem damit, offen mit der Mitgliedschaft umzugehen. Bei G03, G04, G05, G06, G07, G11 und G12 sei die Mitgliedschaft ohnehin bekannt, in der Regel durch Kandidaturen bei den Personalratswahlen oder durch herausgehobene Stellungen oder Veröffentlichungen. G01 gibt an, ein offener Umgang mit Mitgliedschaften sei nötig, um das Vertrauen der Gesprächspartner_innen nicht zu verlieren. Das „Ehrlichmachen“ schätzt auch die kirchennahe Journalistin K04 (111). Publikum und Umfeld müssten wissen, wo man steht. Deshalb geht sie mit der Kirchenbindung offen um. Auch K03 (107) stellt bei sich eine „Neigung zur Selbstoffenbarung“ fest. Dass Journalist_innen der Kirchenredaktionen Mitglieder der Kirche seien, könne „man sich fast denken“ (K07, 144), das sei „sowieso klar“ (K06, 131).

Nutzen und Schaden der Wertegebundenheit

Auf die Frage, ob die Mitgliedschaft in der Gewerkschaft in der beruflichen Laufbahn eher schade oder nütze bzw. geschadet habe oder genützt habe, nennen neun der zwölf Journalist_innen nützliche Effekte. Am häufigsten wird die Schutzfunktion angeführt: „Wenn sie mir was tun“, so G05 (35), „tun sie auch der Gewerkschaft was.“ Durch den Rechtsschutz und die Hilfe bei arbeitsrechtlichen Problemen sei man abgesichert, bestätigen auch andere Journalist_innen. Das führe dazu, dass man sich nicht einschüchtern lassen müsse, dass man unangreifbar werde und deshalb unabhängiger arbeiten könne. Bei G01 war der Schutz durch die Gewerkschaft in einer beruflich unsicheren Lage der Grund für den Beitritt. Heute sei er eher aus Tradition Mitglied. „Ich bin dabei und bleibe dabei“ (G01, 6). Drei der Journalist_innen geben als nützlichen Effekt der Mitgliedschaft an, auch strukturelle Veränderungen erreichen zu können. Denn dafür brauche man mehr Menschen als nur einen Einzelkämpfer. Gerade die online tätigen Journalist_innen müssten sich „zusammen tun und stärker werden und gewerkschaftliche Gegenmacht mobilisieren“, um gegen die schlechten Arbeitsverträge vorzugehen. „Das halte ich für absolut erforderlich und völlig legitim“ (G01, 7).

Ein freier Mitarbeiter gibt an, durch sein exponiertes gewerkschaftliches Engagement schärfe er sein Profil und steigere seine Bekanntheit. Über Mailings und Veröffentlichungen kenne man seinen Namen, was als Freier wichtig sei. Einige der gewerkschaftsnahen Journalist_innen bezweifeln dagegen, einen individuellen Nutzen aus der Mitgliedschaft ziehen zu

können. Das sei allerdings auch nicht der Sinn der Mitgliedschaft. Als Journalist_in sei man im Vergleich zu anderen Berufsgruppen gut aufgestellt. Durch das Engagement in den Gewerkschaften helfe man schwächeren Gruppen, ihre Interessen durchzusetzen. Solidarität wird von diesen Journalist_innen zwar eingefordert, wenn es um rechtliche Auseinandersetzungen geht, also Rechtsschutz in Anspruch genommen wird. Abgesehen davon sehen sie sich aber als die „starke Schulter“, die mehr tragen müsse als andere und durch die Mitgliedschaft die Bewegung stütze. Die Motivation des Engagements und der Mitgliedschaft scheint bei diesen Journalist_innen eher das Geben als das Nehmen zu sein. Nachkommenden Journalist_innen werfen sie vor, sie würden immer nur fragen, was sie davon hätten, welche Vergünstigungen es gäbe. Ein Interviewpartner beschreibt es als Zeitgeist, Kosten-Nutzen-Abwägungen vorzunehmen. Zwar gebe es auch einen monetären Nutzen der Mitgliedschaft, etwa das Urlaubsgeld, aber da die von den Gewerkschaften erkämpften Errungenschaften auch Nicht-Mitgliedern zugute kämen, werde das nicht als Vorteil gewertet.

Die jüngste der befragten Journalist_innen, bestätigt ungewollt diesen Vorwurf: Sie gibt den Presseausweis als Motivation für den Beitritt bei ver.di an. Sie habe aber auch über den Presseausweis hinaus von ihrer Mitgliedschaft profitiert, da sie ein Stipendium der gewerkschaftsnahen Hans-Böckler-Stiftung bekommen habe. Ansonsten bringe ihr die Mitgliedschaft nichts, weil Gewerkschaften für Freie nichts zu bieten hätten.

Drei gewerkschaftsnahe Journalist_innen schätzen das soziale Umfeld und den Austausch in gewerkschaftlichen Kreisen. G10 gibt als positiv den Austausch über die Produktionsbedingungen unter Gewerkschafter_innen. Gespräche im Gewerkschaftskreis helfen G03 bei der Einordnung von Themen. Und G12 schätzt das „weite Geflecht an Menschen, mit denen man Werte und Interessen teilt“. Man unterstütze sich, wenn es eng werde:

„Wenn z.B. Menschen beschimpft werden, unterstützen sich Gewerkschafter im Allgemeinen etwas besser als individuelle, ganz auf ihr Berichtsgebiet fokussierte Journalisten, die eher als Einzelkämpfer unterwegs sind. Also Solidarität ist nicht nur eine gewerkschaftliche Tugend auf dem Papier, sondern die erlebe ich hier auch. Deshalb nutzt es mir an dieser Stelle, um im Alltag zu überleben“ (G12, 89).

Für alle anderen scheint der Austausch keine große Rolle zu spielen. Allerdings nennt auch niemand institutionalisierte Foren oder Gesprächskreise, wo ein solcher Austausch möglich wäre – im Gegensatz zu den kirchennahen Journalist_innen: Die nennen eine Vielzahl von Gelegenheiten, bei denen es zum Austausch mit Gleichgesinnten kommt, seien es die regelmäßigen Treffen mit den anderen Religionsredakteuren des Fernsehbereichs in der Koordinationskonferenz kirchlicher Sendungen in der ARD (KokokiSe), bei den Kirchentagen oder im Berufsverband Gesellschaft katholischer Publizisten GkP (siehe auch Kapitel 5.4). Über den Austausch mit ebenso kirchennahen Journalist_innen hinaus nennen die Journalist_innen weitere Vorteile der Mitgliedschaft und des Engagements:

Das Engagement in der Gemeinde helfe ihm, so K01, Theorie und Praxis abzugleichen, „genauer zu wissen, worüber rede ich eigentlich“; Journalismus und Engagement befruchteten sich so gegenseitig. Dieser Meinung ist auch K08. Seine kirchliche Verbundenheit habe ihn darin unterstützt, Journalist zu werden, sagt K05. Nur durch die kirchliche Bindung hat er eine Arbeitsstelle bei einer bischöflichen Pressestelle bekommen und bei der Katholischen Nachrichtenagentur. Auch K07 wertet die kirchliche Bindung als Türöffner für den journalistischen Beruf, weil nur als Katholik eine Ausbildung am Institut zur Förderung publizistischen Nachwuchses (ifp) möglich sei.

K09 meint, ihr hätte das kirchliche Engagement etwas nützen können, wenn sie „katholisches oder kirchliches Networking“ betrieben hätte, worauf sie aber weitgehend verzichtet habe. Doch ihre Spezialisierung auf das „Nischenthema“ Religion habe ihr geholfen, sich zu etablieren. K08 gibt an, das kirchliche Engagement helfe ihr bei „meinen eigenen Einschätzungen, meinem Werthorizont und auch meine Möglichkeiten, etwas zu beurteilen“. Außerdem habe sie „ganz andere Quellen, wenn man im inner circle ist“. Dazugehören wertet auch K11 als Vorteil, allerdings aus einem anderen Grund: Er könne die Kirche als Mitglied besser kritisieren, als wenn er von außen käme: „Wenn ich Kritik übe, dann kritisiere ich von innen. Ihr könnt mich nicht abschieben, ich gehöre auch dazu.“ Außerdem empfindet er seine kirchliche Sozialisation und seine Kenntnis des Milieus als vorteilhaft:

„Ich glaube, ich bin unbefangener als Leute, die noch nie etwas mit Kirche zu tun hatten, im Umgang mit Patres oder so. Oder wie sich manche Leute abarbeiten oder verkramphen, wenn sie mit zölibatären Menschen zu tun haben, weil sie die ganze Zeit fragen möchten: ‚Wie kommen Sie damit zurecht?‘“ (K11, 180).

Aber auch für den Einstieg in die Kirchenredaktion sei die kirchliche Bindung nützlich, erklärt K07:

„Natürlich, wenn jemand Redakteur im Kirchenfunk werden möchte, tut er sich wahrscheinlich leichter, wenn er sagt, ich bin Kirchenmitglied. Wenn er das nicht ist, wird es schwierig, weil es sicherlich Konkurrenten gibt, die das nachweisen können. Insofern würde ich also jetzt nicht dafür plädieren, dass man sich distanziert und dann glaubt, man könne die große Karriere machen in dem Bereich“ (K07, 144).

Förderlich für die Karriere scheint das gewerkschaftliche Engagement dagegen nicht zu sein. Drei gewerkschaftsnahe Journalist_innen geben an, man müsse sich irgendwann entscheiden zwischen der Gewerkschaft und dem Journalismus, wenn man sich engagiere. Gerade die Personalratsarbeit könne den Abschied aus dem Journalismus bedeuten (G03). Als Personalrat, bestätigt G12 (89), befinde man sich im „ständigen, auch emotionalen Konflikt mit sämtlichen Führungskräften in diesem Haus. Das ist dann schon eine Überwindung für beide Seiten, miteinander wieder in ein weisungsgebundenes Verhältnis zu kommen.“

Die Karrierechancen als Gewerkschafter_in seien ohnehin eingeschränkt, meint G04. Er könne ohnehin kaum gewerkschaftsorientierte Journalist_innen, erst recht keine in Füh-

ungspositionen. G03 (21) dagegen glaubt nicht an Karrierehemmnisse durch Gewerkschaftsengagement. „Dass Gewerkschaft per se es einem nicht möglich macht, Positionen einzunehmen, bestreite ich.“ Arbeitgeber würden zwar so tun, als würde eine Gewerkschaftsmitgliedschaft schaden. Doch er sehe da eine „Diskrepanz von vordergründigen Sprüchen“ und tatsächlichem Handeln. Anders ist die Erfahrung von G05 (35): Weil sie als Gewerkschafterin „links-liberal verortet wurde“, habe sie spät und nur begrenzt Karriere gemacht. Auch G06 meint, Gewerkschaften wären eher was für Leute, die in ihrem Job keine Karriere machen wollten.

Als schädlich schätzt G01 zwar nicht seine Gewerkschafts-, wohl aber seine Parteimitgliedschaft ein. Die sei „wie ein Klotz am Bein“ (G01, 7), weil man immer wieder beweisen müsse, dass man unabhängig sei. Eine Erfahrung, die auch ein kirchennaher Journalist gemacht hat, allerdings nicht in seiner jetzigen Funktion, sondern als Journalist einer Tageszeitung. Da habe ihm die Mitgliedschaft in der Kirche geschadet, weil ihm von Seiten der Redaktion und vor allem des Publikums fehlende Distanz unterstellt wurde.

Abgesehen davon nennen die kirchennahen Journalist_innen nur sehr wenig negative Effekte ihrer Kirchengelassenheit. Zwei geben an, sie wären leichter, reibungsloser oder früher in ihre jetzige Position gekommen, wenn sie nicht Mitglied der katholischen, sondern der evangelischen Kirche gewesen wären. Denn ihre Sender lägen in einem protestantischen Sendegebiet und die Kirchen hätten evangelische Redakteur_innen/Redaktionsleiter_innen bevorzugt. Teilweise würden ihnen in dem eher säkularen Sendegebiet Aversionen entgegenschlagen. Mit dem Widerstand der Kirche hatte auch ein anderer kirchennaher Interviewpartner zu kämpfen: Er hatte sein Amt als Pfarrer aufgegeben, um Journalist zu werden, was für die Kirche Grund genug war für Bemühungen, seine Anstellung beim Rundfunk zu verhindern. Trotz aller Widerstände sei aber alles gut gegangen. Nutzen und Schaden der Mitgliedschaft halten sich die Waage, bilanziert K09. Eine Journalistin gibt an, die Kirchenmitgliedschaft habe mit ihrer beruflichen Karriere nichts zu tun gehabt. Sie sei eher zufällig in der Kirchenredaktion gelandet.

4.5 Geschlechterunterschiede

In der vorliegenden Studie wurden insgesamt 23 Journalist_innen befragt, davon waren sieben Frauen. Das Ungleichgewicht zwischen Männern und Frauen verwundert allerdings nicht. Laut Weischenberg et al. (2006, 260) ist das Geschlechterverhältnis unter den Journalist_innen alles andere als ausgewogen. Zwar sind bei den Berufseinsteiger_innen bis 30 Jahre noch etwa genauso viele Frauen wie Männer zu finden. Ab 31 sinkt der Anteil der Frauen aber rapide. Bei den 31- bis 35-Jährigen sind es noch 40 Prozent, bei den 36- bis 40-

Jährigen 36 Prozent, bis dann in der Altersgruppe 56 bis 60 nur noch 9 Prozent weiblich sind. In dieser Studie wurden vor allem Journalist_innen gehobeneren Alters befragt. Die meisten sind 46 bis 65 Jahre alt. Aufgeschlüsselt nach Altersgruppen zeigt sich im Vergleich mit Weischenberg et al., dass in der hier vorliegenden Studie Frauen, relativ zur Gesamtheit der Journalist_innen, überrepräsentiert sind.

Dieser Befund wird noch deutlicher, wenn man die Verteilung mit den Daten für öffentlich-rechtliche Journalist_innen aus der Weischenberg-Studie vergleicht. Denn insbesondere unter den fest angestellten Journalist_innen finden sich in den Altersgruppen ab 46 Jahre im Vergleich zu den Männern deutlich weniger Frauen. 68 Prozent der Festangestellten zwischen 46 und 55 Jahre und sogar 95 Prozent der über 56-Jährigen sind männlich. Insgesamt ist das Verhältnis von fest angestellten Männern und fest angestellten Frauen 60:40. Noch gravierender sind die Zahlen bei leitenden Redakteur_innen. In der JouriD-Studie sind 80 Prozent der leitenden Redakteure männlich. Allerdings ist die Fallzahl bei Weischenberg et al. sehr klein: Nur acht Männer und zwei Frauen aus dieser Gruppe haben an der Untersuchung teilgenommen.

1993 waren ein Drittel der Journalist_innen Frauen, 2005 waren es 37 Prozent. In leitenden Funktionen finden sich noch weniger Frauen: lediglich 22 Prozent, wobei es bei Nachrichtenagenturen (5 Prozent) und Zeitungen (9 Prozent) besonders schlecht aussieht (vgl. Weischenberg et al. 2006, 45f). Mehr als die Hälfte der Journalist_innen hat keine Kinder, 52 Prozent der Männer, 67 Prozent der Frauen (vgl. 2006, 46), was darauf hinweist, dass die Vereinbarkeit von Familie und Beruf im Journalismus zu wünschen übrig lässt. Während bei den unter 30-jährigen Journalist_innen noch mehr als die Hälfte weiblich sind, finden sich unter den 31- bis 35-Jährigen nur noch 40 Prozent Frauen, bei den 36- bis 45-Jährigen nur noch 36 Prozent.

„Diese Zahlen belegen, dass Frauen zwar durchaus Zugang zum Journalismus finden, aber dann aus dem Beruf aussteigen – vermutlich, wenn sie sich für Kinder entscheiden. Ein Wiedereinstieg nach der Erziehungszeit scheint mit Blick auf die Altersstruktur des Berufs bislang nur bei wenigen gewünscht oder möglich“ (Weischenberg et al. 2006, 47).

Gelungen ist der Wiedereinstieg einer Interviewpartnerin: Sie ist zunächst aus der festen Anstellung beim öffentlich-rechtlichen Sender ausgestiegen, als sie schwanger war. Eine Teilzeitbeschäftigung sei nicht möglich gewesen und Vollzeit habe sie sich nicht vorstellen können. Für die Redaktion, in der sie zuvor Chefin war, hat sie dann als freie Mitarbeiterin gearbeitet. 20 Jahre später hat sie sich auf eine feste Stelle beworben und diese auch bekommen. Als Mutter ist sie nach Einschätzung einer anderen kirchennahen Journalistin unter den Kirchenredakteur_innen eher eine Seltenheit. Als diese andere Kirchenredakteurin vor 16 Jahren angefangen hatte beim Sender zu arbeiten, war sie die zweite Frau und wesentlich jünger als ihre Kolleg_innen. Inzwischen habe es zwar einen Generationenwechsel gegeben.

Ihr fallen aber nur zwei Kirchenrektaktorinnen ein, „wo ich sagen würde, die haben Kinder und einen Job“. Sie selbst glaubt nicht, dass sie mit einem Kind heute in der gleichen Position wäre: „Das ist ja keine hohe Position, einfache Redakteurin. Aber ich glaube nicht, dass ich die heute hätte mit Familie. [...] Insofern war es eine Entscheidung für den Beruf“. Damit entspricht sie der Mehrheit der Journalistinnen – ebenso wie eine dritte Kirchenredakteurin, die sich als „Single-Frau, die eigentlich nur gearbeitet hat“, beschreibt. Inzwischen lebt sie allerdings in einer Beziehung.

Weischenberg (1995) attestierte Frauen im Journalismus einen Qualifikationsvorsprung. Unter den Journalist_innen ohne formale Ausbildung war der Frauenanteil deutlich geringer als der der Männer. Fast die Hälfte der Frauen hatte sogar sowohl ein Fachstudium oder eine Journalist_innenschule abgeschlossen als auch ein Volontariat absolviert. Bei Männern lag die Quote nur bei einem guten Drittel. Frauen, so schlussfolgerte Weischenberg, zahlten „einen höheren Preis für den journalistischen Beruf, als dass sie mit einer ‚besseren Eintrittskarte‘ aufwarten müssen“ (1995, 480). Darüber hinaus müssen sich Frauen offenbar schon früh zwischen Karriere und Familie entscheiden. Journalistinnen hatten 1995 deutlich seltener Kinder als ihre männlichen Kollegen. Der Lohn für den Qualifikationsvorsprung und den „privaten Verzicht“ (1995, 481) ist allerdings gering: Frauen sind vor allem in typisch weiblichen Ressorts anzutreffen und in untergeordneten Positionen. Sie verdienen nicht nur aufgrund ihrer Position weniger, sondern auch weil sie Frauen sind (vgl. 1995, 485). Bei besseren Qualifikationen haben sie also schlechtere Aufstiegschancen (vgl. Lünenborg 2002, 545).

Laut Weichert und Zabel (2007, 39) ist es Frauen zwar gelungen, „an die ökonomischen Schaltstellen der publizistischen Macht zu kommen“, aber nicht in redaktionell verantwortliche Positionen. Die „Old Boys Networks“ seien nach wie vor intakt. Frauen seien, wenn überhaupt im Journalismus präsent, häufig nur in „marginalen Ressorts wie Reise oder Lifestyle“ in Leitungsfunktionen zu finden. Im Fernsehen herrsche wegen der „stärker auf Ästhetik bedachten Zwänge“ inzwischen „weitgehend Gleichberechtigung“, allerdings, so vermuten die Autoren, „vermutlich auch wegen der zunehmenden ‚Christianisierung‘, dem Trend zum feminisierten Polit-Plausch“ (ebd.).

Bei näherer Betrachtung der Frauen in dieser Studie ergibt sich folgendes Bild: Die Journalistinnen sind häufiger und länger freie Mitarbeiterinnen, bis sie fest angestellt werden. Vier von sieben Frauen sind kinderlos. Zwei der Journalistinnen mit Kindern beschreiben in den Interviews berufliche Schwierigkeiten durch Schwangerschaft und Mutterschaft. Eine spricht gar vom „Karriereknick“, der 20 Jahre anhielt. Eine andere hat ein Kind, aber besaß auch bereits mit Mitte 20 eine Festanstellung in einer Kirchenredaktion. Nur eine Journalistin hat keine formale journalistische Ausbildung. Sie ist die einzige Freie unter den Journalistinnen.

Von sich aus äußern sich in den Interviews nur sehr wenig Journalist_innen zu Frauen im Journalismus: Drei Frauen und ein Mann, der allerdings nur in einem Nebensatz erwähnt, eine weibliche Kollegin habe es schwer, zu Kircheninterna im Vatikan zu recherchieren, weil ihr Frausein „in dem Männerladen ohnehin schon jede Arbeit“ erschwere (K11). Eine weitere Frau geht erst nach einer Problematisierung durch die Interviewerin auf das Thema ein.

In groß angelegten kommunikationswissenschaftlichen Studien wird die Situation von Frauen in der Regel mit erhoben. Studien, die sich fokussiert mit Frauen im Journalismus beschäftigen, liegen unter anderem von Neverla (2002, erstmals veröffentlicht 1986), Schwenk (2006), Keil (2000), Lünenborg (u.a. 2008), Lünenborg und Bach (2010), Röben (2010) und Magin und Stark (2010) vor. All diese Studien zu Frauen im Journalismus wurden ausschließlich von Frauen verfasst, abgesehen von einer über Reporterinnen beim Fußball (Schaffrath 2011a). Darüber hinaus hat sich Scholl (2008) systemtheoretisch mit der Geschlechterdifferenz im Journalismus auseinandergesetzt und die JouriD-Studie hilft bei der Analyse der Unterschiede zwischen Männern und Frauen im Journalismus, weil sie eine fundierte Datenbasis liefert.

Keil untersucht in Ihrer Dissertation „Einsame Spitze“ Frauen in Führungspositionen des öffentlich-rechtlichen Fernsehens. Keil führte Intensivinterviews mit 13 der damals (1994) 14 Frauen in Führungspositionen und 12 Mitarbeiterinnen in deren Abteilungen, wobei sie insbesondere danach fragte, ob sich Frauen in Führungspositionen auf der Eben der Inhalte und der Personalpolitik für Frauen engagieren. Darüber hinaus wollte sie zeigen, „unter welchen Voraussetzungen und Bedingungen [...] dieses Interesse gegebenenfalls umgesetzt werden [kann], welche Rolle spielt hier die Organisation der Medieninstitutionen und welche Bedeutung haben Bezugssysteme unter Frauen“ (Keil 2000, 13). Sie untersuchte den Werdegang und den persönlichen Hintergrund der Frauen, den Handlungsspielraum innerhalb der Institution und die Beziehungssysteme. Etwa die Hälfte der 13 von Keil befragten Führungsfrauen versucht, so das Fazit, „ihren Handlungsspielraum und ihre Definitionsmacht für Veränderungen in Richtung einer autonomen symbolischen Repräsentation von Frauen zu nutzen“ (2000, 196). Eine Orientierung an Männern und Förderung durch diese bezeichnet die Autorin als „unumgänglich“ (ebd.). In den Führungspositionen angekommen, mussten die Frauen die Kompetenz unter Beweis stellen, was aber nicht zu einer dauerhaften Anpassung der journalistischen Wertmaßstäbe an die der Medieninstitution führte: „Mit zunehmender beruflicher Sicherheit besinnen sich die Frauen auf eigene Bedeutungszuweisungen und bringen diese immer selbstbewusster in die Aushandlungsprozesse ein“ (ebd.).

In ihrer journalistischen Laufbahn haben sich die meisten der von Keil befragten Frauen bemüht, „sich so wenig wie möglich auf das Thema ‚Frauen‘ festzulegen“ (2000, 203).

Stattdessen hätten sie in den von Männern dominierten, prestigeträchtigen Ressorts gearbeitet. „Auch in ihrer Leitungsfunktion distanzieren sie sich mehrheitlich von einer frauenpolitischen Berichterstattung“, stellt Keil fest (ebd). Diese Beobachtung hat auch K04 gemacht, wie sie im Interview berichtet. Trotzdem hofft Keil, dass es durch Frauen in Führungspositionen auch zu einer Bedeutungsverschiebung in journalistischen Selektionsmustern und Vermittlungsformen kommen wird. Eine Hoffnung, die sich allerdings nicht zu erfüllen scheint. Denn die Berichterstattung wird nicht entscheidend durch das Geschlecht der Journalist_innen beeinflusst. Frauen in Redaktionen führen nicht automatisch zu mehr Präsenz von Frauen in der Berichterstattung oder gar einem veränderten Geschlechterbild in den Medieninhalten, stellt Lünenborg (1997) fest. Frauen, konstatiert auch Scholl, stünden „nicht für einen besseren oder fortschrittlicheren, sogar noch nicht einmal für einen anderen Journalismus“ (2008, 221). Gerade Frauen in Führungspositionen hätten sich an die männlich dominierten Strukturen angepasst (vgl. 2008, 224). Sie seien „Trägerinnen des vorhandenen Geschlechtersystems [...] und [würden] keineswegs automatisch zu dessen Veränderung beitragen (wollen)“ (Lünenborg 1997, 42f) – Sehr zum Unmut von Interviewpartnerin G05. Denn auch wenn die Männer beim Sender finden, „das wäre doch eigentlich gar nicht mehr nötig, diese ganzen Sprüche“, gebe es ihrer Meinung nach frauenpolitisch noch viel zu tun.

4.6 Zwischenfazit

Von den Durchschnittsjournalist_innen, deren Bild die JouriD-Studie zeichnet, unterscheidet sich die Untersuchungsgruppe in dieser Arbeit nicht nur durch ihre Wertgebundenheit. Die hier befragten Journalist_innen sind überwiegend fest angestellt, was im Journalismus insgesamt, aber auch beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk keine Normalität mehr ist, und zurückzuführen ist auf das hohe Durchschnittsalter der Befragten. Denn unter den Jüngeren finden sich kaum fest angestellte Journalist_innen. Inez Kühn, ver.di-Bundesverwaltung, bestätigt die vermutete Tendenz: Es gäbe kaum Perspektiven für jüngere Journalist_innen neben der freien Mitarbeit. „Es gibt kaum noch Jobs im öffentlich-rechtlichen Rundfunk, die von vornherein unbefristet, ganz normale Arbeitsverhältnisse sind“ (Kühn 2014).

Die befragten Journalist_innen haben mehr Leitungspositionen inne, sind besser (formal) journalistisch ausgebildet und haben nahezu alle ein Studium absolviert, obwohl fast alle einer Generation angehören, bei deren Einstieg ins Feld Quereinsteiger_innen und Studienabbrecher_innen noch zur Normalität im Journalismus gehörten (vgl. Donsbach 1979, 210) und Journalismus als Begabungsberuf galt. Der hohe Grad an formaler journalistischer Ausbildung, der insbesondere unter den kirchennahen Journalist_innen auffällt, lässt sich wohl auch durch das große Engagement der Kirchen im Bereich der Qualifizierung von Journalist_innen erklären.

Entgegen den Befunden von Kepplinger (1979), Donsbach (1979, 210) und anderen (Elster 1979; Rohde 1979), die Ende der 1980er-Jahre – also auch für die Generation der hier Befragten – besonders viele Studienabbrecher_innen und Berufswechsler_innen unter den Journalist_innen ausmachten und das als „tiefgehende Enttäuschung über die ursprüngliche Berufswahl“ werteten, sowie die Berufswahl der Journalist_innen in vielen Fällen als „Folge einer Negativentscheidung, die sich gegen eine Tätigkeit in Staat und Wirtschaft richtet“ (Kepplinger 1979, 8f) sahen, weisen die Journalist_innen dieser Studie in der Regel stringente Lebensläufe auf.

Wer dem Feld angehört, legt die Einstiegshürden fest. Das zeigt sich auch bei den befragten Journalist_innen. Diese finden einhellig, dass eine formalisierte Ausbildung und ein abgeschlossenes Studium auch für nachkommende Generationen als Einstiegshürde gelten sollten – das äußern sogar diejenigen Journalist_innen, die diesen Anforderungen selbst nicht entsprechen.

Die kirchennahen Journalist_innen geben insgesamt ein homogeneres Bild ab: Alle haben ein theologisches Studium, fast alle haben eine kirchengebundene journalistische Ausbildung und/oder vor der jetzigen Anstellung bei kirchlichen Institutionen gearbeitet. Dominante Institutionen, die von mehreren Interviewpartner_innen als Ausbildungsstätte, Arbeitgeber, Stipendienggeber oder interessengebundener Berufsverband genannt wurden, waren bei den kirchennahen Journalist_innen:

- das Institut zur Förderung des publizistischen Nachwuchses (ifp) als Ausbildungsstätte für katholische Journalist_innen
- das Gemeinschaftswerk evangelischer Publizistik (GEP) als Ausbildungsanbieter für evangelische Journalist_innen
- die Katholische Nachrichtenagentur (KNA) und
- der Evangelische Pressedienst (epd) als Arbeitsstätte während und nach dem Studium/der Ausbildung
- die Gesellschaft katholischer Publizisten (GKP) als Berufsverband von katholischen Journalist_innen

Bei den gewerkschaftsnahen Journalist_innen wurde als einzige mehrfach genannte Institution die Hans-Böckler-Stiftung identifiziert. Vier der Interviewpartner_innen hatten Stipendien dieser gewerkschaftsnahen Stiftung für ihr Studium (1) oder ihre Dissertation (3) erhalten. Darüber hinaus arbeiten drei Interviewpartner_innen gelegentlich als Moderator_innen oder Referent_innen für diese Stiftung. Das wurde von den Journalist_innen allerdings nicht im

Interview berichtet, weil die Übernahme solcher Tätigkeiten für die Hans-Böckler-Stiftung offenbar nicht als gewerkschaftliches Engagement gewertet wird.

Die Wertebindung bei den befragten Journalist_innen ist hoch, wenngleich bei vielen Befragten zwischen den Werten und der Organisation unterschieden wird, sie also den Werten von Christentum oder Gewerkschaftsbewegung zustimmen, gleichzeitig aber auch das Agieren von Kirchen oder Gewerkschaften kritisieren können. Das Verständnis gewerkschaftlicher Werte ist breit gefächert, die Schwerpunktsetzung ist unterschiedlich. Die Gewerkschaften selbst bieten allerdings auch einen großen Spielraum für die Zuschreibung von Werten. So formuliert ver.di als Ziel der Gewerkschaft auf der Startseite der Website: „ein schöneres Leben für alle in einer besseren Welt“ (www.verdi.de). In erster Linie werden von gewerkschafts- und kirchennahen Journalist_innen die Werte Nächstenliebe/Solidarität und Gerechtigkeit genannt, die beiden Organisationen gleichermaßen zugeschrieben werden. Möglicherweise liegt das daran, dass diese Werte nicht die des Christentums oder des christlichen Abendlandes sind, sondern menschliche Werte und Folge der Abgrenzungsprozesse von der Kirche.

Während das kirchliche Engagement und das Theologiestudium bei den kirchennahen Journalist_innen als Qualifikation wahrgenommen wird, weil es zu mehr Fachkenntnis führe, die wiederum notwendig zur Ausübung des Berufs wäre, findet sich in den Lebensläufen der gewerkschaftsnahen Journalist_innen wenig Kontakt zu Gewerkschaften als Institution. Gewerkschaftsnähe scheint nicht als Qualifikation gewertet zu werden. Und das, obwohl die Journalist_innen selbst finden, mehr Sachkenntnis täte der Wirtschaftsberichterstattung gut. Und auch die Gewerkschaften wünschen sich Journalist_innen, die eine „kontinuierliche, an [gewerkschaftlicher] Arbeit interessierte, sachkundige journalistische Beobachtung“ leisten (Arlt und Jarren 1996, 307).

5. Verortung im journalistischen Feld

In diesem Kapitel werden die Journalist_innen als Akteur_innen im journalistischen Feld in den Fokus gestellt und deren objektive Beziehungen zu anderen Akteur_innen untersucht. Die Einbindung der Journalist_innen in die Redaktionen und das redaktionelle Umfeld ist von großer Bedeutung für die Frage des Selbst- und Auftragsverständnisses und die Wahrnehmung von Interessenskonflikten. Denn in einem langjährigen Prozess der beruflichen Sozialisation (vgl. Weischenberg 1995, 530) werden „Kontroll- und Anpassungsmechanismen“ (Pfetsch, Eilders, und Neidhardt 2004, 9) verinnerlicht.

Journalist_innen orientieren sich stark an ihrer eigenen Branche, an Kolleg_innen, Vorgesetzten und anderen Medien. Weil sie wenig über ihr Publikum wissen, so begründen Wei-

schenberg et al. (2006, 144) diese „Peer-Orientierung“, nutzen sie private Bezugsgruppen und Kollegen als „Ersatzreferenten“, als Indikatoren für mögliche Publikumsinteressen. Das zeigt sich auf drei Ebenen: in persönlichen Beziehungen zu anderen Journalist_innen im privaten Umfeld, „in den Arbeitsbeziehungen zu Kollegen und Vorgesetzten in der eigenen Redaktion und in beruflichen Beziehungen zu Journalisten anderer Medien“ (ebd.). Der Redaktionsorganisation kommt deshalb bei der Bestimmung der Handlungsrelevanz von Einstellungen eine große Rolle zu (vgl. Esser und Weßler 2002, 214), denn „die individuellen politischen Einstellungen der einzelnen Journalisten geraten dabei gerade deshalb in den Verdacht ungerechtfertigter Parteinahme, weil sie von der Mehrheit der Kollegen gebilligt werden“ (Kepplinger 1979, 8).

Deshalb werden zunächst die Aufgaben der Journalist_innen in ihren Redaktionen dargestellt (Kapitel 5.1), dann die Hierarchien und Widerstände im Arbeitsumfeld (Kapitel 5.2), anschließend die Wahrnehmung der Wertorientierung des Feldes auf der Ebene der Redaktion, des Senders und des Sendegebiets (Kapitel 5.3). Um die Peer-Orientierung erfassen zu können, wird in Kapitel 5.4 die Interaktion und Vernetzung der Journalist_innen dargestellt, bevor in Kapitel 5.5 auf die Arbeitszufriedenheit eingegangen wird.

5.1 Die Redaktionen

Gewerkschaftsnahe Journalist_innen

Die gewerkschaftsnahen Journalist_innen arbeiten in unterschiedlichen Positionen in verschiedenen Redaktionen. Die zwei freien Journalist_innen beliefern unterschiedliche Sendungen vor allem mit Beiträgen zu sozialen Themen und zu „Themen, nach denen keiner fragt“ (G11, 80). Sechs der Journalist_innen arbeiten in einer Redaktion, die eigene Sendungen betreut. Nur vier von ihnen nennen aber die Verantwortung für diese Sendungen als ihre Aufgabe. So gut wie alle gewerkschaftsnahen Journalist_innen produzieren eigene Beiträge, selbst dann, wenn sie die Sendungsverantwortung innehaben. Nur eine leitende Journalistin produziert keine eigenen Beiträge. Sie gibt an, ihre Aufgabe sei in erster Linie die Auswahl von Themen. Zwei der Journalist_innen moderieren Sendungen, die anderen sind jenseits ihrer Beiträge nicht im Fernsehen zu sehen oder im Radio zu hören.

Der Volontär ist keiner festen Redaktion zugeordnet, nennt aber als Thema, mit dem er sich beschäftigt, vor allem Soziales und als Wunschberichterstattungsgebiet Wirtschaft. Zwei Journalist_innen arbeiten als Korrespondent_innen und richten sich in ihren Themen vor allem nach den Wünschen der Redaktionen, wobei der Schwerpunkt bei dem einen auf regionalen Themen liegt, bei dem anderen auf Wirtschaft und Politik. Der eine Korrespondent

hat eine nicht-journalistische Mitarbeiterin, der andere ein_e feste_n und vier freie Mitarbeiter_innen. Zwei Journalist_innen haben eine Leitungsfunktion inne und sind vor allem für die Themenauswahl längerer Formate (Reportagen und Dokumentationen) zuständig, wobei eine_r einen festen wöchentlichen Sendeplatz von 30 Minuten verantwortet, der_die andere in unregelmäßigen Abständen 30- bis 45-Minuten-Sendungen. Eine_r ist an eine Redaktion angebunden, der zwei feste und 13 freie Mitarbeiter_innen angehören. Der_die andere ist von zwei festen Redakteur_innen, einer Sekretärin und bis zu 25 fest-freien Mitarbeiter_innen umgeben. Thematisch beschäftigt sich eine_r der Redaktionsleiter_innen vor allem mit den „Themenbereichen der Politik mit kleinen Seitensprüngen in die Kultur und auch mal ins Bunte. Natürlich sind Schwerpunkte Gesellschaftspolitik und Gleichstellung“ (G05, 34).

Fünf weitere Journalist_innen sind Redakteur_innen von Informationssendungen, Wirtschaftssendungen und einer sozialpolitischen Redaktion, alle mit der Redaktion fest zugeteilten Sendeplätzen. Die Sendungen sind in einem Fall täglich 40 Minuten, in den anderen vier Fällen wöchentlich 30 bis 40 Minuten. Zwei der Journalist_innen sind für eine Sendung direkt verantwortlich, die anderen arbeiten zu. Sie sind nicht in leitender Funktion tätig und sind umgeben von fünf bis acht festen und acht bis 40 freien Mitarbeiter_innen. Ihnen vorgesetzt sind in einigen Fällen feste oder freie Journalist_innen in der Funktion des_der Chef_in vom Dienst (CvD) und in jedem Fall ein_e Redaktionsleiter_in.

Fast alle gewerkschaftsnahen Journalist_innen geben die Produktion von Beiträgen als eine ihrer Aufgaben an. Lediglich ein_e Journalist_in produziert keine eigenen Beiträge, sondern beauftragt feste freie Mitarbeiter_innen damit. Als Aufgabenbeschreibung nennt diese_r Journalist_in die Programmplanung, Koordination, Abstimmung, Mitarbeiterführung und -anleitung und Themensuche. Als weitere Aufgaben nennen die gewerkschaftsnahen Journalist_innen die Redaktion von Sendungen, die Abnahme von Beiträgen, Moderation sowie organisatorische Tätigkeiten.

Als hauptsächlich bearbeitete Themen geben die Journalist_innen Politik, Sozialpolitik, Arbeitsmarktpolitik, Wirtschaft, Energiepolitik und Gesellschaftspolitik an. Einige gewerkschaftsnahe Journalist_innen geben aber an, in der Themensetzung eher zu reagieren als zu agieren. Er würde sich am liebsten mit der Atomwirtschaft beschäftigen, „die ganze Atomgeschichte aufarbeiten, vor allem den korruptiven Teil“, mit der Arbeitsgesellschaft und der Außenpolitik, sagt einer. In seinem Berufsalltag sei das aber nicht relevant. „Die Dinge, die Sie im Job machen, sind nicht die Dinge, die Sie selbst definieren. [...] Dass man selbst Akzente setzt, ist eher selten.“ Er arbeite „sehr stark nachfrageorientiert“. Das bestätigt auch G06.

„Die erste Frage ist also: Was passiert eigentlich? [...] Und dann ist es Teil der Aufgabe des Redakteurs, das in den Proporz, den unser Programm vorschreibt, also es muss etwas aus - Bundesland- dabei sein, es darf nicht zu anstrengend werden, es muss auch was Nettes dabei sein und so, dann musst du aus 15 Themen sechs auswählen, die diese verschiedenen Kriterien erfüllen. Damit ist viel vorprogrammiert“ (G06, 43).

Wenn man beruflich weiterkommen wolle, „dann muss man manchmal darauf verzichten, dass man manche Sachen machen kann“, gibt der Volontär zu bedenken.

Kirchennahe Journalist_innen

Alle kirchennahen Journalist_innen geben an, eigene Sendungen zu verantworten und diese auch zu modifizieren. Sie sind also als Personen präsent in Radio und Fernsehen und wählen die Themen aus, die gesendet werden, beauftragen Autor_innen und nehmen die Beiträge ab. Sieben der kirchennahen Journalist_innen produzieren darüber hinaus eigene Beiträge. Alle kirchennahen Journalist_innen nennen als ihre Aufgabe, als Expert_innen anderen Redaktionen zur Verfügung zu stehen – eine Aufgabenbeschreibung, die bei den gewerkschaftsnahen Journalist_innen gar nicht vorkommt. Sie sind die Religionsexpert_innen der Sender, wie K01 beschreibt:

„Die Religionen sind in sich alle hoch komplexe Systeme und wir haben insgesamt relativ wenig Wissen über Religionen und warum das so mühsam ist zwischen Muslimen und Christen und Muslimen und Juden. Und das kommt uns zugute. Da wird immer wieder gefragt, woran liegt das, was ist den da? Wir haben christliche Feiertage, aber niemand weiß mehr, wofür die noch gut sind oder worum es in den Feiertagen geht. Alle Feiertage werden wir quer durchs Haus gefragt, nochmal zu erklären, was feiern wir da eigentlich“ (K01, 91).

Die kirchennahen Journalist_innen haben fast alle Leitungsfunktionen inne, wobei einige sich mit der Leitung mit eine_r Kolleg_in abwechseln. Sie sind umgeben von mindestens eine_r und höchstens 16 festen Mitarbeiter_innen und von bis zu 120 freien Mitarbeiter_innen. Die Zahl der freien wird in einigen Fällen nicht spezifiziert, sondern als „jede Menge“, „Stamm von Freien“ oder „viele“ angegeben. Die Angabe fällt den kirchennahen Journalist_innen auch deshalb schwer, weil zu den freien Mitarbeiter_innen von einigen befragten Journalist_innen auch diejenigen gezählt werden, die Verkündigungssendungen zuführen. Der_die einzige befragte kirchennahe Journalist_in ohne Leitungsfunktion ist eingebunden in eine große Radioredaktion mit 20 festen und 50 freien Mitarbeiter_innen.

Die kirchennahen Journalist_innen betreuen eigene Sendeplätze, wobei fast immer mehr als eine Sendung in der Verantwortung der Redaktion liegt. In der Regel gestalten die Redaktionen „eine ganze Reihe von wöchentlichen Sendeplätzen“ (K07), so z.B. Gesprächssendungen, Dokumentationen, wöchentliche Feature-Sendungen, Sondersendungen an Feiertagen und Magazine. Die Sendungsverantwortung liegt bei 30 Minuten pro Woche bis hin zu einem vierstündigen Programm jeden Sonntag, zusätzlich zu weiteren Feature- und Maga-

zinsendungen, wobei durchschnittlich etwa 100 Minuten verantwortet werden. Als Themen geben die kirchennahen Journalist_innen entsprechend der Aufgabenbeschreibung ihrer Redaktion konfessionelle und ethische, Sinn- und Glaubensfragen an. Sie interessieren sich für „Dritte-Welt-Themen“ (K01), „ethische Themen, konfessionell orientierte Themen, aber auch gesellschaftspolitisch interessante Fragestellungen, so was wie Armut, Gerechtigkeitsfragen, Wirtschaftsethik“ (K02), „die Frage nach dem Sinn“ (K03), also „Fragen nach den Grenzen des Lebens, die Frage der Endlichkeit, die Frage, was trägt im Leben und im Sterben, also gibt es Dinge, die jenseits der oberflächlichen Fragen, Erfolg, Reichtum, Macht, eine Bedeutung haben“ (K03) oder „das Miteinander-Leben“ (K04). Passend dazu beschreiben sie ihre Sendungen auch als „Religions- oder Philosophie-, Lebensanschauungsfeature“ (K05), „Magazin zu Religion und Kirche“ (K04) oder als „Präsentation stellvertretenden Lebens“:

„Also ich zeige dir, Zuschauer, wie Menschen mit einem bestimmten Problem umgehen. Du kannst dich mit diesem Problem auseinandersetzen, bekommst vielleicht ein Lösungsangebot oder eine Abgrenzung und kannst dir dann darüber Gedanken machen. Das ist für mich ein wichtiges Ziel dabei“ (K06, 129).

Doch ebenso wie die gewerkschaftsnahen Journalist_innen weisen auch einige kirchennahe Journalist_innen darauf hin, dass die Themensetzung nicht völlig frei geschehe, sondern von „außen aufgezwungen“ (K07) sei, weil aktuelle Themen behandelt werden müssten. K06 sagt, es gehe in der Themenwahl nicht darum, „was wichtig ist, sondern was machbar ist“. Und K05 stellt klar, dass er über Themen, die „die Kirche nicht interessieren, [...] nicht viel zu berichten“ habe. „Konkret: Kirche sagt nichts zu arabischer Frühling. Das ist eigentlich ein immens wichtiges Thema in einer Religionsredaktion, aber da fällt auf: Kirche macht da nichts zu.“

Als ihre Aufgabe nennen die kirchennahen Journalist_innen, „Religion und Kirche im Gespräch zu halten“ (K07) oder „Themen aus dem Bereich Kirche, Religion, Weltanschauung ins laufende Programm zu bringen“ (K09). Er, so K07, Sorge dafür, „dass das Thema Religion nicht verschwindet aus der öffentlichen Diskussion. Das ist die Funktion, die am wichtigsten ist. Das machen wir fortlaufend. Jeden Tag“ (K07). Die Fachredaktion berichte „über Kirchliches und über den ganzen Bereich Leben, Werthaltung der Schöpfung“, spezifiziert K08. Zwar tragen einige der Redaktionen die Kirche im Namen und stehen persönlich der Kirche nahe. Einige befragte Journalist_innen betonen aber, dass nicht nur die christliche Religion im Fokus ihrer Redaktion stehe. „Eigentlich haben wir alle Weltreligionen im Blick“, stellt z.B. K04 klar.

Neben der journalistischen Arbeit nennen die kirchennahen Journalist_innen die Betreuung der Verkündigungssendungen als ihren Zuständigkeitsbereich. Lediglich zwei befragte Jour-

nalist_innen sehen die organisatorische Abwicklung der Verkündigung nicht als ihre Aufgabe.

Die Aufgabenbeschreibungen aller Kirchenredakteur_innen ähneln sich: Sie produzieren Beiträge für eigene Sendungen, moderieren und planen eigene Sendungen, sie liefern Beiträge für andere Sendeplätze und sind verantwortlich für die organisatorische Abwicklung der Verkündigungssendungen. Auffällig ist, dass sich trotz der ähnlichen Aufgaben- und Redaktionsbeschreibung sechs der elf befragten kirchennahen Journalist_innen als „anders als die anderen“ bezeichnen. Sie grenzen sich damit nicht nur von anderen Redaktionen im eigenen Sender ab („Kirchentanten-Dasein“ oder „Randredaktion“), sondern auch von den Kirchenredaktionen der übrigen öffentlich-rechtlichen Sender. Zwei kirchennahe Journalist_innen geben an, die anderen Kirchenredakteur_innen seien „anders“ als sie. Ein weiterer sieht sich als „Exot“ zwischen den anderen Journalist_innen, eine als „bunter Hund“. Auch zwei andere Interviewpartner_innen beschreiben ihre Redaktionen als besonders und anders als andere Kirchenredaktionen. Ihre Redaktion sei weniger gut ausgestattet als andere oder trennten weniger zwischen Verkündigung und journalistischer Arbeit. K01 meint, bei anderen Sendern gäbe es einen größeren kirchlichen Einfluss. Gleichzeitig gäbe es in anderen Sendern auch Kolleg_innen, die nicht Theologie studiert haben oder solche, die nicht evangelisch oder katholisch seien.

Auch einige gewerkschaftsnahen Journalist_innen äußern sich über die Kirchenredaktionen. Diese hätten „die Funktion einer Orchidee. Sie blühen vor sich hin und sind vielleicht auch wichtig, aber die sollen ihren Vorgarten machen und dann ist gut“ (G01). Im Sender hätten sie es leichter als andere Redaktionen, weil sie ein Nischenprodukt besetzen, erklärt eine andere Journalistin. Die Kirchenredaktionen kämen „niemanden in die Quere“ und an deren Sendezeiten gehe „niemand dran“. Bei seinen eigenen Themen und in anderen Redaktionen gäbe es „in der Konferenz ein Hauen und Stechen um Sendezeit“, die Sendezeit für die kirchlichen Sendungen sei aber „unbestritten“. „Und wenn der Papst stirbt oder so was passiert, hat man tagelang Flächen freigeschaltet und die können sich da austoben, wie sie wollen“. Auch G04 bestätigt diesen Eindruck für seinen Sender. Die Kirchenredaktionen hätten eine stärkere Machtposition und eine großflächigere Berichterstattung: „Wenn ich mir die Arbeitnehmerseite angucke, habe ich diese Art von Darstellungsplattformen so nicht“ (G04). G12 meint, dass die große Bereitschaft, trotz der geringen kirchlichen Gebundenheit des Sendegebiets über den Papst-Rücktritt „das Programm weitgehend freizuräumen“ mit dem Selbstverständnis der Sender zu tun habe. Es wäre etwas anderes, vermutet er, wenn das Führungspersonal des Senders nicht überzeugt katholisch wäre „in einem – das muss man sich ja klar machen – Sendegebiet, wo die Katholiken eine absolute Minderheit darstellen“ (G12, 87). G05 möchte diesen Eindruck für ihren Sender allerdings nicht teilen: „Obwohl

wir Papst gewesen waren, hat es sich nach meiner Kenntnis im Programm nicht so niedergeschlagen, dass wir da über die Jahre ständig Festspiele veranstaltet hätten“ (G05, 37).

Im Wettbewerb um Sendeplätze werden, bestätigt Lilienthal, von Intendanten und Programmleitern „in diesem komplizierten Prozess des Austarierens von Angeboten und Interessen die Kirchen [...] bevorzugt“ (Lilienthal 2008b, 169). Der ehemalige Rundfunkbeauftragte der EKD Bernd Merz⁶⁴ dagegen findet die „äußerst wenigen Sendeplätze mit christlichen Inhalten“ (Merz 2008, 173) in den öffentlich-rechtlichen Programmen nicht ausreichend und fordert: „Der christliche Glaube gehört mitten in unsere säkular gewordene Welt. Dabei ist ein Weg, ihn zu vermitteln, der bestehende in den säkularen Programmen, die von vielen geschaut werden“ (Merz 2008, 172). Einen Ausbau der Präsenz der Kirche hält er für unbedingt notwendig: „Gefährlich ist es, Menschen Geschichten des Glaubens, die zum Leben helfen, vorzuenthalten“ (ebd.). Da stimmt auch der ehemalige Fernsehredakteur des NDR zu: Das Publikum fordere von den Anstalten die Beschäftigung mit „Motiven und Inhalten des Glaubens“ ein; „[d]iese Erwartung zu enttäuschen wäre kontraproduktiv und geradezu sträflich“ (Nellessen 2008, 176).

5.2 Hierarchien und Widerstände im Arbeitsumfeld

Die Interviewpartner_innen nennen verschiedene Formen von Widerständen im Arbeitsalltag und beziehen sich dabei auf unterschiedliche Hierarchieebenen. Vier Gewerkschafter_innen und ein kirchennaher Journalist sagen, sie müssten sich vor allem gegen die Kolleg_innen in der Redaktion durchsetzen, wenn sie Themen platzieren wollen. K09 führt das zum einen auf das Sendegebiet zurück (vgl. Kapitel 5.3), in dem die Kirchenbindung und die Religiosität gering sind.

„Hier habe ich im aktuellen Betrieb auch manchmal kämpfen müssen für das Thema, was sich vielleicht auch mit einzelnen Personen verbindet, immer wieder klar machen zu müssen, es ist ein Thema und es ist ein Thema wie jedes andere auch. Aber wir machen das jetzt hier. Das war ein ziemlich harter Prozess. Das hat auch verschiedene Abminderungen gegeben und im Wesentlichen ist es auch durchgestanden, aber es passiert immer noch, dass ich mal angepflaumt werde.

Also dass das Verständnis auch nicht so da ist?

Ich hatte sicher Kollegen, die hatten gedacht, man muss das nicht alles thematisieren. Muss man so viel Papst im Programm haben. Oder noch deutlicher die Aussage: Wir hatten zu viel Papst im Programm. Wobei wir da wirklich geschaut haben. Die Süddeutsche hatte da auch

⁶⁴ Der Theologe Merz war außerdem Moderator eines Fernsehgottesdienstes im NDR-Fernsehen, Rundfunkbeauftragter der Vereinigung Evangelischer Freikirchen, Geschäftsführer des Fernsehsenders Bibel TV, Geschäftsführer der Produktionsfirma Matthias-Film, die im Besitz der evangelischen Kirche ist, Geschäftsführer des christlichen Senders Radio Paradiso, Vorsitzender des deutschen Kinderpreises von World Vision Deutschland, Vorsitzender des Evangelischen Presseverbandes Nord und im Vorstand der Medien-Stiftung Christliche Werte Leben (<http://www.bibeltv.de/bibel-tv/ueber-uns/bibel-tv-portraits/bernd-merz/>).

viel Papst im Programm. Das war einfach dran in dem Moment. Aber das ist schon deutlich zu spüren“ (K09, 158).

An diesen Ausführungen zeigt sich zum einen, dass K09 als einziger der kirchennahen Journalist_innen mit Kolleg_innen um Themen konkurriert und damit argumentiert, Religion sei auch nur „ein Thema wie jedes andere auch“, was die anderen kirchennahen Journalist_innen so nicht äußern. Zum anderen zeigt sich die Strategie der Absicherung: Es werden andere Medien (in diesem Fall die Süddeutsche Zeitung) als Referenz herangezogen, um die eigene Themensetzung zu legitimieren.

Zwei nennen darüber hinaus Vorgaben der Chefredaktion oder der Redaktionsleitung als begrenzende Faktoren, die K09 wiederum nicht als begrenzend sondern förderlich wahrnimmt, weil in dieser Hierarchieebene die Kirchenbindung vorhanden sei. Die beiden freien gewerkschaftsnahen Journalist_innen geben Redaktionskonferenzen als Instanz an, an der Themenvorschläge scheitern. Als Redakteur, berichtet G06 (42), sei er „eingebunden in einen Haufen von Konferenzen, Abhängigkeiten, Zwängen und Bestimmungen“, so dass er nicht absehen könne, ob das Programm mit dem übereinstimme, was er eigentlich haben wolle.

Unter den kirchennahen Journalist_innen nennt nur eine_r Redaktionskonferenzen als limitierenden Faktor bei der Themensetzung. Er_sie arbeitet als Fachredakteur_in für Religion in einem großen Team von Fachredakteur_innen und muss deshalb das Thema Religion gegen seine_ihre Kolleg_innen mit eigenen thematischen Schwerpunkten verteidigen. Alle anderen kirchennahen Journalist_innen geben an, „sehr große Freiheit“ (K01) zu haben. Zwar hätten in einigen Fällen Vorgesetzte einen „Blick auf die Sendung“ (K01) oder es gäbe eine „formale Abnahme durch den Direktor“ (K02). In der Regel beschreiben sich die kirchennahen Journalist_innen aber als Letztentscheider_in (K01, K04, K05, K07, K08, K10). Weil sie im Sender als „Kompetenzzentrum“ wahrgenommen werden würden, hinterfrage niemand die Relevanz der von ihm vorgeschlagenen Themen, so K05. Es gäbe, führt K11 aus,

„niemanden, der mir da reinredet. Und ich habe schon den Anspruch, dass ich eine kritische Kirchen- oder Religionsberichterstattung mache. Und das gelingt mir nicht immer, aber in der Regel schon. Und es gibt niemanden, der mich da jemals zurückgepiffen hätte“ (K11, 178).

Drei gewerkschaftsnahe Journalist_innen spüren politischen Druck von außen (G03, G05, G08). G05 erläutert, die Politik nähme Einfluss auf den Sender, der diesen Druck dann durch die Hierarchien durchreiche. Ökonomischen Druck, der vor allem aus der Erfüllung einer Quote resultiert, spüren zwei gewerkschaftsnahe Journalist_innen (G02, G08). Themen müssten auf Massentauglichkeit geprüft werden und in Konferenzen und von Vorgesetzten würde mit der Quote argumentiert.

Als „Selbstzensur“ und „Schere im Kopf“ beschreiben G01, G05, K06 und K10 den damit einhergehenden Zustand: Dabei schrecken die Gewerkschafter_innen davor zurück, Themen vorzuschlagen oder ins Programm zu heben, weil sie möglicherweise von übergeordneten Instanzen nicht akzeptiert werden würden. Bei den zwei kirchennahen Journalist_innen ist eher der Zuschnitt der Sendeplätze entscheidend. Sie vermuten bei einigen Themen, sie würden sich für den jeweiligen Sendeplatz nicht eignen und in der Schaltkonferenz deshalb keine Chance haben. K10 begegnen außerdem ab und zu Themen, die er als zu gewagt einschätzt und deshalb nicht behandelt.

Keine Hierarchien oder übergeordnete Entscheidungsgewalt in ihrer Arbeit nennt G07. Er könne frei entscheiden, was er senden wolle. Er führt das allerdings auch darauf zurück, dass sein Sendegebiet so klein ist: „Es ist klein, klein, jeder kennt jeden, jeder schwätzt mit jedem“ (G07, 53). Positionen seien verhältnismäßig egal, er könne mit jedem reden, „egal, ob der andere drei Stufen über einem ist“ (ebd.).

Auch G08 fühlt sich „nahezu frei“ bei der Gestaltung der eigenen Regionalsendung. Darüber hinaus arbeitet er als Korrespondent und ist dabei auf die Abnahmebereitschaft von anderen Redaktionen angewiesen. Alle anderen gewerkschaftsnahen Journalist_innen beschreiben eine ihnen übergeordnete Hierarchie, die auf die Themensetzung Einfluss nimmt oder kontrollierend wirkt. Selbst diejenigen, die Leitungsfunktionen innehaben, geben übergeordnete Instanzen als entscheidende Faktoren an. G05, Leiterin einer Abteilung, sagt, ihre Themenvorschläge müssten „die Hierarchie nach oben durchlaufen bis zur Fernsehdirektion“, wobei sie oft Kämpfe führen müsse. Die meisten gewerkschaftsnahen Journalist_innen bieten Redaktionen Themen an oder werden beauftragt.

G06 ist zwar einer von sehr wenigen fest angestellten Redakteur_innen seiner Redaktion, durch die Ausdifferenzierung der Arbeitsteilung des Senders habe er aber als Redakteur wenig Einfluss auf die Ausgestaltung von Beiträgen. Die Beauftragung von Autor_innen geschehe durch eine Fachabteilung, nicht durch die Redakteur_innen. Und über ihm stünden immer noch ein_e Leiter_in und der_die CvD – oft freie Mitarbeiter_innen. Er selbst könne „gerade noch mitreden über die Frage, ob das Thema ist. Der Rest entzieht sich meinen Handlungsmöglichkeiten“ (G06). Donsbach (1993) sieht als Folge einer derartigen Rollenenteilung in einer Redaktion eine stärkere redaktionelle Kontrolle. Die in den USA übliche Aufgabenteilung Sorge dafür, dass „die Möglichkeit, die eigene Problemsicht ungefiltert oder unredigiert im Blatt oder in der Sendung unterzubringen [...] sehr viel weniger gegeben“ ist (1993, 303f).

Für den ARD-Sendeplatz „Gott und die Welt“, die Verkündigungssendungen und die Koordination anderer ARD-weiter TV-Sendungen findet regelmäßig eine „Themenschalte“, also

eine Telefonkonferenz aller Kirchenredaktionen, sowie die Koordinationskonferenz kirchlicher Sendungen in der ARD (KokokiSe) statt. Diese werden allerdings von den kirchennahen Journalist_innen kaum als Instanzen der Abstimmung genannt. K06 beschreibt den Ablauf der KokokiSe folgendermaßen:

„Und dann gibt es [...] die Koordinationskonferenzen mit dem schönen Kürzel KokokiSe, Koordinationskonferenz kirchlicher Sendungen. Das sind dreimal im Jahr zweitägige Veranstaltungen. Am ersten Tag treffen sich die Redakteure, am zweiten Tag treffen sich die Redakteure mit den kirchlichen Beauftragten. An diesem ersten Tag planen wir auch nochmal neue Sendungen und regeln unsere Dinge, auch organisatorische und technische Fragen. Am zweiten Tag kommunizieren wir das den kirchlichen Beauftragten, hören aber auch, welche Pläne die haben, und regeln mit denen die Dinge, die gemeinsam zu besprechen sind, also die Verkündigungssendungen. Da sind die ja immer mit beteiligt“ (K06, 129).

Wenn über Kontakte mit den Kirchen gesprochen wird, dann in der Regel, um deren – nach Einschätzung der kirchennahen Journalist_innen – geringen oder nicht vorhandenen Einfluss zu verdeutlichen.

„Die Verkündigungsleute, das sind ganz verständige Leute. Die geben aber auch keine Stellungnahme ab zu unserem journalistischen Programm. Minimal machen das die Rundfunkbeauftragten der Kirchen. Die machen mal ne Reaktion und sagen: Naja, da warst du ja ganz schön kritisch gegen unsere Kirche. Oder die Pressesprecher reagieren und sagen: Mensch, das war jetzt nicht richtig, wie ihr das gemacht habt.

Wie gehen Sie dann damit um?

Ich bedanke mich immer für Rückmeldungen und Kritik. Auch wenn ein Pressesprecher seine Unzufriedenheit äußert: Warum haben Sie denn unseren Hauptfeind zu dem Thema genommen und nicht einen von uns? Das finde ich gut. Dann nehme ich wahr, dass sie es hören, sich damit auseinandersetzen. Und wir gucken, dass wir bei der nächsten Berichterstattung zu dem Thema noch weitere Aspekte mit reinnehmen müssen“ (K05, 125).

Weischenberg et al. attestieren den deutschen Journalist_innen eine große Zufriedenheit mit der redaktionellen Linie des jeweiligen Medienbetriebs (Weischenberg et al. 2006, 91). Das zeigt sich auch in den Interviews: Redaktionelle Leitlinien oder Programmrichtlinien, die als „Richtschnur der programmatischen Festlegung“ (Pfetsch, Eilders, und Neidhardt 2004, 10) gelten, werden von keinem_r Interviewpartner_in als einschränkend wahrgenommen. Das ist zum einen vermutlich darauf zurückzuführen, dass sie zum einen im Alltag kaum präsent sind (vgl. ZDF-Journalist Walde beim Journalistentag 2012: dju 2013, 54), zum anderen aber auch darauf, dass diese den Vorstellungen der Journalist_innen nicht widersprechen.

5.3 Wahrnehmung der Wertorientierung im Feld

Gewerkschaftsnahe Journalist_innen

Der gewerkschaftliche Organisationsgrad unter Journalist_innen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks ist gering. Viele Interviewpartner_innen äußern das nicht nur als Verdacht oder

Gefühl, sondern belegen diese Aussage mit Zahlen. Da sie in Personalräten aktiv sind oder Einblick in die Abläufe bei Personalratswahlen haben, kennen sie die konkrete Zahl der Mitglieder und Aktiven. Die Statistiken bestätigen das isolierte Gefühl der Journalist_innen: Inez Kühn von ver.di gibt an, etwa 2.500 öffentlich-rechtliche Journalist_innen seien in ver.di organisiert, die meisten davon Freie. 400 sind fest angestellt, etwas mehr Männer als Frauen (2014). Laut der JouriD-Studie sind 20 Prozent der öffentlich-rechtlichen Journalist_innen Mitglied der dju/ver.di. 37 Prozent sind Mitglied des Journalist_innen-Verbandes DJV. Die ver.di-Mitglieder sind tendenziell älter als die DJV-Mitglieder. Und in der Altersklasse, in der die meisten Journalist_innen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks sind (36 bis 45 Jahre, 44 Prozent), beträgt der Organisationsgrad nur 18 Prozent. Bei den DJV-Mitgliedern hingegen sind 70 Prozent jünger als 45 Jahre. Und unter den Mitgliedern dieses Verbandes befinden sich auch Journalist_innen in leitenden Funktionen. Möglicherweise sind beide Gruppen in der JouriD-Studie überrepräsentiert. Denn an Umfragen, in denen Arbeitsbedingungen abgefragt werden, nehmen Gewerkschafter_innen gerne teil. Und Weischenberg war Bundesvorsitzender des DJV, was das Vertrauen insbesondere der DJV-Mitglieder in die Umfrage gesteigert haben dürfte. Anfang der 1990er-Jahre war der Organisationsgrad unter Journalist_innen noch höher: „Im Osten waren 70 und im Westen 56 Prozent Gewerkschaftsmitglieder“ (Esser und Weßler 2002, 183). Kühn (2014) gibt im Interview zu bedenken, dass auch die Gründe für den Beitritt hinterfragt werden müssten. Sie beobachte kaum noch ideologische, sondern eher pragmatische Gründe, der Gewerkschaft beizutreten.

Die gewerkschaftsnahen Journalist_innen nennen zahlreiche Gründe, warum ihre Kolleg_innen in den Redaktionen nicht Mitglieder der Gewerkschaften sind: Für Jüngere seien Gewerkschaften nicht so attraktiv (G10); Freie gingen lieber in den DJV oder müssten die Zeit in die Akquise von Aufträgen investieren statt in eine Interessenvertretung (G06); in Gewerkschaften seien vor allem Techniker_innen (G11); viele würden sich für was Besseres halten und deshalb lieber in die „Standesvertretung DJV“ gehen (G07); junge Journalist_innen würden lieber Karriere machen als der Gewerkschaft beizutreten (G06). Journalist_innen würden sich überhaupt „als was Besonderes, als Künstler“ empfinden und deshalb nicht in eine Arbeitnehmer_innenorganisation eintreten; außerdem fehle der klassische Gegensatz von Arbeit und Kapital im Journalismus (G04). Die Machtverhältnisse im Journalismus seien unklar (G08); er selbst ordne sich der „mittleren Führungsebene“ zu, verstehe sich aber als abhängig Beschäftigter. Für ihn sei „die klare Trennung zwischen Arbeitnehmer und Arbeitgeber [...] selbst in einem doch sehr untypischen Arbeitsverhältnis wie beim - Sender- immer noch gegeben“ (G08, 62). Es fehle aber eine klare Gegenposition, ein Arbeitgeber sei schwer auszumachen.

Und das, obwohl eine Organisation der Mitarbeiter_innen aus Sicht der gewerkschaftlich engagierten Journalist_innen unbedingt notwendig wäre: „Denn auch wenn sich unser Haus den Anspruch gibt, wir sind alle eine Familie, gibt es doch klare Unterschiede zwischen oben und unten. Und die unten sollten gefälligst sich zusammen tun, um mehr Druck aufbauen zu können gegen oben“ (G08, 62).

Er kenne nur ganz wenige gewerkschaftsorientierte Journalist_innen, sagt G04, erst recht keine in der Führungsebene. Allerdings äußern einzelne Journalist_innen auch Zweifel daran, ob Intendant_innen oder Chefredakteur_innen angesichts ihrer Position als Arbeitgeber_innen in einer Gewerkschaft überhaupt richtig aufgehoben wären. Die Entscheider_innen seien Anhänger der Mehrheitsmeinung, „weil die ja von oben vorgegeben wird“ (G04, 26). Sie als Gewerkschafterin vertrete die Minderheitenmeinung, erklärt G04. Einige seiner Kolleg_innen, so G06, hätten möglicherweise eine Wertorientierung, „lassen sie aber nicht raus, weil sie – vielleicht sogar berechtigt – denken, dass es ihnen Nachteile bringen könnte. Wenn es eine Chefredakteurin gibt, die keine hat, so meine These, dann tust du möglicherweise als Freier in unserer Info-Redaktion auch gut daran, keine raushängen zu lassen“ (G06, 47). Der Einfluss anderer Organisationen und Strömungen wird von den gewerkschaftsnahen Journalist_innen hingegen groß eingeschätzt. Genannt wird mehrfach die Kirche, aber auch die Pharma-Industrie oder Konservative. Er sei „umgeben von Konservativen“, meint G06 (48), die gebe es „wie Sand am Meer“.

Auch Weichert und Zabel (2007) bescheinigen der von ihnen untersuchten Gruppe der Alpha-Journalisten eine zunehmende „neoliberale Grundhaltung [...], die sich beispielsweise im rigiden Ausleben von Management-Qualitäten (Führungsstil, Blattmacher-Kompetenzen), aber auch in weltpolitischen Kommentierungen niederschlägt“ (2007, 40). Sie stünden „stellvertretend für die spätbürgerliche Journalistengarde von Mittvierzigern, die in maßgeschneiderten Anzügen und mit gepflegtem Teint neben ihren Hauptberufen als Chefredakteure und Redaktionsleiter auch als Sachbuchautoren oder Talkmaster noch eine gute Figur machen“ (ebd.). Diejenigen, die dagegen „vormals linke Ideologien und das Berufsethos eines kritisch-emanzipativen Journalismus wacker verteidigen“, müssten „zugunsten ihres idealistischen Anspruchs entsprechend auf die ganz dicken Gehälter“ verzichten und würden als „antiquiert und schrullig belächelt“ (2007, 40f). Das zeigt sich auch in der Berichterstattung über Gewerkschaften: Ihle et al. (2005) zeigen beispielsweise, dass positive Konnotationen von Gewerkschaften, etwa Modernität oder konstruktive Kritik, nur selten Eingang in die Berichterstattung finden. Das Engagement für soziale Gerechtigkeit trete hinter die Machtpolitik zurück. Und auch Stockfisch (2004), die sich in ihrer Dissertation mit Gewerkschafts-PR und deren Wirkmächtigkeit im Journalismus beschäftigt hat, zieht ein ernüchterndes Fazit: Zwar werde von den Journalist_innen die Sachkompetenz der Gewerkschaften

anerkannt. Sie sehen aber eine „Spirale nach unten“ in der Berichterstattung über Gewerkschaften und ein dürftiges Medienecho (vgl. 2004, 198).

Trotzdem sprechen die gewerkschaftsnahen Journalist_innen nicht von einer gewerkschaftsfeindlichen Stimmung oder von Vorbehalten, im Gegenteil: Gewerkschaften stießen in seinem Sender auf „große Akzeptanz“ (G01). Selbst wenn sie Gewerkschaftsengagement als Karrierehindernis beschreiben, verneinen sie auf Nachfrage eine negative Konsequenz aus der Gewerkschaftsnähe (u.a. G03).

Die gewerkschaftsnahen Journalist_innen schätzen die Einflussmöglichkeiten der Gewerkschaften in den Gremien der Sender als gering ein. Die Gewerkschaften wären „viel weniger aktiv als die Parteien und die anderen Gruppen, insbesondere die Kirchen“, sagt G11. Die Gewerkschafter_innen in den Rundfunkräten wären „viel zu wenig vernetzt [...] mit den Gewerkschaften. Das machen wahrscheinlich andere Organisationen besser“ (G11, 82). Er meint auch einen Grund für die Zurückhaltung zu kennen: „Rundfunkrat ist ja Ehrenamt, die werden auch zu Empfängen eingeladen und eingewickelt, mit dem Intendanten sind sie zusammen. Da sind Honoratioren unterwegs, die haben mit dem Thema, über das sie wachen sollen, wenig zu tun“ (G11). Die formelle Einflussnahme von Gewerkschaften, aber auch der Kirchen schätzt G12 als gering ein. Als sogenannte „Graue“ in den Gremien, die „nicht so verdächtig sind, ständig auf eigene Positionen in diesen Gremien zuzusteuern“ seien Gewerkschaften und Kirchen in ihren Einwirkungsmöglichkeiten den politischen Parteien unterlegen. Größer schätzt er die informellen Einflussmöglichkeiten ein, die allerdings nur die Kirchen zu nutzen wüssten:

„Es gibt durchaus Sender, ich nenne keine Namen, wo die Besetzung der entscheidenden Führungsschichten ausgesprochen katholisch geprägt ist. Ich kenne keinen Sender, der ausgesprochen gewerkschaftlich in seiner Spitze geprägt wäre. Da wäre ich für Hinweise dankbar“ (G12, 87).

Auch die Einschätzung des Organisationsgrades, der Industrie im Sendegebiet und der Religiosität der Bevölkerung spielen eine Rolle für die Verortung und das Selbstverständnis der Journalist_innen. Die Umgebung präge Bewusstsein und Arbeitsinhalte der Journalist_innen, stellt G09 fest. Er arbeitet bei einem Sender, der finanziell gut ausgestattet ist, in einem Sendegebiet mit niedriger Arbeitslosenquote. Er lebe in einer „Wohlfühlstadt“, was er aber auch als problematisch einstuft: „Dann sieht man bestimmte Probleme nicht mehr“ (G09). Da in seinem Sendegebiet auch die Industrie angesiedelt ist, sei es aber einfacher möglich, Themen der Arbeitswelt zu platzieren – anders als beispielsweise beim NDR, der „nicht die Industrie in seinem Gebiet [hat]. Da spielen Landwirtschaft, Großschlachtbetriebe, Schweinebetriebe eine viel größere Rolle“ (G09, 69). G07 beschreibt sein Sendegebiet durchgängig als „klein, klein“ und „gemütlich“. Auch weil der Sender so klein sei, habe ver.di eine absolute Mehrheit im Personalrat, „seit 30 Jahren“. Das habe aber auf die tägliche Arbeit keine Auswir-

kung. Man könne zwar in Tarifverhandlungen auf den hohen Organisationsgrad verweisen. Aber „wenn es darum geht, eine Aktion auf die Beine zu stellen, sind die Mitarbeiter nur schwer zu bewegen“ (G07, 55).

Doch insgesamt äußern sich die gewerkschaftsnahen Journalist_innen wenig über die Verhältnisse im Sendegebiet. Wenn sie soziale oder politische Missstände kritisieren, endet die Kritik nicht am Rand des Sendegebiets. Ihr Horizont ändert sich je nach Thema, und selten stellen sie Missstände fest, die nur auf ihr Sendegebiet zutreffen.

Kirchennahe Journalist_innen

Bei den kirchennahen Journalist_innen ist der Bezug auf das Sendegebiet deutlicher erkennbar. Für sie gibt es einen Zusammenhang zwischen der Religiosität der Bevölkerung in ihrem Sendegebiet und der thematischen Ausrichtung ihrer Redaktion und den Personalentscheidungen. Sie verorten sich als Katholik_innen oder Protestant_innen in einem katholischen, protestantischen oder (im Falle des MDR und rbb) einem konfessionell ungebundenen Sendegebiet ein.

Auf die Frage nach der Religiosität des Sendegebiets erörtern die Journalist_innen in der Regel lediglich das Verhältnis von evangelisch und katholisch Gebundenen (u.a. K02, K03, K06, K07). K06 hat manchmal das Gefühl, ein bunter Vogel zu sein, weil er Katholik ist in protestantischem Sendegebiet. Die christliche Orientierung der Mehrheit der Bevölkerung wird nicht in Frage gestellt. Und weil die Mehrheit der Bevölkerung katholisch und evangelisch sei, müssten auch die Kirchenredaktionen mit Angehörigen dieser Religionsgruppen besetzt sein:

„Der -Sender- hat die Position, dass man sagt, die Mehrheitsreligionen sollten jemanden haben, der auch die Muttersprache dieser Gruppierungen spricht. Die theologische Muttersprache. Deshalb eben im Moment noch evangelisch und katholisch. Das kann sich auch noch verändern, aber im Moment sieht es eher so aus, als ob es, wenn es eine Entwicklung gibt, eine größere Diversifizierung eintritt. Eine größere andere Religionsgruppe ist ja nicht im Anmarsch“ (K06, 104).

Da sein Sendegebiet „katholisch, evangelisch geprägt“ sei,

„wird man da Rücksicht nehmen. Aber es gibt kein Abkommen, wo dieses und jenes vereinbart wäre. Das ist ja bei Personalangelegenheiten oft so, dass das ein bisschen ausgehandelt wird oder sich ergibt. Aber damit bin ich nie befasst gewesen. Da ist nie eine große Diskussion entstanden. Es ist natürlich klar, wenn es um die Leitungsfunktion geht, da wird man schon aufpassen. Man muss das ja auch über die Kontrollgremien genehmigen lassen. Und so gesehen wird ein Intendant da keine großen Experimente wagen. Aber wie das langfristig sich weiter entwickelt, weiß ich auch nicht. Vermutlich wird es so bleiben, wie es ist“ (K07, 136).

Das gilt auch für andere Sender: Weil der NDR protestantisch sei, sei üblicherweise auch der Redaktionsleiter Protestant und der zweite Redakteur katholisch, so ein_e NDR-

Kirchenredakteur_in. Es sei sinnvoll, dass „da eindeutig zuordbare Menschen“ sind, bestätigt auch der_die Kirchenredakteur_in des Bayerischen Rundfunks.

Ebenso wie von K06 werden auch aus dem MDR Bedenken berichtet, die dem_der Redakteur_in entgegenschlugen, weil er_sie nicht evangelisch ist. Und das, obwohl er_sie in einem Sender arbeitet, der seiner_ihrer eigenen Einschätzung nach deutlich mehr konfessionell gebunden ist als das Sendegebiet. Da viele Christ_innen aus dem Westen beim MDR arbeiten, wären dort wesentlich mehr Christ_innen als im Sendegebiet Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen. Doch dafür seien die in diesen Sendegebieten lebenden Christen frommer als die in katholischen Sendegebieten. „Die Bayern sind zwar katholisch, aber das ist halt so, weil man schon immer katholisch war. Hier ist das ein stärkeres Bekenntnis“, berichtet auch der_die RBB-Kirchenredakteur_in. Gerade der benachbarte MDR müsste viel stärker die „Diaspora-Geschichte in den Blick nehmen“.⁶⁵ Für die Redaktionsarbeit habe dies zur Folge, dass mehr erklärt werden müsse. „Da ist weniger Vorverständnis da. Ich muss wirklich erklären, was Pfingsten ist oder Fronleichnam“. Auch der_die Kolleg_in vom MDR bestätigt, gerade binnenkirchliche Themen kämen im Sendegebiet nicht gut an, weil es „nur die Kirchgänger [interessiert], die einen lebendigen Kontakt zur Gemeinde haben. Und das kann man hier ja runterrechnen, wie wenige Prozent das sind“. In der Region des Senders sei den Leuten „Religion zum Teil schon ein bisschen suspekt“.

Die kirchennahen Journalist_innen glauben zu wissen, dass die meisten ihrer Kolleg_innen entweder evangelisch oder katholisch sind. Ihnen fällt in der Regel in der eigenen Redaktion niemand ein, der_die nicht getauft ist. Als einziger nicht getaufter Kirchenredakteur wird der von Radio Bremen genannt. Die Journalist_innen sind sich aber sicher, dass zwar ihre eigene Redaktion „zufällig“ (K03) nur aus Theologen und konfessionell Gebundenen bestehe, andere Kirchenredaktionen da aber anders seien (K01, K03, K04, K06, K09). Lediglich K04 gibt an, eine nicht kirchengebundene Journalist_in zu kennen, die zeitweise in der Redaktion gearbeitet hätte.

Einige geben an, über detaillierte Informationen über den Glauben der Kolleg_innen außerhalb ihrer Redaktion zu verfügen, weil diese sie darauf ansprechen würden. „Relativ schnell erfährt man von allen, wo sie stehen. Ich weiß von sehr vielen Leuten hier im Haus, wo sie stehen“ (K03). Auch die Kirchenbindung des leitenden Personals der Sender ist den Journalist_innen bekannt. Ihr Sender sei katholisch, meint K08. „Wir haben eine Reihe von aktiven Katholiken auch in anderen Führungspositionen.“ Darüber hinaus fänden regelmäßig Gespräche zwischen kirchlichen Rundfunk- und Fernsehbeauftragten und dem Programmdirektor und dem Intendanten statt (K06). Auch K04 berichtet von überzeugten Katholik_innen in

⁶⁵ Zur Religiosität in Ost- und Westdeutschland vgl. auch Pollack (2012).

der Führungsetage des Senders. „Überall sitzen die vom Institut [zur Förderung publizistischen Nachwuchses]. Das ist schon sehr massiv“ (K04), was er_sie an zahlreichen Beispielen belegt. K09 gibt an, der „Ober-ober-Chef“ sei kirchenaffin. Obwohl ihr Sender im Ostdeutschland angesiedelt sei, wo es wenig Kirchnähe gäbe, seien viele Kolleg_innen christlich, weil diese aus dem Westen kämen.

Auch in den Gremien der Sender sind die Kirchen präsent und werden von den kirchennahen Journalist_innen wahrgenommen. K06 etwa beschreibt es für seinen Sender so:

„Es gibt ja kirchlich gebundene Rundfunkräte und im Verwaltungsrat sind Menschen, die den Kirchen nahe stehen. Es gibt die kirchlichen Rundfunk- und Fernsehbeauftragten, die regelmäßig ihre Gespräche mit dem Programmdirektor und dem Intendanten haben. Die können natürlich hingehen und sagen: Lieber Programmdirektor, das finden wir gar nicht schön. Und die Rundfunkräte können sagen: Ob wir Ihnen beim nächsten Mal unsere Stimme geben, wissen wir noch nicht so genau. So könnten die versuchen, Einfluss zu nehmen. Aber das ist der übliche Einfluss von Lobbyisten“ (K06, 132).

K01 berichtet vom Vorsitzenden des Rundfunkrats seines Senders, der Vertreter der evangelischen Kirche sei. Er betont allerdings, er würde sich in strukturellen Fragen nicht an die kirchlichen Vertreter_innen im Rundfunkrat wenden, selbst wenn diese möglicherweise unterstützend für die Kirchenredaktion wirken könnten. Denn er wolle die Wichtigkeit des kirchlichen Programms und seiner Redaktion inhaltlich begründen können und nicht durch gute Kontakte zu den Kirchen in den Gremien gerettet werden. Er stellt aber klar, dass er „die natürlich alle“ (K01) kenne.

K08 beschreibt das Verhältnis ihres Senders zu den Kirchen als „aktives Miteinander zwischen -Sender- und der Bischofskonferenz“, so werden etwa die leitenden Funktionen in der Kirchenredaktion im Einvernehmen mit den Kirchen besetzt. „Streng genommen“ sei zwar in der Position von K09 in der Kirchenredaktion keine Zugehörigkeit zur Kirche nötig. Aber: „Ich glaube nur, dass die Kirchen sich dagegen verwehren würden“. Das bestätigt auch K07 für seinen Sender: „Es ist natürlich klar, wenn es um die Leitungsfunktion geht, da wird man schon aufpassen. Man muss das ja auch über die Kontrollgremien genehmigen lassen. Und so gesehen wird ein Intendant da keine großen Experimente wagen“ (K07). K01 und K02 betonen, dass in ihren Sendern die Kirchen kein Mitspracherecht bei der Besetzung der Stellen hätten. Die Kirchen würden noch nicht einmal gefragt, sagt K01. K02 vermutet, dass „irgendwelche Vorlieben geäußert werden von irgendjemandem“. In anderen Sendern hingegen sei das anders, „die kriegen den Redakteur dann präsentiert“ (K01). Auch K03 sagt, in seinem Sender nehme die Kirche auf die Stellenbesetzung keinen Einfluss. Allerdings sei es in seinem Sender Konsens, „dass man sagt, die Mehrheitsreligionen sollten jemanden haben, der auch die Muttersprache dieser Gruppierungen spricht. Die theologische Muttersprache. Deshalb eben im Moment noch evangelisch und katholisch“ (K03). K11 meint die Ursache

für den Einfluss der Kirche zu kennen: „Es gibt hervorragende Kirchenjuristen, die genau wissen, wie man solche Privilegien verteidigt“ (K11).

Von den Journalist_innen in der Redaktion, die christlich seien, wisse und merke sie es, sagt K09: „Da gibt es so ein Augenzwinkern und manchmal so eine Verständigung“. Einen anderen Umgang unter christlichen Arbeitskolleg_innen bestätigt auch K07. Christen seien angenehere Arbeitskolleg_innen, seien verlässlicher und fairer.

„Es gibt Leute, die total kirchenfern sind und die sich entsprechend auch benehmen. Das muss nicht so sein, aber es gibt sie. Die also im Konkurrenzverhalten sich völlig anders benehmen als jemand, der aus dem kirchlichen Spektrum kommt. Ich kann das nicht näher ausführen, aber ich glaube, das ist wirklich so. Das merkt man natürlich erst, wenn man eine längere Zeit mit Menschen aus diesem Umfeld zu tun hat“ (K07, 142).

Einige im Sender hätten kein Verständnis für die Kirchenmitgliedschaft, vor allem werde aber das System der Einbindung der Kirchen in öffentlich-rechtlichen Rundfunk kritisiert, so K05. Durch das kirchenferne Senderumfeld habe auch sie schon Aversionen erlebt, „weil ich die Kirche vertrete“, sagt K09. Die übrigen kirchennahen Journalist_innen nehmen eine „sehr freundliche Stimmung den Kirchen gegenüber“ (K02) in den Sendern wahr. Gärtner et al. (2012) bestätigen das beobachtete freundliche Klima in den Redaktionen: Unter den Journalist_innen seien die Vertreter_innen des „Inklusionsparadigmas“ in der Mehrheit, „demzufolge Religion und Kirchen eine Position in der Öffentlichkeit zugebilligt und der gesellschaftliche Einfluss ihrer Repräsentanten als legitim und bedeutsam wahrgenommen wird“ (2012, 119).⁶⁶ Der (christlichen) Religion wird von den Journalist_innen eine „neue Sichtbarkeit und öffentliche Präsenz“ (2012, 120) bescheinigt, die unter anderem damit begründet sei, dass „die Kirchen in Fragen der sozialen Gerechtigkeit oder der biomedizinischen Manipulierbarkeit der menschlichen Natur hohe Akzeptanz als ethisch orientierende Akteure und Garanten des Gemeinwohls“ genössen. Das Christentum wird als „Basis für Sittlichkeit, Moral und Lebensorientierung“ gewertet (2012, 121). Eine „neue Zuwendung zu den eigenen religiösen Herkunftsbeständen, nämlich dem Christentum“ sei auch nötig, weil die „verstärkte Immigration von Muslimen“ und der Angriff islamistischer Attentäter am 11. September 2001 eine „Vergewisserung der eigenen religiös-kulturellen Identität“ erfordere (2012, 120f). Der Islam wird von den Journalist_innen als „kulturfremde Religion“ betrachtet und vor allem mit Gewalt und Konflikten in Verbindung gebracht (vgl. 2012, 66, 194–196).

⁶⁶ Während Gärtner et al. für die 1960er- und 1970er-Jahre eine Marginalisierung von Religion und Kirche in den Medien konstatieren, stellt Cornils (2009, 427) fest, zumindest in Bezug auf die Mitwirkung der Kirchen in den Gremien sei das von Anbeginn an bestehende Ensendungsrecht der Kirchen „nie umstritten“ gewesen.

5.4 Interaktion und Vernetzung

Beziehungen helfen beim Berufseinstieg, aber auch bei Ausübung des Berufs, weil sie die Recherche erleichtern. Die Interaktion zwischen Journalist_innen und der „In-Group-Orientierung“ (Donsbach 2009, 118) muss eine große Bedeutung für das Handeln journalistischer Akteur_innen beigemessen werden. Greife man generelle kognitions- und sozialpsychologische Annahmen auf, vermutet Donsbach, könne man „Nachrichtenentscheidungen auch als eine *shared reality*, eine in Abstimmung mit relevanten Interaktionspartnern gewonnene Konvention über Wirklichkeit betrachten“ (Donsbach 2008, 159). Auch besteht häufig „eine direkte Verbindung zwischen der symbolischen Komponente des kulturellen Kapitals und dem sozialen Kapital, da Informanten sich bevorzugt an solche Journalisten wenden, die sich zuvor durch ihr Renommee und ihre Vertrauenswürdigkeit ausgezeichnet haben“ (Hanitzsch 2007, 243f). Ob und welche Interaktionen und Vernetzungen die Interviewpartner_innen thematisieren, soll im Folgenden dargestellt werden.

Nach Bourdieu sind zwei verschiedene Arten von Beziehungen als Kapitalträger denkbar: „institutionalisierte (formelle) und nicht-institutionalisierte (informelle) Beziehungen“ (Arnold und Schneider 2008, 196). Die kirchennahen Journalist_innen berichten sowohl von einer institutionell-organisatorischen als auch einer individuell-informellen Interaktion mit den Kirchen. Eine institutionell-organisatorische Interaktion zwischen den befragten kirchennahen Journalist_innen und den Kirchen findet zum Beispiel innerhalb der Koordinationskonferenz kirchlicher Sendungen in der ARD (KoKokiSe) statt oder über das katholische Institut zur Förderung publizistischen Nachwuchses (ifp). Die individuell-informelle Interaktion meint persönliche Kontakte zwischen Journalist_innen und Angehörigen der Organisation. Die Grenzen sind allerdings fließend, die Einordnung nicht immer eindeutig. Hintergrundgespräche der Kirche etwa, zu denen alle Kirchenredaktionen eingeladen sind, die Teilnahme aber nicht verpflichtend ist – „Ein Angebot, keine Pflicht. Da gehen trotzdem alle hin.“ (K05) – könnten sowohl der einen als auch der anderen Kategorie zugeordnet werden. Schulz bezeichnet Hintergrundgespräche als informelle Kontakte, weil Journalist_innen in diesen Gesprächen an Informationen herankommen, „die sie auf normalen Wegen der Recherche nicht erhalten würden“ (W. Schulz 2011, 302). Die Gespräche, wie sie die Kirchenredakteur_innen beschreiben, könnten aber angesichts der Anzahl der Teilnehmenden und der bereitwilligen Nennung auch als „quasi institutionalisierte Hintergrundkreise“ eingeordnet werden (2011, 303).

Die kirchennahen Journalist_innen bezogen sich in den Interviews oft aufeinander, wie Abbildung 5 verdeutlicht. Sie gaben Empfehlungen für andere mögliche Interviewpartner_innen ab und berichteten von den Eigenheiten und Arbeitsweisen der Journalist_innen in den Kir-

chenredaktionen anderer öffentlich-rechtlicher Sender. Da alle Kirchenredaktionen ähnliche Aufgabenbeschreibungen haben, ähneln sich auch die Berichtsgegenstände. Die kirchennahe Journalist_innen dieser Redaktionen treffen sich deshalb im Rahmen von Recherchen. Sie kennen sich, weil sie sich regelmäßig bei Kirchentagen und anderen kirchlichen Veranstaltungen treffen, über die sie berichten. „Wir sehen uns ein, zwei Mal im Jahr, EKD-Synode, Kirchentag, Katholikentag“, erläutert K09 (159). „Ich wüsste von niemandem meiner Kollegen, dass jemand innerhalb der ARD so Beziehungen pflegt. Auch, dass man sich trifft, zwischendurch mal telefoniert, sich mit Beiträgen austauscht. Das ist wirklich besonders“ (K09). Die Entscheidungswege seien im Bereich der Kirchenberichterstattung einfacher, weil der „Verein kleiner“ sei. Man könne sich leichter mit Kolleg_innen verständigen als in anderen Bereichen, es gehe kollegialer und „dadurch meist relativ geschmeidig“ zu (K06).

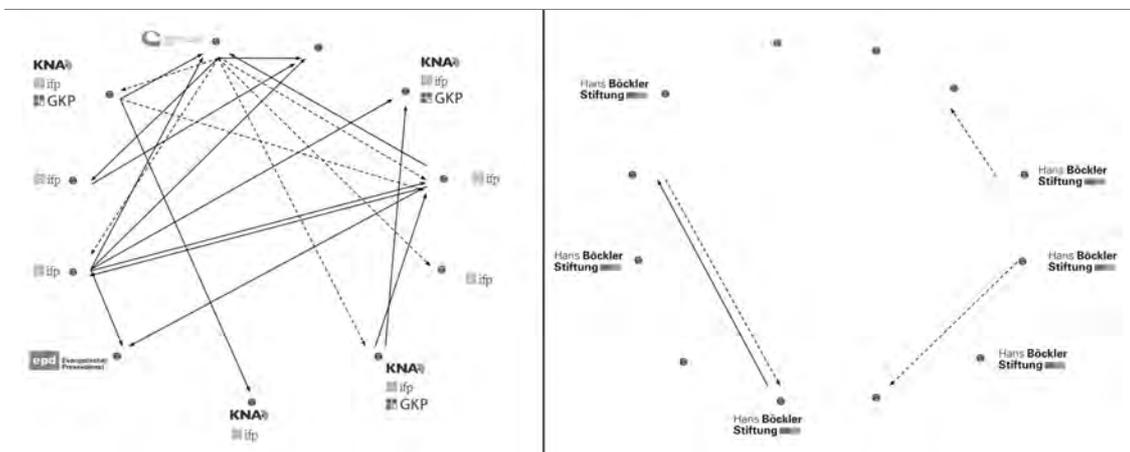


Abbildung 5: Bezüge der Interviewpartner_innen aufeinander. Links: kirchennahe Journalist_innen, rechts: gewerkschaftsnahe Journalist_innen.
 Schwarzer Pfeil = Äußerung über andere Person, unabhängig ob negativ oder positiv
 Gestrichelter Pfeil = Empfehlung als Interviewpartner_in
 Die Symbole neben den Punkten geben an, mit welchen Institutionen die Interviewpartner_innen verbunden sind.
 Eigene Darstellung

Auch K09 bestätigt diesen Eindruck; die Kirchenredaktionen seien eine „Exotenwiese“. Gefördert werde der gute Kontakt durch die Hintergrundtreffen. Dazu lade die katholische Kirche regelmäßig ein und stelle neue Entwicklungen und Themen vor. Bei diesen Gelegenheiten treffe man „viele Leute“, so K03. Man tausche sich über die Sendungen aus und über die Themen der Sendungen, wie etwa zum Missbrauchsskandal.

„Und da gab es ein Hintergrundgespräch, in dem die Kirchenjournalisten alle beisammen waren. Die haben das ganz clever gemacht. Es gab was zu essen und dann wurden Experten auf dem Bereich der Psychiatrie und des Missbrauchs, die die Kirche für gut befand, mit eingeladen. Und der Bischof Ackermann, der dann den neuen Job als Missbrauchsbeauftragten bekommen hat. Und die haben dann in diesem Kreis der Journalisten ihre Sicht des Missbrauchsskandals geäußert. Mit dieser Autorität im Hintergrund, das sind Experten, die wir jetzt hier haben. Und das war schon sehr interessant“ (K11, 182).

Auch vor dem Kirchentag habe es ein Vorbereitungstreffen gegeben, berichtet K11:

„Da ging es viel um technische Dinge. Wo sind die Schnittplätze und so. Und es ging ein bisschen inhaltlich, man hat sich ausgetauscht, wie läuft es bei euch gerade, platt gesagt: gibt es Schwierigkeiten in Bezug auf die Stellen, werdet ihr oft angefragt. Und dann hatten wir noch ein inhaltliches Treffen mit dem Kirchentagspräsidenten [...]. Es war ein technischer Hintergrund und ein klein wenig inhaltlich. Man hat uns aber nicht eingeschworen. [...] Und, wie das immer so unter Fachleuten ist, tauscht man ein bisschen Klatsch aus“ (K11, 183).

Darüber hinaus begegnen sich die Kirchenredakteur_innen des ARD-Fernsehens bei den Koordinationskonferenzen kirchlicher Sendungen, da sie dort gemeinsam die bundesweiten Sendungen planen und sich mit Vertreter_innen der Kirchen über die Verkündigungssendungen verständigen. Für die Radio-Journalist_innen gilt das nicht. Aber auch diese treffen sich regelmäßig, „wenn es geht, einmal im Jahr“, „[m]eistens in Verbindung mit dem Katholikentag oder dem evangelischen Kirchentag, um den Informationsfluss zu halten“ (K07, 138).

Rekurriert wird aber neben diesen institutionalisierten Kontakten auch immer wieder auf den gleichen Hintergrund und auf verbindende Erfahrungen als Christ_innen. Die meisten Journalist_innen haben die gleiche Journalist_innenschule (ifp) besucht und sind der Akademie durch die Alumni-Arbeit noch immer verbunden. Das Absolvent_innenverzeichnis dieser katholischen Akademie liest sich wie das Who is- Who des deutschen Fernsehens: Die Programmdirektorin des rbb Claudia Nothelle, ZDF-Hauptstadtstudioleiterin Bettina Schausten, der Moderator Thomas Gottschalk und der stellvertretende Fernsehdirektor des SWR finden sich hier neben denen, die als Kirchenredakteur_innen bei den öffentlich-rechtlichen Fernsehsendern arbeiten: z.B. Michaela Pilters vom ZDF und Friederike Sittler vom rbb. Michaela Pilters ist als Leiterin der Kirchenredaktion des ZDF dafür zuständig, u.a. Aufträge für die Sendung „37 Grad“ an freie Produktionsfirmen zu vergeben. Betrachtet man den Abspann der Dokumentationen auf diesem Sendeplatz, finden sich dort immer wieder Namen von Redakteur_innen, die am ifp ausgebildet wurden und Namen von Firmen, die zur z.B. zur katholischen Produktionsfirma Tellux gehören. Der Geschäftsführer der Tellux-Gruppe ist Mitglied im Trägerverein des ifp.

Einige der katholischen Journalist_innen sind auch Mitglied der Gesellschaft katholischer Publizisten (GkP), „eine Plattform, auf der sich Leute treffen, die im kirchlichen Medienbereich arbeiten“ (K07). Das Verständnis des GkP ist eng mit der Kirche verwoben:

„[I]ch glaube, dass wir Journalisten eine Organisation brauchen, dass wir zusammenstehen, dass es eine Stimme braucht für Journalisten. In dem Fall auch in der Kirche, in die Kirche hinein und umgekehrt von Kirche in die Gesellschaft hinein. Wir verstehen uns auf der einen Seite als Gesellschaft katholischer Publizisten als die in der Kirche Anfragenden, die Kirche befragenden, aber gleichzeitig auch wenn die Gesellschaft die Kirche befragt, an dieser Nahtstelle“ (K08, 150).

Sie habe in ihrem vergleichsweise großen Sender zwar Ansprechpartner_innen vor Ort, begründet K08 die Notwendigkeit der GkP,

„[a]ber wenn sie irgendwo bei der Offenbacher Zeitung arbeiten, mit welchen Kollegen können Sie dann, wenn sie weltanschaulich und wertemäßig interessiert sind, mit wem können Sie sich da besprechen? Finden Sie kaum jemanden. Da ist so ein Berufsverband, wenn man weiß, da sind Leute, die ticken ähnlich. [...] Das braucht man auch als Journalist“ (K08, 150).

Auch K07 verspricht sich von der GkP vor allem Austausch und „so ein bisschen den Republikblick“. Die GkP wiederum ist eng verbunden mit dem ifp: „Das hat auch ein bisschen was mit der Journalistenschule zu tun, ifp, da gehen viele rüber in die GkP, da ist so eine Brücke, würde ich sagen“ (K07).

K09 sieht auch schon in der Kindheit geteilte Erfahrungen:

„Ich glaube, die meisten haben so wie ich diese gemeinsame Pfadfinderzeit oder CVJM oder so was hinter sich. Wahrscheinlich alle Leute, die gelernt haben, mal auf dem Matratzenlager in der Hütte zu schauen, dass alle Leute auch abwaschen, aber alle auch ihr Mittagessen bekommen haben. Ob das jetzt diese innere tiefe religiöse Überzeugung ist, bin ich vorsichtig, aber eine bestimmte Art der Sozialisation, zu schauen, wie läuft das jetzt gerade bei den anderen“ (K09, 159).

Bei den gewerkschaftsnahen Journalist_innen ist diese Intensität der Vernetzung und der Rekkurierung auf Gemeinsamkeiten und gruppenspezifischen Eigenarten nicht zu beobachten. Dabei ist fraglich, ob sich die Journalist_innen untereinander tatsächlich nicht kennen, oder ob sie in den Interviews nur einen Bezug aufeinander vermeiden. Bei zweien ist davon auszugehen, dass sie sich kennen, da sie beim gleichen Sender arbeiten, in etwa im gleichen Alter sind, die gleiche Form des Engagements angeben, zu einer ähnlichen Zeit Stipendiat_innen der Böckler-Stiftung waren, sich in der Studierendenschaft engagiert und sich mit ähnlichen Themen beschäftigt haben. Trotzdem erwähnen beide den jeweils anderen mit keinem Wort. Lediglich zwei gewerkschaftsnahe Journalist_innen haben Kolleg_innen für die Teilnahme an der Studie empfohlen und zwei haben sich über andere Journalist_innen geäußert.

Kühn (2014) bietet als Erklärung hierfür an, dass die ver.di-Mitglieder in den Senderverbänden organisiert sind und eine Vernetzung über die jeweiligen Sender nicht forciert werde. Überhaupt sehe es die Gewerkschaft nicht als ihre Aufgabe, Mitglieder zusammenzubringen. Dazu sei Eigeninitiative gefordert. Zwar berichtet ein Interviewpartner von seinem Engagement in einem bundesweiten gewerkschaftlichen Ausschuss, erwähnt aber keine Kolleg_innen aus diesem Kontext. Eine Möglichkeit der Vernetzung wäre auch der Journalist_innentag der dju. Da in der dju aber mehrheitlich Print-Journalist_innen organisiert sind, mobilisieren deren Veranstaltungen die öffentlich-rechtlichen Journalist_innen offenbar nicht.

5.5 Zwischenfazit

Die kirchennahen Journalist_innen betonen immer wieder die vielen Kontakte und die gute Vernetzung. Sie verfügen über viel Sozialkapital. Denn „[m]aßgeblich für das Volumen von Sozialkapital sind die Ausdehnung des mobilisierungsfähigen Netzes und der Umfang des Sozialkapitals der Beziehungspartner“ (H.-P. Müller 2014, 49). Dabei greifen sie auf mehr oder weniger institutionalisierte Beziehungen, also Ressourcen, zurück, die auf der Zugehörigkeit zu einer Gruppe beruhen (vgl. ebd.). Die Zugehörigkeit zur Gruppe scheint bei den kirchlich gebundenen Journalist_innen stärker ausgeprägt zu sein als bei den gewerkschaftsnahen, bei denen sich kein Wir-Gefühl einstellen mag. Bourdieus Beobachtung der „Geschlossenheit des Milieus“ (Bourdieu 1998a, 33) von Journalist_innen scheint sich zumindest in Bezug auf die Kirchenredakteur_innen bestätigen: Sie teilen nicht nur die beruflichen Voraussetzungen, Herkunft und Ausbildung, sie „lesen einander, sehen einander, begegnen sich bei Debatten, bei denen man immer auf dieselben Gesichter trifft“ (ebd.). Die Vernetzung der kirchennahen Journalist_innen findet nahezu ausschließlich über kirchliche Kanäle statt, in der Regel über Veranstaltungen und Netzwerke, die von der Kirche selbst organisiert werden, was möglicherweise ein grundsätzliches Infragestellen der Privilegien der Kirche und der Vorherrschaft des christlichen Menschenbildes und der christlichen Moral als Ethik des Journalismus verhindert. Das Bild von der Vorder- und Hinterbühne aufgreifend (vgl. Jarren und Donges 2011, 243), könnte man also sagen, dass die kirchennahen Journalist_innen zu den Kirchen sowohl die formalisierten Beziehungen mit der normativen Grunderwartung nach Distanz auf der Vorderbühne praktizieren, als auch die Hinterbühne nutzen, auf der „Absprachen stattfinden, man sich auch persönlich kennt und vielerlei Geschäfte miteinander tätigt“ (ebd.). Bei den gewerkschaftsnahen Journalist_innen hingegen finden sich nur Hinweise auf eine Interaktion auf der Vorderbühne.

Fraglich ist allerdings, ob es die Interaktion auf der Hinterbühne bei den gewerkschaftsnahen Journalist_innen nicht gibt oder ob diese – ob bewusst oder unbewusst – von privaten oder beruflichen Kontakten zu Vertreter_innen der Gewerkschaften im Interview nicht berichten. Möglicherweise werden diese bewusst nicht erwähnt, weil das den Eindruck einer Abhängigkeit oder Beeinflussbarkeit vermitteln könnte. Bei den kirchennahen Journalist_innen ist das anders. Viele erzählen in den Interviews von Kontakten zu Vertreter_innen der Kirche, die nicht nur durch die organisatorische Verquickung von Verkündigung und Journalismus zu erklären sind. Und wenn sie über den beruflichen Kontakt sprechen, wird die vertrauensvolle Ebene der Zusammenarbeit betont, indem z.B. das kumpelhafte „du“ und das verbindende und gleichzeitig von anderen abgrenzende „uns“ verwendet wird, wie etwa in der Äußerung eines Journalisten über die Rückmeldung der Rundfunkbeauftragten der Kirchen, die sagen würden: „Naja, da warst du ja ganz schön kritisch gegen unsere Kirche.“ Die ver-

trauensvolle Zusammenarbeit mit den Kirchen wird auch deutlich in einer Schilderung von K09, der mit dieser Anekdote das „Wohlwollen“ der Kirchen illustriert, „weil die froh sind, dass jemand die Themen reinbringt“. Ein Wohlwollen freilich, auf das man im Zweifel verzichten müsse. Aber gerade die positive Haltung der Kirche ermögliche Freiheiten, es sei eine Zusammenarbeit auf Augenhöhe.

„Ich war mal beim Katholikentag in -Stadt-. Am Nebentisch versammelten sich die deutschen Bischöfe. Und wir halt so unter Kollegen. Dann stand am Nebentisch der Bischof von -Stadt- auf, grüßte und kam auf mich zu. Ich stand dann natürlich auch auf. Und als der fertig war, erhob sich der von -Stadt-. Und als der fertig war, kam der -Stadt-. Und der Kollegin aus -Stadt- der fiel die Kinnlade runter, die sagte: ‚Dass die dich kennen! Ich hab schon drei mal Interviews geführt mit dem und der würde mich immer noch nicht erkennen.‘ Das ist halt auch wieder klein. Ich habe nicht das Gefühl, mich mit denen gemein zu machen, aber es ist eine andere Vertrauensbasis da. Und es ist auch gleichberechtigter. Welcher Bischof steht schon auf, um dann die Redakteurin zu begrüßen. Das muss nicht unbedingt so sein. Oder es ist eine huldvolle Geste. Aber da war das sehr angenehm, menschlich selbstverständlich. Das macht es hier dann auch wieder schön“ (K09, 162).

Vermutlich hätten die gewerkschaftsnahen Journalist_innen, hätten sie eine ähnliche Erfahrung mit eine_r Gewerkschaftsvorsitzenden gemacht, diese Begebenheit nicht erzählt, weil sie damit ihre Abgrenzungsbemühungen kontakariert hätten. Selbst der gewerkschaftsnahe Journalist, der vor seiner Tätigkeit beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk Pressesprecher einer Gewerkschaft war, berichtet von keinem derart vertrauensvollen Umgang. Die kirchennahen Journalist_innen sind offenbar eingebettet in ein darart harmonisches Umfeld mit eigenen Spielregeln, dass sie keinerlei Sanktionen eines zu engen Kontakts befürchten, sondern für ihr gutes Verhältnis zur Kirche üblicherweise Anerkennung zu erfahren scheinen. Allerdings, das wird sich in Kapitel 7.1 zeigen, werfen sie jeweils anderen Kirchenredakteur_innen den vertrauensvollen Umgang und die Nähe zu den Kirchen durchaus vor.

Der Befund von Weischenberg et al. (2006, 91) und Donsbach (2008, 158), dass Journalist_innen in Deutschland vergleichsweise wenig Intervention durch Vorgesetzte erfahren, kann für die befragten kirchennahen Journalist_innen bestätigt werden. Diese fühlen sich nicht eingeschränkt durch Hierarchien oder Vorgaben des Senders. Die Beschreibungen der Einbettung in das jeweilige Redaktionsumfeld können in vier Typen eingeordnet werden:

Die Eingebetteten: Diese Form tritt bei allen befragten kirchlich gebundenen Journalist_innen auf, abgesehen von K09. Unter den gewerkschaftsnahen Journalist_innen kommt diese Form gar nicht vor. Die eingebetteten Journalist_innen sind in leitender Funktion tätig, teilen sich die Leitung teilweise mit eine_r anderen ebenso wertebundene_r Journalist_in. In der Regel gibt es nur wenig feste Mitarbeiter_innen, Ausnahmen bilden zwei Redaktionen mit 8 bzw. 16 festen Mitarbeiter_innen. Darüber hinaus geben Befragte diesen Typs an, mit bis zu 120 freien Mitarbeiter_innen zusammen zu arbeiten, oft unspezifisch als „viele“ oder „jede Menge“ benannt. Dazu zählen auch die kirchlichen Autoren der Verkündigungssen-

dungen. Sowohl die festen als auch die freien Mitarbeiter_innen werden von den Redaktionsleiter_innen als überwiegend kirchlich gebunden eingeschätzt, auch wenn nicht direkt danach gefragt werde. K07 gibt an, die konfessionelle Gebundenheit sei in seiner Redaktion Voraussetzung, weil das Sendegebiet das erfordere. In einer anderen Redaktion gibt es auch einige, die „nur dem Namen nach getauft sind“ (K08). K10 meint, alle Journalist_innen in seiner Redaktion „kommen irgendwoher“, womit er eine Bindung an die katholische oder evangelische Kirche meint. Journalist_innen diesen Typs beschreiben das Senderumfeld als homogen oder zumindest freundlich der eigenen Wertorientierung gegenüber eingestellt. Sie müssen ihre Themen nicht gegen eine Hierarchie durchsetzen, sondern können ohne Widerstände im Arbeitsalltag frei über die Gestaltung ihrer Sendungen entscheiden. Sie berichten nicht von Selbstzensur oder anderen limitierenden Faktoren. Absprachen und Konferenzen finden auch auf übergeordneter Ebene, aber nur mit Journalist_innen ähnlicher Wertorientierung oder mit der Kirche (KokokiSe, Schaltkonferenzen, Kirchentage etc.), statt. Sie nennen als Referenzgruppe vor allem die Kirchenredakteur_innen anderer Sender. Die durch redaktionelle Kontrolle und heterogen besetzte Redaktionen erhoffte Ausgewogenheit und Pluralität ist nicht gewährleistet.

Die Isolierten/leitend: Ausschließlich bei den gewerkschaftlich engagierten Interviewpartner_innen findet sich der Typ der in ihrer Wertorientierung isolierten Redaktionsleitung. Diese Journalist_innen sind umgeben von einem bis acht fest angestellten Journalist_innen und 13 bis 30 freien Mitarbeiter_innen. Von einigen wenigen dieser Mitarbeiter_innen wissen sie, dass sie Gewerkschaftsmitglieder sind. In den meisten Fällen konnte aber auf Nachfrage kein_e Kolleg_in mit Gewerkschaftsnähe genannt werden. Diese Journalist_innen nennen Vorgesetzte als limitierenden Faktor bei der Themensetzung und beschreiben Hierarchien, gegen die sie sich durchsetzen müssen. Darüber hinaus fühlen sie sich durch die Quote, den Mainstream oder die Senderleitung eingeschränkt. Einige dieser Journalist_innen sind für eigene Sendungen verantwortlich, fühlen sich aber auch in der Gestaltung dieser nicht so frei wie die eingebetteten Journalist_innen.

Die Isolierten/nicht leitend: Eine kirchengebundene und vier gewerkschaftsnahe Journalist_innen sind Vertreter_innen dieses Typs. Sie haben keine leitende Funktion inne. Sie sind eine_r Redaktionsleiter_in untergeordnet, der_dem zwei der Journalist_innen eine ihrer eigenen Einstellung zuwiderlaufende Wertebundenheit unterstellen. Die 5 bis 20 festen Mitarbeiter_innen, von denen sie umgeben sind, sind nach Angabe der Journalist_innen nicht gewerkschaftlich organisiert, ebenso wie die 20 bis 50 freien Mitarbeiter_innen. Sie nennen als Widerstände bei der Themensetzung neben den Redaktionsleitungen auch ihre Kolleg_innen und sehen sich vielfältigen Hürden bei der Bearbeitung der von ihnen als wichtig erachteten Themen ausgesetzt.

Die Einzelnen: Vier der gewerkschaftsnahen Journalist_innen sind nicht in eine bestimmte Redaktion eingebunden, weil sie entweder Korrespondent_innen, Volontär_innen oder freie Mitarbeiter_innen sind. Sie arbeiten verschiedenen Redaktionen zu, denen sie keine Nähe zu Gewerkschaften unterstellen. Sie kennen in der Regel auch kaum gewerkschaftlich organisierte Journalist_innen in den jeweiligen Redaktionen, sondern höchstens unter den ihnen gleichgestellten Mitarbeiter_innen, also unter Freien oder Volontär_innen. Sie orientieren sich an einem Mainstream, der nicht der eigenen politischen Einstellung entspricht, weil sie darauf angewiesen sind, dass ihre Beiträge abgenommen werden. Die Journalist_innen dieses Typs nennen deshalb Selbstzensur als einen limitierenden Faktor, da sie die Erfahrung gemacht haben, mit kritischen Themen zu scheitern.

6. Selbst- und Auftragsverständnis

Wie in Kapitel 2.1 dargestellt, liegen zahlreiche Befunde zum Selbstverständnis von Journalist_innen vor, allerdings nicht explizit zu den wertebundenen Journalist_innen, die in dieser Studie im Fokus stehen. Das Selbst- und Auftragsverständnis soll hier als Teil der strukturierenden Struktur des Habitus („modus operandi“) untersucht werden. Dabei reicht es aber nicht, die Zustimmung oder Ablehnung der Journalist_innen zu bestimmten Rollenbildern bestehender Typologien abzufragen. Es werden auch die Aussagen der Journalist_innen zu ihrer Motivation ausgewertet, zum Publikumbild und den Medienwirkungsvorstellungen, zu ihrem Realitäts- und Objektivitätsverständnis und zur eigenen Einschätzung der Möglichkeit, ihre Vorstellungen in die Praxis umzusetzen. Das qualitative Vorgehen ermöglicht dabei ein umfassendes Bild, das auch das Aufdecken von Widersprüchen möglich macht.

6.1 Motivation zur Berufswahl

*„Warum sind Sie Journalist geworden?
Ach Gott, warum?“ (K07, 138)*

Die Motivation zur Ergreifung des journalistischen Berufs ist vielfältig, wobei von einigen Journalist_innen auch mehrere Motive genannt wurden. Für einige Journalist_innen war der Beruf des_der Journalist_in eine **Alternative zu anderen Berufen**. Fünf entschieden sich gegen eine Karriere in der Wissenschaft, unter ihnen die vier Gewerkschafter_innen mit Dokortitel. Als Gründe gaben sie an, dass der Journalismus mehr finanzielle Sicherheit geboten habe, der Fokus der Wissenschaft zu eng war oder Journalismus als praxisnäher und abwechslungsreicher eingeschätzt wurde.

Ein Journalist hätte sich auch eine Karriere in der Politik vorstellen können, wählte dann aber wegen der besseren Planbarkeit den journalistischen Beruf. Zwei der gewerkschaftsnahen Journalist_innen wollten eigentlich Lehrer werden. Der eine fand nach Abschluss des Referendariats keine gute Stelle, dem anderen war der Fokus des Lehrers zu eng. Ein Gewerkschafter wollte während seiner Studienzeit „Vorstandsvorsitzender der Deutschen Bank“ werden, verfolgte diesen Weg aber offenbar nicht weiter.

Sieben kirchennahe Journalist_innen gaben an, sie hätten alternativ oder zuvor den Wunsch gehabt, als Pfarrer oder in der Gemeindearbeit tätig zu werden. Eine Journalistin schätzte ihre Chancen als Frau in der katholischen Gemeindearbeit schlecht ein, weshalb sie sich für den Journalismus als „Ausweichmöglichkeit oder Alternative“ entschied. Einer war vor dem

Einstieg in den Journalismus jahrelang als Pfarrer tätig und entschied sich dann aus persönlichen Gründen für einen Wechsel in den Journalismus. Nur ein Journalist gab an, ihm sei die Arbeit als Pfarrer zu kirchennah gewesen, er habe die Distanz zur Kirche bewusst gewählt.

Drei der gewerkschaftsnahen Journalist_innen empfanden ihre **Berufswahl als Zufall**. Einer beschäftigte sich im Studium mit Fernsehnachrichten, absolvierte ein Praktikum im Journalismus und fand dann Gefallen an diesem Beruf. Ein anderer kam im Zuge seiner Diplomarbeit in Kontakt mit dem Sender, der ihm dann „den Teppich ausgerollt“ habe, weil er gute Fachkenntnisse in Wirtschaftsthemen vorweisen konnte. Ein anderer meint, es hätte auch „was völlig anderes werden können. Ich kann also nicht behaupten, dass ich als Kind im Dorf rumgelaufen bin und Interviews gemacht habe und von Anfang an wusste, dass das bis zum Lebensende mein Metier ist“ (G08, 58).

Unter den kirchennahen Journalist_innen hingegen sind fünf, die **schon als Kind** meinten zu wissen, dass sie Journalist_innen werden würden. Aufgewachsen in einer Missionsstation mit Radiosender entschied einer schon als Kind, dass er in der Journalistik arbeiten wolle. K04 (109) „wusste schon immer, ich würde das machen“. K10 (166) hat schon in seiner „frühesten Kindheit mit unserem Dual-Plattenspieler und vier Platten, die wir damals hatten, Radiosendungen moderiert“. Auch K07 war ebenso wie K11 schon zur Schulzeit klar, Journalist werden zu wollen, weshalb er gezielt nach Wegen in den Journalismus suchte.

Als Gründe für die Berufswahl geben die Journalist_innen auch **persönliche Neigungen** und das Interesse an dem Beruf an sich an. Genannt wurden Neugierde, das Eintauchen in andere Lebenswelten und das Interesse an aktuellen politischen Entwicklungen und deren Analyse. Sechs Journalist_innen, davon fünf kirchennahe, gaben das Interesse für Sprache als Motivation an.

Zwei kirchennahe Journalist_innen begründen ihre Berufswahl damit, sich **mit Religion beschäftigen** zu wollen. K02 gibt an, religiöse Themen setzen zu wollen. „Ich wollte etwas tun, das in Zusammenhang steht mit dem großen Thema Religion, Religionen, auch katholische Kirche. Und hatte dann relativ früh den Eindruck, dass ich als Journalist so eine Fachkenntnis und so ein Fachinteresse, das sich bei mir zeigte, gut einbringen kann“ (K02). K05 wählte den journalistischen Beruf vor allem, um sich außerhalb der Kirche mit Religion beschäftigen zu können:

„Als Theologe zu arbeiten, aber auf die Kirche draufgucken zu können und nicht von ihr wirtschaftlich abhängig zu sein. Das ist genial. Wäre ich bei der bischöflichen Pressestelle Köln – furchtbar! Dann müsste ich ja immer genau das richtig und gut finden, was der Meißner macht! So kann ich draufgucken. Von außen draufgucken“ (K05, 121).

Ausschließlich die gewerkschaftsnahen Journalist_innen antworteten auf die Frage, warum sie Journalist_innen geworden seien, mit dem **Wunsch nach gesellschaftlicher Verände-**

rung. Sie glauben, etwas verändern und bewegen zu müssen. Einige knüpfen direkt an ihre politische Arbeit in Studierendenvertretungen oder in der 68er-Bewegung an. Man müsse „Machtverhältnisse aufdecken“ (G05), „sich um gesellschaftliche Missstände kümmern“ (G06), „unter die Oberfläche gucken“ (G01) und „etwas bewegen“ (G03). Einen anderen Blick auf die Gesellschaft – allerdings mit einer anderen Zielsetzung – möchte auch einer der kirchennahen Journalist_innen vermitteln; er habe eine Affinität zum „Weltverstehen“: „Ich hätte vorhin fast gesagt: Eine Neigung zum Verkündigen. [...] Der innere Drang, die Welt zu erklären, was gut und schön und richtig ist und wie es sein sollte“ (K06, 127).

6.2 Auftragsverständnis: Von Door-Openern und Aufklärer_innen

Die Journalist_innen formulieren unterschiedliche Auffassungen ihres Auftrages. Im Folgenden sollen einige der Auffassungen dargelegt und die Antworten der Gruppe der hier befragten wertegebundenen Journalist_innen mit den Befunden der JouriD-Studie abgeglichen werden.

Weischenberg et. al (2006) haben in ihrer JouriD-Studie mit einer fünfstufigen Skala von Ablehnung bis Zustimmung das Rollenselbstverständnis der Journalist_innen erhoben mit der Frage „Worum geht es Ihnen ganz persönlich in Ihrem Beruf?“. Sie haben sowohl die Zustimmung als auch die eigene Einschätzung der Umsetzung des jeweiligen Berufsziels im Arbeitsalltag abgefragt. In der hier vorliegenden Studie wurden aus den Interviews die Aussagen der Journalist_innen zu ihrem eigenen Berufsverständnis herausgefiltert und in das Schema von Weischenberg et al. eingeordnet. Die Abstufung kann dabei nicht erfasst werden, auch nicht die Zustimmung zu einem Berufsverständnis, das von den Journalist_innen selbst nicht angesprochen wurde. Auf Nachfrage hätten einige der Journalist_innen sicherlich zugestimmt, dass auch das Aufzeigen neuer Trends zu ihrem Berufsverständnis gehöre. Doch so wurden nur jene Berufsbilder erfasst, die die Journalist_innen von sich aus als relevant aufgezählt haben. Dieses qualitative, nicht standardisierte Vorgehen ermöglicht, auch andere Rollenbilder und Prioritäten zu erfassen, die in den 15 Aussagen von Weischenberg et al. nicht vorkommen. So nannte fast die Hälfte der gewerkschaftsnahen Journalist_innen als wichtigste Aufgabe ihrer journalistischen Tätigkeit, aufzuklären. Sowohl gewerkschaftsnahe als auch kirchennahe Journalist_innen gaben an, Orientierung bieten oder zur Meinungsbildung beitragen zu wollen. Vor allem die kirchlichen Journalist_innen sehen ihre Aufgabe darin, einzuordnen und zu bewerten. Auf diese Berufsauffassungen wird im Folgenden noch detaillierter eingegangen.

Zwar wurde in den Interviews betont, der öffentlich-rechtliche Rundfunk wäre aufgrund der Gebührenfinanzierung nicht so abhängig von der Quote wie die privaten Sender, weshalb es nicht ihre Aufgabe sei, für die Quote zu sorgen. Viele nannten es aber als Ziel ihrer Arbeit, mit der Berichterstattung über wichtige Themen möglichst viele Menschen zu erreichen. All diese Berufsauffassungen lassen sich in das Schema von Weischenberg et al. nicht einordnen.

Die Auswertung der Aussagen der kirchlich und gewerkschaftlich gebundenen Journalist_innen ergibt folgendes Bild, wobei Mehrfachnennungen möglich waren:

Informationsjournalismus. Etwa die Hälfte der befragten Journalist_innen formuliert die Auffassung, sie wollen das Publikum möglichst neutral und präzise informieren, wobei hier acht der gewerkschaftsnahen, aber nur fünf der kirchennahe Journalist_innen zustimmen. Dagegen sagen fast alle kirchennahen Journalist_innen, sie wollen komplexe Sachverhalte erklären und vermitteln – eine Auffassung, der nur vier gewerkschaftsnahe Journalist_innen zustimmen. Ursache hierfür ist, dass die kirchennahen Journalist_innen gemäß der Aufgabenbeschreibung der Kirchenredaktionen über religiöse Themen berichten, die sie selbst als komplex wahrnehmen. Insgesamt sind die meisten geäußerten Berufsauffassungen der befragten Journalist_innen dem Informationsjournalismus zuzuordnen, was auch dem Befund der JouriD-Studie entspricht.

Politischer Journalismus. Im Aussagenkomplex des politischen Journalismus finden sich vor allem die gewerkschaftsnahen Journalist_innen wieder. Sieben der zwölf gewerkschaftsnahen Journalist_innen geben an, Kritik an Missständen üben zu wollen. Nur ein_e kirchennahe_r Journalist_in sieht das als seine_ihre Aufgabe. Ebenfalls mehr gewerkschafts- als kirchennahe Journalist_innen möchten sich für Benachteiligte in der Bevölkerung einsetzen und die Bereiche Politik, Wirtschaft und Gesellschaft kontrollieren. Je ein_e kirchennahe_r und ein_e gewerkschaftsnahe_r Journalist_in geben an, die politische Tagesordnung beeinflussen und Themen auf die politische Agenda setzen zu wollen.

Ratgeber-, Service- und Unterhaltungsjournalismus. Insgesamt sieben Aussagen der kirchennahen Journalist_innen und drei der gewerkschaftsnahen lassen sich in den Block des Ratgeber-, Service- und Unterhaltungsjournalismus einordnen. Die kirchennahen Journalist_innen geben an, Lebenshilfe für das Publikum bieten, also als Ratgeber dienen zu wollen. Darüber hinaus geben sie an, dem Publikum eigene Ansichten präsentieren zu wollen. K07 meint, das Publikum erwarte eine Werthaltung und persönliche Einschätzung von ihm. K03 bestätigt das:

„Heute kommt auch bei Themen, bei denen es um existentielle Fragen, Glaubensfragen geht, von Moderatoren auch on Air immer mehr die Frage: Wie siehst du das? oder: Wie gehst du

damit um? Dass man diese Bekenntnis- diese Selbstoffenbarungsdimension ausdrücklich will“ (K03, 102).

Dieser Auffassung stimmen im Vergleich zu den Nennungen in der JouriD-Studie (weniger als 20 Prozent) auffällig viele kirchennahe Journalist_innen zu. Bezogen auf den öffentlich-rechtlichen Rundfunk sind es sogar weniger als 10 Prozent, die laut JouriD eigene Ansichten präsentieren wollen. Fast die Hälfte der kirchennahen Journalist_innen in der vorliegenden Studie formuliert aber dieses Auftragsverständnis.

Ein Grund dafür könnte sein, dass sich die kirchennahen Journalist_innen als besonders geeignet für die Bewertung moralischer Fragen empfinden. Sie sei „natürlich sehr viel näher an allen ethischen und werthaltigen Fragen dran, als das andere Kollegen sind“, meint K08. Auch K10 meint, man unterstelle ihm besondere Sensibilität.

„Das heißt, nicht nur als Theologe, da sowieso, haben Sie eigentlich die Aufgabe, über den Tellerrand hinauszugucken. Aber als jemand, der dazu einen therapeutischen Ansatz hat, einen therapeutischen Blickwinkel, einen systematischen Ansatz, liegt es eigentlich nahe, ein bisschen dahinter zu gucken hinter das, was Ihnen so eins zu ein begegnet. Hinter Motivationen und so“ (K10, 168).

Sonstige Berufsauffassungen. Fünf Berufsauffassungen, die nicht in den Aussagen der JouriD-Studie enthalten sind, wurden aus den Interviews herausgefiltert: Fünf der gewerkschaftsnahen Journalist_innen möchten aufklären, je zwei der kirchen- und gewerkschaftsnahen Journalist_innen möchten Orientierung bieten, sieben kirchennahe Journalist_innen wollen einordnen und bewerten. Zwei gewerkschaftsnahe und drei kirchennahe Journalist_innen möchten zur Meinungsbildung beitragen und fünf kirchennahe Journalist_innen wichtige Themen so aufbereiten, dass sie von möglichst vielen Menschen gesehen werden. Sicherlich sind die Aussagen nicht klar abgrenzbar; sie lassen Interpretationsspielraum zu. Und bestimmt könnte man „Einordnen und bewerten“ auch bei „Lebenshilfe für das Publikum bieten“ einsortieren. Aber die Zuordnung zum „Ratgeber-, Service- und Unterhaltungsjournalismus“ wirkt wenig passend, wenn es um die Vermittlung christlicher oder gewerkschaftlicher Ideale geht oder um politische Bildung.

Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass das Selbstverständnis des neutralen Vermittlers ebenso wie bei Weischenberg et al. (2006, 118) „im Zentrum der Selbstbeschreibung“ steht. Darin scheinen sich die wertgebundenen Journalist_innen also nicht von der Gesamtheit der deutschen Journalist_innen zu unterscheiden.

Ehmig (2002) hat festgestellt, dass jüngere Journalist_innen seltener den Anspruch formulieren, auf politische und gesellschaftliche Entwicklungen Einfluss nehmen zu wollen. Im Vordergrund stehe bei ihnen der Wunsch nach Selbstentfaltung. Außerdem distanzieren sich jüngere Journalist_innen häufiger von wertender und subjektiver Darstellung und plädierten

für eine objektive Berichterstattung. Dieser Befund kann hier nicht bestätigt werden, weil zu wenige junge Journalist_innen befragt wurden.

Übersetzen und Orientierung bieten

Den kirchennahen Journalist_innen kommt durch die Betreuung der Verkündigungssendungen eine Sonderrolle zu, die sich auch in ihrem Auftragsverständnis niederschlägt. Einige der Journalist_innen engagieren sich in der Fortbildung und Qualifizierung der kirchlichen Autor_innen (K01) oder „stehen mit Rat und Tat zur Seite“ (K07), andere redigieren die Texte der Sendung „Wort zum Sonntag“ (K10) oder betonen, die Verkündigungssendungen nur organisatorisch und technisch zu begleiten. Eine Kirchenredaktion beschäftigt eigens eine Sprecherzieherin für die „Pastoren, Pfarrerinnen und Pfarrer und die Kollegen, die hier die Andachten aufnehmen“ (K02). Seine Rolle bei den Verkündigungssendungen beschreibt K02 folgendermaßen:

„Wir nehmen da nicht inhaltlich Einfluss, aber werden so was sagen wie: ‚Du kannst kein gelbes Hemd anziehen‘ oder so. Da braucht man Fingerspitzengefühl. Auf die Musikauswahl versuchen wir schon ein bisschen Einfluss zu nehmen. Aber inhaltlich, was die Verkündigungsschichten angeht, halten wir uns komplett raus“ (K02, 100).

K05 versteht seinen Auftrag noch aktiver: „Ich ermögliche, dass die Kirchen überkommen mit der Verkündigungsarbeit“ (K05), um „Kirchenleuten dabei zu helfen, ihre Botschaft rüberzubringen“.

„Jetzt stirbt dieser Tage Nelson Mandela. Ich ermögliche, den Kirchenleuten da auch kurzfristig noch schnell was zu machen, dass dann wenn er stirbt, dass am nächsten Morgen in der Morgenandacht der Sprecher dann sagt: ‚Mandela ist tot. Und der war für mich doch so wichtig.‘ Dass das auch in Kirche noch vorkommt. Ich ermögliche Leuten was, ich bin Door Opener hier im Hause“ (K05, 127).

K06 stellt klar, sein Einfluss auf die Verkündigungssendungen sei gering, da diese in der Verantwortung der Kirchen liegen. Er könne den Kirchen nur beratend zur Seite stehen und Hinweise geben, was die Zuschauer_innen hören möchten. Doch das wiederum sieht er auch als seine Aufgabe:

„Das ist dann mein Part, dafür zu sorgen, dass aus dem Gemeindegottesdienst mit all den Rivalitäten, die da bestehen, mit all den unterschiedlichen Ehrgeizen, die da bestehen, ein schöner, gut annehmbarer Fernsehgottesdienst gemacht wird“ (K06, 129).

Ebenfalls aus dem Profil der Kirchenredaktionen – hier allerdings aus dem journalistischen Auftrag – erklärt sich, dass die kirchennahen Journalist_innen besonders häufig angeben, Orientierung bieten und eine fremdgewordene Welt erklären zu wollen. Die von einer der Kirchenredaktionen betreute Magazin-Sendung „Nah dran“ beispielsweise möchte laut Selbstbeschreibung Lebenshilfe und persönliche Orientierung bieten (vgl. MDR 2011, 22), die Dokumentationsreihe „Gott und die Welt“ soll Lösungsansätze zeigen (K06). Auch in

den Profilen der Sendungen ist bereits ein Aufgabenverständnis vorgegeben, dem die Kirchenredakteur_innen entsprechen. K01 möchte „recherchieren, informieren, einordnen“, K03 „Dinge ins Gespräch bringen [...], die sinnvoll sind und vernünftig, sich damit zu beschäftigen“, um Orientierung zu bieten. K05 möchte „das Wärmende fürs Herz ermöglichen“, K06 Lösungsansätze zeigen: „Wenn es religiöse Lösungsansätze gibt, wenn unsere Protagonisten eine religiöse Dimension haben, sind wir froh und machen sie auch deutlich. Wir suchen aber nicht nach frommen Menschen, um fromme Menschen zu zeigen“ (K06, 129). K07 möchte einordnen, erklären und bilden, K09 den Menschen die Möglichkeit geben, sich selbst eine Meinung zu bilden. Da sie in Ostdeutschland arbeitet, wo kaum Kirchenbindung besteht, wo „Religion zum Teil schon ein bisschen suspekt ist“, möchte sie Berührungspunkte abbauen „und sagen, das ist ein normaler Teil des kulturellen Lebens und es ist eine Bereicherung, wenn man sich da auskennt. Das heißt nicht, dass man in den Klub eintreten muss, das wäre nicht die Idee, sondern einfach nur sagen, das ist auch Teil des kulturellen Erbes und auch heute wirkmächtig“ (K09, 157). Auch K11, in einem vergleichbaren Sendegebiet angesiedelt, möchte Dinge erklären und einordnen.

Mit der besonderen Aufgabenbeschreibung, redaktionell über Kirchen zu berichten und als Kontaktredaktion für die Kirchen zu fungieren, begründen die kirchennahen Interviewpartner_innen auch die Besetzung der Redaktionen mit kirchennahen Journalist_innen. Die Position sei „auf Einvernehmen angelegt“, sagt K08. „Wenn es da jemanden gäbe, der im Haus die Letztverantwortung hat, mit dem die Kirchen gar nicht leben können, würde das vermutlich nicht funktionieren können“ (K08). Es sei eine „gewisse Erleichterung, wenn man die Sprache der Leute spricht, wenn man den Horizont kennt, in dem sie sich gedanklich bewegen. Das macht es einfacher“, bestätigt auch K03. Auch K07 findet es „sinnvoll, dass da eindeutig zuordbare Menschen sind“. K09 bringt einen weiteren Aspekt ein: Wer nicht mit den kirchlichen Werten übereinstimme, wer „ein absolutes Aber und Contra“ habe, hätte „keinen Spaß“ an der Arbeit in der Kirchenredaktion. Es seien aber auch die Insider-Informationen, die die Besetzung der Kirchenredaktionen mit evangelischen und katholischen Journalist_innen unabdingbar machten, um über das „hochkomplexe“ (K01) Thema Religion zu berichten.

„Bei mir rufen ganz oft Leute an aus der Hausleitung oder sonst wo und fragen: Hör mal, wir treffen uns mit dem Bischof, wie reden wir den denn an? Sagen wir Senore, Eminenz oder Exzellenz? Da gibt es Unsicherheiten. Deswegen ist das nicht wegen der Wertegebundenheit, sondern wegen der darin gesammelten Informationsfülle seit eh und je konfessionell gebunden“ (K05, 118).

Eigentlich müssten die Journalist_innen dafür aber nicht Theologen sein. „Es geht auch Religionswissenschaftler, er müsste irgendwie sich wissenschaftlich damit beschäftigt haben und daraus stammen, um genügend Insiderkenntnis zu haben“ (K05). K03 möchte auch im

Rahmen seiner journalistischen Arbeit „religionskundliches Wissen“ weitergeben, K04 sieht ihre Aufgabe darin, zu übersetzen und zu erklären. Auch K05 möchte die Kirche den Menschen übersetzen, um „eine fremd gewordene Welt nahezubringen“. Er sieht sich als Verkäufer kirchlicher Bedeutung:

„Übersetzen aus einer vielfach unklar gewordenen Sprache, obwohl sie auch deutsch sein kann, es müssen nicht nur die Fremdwörter sein. Der Katholizismus spricht mit einer innerkatholischen Sprache. Genauso der Protestantismus. Das zu übersetzen, zu übertragen in Mediensprache“ (K05, 121).

Auch K10 sieht es als seinen Auftrag, „Vorgänge in Religion und Gesellschaft transparent zu machen, heute mehr als früher zu erklären, zu bewerten, weiterzudrehen und journalistisch zu transportieren“ (K10). Weil ein Teil der Zuschauer_innen nicht mehr kirchlich sozialisiert wurde, müsse er Übersetzungsarbeit leisten und erklären, was Synode, Konzil oder Propst ist. Auch er werde immer wieder angefragt, bestätigt K03, Festhalte zu erklären, „also wenn Leute fragen, was feiert man eigentlich an Christi Himmelfahrt oder an Ostern oder an Weihnachten“. Zusammenhänge müssten verstehbar gemacht werden, sagt K06.

Aufklären, kritisieren und Haltung zeigen

Besonders häufig werden die Auffassungen „Aufklären und Kritisieren“ von den gewerkschaftsnahen Journalist_innen genannt, von den kirchennahen hingegen kaum. Und das, obwohl einige von diesen bei der Aufgabenbeschreibung angegeben haben, unabhängig und kritisch über die Kirche berichten zu wollen. In ihrem persönlichen Selbstverständnis findet sich dieser Anspruch allerdings nicht wieder.

Alle befragten Journalist_innen finden, dass Journalist_innen eine Haltung haben und zeigen sollten – teilweise mit Einschränkungen und Abstrichen. Uneingeschränkt stimmen nur sechs gewerkschaftsnahe und drei kirchennahe Journalist_innen zu. „Man sollte eine Position haben“, meint G03, Journalist_innen mit Haltung seien gar „bessere Journalisten als die, die keine haben“ (G06). Auch eine reine Beschreibung könne nie neutral sein. Die Haltung müsse in den Beiträgen erkennbar sein. Haltung bedeute, Missstände zu erkennen (G09). K08 nennt auch direkt die von ihr vertretene Haltung: Sie möchte dafür eintreten, „dass bestimmte Werte wie Respekt, Toleranz auch sich wieder finden im Programm“ (K08, 152).

G10 betont, seine Haltung sei unabhängig von der Bindung an oder die Position von Gewerkschaften. Und K01 weist darauf hin, es sei wichtig, zwar eine Haltung zu zeigen, dem Publikum aber die Möglichkeit einer eigenen Meinungsbildung zu eröffnen. Dazu müsse der Standpunkt des_der Journalist_in klar sein (K09, G11). Auch müsse klar sein, dass diese Position nur eine unter vielen ist (K07, G08). Man dürfe Position beziehen,

„vielleicht muss man das als Journalist auch. Ich muss aber klar und deutlich machen, dass ich die Position beziehe. Es darf in keinem Fall so sein, dass die Überzeugung des Journalisten die Art und Weise der Berichterstattung bestimmt“ (G04, 24).

Denn sich nicht gemein machen mit einer Sache, „das kann ich als politisch aktiver Bürger tun, nicht als Journalist“ (G04). Was gesendet werde, müsse kritisch bearbeitet sein, warnt G05. Nur im Kommentar dürfe die Haltung erkennbar sein, nicht im Bericht, meinen K02, K05 und K10. Eine Meinung müsse man aber auf jeden Fall haben, das sei „auch schon in der Bibel festgelegt“ (K02). Ohne Bezug auf die Bibel teilt auch G08 diese Position: Nichts sei schlimmer als Journalist_innen ohne Haltung. Haltung allerdings, warnt G06, müsse man sich auch leisten können. Als Freie_r könne eine Haltung zu finanziellen Einbußen oder Sanktionen führen.

„Ich habe den Luxus, eine Haltung haben zu können, ohne dass mir was passiert. Ich finde das richtig und gut, aber ich habe sie nicht, weil ich ein besserer Mensch bin, sondern weil ich in der glücklichen Situation bin, gleichzeitig eine Festanstellung zu haben, bei der es ihnen sehr schwer fällt, was dagegen zu machen“ (G06, 47).

Seine Chefredakteurin würde es für Gesinnungsjournalismus halten und „mit Empörung zurückweisen“, wenn man sagen würde, Journalisten mit Haltung wären die besseren Journalisten. „Was es nicht ist. Es ist ein Unterschied. Gesinnungsjournalismus ist, ob es dir scheißegal ist, ob es stimmt oder nicht stimmt, Hauptsache, die Gewerkschaft hat es gesagt oder die Partei oder der Herrgott“ (G06, 47).

6.3 Objektivität und Realitätsverständnis

Informieren und zur Meinungsbildung beitragen möchten vor allem die gewerkschaftsnahen Journalist_innen. Das zeigt eine enge Verknüpfung von demokratietheoretischen Überlegungen mit dem eigenen Anspruch an Journalismus. Durch Information werden die Bürger_innen in die Lage versetzt, sich eine Meinung zu bilden. „die Informationsfreiheit [...] ist gewissermaßen Voraussetzung für die freie Meinungsäußerung“ (Schönhagen 1998, 236). Dieser Anspruch wurde auch wiederholt vom Bundesverfassungsgericht formuliert und insbesondere an den öffentlich-rechtlichen Rundfunk gestellt. Dieser müsse in völliger Unabhängigkeit überparteilich und frei von jeder Beeinflussung sein (vgl. ebd.). Dementsprechend deutlich sind auch die Vorgaben in den Ländergesetzen des Rundfunks, die inhaltliche Ausgewogenheit, Sachlichkeit und gegenseitige Achtung fordern. Die Forderung nach einer objektiven Berichterstattung basiert also auf dem normativen Anspruch, jede_n Bürger_in in die Lage zu versetzen, sich durch umfassende Information eine Meinung zu bilden.

Seine Aufgabe als Journalist sei es, die „Dinge so zu beschreiben, wie sie sind“, erklärt G01, dass er jemand sei,

„der auf dem Hügel steht und einen Feldstecher hat und sieht, was findet da unten statt, und nicht eine einzige Kleinigkeit oder einen einzelnen Aspekt beschreibt, sondern die Gesamtszene im Kopf hat und [...] möglichst genau und präzise darstellt“ (G01, 3)

Die Wirklichkeit zu beschreiben, wie sie sei, sehen auch ausdrücklich G05, G06, K05, K06 und K07 als ihre Aufgabe, K02 möchte gar „das Reine und Wahre rüberbringen“. Dass Objektivität zwar nicht absolut, aber zumindest „näherungsweise möglich und ein Streben danach zweckmäßig“ (Post 2013, 55) sei, also die „prinzipielle Möglichkeit [besteht], dass Berichterstattung mit der Realität korrespondieren kann“ (Schwer 2006, 353), entspricht der Sichtweise des Kritischen Realismus, der den Anspruch hat, „sich der objektiven Wirklichkeit bestmöglich anzunähern und hierbei alles Mögliche zu tun, um subjektive Einflüsse auszuschalten“ (Post 2013, 55). Der kritische Rationalismus „basiert auf der Vorstellung, dass Realität unabhängig vom Beobachter existiert, und dass diese objektiv vorhandene Welt auch beschrieben werden kann“ (Schwer 2006, 352).

G11 widerspricht diesem Konzept: „Wo ist denn der objektive Blick auf ein Haus? Ist es von vorne, von oben, von rechts, von hinten, von links?“ Auch sie geht aber davon aus, dass es eine Wirklichkeit gibt, zweifelt lediglich an der Möglichkeit einer objektiven Darstellung dieser. Das zeigt sich auch bei G05 (28), der angibt, als Dokumentarist stehe er „mit Abstand vor dieser Realität, betrachtet sie und vermittelt sie für den Zuschauer möglichst ungefiltert“. Objektivität sei ein erstrebenswertes Ziel, aber nicht zu erreichen, denn „[w]ir sind bestimmte Personen mit bestimmten Werten“.

K04 und G06 stimmen hingegen der Auffassung der Konstruktivist_innen zu, die davon ausgehen, dass der Objektivitätsanspruch zwecklos sei, weil es keine „objektiven Tatbestände“ gäbe (G06) und ein objektiver Blick auf eine Wirklichkeit prinzipiell nicht möglich sei (vgl. Schmidt 2002, 64; Weischenberg 1994, 426, 452f). In diesem Verständnis sind Journalist_innen keine „passiven Selekteure“, sondern „aktive Konstrukteure“ (Schmidt 2000, 83).

Vor allem die kirchennahen Journalist_innen wollen zwar einerseits objektiv berichten, geben aber gleichzeitig an, Positionen beziehen und Orientierung bieten zu wollen, indem sie Partei ergreifen. Die „Bekennnis-, diese Selbstoffenbarungsdimension“ sei ausdrücklich gewünscht (K03), die Menschen wünschten sich Einordnung und eine Werthaltung dürfe durchaus erkennbar sein (K07). Als Widerspruch zur Objektivitätsnorm betrachten sie dies offenbar nicht.

Dabei muss aber unterschieden werden zwischen dem Anspruch an Objektivität in der Arbeit der Journalist_innen und an das Medium, für das diese Journalist_innen arbeiten. G03 arbeitete in einer Redaktion, die bewusst mit Journalist_innen unterschiedlicher Parteineigung besetzt worden war, damit die von dieser Redaktion produzierte Sendung insgesamt ausgewogen sein kann. Pluralität in der Redaktion nennt auch G12 als grundlegende Vorausset-

zung für Objektivität. Saxer nennt diese Idee „additive Objektivität“⁶⁷. Additiv meint, dass „publizistische Objektivität gewissermaßen durch Addition von subjektiven oder immerhin gruppenspezifischen Standpunkten“ erreicht werden kann. Durch die Darstellung aller wichtigen Perspektiven soll „so etwas wie ein überindividuelles und übergruppenhaftes Gesamtbild der Realität zustande kommen“ (Saxer 2012b, 36). Doch die Aussicht, durch Redakteur_innenpluralismus Objektivität herzustellen, wertet Wagner (2012, 249) als „leere Spekulation“. Diese Idee basiere darauf, dass Journalist_innen Kommunikationsinteressen teilen, „die mit den eigenen Welt- und Wertvorstellungen konform gehen“ und für die sie sich publizistisch engagieren. Das sei, so Wagner, die „radikale Suspendierung aller Objektivitätsnormen und zugleich die Suspendierung journalistischer Professionalität“ (ebd.). Denn damit werde unterstellt, „so etwas wie Objektivität lasse sich nur als Addition und Summe eines vielstimmigen Redaktionschors, in dem jeder seine eigene subjektive Melodie pfeift, komponieren. Oder: Objektivität sei, weil unmöglich, von einem einzelnen Journalisten nicht zu erwarten“ (2012, 250).

Um konkreter beschreiben zu können, was sie unter Objektivität verstehen, nennen einige der Journalist_innen alternative Begriffe: Distanz (G05, G06, K01, K07), Fairness (G01, G02, G04, G08, K07), Überparteilichkeit (G01) und Unabhängigkeit (K02). Zur Umsetzung des Anspruchs an Objektivität in der journalistischen Praxis geben die Journalist_innen viele Hinweise, wenngleich sie auch auf die Schwierigkeiten der Operationalisierung des Objektivitätsbegriffs hinweisen: Das journalistische Handwerk helfe bei der Herstellung von Objektivität, meint G10. Andere Interviewpartner_innen nennen konkretere Maßnahmen, die sie im Arbeitsalltag anwenden: Es müssten alle Stimmen zu Wort kommen (G01), wobei zu allen Akteur_innen die gleiche Distanz gewahrt werden müsse (G05, G06) und alle fair behandelt werden müssten (G08), um ein differenziertes Bild zu vermitteln (K09). Man dürfe nicht einseitig berichten (G10) bzw. einseitige Berichterstattung kenntlich machen (G04). Die Meinung dürfe nicht mit dem Bericht vermischt werden (K02, K05), und wenn doch, dann müsse sie kenntlich gemacht werden (K10, K06). Das Pro und Contra müsse dargestellt werden, meint K05. K04 hingegen hasst „Pro-Contra-Programm“ und fordert stattdessen, genau wie G11, den eigenen Standpunkt zu benennen. Auch müsse transparent gemacht werden, was man recherchiert hat (G02). Um Objektivität herzustellen helfe außerdem Selbstreflexion (K10), „ein Schritt zurückgehen“ (K05), das Unabhängigmachen vom Feedback (K02) und die Kontrolle durch das Redaktionsteam (G12). Und immer müsse dem Publikum vermittelt werden, dass die von den Journalist_innen eingenommene Haltung eine

⁶⁷ Im Unterschied zur reduktiven Objektivität, die die Reduktion von Subjektivität und die Beschränkung auf „nackte Faktizität, entsprechend dem hier vorwaltenden Ideal des sozusagen ichlosen publizistischen Vermittlers“ meint (Saxer 2012b, 37).

unter vielen sei und lediglich Interpretationen angeboten werden würden (G04, G06, G08, G11, K01, K04, K07).

G08 gibt zu Bedenken, der Anspruch an Objektivität sei schon deshalb schwer umzusetzen, weil „wir genau wissen, dass wir in einem weiten Maßstab von Informationen anderer abhängig sind, deren Objektivität wir nicht nachprüfen“. Gerade PR-Abteilungen lieferten Informationen und in der „Schnelle des Tagesgeschäfts“ fehle die Zeit zum Hinterfragen. Diese Gefahr sieht auch Prott (vgl. 2008, 196): Interne und externe Zwänge engten die Chance, mit Abstand zur Sache zu berichten, ein. Die Trennlinie zwischen den ökonomischen Interessen der Verleger_innen und dem publizistischen Interesse der Redaktionen ist nicht mehr so eindeutig, wie Prott sie noch den 70er Jahren bescheinigt. Die Autonomiespielräume in den Redaktionen werden geringer, Personalabbau und Rationalisierungsstrategien führen zu unsicheren Arbeitsverhältnissen und einer Verdichtung der Leistungsanforderungen (ebd.). Objektive Berichterstattung sei unter diesen Umständen immer schwerer umzusetzen.

6.4 Publikumsbild und Medienwirkung

„Oje, das Publikum!“ (G03, 19)

Zwischen Journalist_innen und Publikum bestehen reflexive Erwartungen und Vorstellungen. Das Handeln der Journalist_innen ist „durch ihre Erwartungen und Zielvorstellungen für die eigene berufliche Arbeit geprägt“ (Scholl et al. 2014, 18). Denn „[d]ie Vorstellungen, die sich Journalisten von ihrem Publikum machen, und das Wissen, das Journalisten über ihre Publika besitzen, haben einen erheblichen Einfluss auf die journalistische Aussagenproduktion“ (Hohlfeld 2013, 135). Deshalb wurde in den Interviews auch das Publikumsbild abgefragt. Weil die Frage nach dem Publikum eng damit zusammenhängt, wurde auch um eine Einschätzung der Medienwirkung gebeten. Wie schätzen die Interviewpartner_innen ihre Wirkmächtigkeit ein? Glauben sie, einen Einfluss auf das Denken des Publikums zu haben?

Klares und diffuses Publikumsbild

Etwa die Hälfte der befragten Journalist_innen äußert klare Vorstellungen vom Publikum, spricht von „dem Publikum“ oder „den Menschen“. Die Kenntnis darüber ziehen sie aus der eigenen Wahrnehmung, der Übertragung eigener Erwartungen und dem eigenen Verhalten der Mediennutzung oder aus Studien. Die kirchennahen Journalist_innen nennen als Quelle Rückmeldungen von Zuschauer_innen oder Hörer_innen. Einige argumentieren auch mit der Quote, die bestätige, dass sie mit ihrer Vorstellung richtig liegen. Unter denen mit einer klaren Vorstellung vom Publikum befinden sich fast alle kirchennahen Journalist_innen, aber

nur drei gewerkschaftsnahe. Einige der kirchennahen Journalist_innen wollen nicht von „dem Publikum“ sprechen, sondern unterteilen ihr Publikum in verschiedene Gruppen, wobei sie als Unterscheidungskriterien ihre unterschiedlichen Sendeformate, soziokulturelle Faktoren oder den Grad der Religionsgebundenheit heranziehen.

Drei kirchennahe und alle anderen gewerkschaftsnahen Journalist_innen wollen auf die Frage nach den Erwartungen des Publikums nicht antworten, ohne sich von einer klaren Vorstellung über das Publikum zu distanzieren. Sie fragen „Welches Publikum?“ (G02), „Kennen wir das Publikum so genau?“ (G11) oder erwidern „Pah! Wenn ich das wüsste!“ (G08), „der unbekannte Zuschauer“ (G09) oder „die Menschen gibt es nicht“ (K04). Einige nennen zwar statistische Daten über das Publikum ihrer Sendungen oder des Senders, zitieren aus Studien oder aus Rückmeldungen in Form von Mails oder Briefe an die Redaktion. Aber gerade aus diesen Befunden leiten sie ab, dass man sich kein klares Bild vom Publikum machen könne. Ein kirchennaher Journalist meint, es gäbe kaum Rückmeldungen der Hörer, und wenn es sie gäbe, seien sie häufig etwas seltsam. Die zwei anderen kirchennahen Journalist_innen ohne klares Publikumsbild sowie zwei gewerkschaftsnahe Journalist_innen kritisieren zwar das Verständnis von einem homogenen Publikum, erläutern dann aber doch pauschal die Erwartungen des Publikums. Einer begründet das mit seinem Erfahrungswissen.

Bei den Äußerungen über das Publikumsbild fallen zwei Argumentationslinien auf: Die einen schließen von ihren eigenen Mediennutzungserfahrungen auf die Erwartungen des Publikums (G06, G07, K02), die anderen übertragen ihren eigenen Anspruch an ihren Beruf auf die Erwartungen des Publikums. G05 ist deshalb davon überzeugt, dass das Publikum Glaubwürdigkeit, Distanz, Respekt und den Einsatz für Demokratie von ihr erwartet –was sie vorher als eigene Ansprüche an sich selbst formuliert hat.

Von den kirchennahen Journalist_innen werden die unterschiedlichen Wissensstände des Publikums thematisiert. Die Kirchenredaktionen müssen ein breites Feld abdecken: Von Religionskritiker_innen bis zu frommen Kirchgänger_innen, also „nicht nur für die Frommen oder Kirchengebundenen im Land“ (K06). K03 stellt eine große Übereinstimmung fest „zwischen dem, was wir in diesem Sinne, wie ich es gerade als meine Mission formuliert habe, an Themen und Sendungen anbieten, und dem, was die Leute so abfragen.“ K07 gibt an, das Publikum erwarte Werthaltung und persönliche Einschätzungen von ihm, woraus er den gleichlautenden Anspruch an sich selbst ableitet, der sich im Selbstverständnis wiederfindet.

Negatives und positives Publikumsbild

Das Publikumsbild ist Gegenstand diverser Studien. Eine zentrale Frage ist, ob Journalist_innen ein positives oder negatives Publikumsbild haben. Scholl et al. (vgl. Scholl et al. 2014, 22) zeigen z.B., dass Journalist_innen ein positives Bild vom Publikum haben. Und Schönbach et al. (Schönbach et al. 1994, 148ff) räumen mit dem Vorwurf auf, dass missionarische Journalist_innen ein negatives Publikumsbild hätten. Sie fragten dazu die Zustimmung zu negativen und positiven Einschätzungszuschreibungen ab. Orientierend an den dort genannten Zuschreibungen⁶⁸ wurde ausgewertet, ob die hier befragten Journalist_innen eher ein negatives oder eher ein positives Publikumsbild vertreten. Doch die überwiegende Zahl der Zuschreibungen kommt in den Aussagen der Journalist_innen nicht vor. Insbesondere unter den gewerkschaftsnahen Journalist_innen finden sich aber Hinweise auf deutliche Resignation. Sie formulieren ein negatives Publikumsbild.

Das Publikum sei überfordert (G01, G09), weshalb sie als Journalist_innen Sachverhalte einordnen und erklären müssten. Er wolle zwar nicht schlecht über das Publikum reden, meint G03, „aber ich würde es gerne auffordern oder erwarten, dass mehr Anspruch an die Presse gestellt wird“. Er wundere sich darüber, wie schnell man das Publikum zufriedenstellen könne. Quote sei deshalb kein Maßstab, denn die erreiche man mit Taschenspielertricks. G06 stellt ernüchtert fest, „dass es den Leuten nicht auffallen würde, wenn sie noch mehr Musik und noch weniger Wort hören würden. Sie würden sich dann nicht schlechter fühlen.“

Andere gewerkschaftsnahe Journalist_innen meinen aber auch, das Publikum sei interessiert und wolle Informationen (G07, G08, G10). Das alleine reicht nach der Wahrnehmung dreier anderer Journalist_innen nicht aus: Das Publikum wolle zwar informiert, aber gleichzeitig auch unterhalten werden. Laut der Untersuchung von Scholl et al. hält nur ein Fünftel der Journalist_innen das Publikum für sehr informationsorientiert. Da Scholl et al. die Erwartungen der Journalist_innen mit denen des Publikums abgeglichen haben, kommen sie zu dem Schluss, Journalist_innen „unterschätzen [...] die Informationsorientierung ihres Publikums deutlich“ (Scholl et al. 2014, 26)

Rückschlüsse für die journalistische Arbeit

Die Journalist_innen ziehen unterschiedliche Schlüsse für ihre Arbeit aus dem, was sie über das Publikum zu wissen meinen. Immer wieder wird die Frage aufgeworfen, wie stark man sich am Publikum orientieren sollte. Die Bereitschaft dazu ist bei einigen der Journa-

⁶⁸ Negativ: bieder, kleinbürgerlich – gleichgültig – oberflächlich – sensationshungrig – engstirnig – leicht zu beeinflussen – stur (Schönbach et al. 1994, 148); positiv: politisch interessiert – aufgeschlossen – kritisch, anspruchsvoll – gut informiert – engagiert – selbstbewusst – tolerant – fortschrittlich (Schönbach et al. 1994, 150).

list_innen gering. G02 möchte nicht für alte Menschen Programm machen, sondern für alle. Und G08 gibt an zu wissen, „dass dieses Programm ein sehr altes Zielpublikum hat. Die Kernhörerschaft beginnt erst bei 55 aufwärts in der Alterspyramide“, was er auf das Musikumfeld zurückführt. Er möchte trotzdem kein Demenz-Programm machen, weil er meint, dass auch alte Menschen interessiert sind.

G11 geht noch weiter. Er möchte sich nicht an Publikumswünschen orientieren, sondern seiner Aufgabe als Journalist nachkommen – die offenbar aus seiner Sicht nicht deckungsgleich ist mit den Wünschen des Publikums. Auch G02 möchte sich nicht durch angebliche Erwartungen des Publikums einschränken lassen. K08 möchte kein Programm für Menschen machen, die sehen wollen wie man „Leute niedermacht“. Denn: „Die hätten eine Erwartung, die würde ich nicht gerne erfüllen. Aber ich sag mal, das ist nicht unbedingt mein Publikum“ (K08).

Den journalistischen Auftrag nicht an Publikumserwartungen zu koppeln, entspricht dem Sozialverantwortungs-Modell. Das normative Prinzip dieses Modells ist unter anderem die Akzeptanz der Verpflichtung der Medien gegenüber der Gesellschaft (vgl. Weischenberg 2004, 90). Journalist_innen und ihre Berichterstattung sind demnach „dafür verantwortlich [...], zur demokratischen Öffentlichkeit beizutragen. Die journalistische Leistung wird aus dem gesellschaftlichen Auftrag oder Anspruch heraus generiert und ist deshalb zumindest teilweise vom Publikum unabhängig“ (Scholl et al. 2014, 19). Die Gegenposition hierzu ist der marktökonomische Ansatz, der Journalismus „dem Publikumsinteresse unterwirft“ (2014, 20). Diese Position taucht in den Interviews in der Regel nicht auf, es sei denn, der eigene Anspruch deckt sich mit den vermuteten Wünsche des Publikums. So unterstellen die kirchennahen Journalist_innen ihrem Publikum vor allem eine Suche nach Orientierung und Interesse an Religion (K01, K03, K06, K07, K08, K10) – einen Wunsch, den sie gerne erfüllen. Lediglich ein Journalist formuliert deutlich, er wolle auf die Altersstruktur des Publikums öffentlich-rechtlicher Sender Rücksicht nehmen. Er wolle keine alten Hörer verlieren, indem er für Junge Programm mache (G07).

Einschätzung der Medienwirkung

Bourdieu zeichnet in seiner Polemik über Journalist_innen beim Fernsehen ein Bild starker Medienwirkung und Medienmacht: „Über die außerordentliche Macht des vom Fernsehen ausgestrahlten Bildes können die Journalisten Wirkungen ohnegleichen hervorrufen“ (Bourdieu 1998a, 27). Die Gefahr der Fernsehnutzung sei der „Wirklichkeitseffekt“: „Es kann zeigen und dadurch erreichen, dass man glaubt, was man sieht. Diese Macht, etwas vor Au-

gen zu führen, hat mobilisierende Wirkung. Sie kann Gedanken oder Vorstellungen ins Leben rufen, aber auch Bevölkerungsgruppen konstituieren“ (ebd.).

In seinem Text „Im Banne des Journalismus“ führt Bourdieu aus, es ginge nicht um die Macht der Journalist_innen, sondern

„um den Einfluss, den die Mechanismen eines den Anforderungen des Marktes [...] immer stärker unterworfenen journalistischen Feldes ausüben, einen Einfluss, der sich zunächst auf die Journalisten (und die als Journalisten arbeitenden Intellektuellen) selbst auswirkt und anschließend, und zum Teil durch ihre Vermittlung, auf die verschiedenen Felder der Kulturproduktion“ (Bourdieu 1998a, 103).

Es ginge also um den „Einfluss des journalistischen Feldes“ und und durch diesen auch um den Einfluss der „Marktlogik“ (Bourdieu 1998a, 104). Denn das Feld des Journalismus ist viel stärker als andere Felder abhängig von externen Kräften: „Es hängt unmittelbar von der Nachfrage ab, es unterliegt der Sanktion durch den Markt, durch das Plebiszit, vielleicht mehr noch als das politische Feld“ (Bourdieu 1998a, 75). Das journalistische Feld steht insbesondere „unter der Fuchtel des ökonomischen Feldes“ (Bourdieu 1998a, 76). Gleichzeitig sind „alle Felder der Kulturproduktion dem strukturellen Druck des journalistischen Feldes ausgesetzt“ (Bourdieu 1998a, 80). Man habe das Gefühl, dass der Druck von Journalist_innen z.B. die Arbeit von Richtern „bisweilen sehr stark beeinflusst. Manche sprachen schon von einer förmlichen Übertragung der richterlichen Gewalt“ (Bourdieu 1998a, 81). Auch in anderen Feldern beobachtet Bourdieu einen großen Einfluss der Medien (vgl. Bourdieu 1998a, 85ff). Medien übernahmen gar eine „Schiedsrichterrolle“, indem sie über Wissenschaftler_innen urteilten, deren Bekanntheitsgrad groß sei und deren Anerkennung sie in der Hand hätten. Bourdieu spricht dabei vom „Eindringen der Macht der Medien, das heißt der von den Medien dazu ermächtigten ökonomischen Mächte, in das Universum auch der reinsten Wissenschaft“ (Bourdieu 1998a, 86).

Pfetsch und Mayerhöffer stellen dagegen in ihrer Studie fest, die Journalist_innen würden die Macht der Medien herunterspielen, „nicht einmal 20 Prozent der Journalisten [möchten] von einflussreichen Medien sprechen“ (2011, 47). Journalist_innen seien eher bemüht, „die Wirkungsmächtigkeit der Medien zu relativieren, während Politiker das pauschale Bild ‚übermächtiger Medien‘ gerne und mit Überzeugung aufrechterhalten“ (ebd.). Das Herunterspielen des medialen Einflusses sei „insofern plausibel, als sich mit abnehmender Machtzuschreibung ihr Handlungsspielraum erhöht“ (ebd.). Umgedreht schätzen Journalist_innen das Machtpotential der Politiker_innen höher ein, als es die Politiker_innen selbst tun möchten (vgl. ebd.). „Beide Seiten sehen sich mit einer vermeintlichen Übermacht der anderen Seite konfrontiert“ (2011, 57). Auch Kepplinger attestiert Journalist_innen eine „subjektive Ohnmacht“, das „Gefühl, keinen aktuellen Einfluss zu besitzen“ (Kepplinger 1979, 17f). Deshalb lehnten sie auch eine moralische Verantwortung für die Folgen ihrer Berichterstattung ab.

Gleichzeitig sind die Erwartungen von Journalist_innen an das Verantwortungsbewusstsein anderer, z.B. Politiker_innen oder Unternehmer_innen, stark ausgeprägt (vgl. ebd.).

Auch unter den Interviewpartner_innen finden sich vier, die sich als machtlos bezeichnen. G02, G10, K04 und G08 glauben nicht, wirklich etwas verändern zu können. K04 hätte gern „mehr gesellschaftspolitischen Einfluss, würde gerne mehr die Themen prägen, die die Gesellschaft bestimmen“. Bei den gewerkschaftsnahen Journalist_innen ist die Selbstzuschreibung als machtloser Player auch darauf zurückzuführen, dass sie sich selbst als Anhänger_innen einer Minderheitenmeinung begreifen, die sich selbst innerhalb der Medien nicht gegen den Mainstream durchsetzen könne. Entgegen Noelle-Neumanns (1979b) Annahme der Schweigespirale, derzufolge Journalist_innen mit abweichender Meinung diese nicht äußern, ziehen die gewerkschaftsnahen Journalist_innen unterschiedliche Schlüsse aus ihrer empfundenen Machtlosigkeit: Sie habe aufgegeben, aktivieren zu wollen, sagt G10. G08 leitet daraus ab, dass er umso bewusster und nachdrücklicher Themen platzieren und einordnen muss, dass seine Aufgabe vor allem das Interesse wecken ist. G02, die jüngste Interviewpartnerin, scheint keine Schlussfolgerungen aus der Erkenntnis der Machtlosigkeit zu ziehen.

6.5 Vom Anspruch zur Wirklichkeit: Arbeitszufriedenheit und medienpolitische Herausforderungen

Ob die Journalist_innen ihrem Selbstverständnis im Arbeitsalltag tatsächlich gerecht werden, kann in dieser Studie nicht geklärt werden, da sie sich auf Selbstauskünfte verlässt. Dennoch wurde in den Interviews nach der Handlungsrelevanz der Einstellungen gefragt, also ob die Journalist_innen selbst glauben, ihre Ansprüche an Journalismus in der Arbeitsrealität umsetzen können. Einige meinen, es zu können, andere nicht, die meisten sind davon überzeugt, mit Einschränkungen ihre Ansprüche umsetzen zu können. Gründe für die jeweilige Einschätzung nennen sie viele: Es werden die Arbeitsbedingungen kritisiert und gelobt, die Rolle des öffentlich-rechtlichen Rundfunks herausgestellt, aber auch medienpolitische Herausforderungen problematisiert. Genannt werden – eine logische Konsequenz der Methode – nur jene Faktoren, die den Journalist_innen bewusst sind. „Subtile Kräfte [...] unterhalb der Wahrnehmungsschwelle“ bleiben so unentdeckt (Hanitzsch 2009, 154).

Vier gewerkschaftsnahe Journalist_innen geben an, ihren Ansprüchen nicht gerecht werden zu können. Einer von ihnen ordnet sich zwar selbst als Wächter ein, eine realistischere Einschätzung sei allerdings, dass „noch viel Luft nach oben“ sei. Er scheitere vor allem „an der Art und Weise, wie der öffentlich-rechtliche Rundfunk realisiert ist, wie der Journalismus praktisch wird. An Strukturen, die über Personen realisiert werden. An Machtverhältnissen,

die Personen manifestieren“ (G04). Unter den unzufriedenen Journalist_innen befinden sich kein_e kirchennahen Journalist_innen. Diese äußern sich in der Regel sehr zufrieden mit ihrem Arbeitsalltag und haben das Gefühl, ihren Ansprüchen gerecht werden zu können. Die meisten (sieben) nennen allerdings auch Einschränkungen.

Mit Abstrichen glauben die meisten Journalist_innen, ihre Ansprüche umsetzen zu können. Sie wünschen sich längere Formate, mehr Zeit für Recherche, mehr und bessere Sendeplätze, mehr Zeit und Geld. Zwei fühlen sich durch das Unvermögen der mit- und zuarbeitenden Kolleg_innen limitiert (K06, K09). Aber sie alle geben an, trotzdem „im Großen und Ganzen“ zufrieden zu sein (G10), viel von dem machen zu können, „was ich richtig und ordentlich finde und auch gerne mache“ (G06) oder „höchst glücklich“ zu sein, bei einem öffentlich-rechtlichen Sender arbeiten zu können (K05).

Ohne Einschränkungen geben fünf Journalist_innen an, ihren Ansprüchen gerecht werden zu können. Sie fühlen sich beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk in einer privilegierten Situation. Es gäbe genug Zeit und Sendeformate, um sich tief in Themen einzuarbeiten, führt K01 aus:

„Insofern bin ich an Stelle schon ziemlich glücklich, dass wir diese Möglichkeiten haben, diese Dinge, die mir wichtig sind, Kompetenz aufzubauen, an Sachen auch zu feilen, ein Feature schön sprachlich zu gestalten, an der ganzen Bandbreite, die das Medium Radio bietet, zu arbeiten“ (K01, 90).

Keine Kritik äußern die Journalist_innen am Gehaltsniveau beim öffentlich-rechtlichen Arbeitgeber. Laut Weischenberg et al. (2006, 62) verdienen zum Zeitpunkt der Erhebung Journalist_innen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks im Hörfunk durchschnittlich 2.850 Euro netto, beim Fernsehen 2.800 Euro. Damit verdienen sie über 1.000 Euro mehr als das Durchschnittsgehalt privater Sender. Auch die weiblichen Befragten nannten das Gehalt nicht als Kritikpunkt. Grund dafür ist wahrscheinlich die Tarifbindung der öffentlich-rechtlichen Sender, die die Möglichkeiten massiv einschränkt, Frauen schlechter zu bezahlen als Männer. Ein Problem, das im Journalismus durchaus aktuell ist: Journalistinnen erreichen nur rund 75 Prozent des männlichen Durchschnittseinkommens. Das ist auch – aber nicht nur – auf die Positionen in der Redaktionshierarchie zurückzuführen. Frauen, so Weischenberg et al. (2006, 64), „werden nach wie vor (auch) im Journalismus ökonomisch diskriminiert, weil sie für die gleiche Arbeit weniger Geld bekommen“.

Zwischen den Äußerungen der Hörfunk- und der Fernsehjournalist_innen konnten keine gravierenden Unterschiede ausgemacht werden. Allerdings werden Bedingungen des Fernsehens oft als Einschränkung und die des Hörfunks als besonders positiv hervorgehoben. Die Quotenfixierung im Fernsehen und die Verkürzung der Sendeformate werden von Fernsehjournalist_innen häufig als einschränkend wahrgenommen. Die Hörfunkjournalist_innen

hingegen heben besonders die Möglichkeit hervor, über Hintergründe in Gesprächssendungen berichten und komplexe Themen in Featuresendungen aufbereiten zu können. K04 etwa, die für beide Medien arbeitet, ist zufrieden mit dem Radio, sieht aber Defizite im Fernsehen. Ersteres gebe ihr den Raum, in Gesprächs- und Feature-Sendungen Themen ausgiebig zu behandeln. Letzteres sei zu sehr an der Quote orientiert und es müsse „immer was Dramatisches passieren“. Gerade die Verbindungen von Politik, Wirtschaft und Sozialem sei wegen der Komplexität im Fernsehen nur schwer abbildbar, da man dort stark vereinfachen und alles bebildern müsse.

Themen und Quoten

Viel Kritik von Seiten der gewerkschaftsgebundenen Journalist_innen wird an der Themenauswahl und thematischen Schwerpunktsetzung geäußert. Die zunehmende Boulevardisierung führen die Journalist_innen insbesondere auf die Fixierung auf die Einschaltquote zurück. Die Quote, stellt auch Thomaß fest, ist zum „dominierenden Maßstab für erfolgreichen Rundfunk“ geworden. Denn das „Dilemma zwischen Publikumsorientierung und Aufrechterhaltung des öffentlichen Auftrages des Rundfunks müssen ARD und ZDF nach den Spielregeln, die am kommerziellen Medienmarkt aufgestellt worden sind, bewältigen“ (Thomaß 2008, 178). Dadurch rückten zwar Publikumswünsche in das Blickfeld der Programmgestaltung. Als problematisch wertet Thomaß aber, dass „darüber [...] versäumt worden [ist], andere Methoden auszureifen, mit denen die Wertschätzung des Publikums für die öffentlichen Sender evaluiert werden kann“ (ebd.).

Die Quotenfixierung wird vor allem von Fernsehjournalist_innen kritisiert, da die Programmverantwortlichen dort durch die ständige Erhebung der Quoten direkter darauf reagieren (G03): „Die Kollegin vom Fernsehen, die kann nach jedem Beitrag sehen, ob die Quote gestiegen oder gesunken ist. Die müssen sich völlig anders rechtfertigen“, so eine Radiojournalistin. Beim Radio wird die Quote nur halbjährig erhoben, ist aber trotzdem „der wichtigste Erfolgsparameter schlechthin“ (G01), was zu einer Orientierung am Mainstream führe.

„In dem Moment, wo neun von zehn ARD-Redaktionen ihr Programm an Quote ausgerichtet haben, war natürlich die Schräge nach unten eingeleitet. Da es ja offensichtlich ist, dass es ganz viele Redaktionen gibt, wo der Redaktionsleiter oder dessen Vorgesetzter den Tag beginnt mit dem Satz: Wir war gestern die Quote? Und nicht mit dem Satz: Lasst uns mal über den Beitrag x oder y von gestern reden, ob der so gut war. Solange begeben wir uns auf die Schräge und da gibt es kein Halten mehr“ (G08, 61).

Die Messung einer Quote an sich sei nicht problematisch, meint G03. Schließlich sei es auch sein Ziel, möglichst viele Menschen zu erreichen. Die Schwierigkeit sei eher, mit Qualität Quote zu erreichen und nicht mit „Taschenspielertricks“. Denn Folge der Orientierung an der Quote sei die zunehmende Fokussierung auf Boulevard-Themen. „Durchgängiges Prin-

zip ist, unterhaltsam zu sein. Das widerspricht in einigen Fällen der Informationsvermittlung, behindert sie in der Regel und schmälert sie in nahezu allen Fällen“ (G04, 23). Wobei G04 betont, er sei nicht gegen Unterhaltung. Dieser käme gerade bei der Vermittlung von Inhalten und der Willensbildung eine große Rolle zu. Er sei vielmehr gegen die „Boulevardisierung der Informationssendungen“ (G04). Dieser Problembeschreibung würde wohl auch Bourdieu zustimmen, der über die Quotenfixierung und die daraus resultierende Boulevardisierung feststellt:

„Die ‚Vermischten Meldungen‘ [...] produzieren politische Leere; sie entpolitisieren und reduzieren die Welt auf Anekdoten und Klatsch [...], wobei man die Aufmerksamkeit auf Ereignisse ohne politische Konsequenzen lenkt und fixiert, die man dramatisiert, um ‚Lehren daraus zu ziehen‘ oder sie in ‚Probleme unserer Gesellschaft‘ zu verwandeln“ (Bourdieu 1998a, 73).

Wichtige Themen kämen zu kurz, wie etwa Themen der Arbeitswelt, zum Beispiel Leiharbeit, internationale Themen oder solche ohne Unterhaltungsfaktor. „Je bunter und je banaler das Thema, desto größer sind die Chancen, dass Sie mit offenen Armen in den Redaktionen empfangen werden“, stellt G08 fest. Die wichtigen, politischen Themen wie „Arbeitswelt, Altersvorsorge, Strukturthemen wie Wirtschaftsmacht, Wirtschaftsmächte, Gesetzgebungsverfahren, Lobbyismus auf den unterschiedlichen Bereichen, sowohl wirtschaftlich als auch politisch“ würden „abgeschoben in Sende-Nischen, wenn überhaupt. Auf diese Themen beruft man sich aber, wenn es darum geht, gegenüber der Öffentlichkeit in den Aufsichtsgremien die Vollständigkeit des öffentlich-rechtlichen Auftrages zu rechtfertigen und zu dokumentieren“ (G04). Das stört auch G08:

„Der eher politisch geprägte Blick wird abgeschoben in gewisse Nachrichtenleuten oder vielleicht noch eine halbe Stunde Magazin. Den Rest vom Tag wollen wir nicht über die bösen Dinge reden. Ein Sonnenstrahl, dann gibt es mit hundertprozentiger Sicherheit die Umfrage vorm Eiscafe. Eine Schneeflocke, dann berichten wir über Schneechaos“ (G08, 61).

Wirtschaftsthemen würden zunehmend zu Service- und Verbraucherthemen (G03, G04, G09). Es wären Themen, die dem Mainstream widersprechen, mit denen man sich nicht durchsetzen könne, berichtet G11.

Gründe für den „internen Verschiebebahnhof“ (G08) der Themen liefern die Journalist_innen auch: Dass es zu wenig „unbequeme“ Themen gibt, führt G03 darauf zurück, dass freie Journalist_innen für Recherche nicht bezahlt werden und es kaum feste Stellen gibt. Dass es keine „abstrakten philosophischen“ Themen gäbe, begründet G09 damit, dass Fernsehen immer Bilder bräuchte. Einige Themen, wie z.B. Leiharbeit, betrafen auch den Sender selbst und würden deshalb nicht bearbeitet (G11).

Die Journalist_innen beobachten auch das, was Noelle-Neumann (u.a. 1979b) mit dem Begriff Konsonanz beschrieb: Eine übereinstimmende Behandlung von Themen durch nahezu alle Medien. „Gemeinsame Überzeugungen und Wertorientierungen wie auch übereinstim-

mende professionelle Orientierung der Journalisten führen zu einer relativ homogenen Berichterstattung im gesamten Mediensystem“, so Schulz (2011, 109). G11 nennt das die „Voreingenommenheit dieser ganzen Journalistenmeute“: Journalist_innen laufen einfach mit. „Wenn ich dann als Freier komme und sage: Moment, vielleicht gibt es ja was anders, was dem Ganzen zuwiderläuft, dann komme ich damit nicht mehr durch“ (G11, 79). Da werde immer wieder eine „Sau durchs Dorf getrieben“, bestätigt auch K04 (112).

Auch die kirchennahen Journalist_innen äußern den Wunsch nach mehr Sende- und Recherchezeit für Themen, die ihnen wichtig sind. Er hätte gerne mehr Zeit für die Bearbeitung eigener Themen, so K10, denn „meistens reagieren wir“, wie etwa auf den Rücktritt des Papstes. „Was wir hier leider noch zu wenig machen, aber dafür reicht die Zeit einfach nicht, dass einer sagt, ich habe hier eine spannende Geschichte, ich klinke mich mal eine Woche aus und mache dann ein Paket und biete das dem Haus an“ (K10, 169). Die Situation im Sender von K05 (122) ist da anders: „Das ist ein selbstgesetztes Thema, da recherchieren wir lange dran, arbeiten lange dran, fahren weit, brauchen Zeit und Geld dafür. Und das ermöglicht mir meine Institution. Insofern bin ich da sehr, sehr zufrieden.“ Auch K11 (178) sieht zwar Schwächen beim Reiseetat und der Finanzierung von Recherchen. „Aber dass wichtige Themen gescheitert wären aus finanziellen Gründen, das gab es noch nicht.“

K07 und K08 berichten von der Schwierigkeit, Religionsthemen im Programm zu verteidigen. Durch Änderungen in der Programmplanung, die sie mit der Diskussion um höhere Einschaltquoten in Zusammenhang bringt, sei ein Sendeplatz verändert worden, der bis dahin für kirchliche Themen vorgesehen war. Der neue Sendeplatz lasse nur noch die Auseinandersetzung mit allgemein menschlichen Themen zu und keine binnenkirchliche Berichterstattung mehr. Das deckt sich auch mit den Befunden von Gärtner et al. (2012), die in ihrer Studie über Religion bei Meinungsmachern zu dem Schluss kommen, „die Berichterstattung über Religion gilt in der Regel ihren weltlichen Folgen, nicht den genuin religiösen Motiven und Inhalten. Explizit religiöse oder innerkirchliche Themen als solche sind deshalb für die Berichterstattung oder Kommentierung kaum interessant“ (2012, 119).

Die diesbezüglichen Aussagen der Interviewpartner_innen beziehen sich in der Regel auf zwei Ebenen: In den eigenen Sendungen spüre man ein nachlassendes Interesse an kircheninternen Themen. Aber darüber hinaus sei es vor allem schwierig, religions- und kirchenspezifische Themen in anderen, nicht selbst betreuten Sendungen unterzubringen. Der „ganz große Auftrag“ sei, so K07, „Religion und Kirche im Gespräch zu halten“. Damit stünde man in Konkurrenz zu anderen, die Sendeplätze beanspruchen oder in Magazinsendungen dabei sind. „Und da kann es durchaus sein, dass man nicht zum Zuge kommt. Das ist, was einen dann ärgert, und dann wäre der Anspruch nicht erfüllt. Man möchte ja schon was machen“ (K07, 139).

K11 gibt als seinen Anspruch eine kritische Kirchen- und Religionsberichterstattung an. Auf die Frage, ob ihm die Umsetzung gelinge, bejaht er. Ihm rede niemand rein, pfeife niemand zurück: „Insofern gelingt es mir.“ Allerdings erwähnt er an anderen Stellen des Interviews mehrmals, dass der investigative Journalismus in der Berichterstattung „doch ein bisschen begrenzt“ sei.

Limitierung durch Arbeitsbedingungen

Journalist_innen fühlen sich „in hohem Maße von mangelnden Ressourcen wie Zeit, Geld oder Personal eingeschränkt“, wobei fast alle Journalist_innen Zeitmangel und mehr als die Hälfte fehlendes Geld als einschränkende Faktoren angaben, stellte Post in ihrer Studie fest (Post 2013, 109). Das lässt sich auch für die hier befragten Journalist_innen konstatieren. Der hohe Aktualitätsdruck wird von vielen Journalist_innen als Problem genannt. Dessen Folge sei, dass das Prinzip der zwei Quellen nicht umsetzbar sei, weil mehr Output in kürzerer Zeit nötig sei, was wiederum die Zeit für Recherche einschränke. „Jede Stunde Nachrichten, jede Stunde Wissens-O-Ton-Nachrichten, und jede vier Stunden lange moderierte Ausgaben. Die Arbeitsbelastung ist schon so hoch, dass Sie inhaltliche Debatten [...] nicht führen können“ (G01). Die Sende- und Beitragsformate würden dabei immer kürzer. Man müsse „Häppchen-Journalismus“ (G09, G10) betreiben, komplexe Sachverhalte „in 1:30 darstellen“, wodurch die Zusammenhänge verkürzt, sogar verzerrt würden (G01). Die Journalist_innen berichten von immer weniger Dokumentationssendeplätzen, dafür zunehmenden Boulevardsendungen, immer mehr „furchtbaren Talkshows“ (G09) und weniger Platz für Hintergründe.

Als problematisch wird außerdem der technische Wandel betrachtet. Cutter müssen sich jedes Jahr auf neues Programm umstellen, Kameraleute stehen unter Druck, weil es ständig neue Kameras gibt. Der „wirtschaftliche Druck, existenzielle Druck“ trifft besonders freie Autor_innen und Produzent_innen (G09). Eine weitere Folge technischer Entwicklung ist die Übertragung technischer Aufgaben auf Journalist_innen. Kameras sind kleiner geworden und einfacher zu bedienen, so dass zunehmend „selbstdrehende Autoren“ (G10) oder Videojournalist_innen eingesetzt werden. Dass sei bei kurzen Nachrichtenfilmen in Ordnung, meint G10, weil da Autor_innen ihre Texte und Bilder bereits im Kopf hätten. Eine ausgebildete Kraft an der Kamera könne ein_e Journalist_in aber nicht ersetzen, „auch wenn die Technik noch so gut ist“ (G10). Auch K07 spricht von einer Arbeitsverdichtung als Folge des technischen Fortschritts. Es gehe vieles schneller „als früher, als man noch mit Bändern gearbeitet hat“, das sei aber ok, „damit kann man gut leben“ (K07).

Besonders unzufrieden mit seinen Arbeitsbedingungen ist G06. Die Redaktionsarbeit sei so organisiert, dass er nur noch telefonisch recherchieren könne. Er „schraube [...] am Schreibtisch und aus der Erfahrung Sachen zusammen, die andere Leute tatsächlich erlebt haben“ (G06). Journalist_innen sollten seinem Anspruch nach „eigentlich was sehen und darüber berichten“, sein eigener Arbeitsalltag sieht aber anders aus: „Telefonhörer und Internet [sind] das einzige, was bleibt“. Neben der persönlichen Unzufriedenheit ist diese Form der Recherche auch deshalb ein Problem, weil der Anspruch an Sinntreue und Wahrhaftigkeit dadurch nicht so umgesetzt werden kann wie bei eigenen Beobachtungen. Damit verschärfe sich, so Wagner, das „Problem des Journalisten mit der Wahrheit: Er ist angewiesen auf die Beobachtungen und Mitteilungen von Beteiligten und Zeugen“ (Wagner 2012, 267). Die kreative Arbeit, die Produktion der Beiträge und die Recherche vor Ort werde vor allem von Freien geleistet, bestätigt auch G10. Sie sei aus diesem Grund freie Journalistin und keine feste Redakteurin, die vor allem „Manager am Schreibtisch“ wäre.

Die Kritik an den Arbeitsbedingungen wird vor allem von gewerkschaftsnahen Journalist_innen formuliert. Die kirchennahen Journalist_innen berichten zwar auch von Kürzungsversuchen und von Auseinandersetzungen um den drohenden Verlust von Sendeplätzen, die Kirchenredaktionen hätten sich aber dagegen wehren können. Die gewerkschaftsnahen Journalist_innen spekulieren intensiv über Sparzwänge und die ihrer Meinung nach falsche Verwendung der Gelder, z.B. für Fußballübertragungen. „Denn das Geld, das für Fußball mit dem Hintergrund Bitburger und was da alles dran hängt raus geht, das fehlt dann halt an anderer Stelle für journalistische Inhalte. Und das ist natürlich ein Zwang, den wir tagtäglich in unserer Arbeit spüren“ (G08). Die kirchennahen Journalist_innen dagegen erwähnen die „Spardebatte“ höchstens, sehen aber kaum Auswirkungen auf ihre eigene Arbeit. K09 etwa kann trotzdem die „Sendungen gut bestücken, personell und etatmäßig“. Auch K03 erwähnt die „Ressourcenfrage“, aber nur, um zu begründen, dass deshalb neben einem katholischen und einem evangelischen nicht auch ein_e muslimische_r Kirchenredakteur_in eingestellt werden könne. Trotzdem äußern einige der kirchennahen Journalist_innen die Sorge, auch im Bereich der Religionsberichterstattung Einschnitte hinnehmen zu müssen.

K06 hat die Sorge, dass auch im Bereich der Religionen „Fachkompetenz eher nach außen“ verlagert werden könnte, weil das dem allgemeinen Trend entspräche.

„Das hat vor allem aber damit zu tun, glaube ich, dass die Bedeutung von Religion in unserer Gesellschaft nachlässt. Nicht die Bedeutung von Wirtschaft. Da wird man auch die Fachredaktion nicht in Frage stellen. Oder von Sport. Aber die kleiner werdenden Redaktionen, die abnehmenden Sendeplätze, die geringer werdenden Mittel spiegeln einfach den Verlust der Bedeutung der Kirchen in unserer Gesellschaft wider“ (K06, 132).

Diese Sorge teilen die meisten anderen kirchennahen Journalist_innen nicht. Dass sich die Kirchenredaktionen als Fachredaktionen bislang halten konnten, während der öffentlich-

rechtliche Rundfunk Stellenkürzungen vornimmt und Fachredaktionen abschafft, wundert auch sie. Sie begründen den Erhalt der Kirchenredaktionen aber mit der großen Bedeutung des Themas Religion und mit der Rolle, die die Kirchen im öffentlich-rechtlichen Rundfunk haben.

„In dem Augenblick, wo man den Eindruck hat, dass die Religion gesellschaftlich überwiegend als irrelevant angesehen wird, wird diese Redaktion verschwinden. Genauso wie die Frauenredaktion verschwunden ist, weil man den Eindruck hat, dass die klassische feministisch orientierte Beschäftigung mit diesem Thema ihre Zeit hatte und vorbei ist“ (K03, 107).

Solange die Redaktionen ihren Expert_innenstatus begründen und verteidigen könnten, gebe es weiterhin die Kirchenredaktionen.

Besondere Einschränkungen von Freien

Freie Journalist_innen sind spezifischen Problemen ausgesetzt, z.B. der fehlenden tariflichen Bezahlung von Zusatzleistungen oder den hohen Akquise-Kosten. Aber auch den fest angestellten Journalist_innen sind die Probleme der Freien bewusst. Sie berichten ausgiebig über die Arbeitsbedingungen freier Journalist_innen, von sinkenden Honoraren und der fehlenden Bezahlung von Recherchezeit. Sowohl Feste als auch Freie sind sich einig, dass viele der negativen Entwicklungen vor allem freie Mitarbeiter_innen treffen.⁶⁹

Da Freie existenziell davon abhängig sind, ob die Redaktionsleitungen Themen kaufen oder nicht, suchen sie sich „bequemere Themen“, erklärt G03: „Heute kann ein Freier kaum mehr das Niveau eines Angestellten oder etwas in der Höhe erreichen. Und deshalb ist es natürlich zwangsläufig der Trend, dass man Themen nimmt, die bequemer sind oder von anderen aufbereitet sind“ (G03). Denn Freie stehen unter dem Druck, „ein, zwei Beiträge pro Tag [zu machen], damit du auf dein Geld kommst“ (G06). Aber aus finanziellen Gründen, konstatiert ein freier Mitarbeiter, „sollte man nicht zum Journalismus gehen“.

Meyen und Riesmeyer (2009, 195) stellten in ihrer Studie fest, der durchschnittliche Bruttoverdienst der von ihnen befragten freien Journalist_innen läge „zwar etwas unter den Beträgen, auf die fest angestellte Kollegen kommen“, die meisten hätten aber freiwillig auf einen festen Vertrag verzichtet und bereuten ihre Entscheidung nicht. Die Wahrnehmung der Journalist_innen, die an der vorliegenden Studie teilgenommen haben, sieht anders aus.

Die Festanstellung sei wichtig, „weil sie die eigene Unabhängigkeit erhöht“ (G05), unkündbar zu sein „ist einfach deswegen wichtig, weil es eine gewisse Sicherheit gibt, Sachen zu sagen oder Sachen zu lassen“ (G06). Doch eine Aussicht auf feste Stellen gebe es bei den Sendern kaum noch. In seiner Redaktion seien 90 Prozent der Kolleg_innen Freie, berichtet

⁶⁹ Zur Situation von Freien beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk vgl. auch Arp (2008).

G06: „Es gibt im Haus eine Politik, auf Festangestellte, so sie nicht in Leitungsfunktionen sind, möglichst zu verzichten und die entsprechenden Funktionen Freie wahrnehmen zu lassen.“ Feste seien „deutlich schlechter führbar, deutlich schlechter disziplinierbar, deutlich schlechter rauswerfbar“ (G06).

G07, selbst lange freier Mitarbeiter, bevor er eine feste Stelle antrat, sieht in seinem Sender keine existentiellen Probleme für freie Mitarbeiter_innen. Man sei zwar von den Launen der Vorgesetzten abhängig, es bestünde aber die Möglichkeit, „vernünftiges Geld zu verdienen, um damit vernünftig über die Runden zu kommen“ (G07). Probleme, die andere gewerkschaftsnahe Interviewpartner_innen benennen, mag er für seinen Sender nicht bestätigen, vielmehr kritisiert er die Anspruchshaltung der Jungen, die „immer gepampert und gewickelt werden“ wollen, und amüsiert sich über die

„middle-Age-Leute, vor allem Frauen, die Mitte 30, Anfang 40 sind, die am Dritten schon genau wissen wollen, was sie am 30. verdient haben. Das funktioniert als Freier nicht. Obwohl sie schon seit zehn Jahren im Geschäft sind, haben sie das immer noch nicht verstanden und machen sich immer noch Anfang des Monats verrückt. Was das dann soll, verstehe ich nicht“ (G07, 52).

An anderer Stelle sagt G07 aber auch, er wisse den Status des Festangestellten zu schätzen, denn „[d]as, was ich jetzt verdiene, dafür muss ein Freier ordentlich strampeln. 38,5-Stunden-Woche, 34 Tage Urlaub, was will ich mehr?“ (G07).

Entideologisierung der jungen Journalist_innen

In einigen Fällen machen die Journalist_innen ihre Kolleg_innen für die negativen Entwicklungen verantwortlich. Denn die seien zunehmend unpolitisch (G03), hinterfragten die Quotenfixierung nicht und lieferten nur noch Boulevard-Themen. So echauffiert sich G07 auf die Frage, welche Themen seine Kolleg_innen bevorzugt ins Programm brächten: „Halligalli wollen die. Die Brüste von Angelina Jolie. Das wollte ein Kollege ins Programm bringen. Das sind so Bildzeitungs- oder Brisant-Themen, die in unserer Sendung nichts zu suchen haben“ (G07). Vielen Journalist_innen fehle es an Interesse, ihnen ginge es eher um Eigen-darstellung. „Ich glaube, dass ein Teil der Probleme, die die Medien seit vielen Jahren haben, damit zusammenhängt. Dass es mehr um dieses Selbstbespielen als tatsächlich dieser, wie Marx es genannt hätte, dialektischen Auseinandersetzung mit seiner Umwelt geht“ (G08).

Gerade die jungen Journalist_innen seien „entpolitisiert“, was mit der allgemeinen „Entideologisierung“ zusammenhänge (G04). Sie seien zu unkritisch, etwa im Wirtschaftsjournalismus, meint G06:

„[W]enn die sich mit der Börse beschäftigen, habe ich nicht den Eindruck, dass die sich mit der Frage beschäftigen, ist das jetzt gut oder nicht. Sondern die glauben, ihre Aufgabe sei damit erledigt, wenn sie einfach nur den Börsenkurs darstellen. Ich spitze das jetzt mal zu. Was das für

die Menschen bedeutet, ob das heißt, dass jemand arbeitslos wird, wie das kommt, dass es das heißen kann, interessiert nicht, das betrachten die auch nicht als ihre Aufgabe. Die bilden die Wirklichkeit ab. Es ist halt so und damit ist gut“ (G06, 43).

Auch G05 beobachtet bei den jungen Journalist_innen eine klare Tendenz: Es sei eine bestimmte soziale Schicht, „ich würde sagen, in der Regel eher die obere Mittelschicht, die da kommt. Das spricht ja nicht gegen den Einzelnen, aber die Selektion trifft ja auch nicht der - Sender-, sondern die passiert vorher. Das ist eine Frage der Politik insgesamt. Bildungspolitik, Sozialpolitik“ (G05). Die nachwachsenden Journalist_innen seien „mehr mit diesem Ellenbogen-Druck und den komischen Arbeitsbedingungen, die sie vielleicht schon im Praktikum bei den Privaten oder sonst wo mitgekriegt haben, aufgewachsen“, berichtet G10:

„Die sind eher bereit, das hinzunehmen und finden es eher normal. Denen fehlt dieser Funke, den wir damals hatten, Mensch, da müssen wir was machen. Die arrangieren sich eher, ist mein Eindruck. Warum weiß ich nicht. Weil sie jünger sind und in einer anderen Welt aufgewachsen sind“ (G10, 74).

Die unkritische Haltung der jungen Journalist_innen sei, warnt K09, auch ein Einfallstor für PR: Kritisch zu sein hat allerdings auch seinen Preis, wie K11 berichtet. Er habe vor seiner Anstellung beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk für ein anderes Medium mal eine kritische Reportage geschrieben und dabei Schwierigkeiten im Umgang mit der Kirche bekommen:

„Da wurde ich als Journalist so schlecht behandelt, wie ich noch nicht behandelt wurde. Kein Gespräch, noch nicht mal mit dem Pressesprecher, die Stimmung in dieser Stadt: schrecklich. Das heißt, es gibt Leute, die mit Kritik umgehen können und dass in einer demokratischen Gesellschaft sich auch die eigene Organisation Kritik stellen muss, und es gibt Leute, die denken, aber nicht mein eigener Laden. Sonst überall ist kritischer Journalismus nötig, aber bitte nicht in der Kirche, weil wir meinen es doch gut“ (K11, 183).

Gerade die schlechten Arbeitsbedingungen und die Stellenunsicherheit führten deshalb zu konformistischen Journalist_innen, die Selbstzensur betreiben, beklagt auch Bourdieu. Die Folge sei „Homogenisierung und Banalisierung“ (Bourdieu 1998a, 63).

6.6 Einfluss der Wertegebundenheit auf journalistische Arbeit

Zur Frage des Einflusses der Wertorientierung auf die journalistische Arbeit geben die Journalist_innen an, ihre Werte würden ihren Umgang mit Mitarbeiter_innen, Protagonist_innen und Zuschauer_innen prägen. Der gewerkschaftliche Wert der Solidarität fordere auch einen solidarischen Umgang mit Mitarbeiter_innen, erläutert G08. Auch K06, K08, K02 und K11 teilen diesen Anspruch, benennen ihn aber nicht mit Solidarität, sondern sprechen „vom Versuch, fair zu bleiben“ (K06), „Nächstenliebe“ oder „Respekt“ (K08), „Achtung vor der Würde des Menschen“ (K02) oder Fairness (K11). Im persönlichen und beruflichen Umfeld, aber auch in der Berichterstattung gebe er sich Mühe, „Menschen nicht bloß zu stellen, nicht zu verletzen, wo es geht“, sagt K06. Die Frage, was man zeigen könne und was Grenzen

verletzt, sei eine Frage der Würde des Menschen (K02). Auch K08 ist der respektvolle Umgang mit Protagonist_innen besonders wichtig. „Die Wahrheit ist wichtiger als ein Gag oder die Möglichkeit, etwas zu verkaufen. Da gibt es ganz hohe ethische Prinzipien, die sich aus meiner Weltanschauung ergeben“ (K08). Ebenso wie K11 ergänzt sie aber, dass es auch Kolleg_innen gebe, die nach diesen Prinzipien handeln, obwohl sie nicht christlich seien, aber katholische Journalist_innen seien „hoffentlich sensibler für diese Wertefragen als die anderen“ (K08). K11 bezweifelt im Gegensatz zu K07, der Christen wegen ihrer großen Verlässlichkeit und Fairness für die angenehmeren Arbeitskollegen hält, dass man christliche Journalist_innen von Nicht-Christen unterscheiden könne. „Durch die Aufklärung und den Humanismus sind ja im Grunde die christlichen Werte auch Werte der Nicht-Christen geworden. Solidarität ist eigentlich ein anderes Wort für Nächstenliebe.“ Besonders von Christen verlangt er aber eine Fairness gegenüber Gesprächspartner_innen in der Berichterstattung, denn auch wenn man jemanden für sein Handeln kritisiere, sei dieser „nach wie vor ein Mensch. Und – pathetisch gesagt – mein Nächster“ (K11). Für G08 leitet sich aus der Wertorientierung auch der Einsatz für die Verbesserung der Arbeitsbedingungen im Sender ab. Einen Anspruch, den er offenbar mit denjenigen Journalist_innen teilt, die sich im Personalrat engagieren.

Solidarität heiße auch, Themen zu setzen, die „im weitesten Umfeld mit Solidarität zu tun haben“, sagt ein Redaktionsleiter. Als Beispiele nennt er Leiharbeit und die schlechte Entlohnung von Frauen im Einzelhandel. Auch G12 meint, von den gewerkschaftlichen Werten geprägt zu sein, weshalb er bereits bei der Themenauswahl Präferenzen für diese Themen entwickelt habe. „Ohren für Dumping-Löhne“ hat auch G09, ebenso wie den Drang, über Leute zu berichten, die kein Sprachrohr haben. Als Grund dafür nennt er sein „Herz als Gewerkschafter“. Er behandle zwar nicht nur Gewerkschaftsthemen, spüre aber eine große soziale Verantwortung, die sich in seiner journalistischen Arbeit niederschlage.

„Dass man vom Bewusstsein her auf solche Themen stößt und sieht, das ist ein Thema, und sich nicht in dieser Idylle festsetzt, uns geht es allen gut – durch die gewerkschaftliche Sozialisation hat man einen anderen Blick auf die Verhältnisse“ (G09, 66).

Auch bei den kirchennahen Journalist_innen schlagen sich die christlichen Einstellungen auf die Berichterstattung nieder. Schon allein wegen des Berichtsfeldes von Kirche und Religion seien die „Werte, die die Kirche vertritt, die Themen, die die Kirche setzt, natürlich auch die Themen meiner Arbeit“ (K05). Aber auch darüber hinaus sei niemand unbeeinflusst von Wertvorstellungen oder Meinungen, weshalb auch K02 sich selbst Einstellungen „aufgrund kirchlicher Orientierung“ bescheinigt. K04 vermutet, dass christliche Menschen aufgrund der starken Wertorientierung auch mehr „Lust am Kommentar“ hätten. Das „Engagieren für andere“, „das Teilen“, das sei in der Religion verankert: „Das ist mit der Muttermilch eingesogen, wenn ich religiös sozialisiert worden bin“ (K04). Sie gibt allerdings zu bedenken,

dass hier auch andere Faktoren wie Bildungsstand oder sozialer Hintergrund eine Rolle spielen könnten. K10 weist darauf hin, dass die Werte nicht immer in direktem Zusammenhang mit der Kirche stehen, sondern auch „indirekt“ vorkommen können:

„Das ist ein riesiger Themenstrauß, wo die Werte indirekt vorkommen, auch wenn man sie nicht immer eins zu eins mit Kirche oder religiösen Gemeinschaften in Verbindung bringt. Anständig mit Leuten umzugehen, die auf der Flucht sind, darüber zu berichten, dass Leute sich redlich mühen und acht Stunden am Tag fünf oder sechs mal die Woche arbeiten und immer noch nicht ihre Familie ernähren können. Das zum Thema zu machen, ist unsere Aufgabe. Aber da müssen wir nicht immer mit der Kirche kommen und sagen: Die sagen das auch. Das ist gar nicht notwendig“ (K10, 171).

Doch die kirchennahen Journalist_innen thematisieren im Zusammenhang mit ihrer Werthaltung auch die Nähe zur Institution Kirche. Man müsse eine „gewisse Affinität zu seinem Berichtsgegenstand haben“, sagt etwa K06, und die sei „zweifelloser größer, wenn man in der evangelischen Kirche groß geworden ist“. Eine kirchennahe Sozialisation und eine Verbundenheit mit den Werten wird ohnehin als Qualifikation erachtet. Verstärkt wird der Zusammenhang dadurch, dass die Kirchen die Kirchenberichterstatter_innen zu Hintergrundgesprächen einladen, wo das Wir-Gefühl gestärkt und der Zugang zu exklusiven Informationen gewährleistet wird.

6.7 Zwischenfazit

Im Großen und Ganzen entsprechen die Aussagen der wertebundenen Journalist_innen den Befunden anderer Journalist_innenstudien: Die Informationsvermittlung steht im Vordergrund, ein missionarischer Anspruch wird höchstens als eine Berufsauffassung von vielen formuliert. Obwohl vor allem gewerkschaftsnahe Journalist_innen ihre Aufgabe als Kritiker der Zustände und als Aufklärer sehen, äußern gerade diese auch besonders häufig den Willen, neutral und präzise Informationen zu vermitteln. Das stellen auch Pfetsch und Mayerhöffer fest: Journalist_innen verbinden die Funktion der Informationsvermittlung mit der Kritik- und Kontrollfunktion, trennen „diesen Aspekt von der eigenen Meinungsäußerung [aber] streng“ (Pfetsch und Mayerhöffer 2011, 53). Die kirchennahen Journalist_innen hingegen formulieren die Auffassung von Kritik und Kontrolle nicht, betonen dafür aber stärker als die gewerkschaftsnahen, sie wollten dem Publikum eigene Ansichten präsentieren. In erster Linie sehen die kirchennahen Journalist_innen ihre Aufgabe darin, die Kirche sichtbar zu machen und einzuordnen und zu erklären. Sie sehen sich als Übersetzer_innen.

Das deckt sich mit Befunden von Russ (2004, 38), die auf sprachliche Barrieren zwischen Kirchen und Medien verweist. Sie beschreibt aber auch die Angst der Kirchen, „dass mit einer Transferleistung von Inhalten in Massenmedien unaufgebbare theologische Inhalte verloren gehen oder auch in unzulässigerweise ‚entwertet‘ werden“ (2004, 39). Daraus resul-

tiere eine Reserviertheit und Ablehnung im Kontakt mit Medien. In Gesprächen mit Kirchenvertreter_innen nahmen die Journalist_innen, die Russ befragt hat, ein spürbares Gefälle wahr. Es sei keine Kommunikation auf gleicher Ebene, weil die Kirchenvertreter_innen ihren Gesprächspartner_innen unterstelle, der Kirche Schaden zufügen zu wollen. „Die Erfahrungen, Medien gegenüber nichts selbst steuern zu können, hat in breiten Kreisen zu resignativer und abwehrender Haltung geführt“ (2004, 173). Dabei seien, so Russ, die meisten Journalist_innen, die sich mit dem Thema Kirche auseinandersetzen, Mitglieder der Kirche. Dieser Befund mag für Österreich und für die von Russ gewählte Untersuchungsgruppe gelten. Auf die Kirchenredakteur_innen öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten in Deutschland scheint er aber nicht übertragbar zu sein. Denn die Interviewpartner_innen berichten von einem guten Verhältnis zu den Kirchen, von engen Kontakten und viel Zutrauen. Allerdings sehen sie sich selbst auch als jene, die die Sprache der Kirche verstehen und übersetzen können, was sich auch auf das Verhalten der Kirchenvertreter_innen ihnen gegenüber auswirken wird.

Der Zusammenhang zwischen der Bindung an die Organisation und der Arbeit der Journalist_innen wird besonders bei den Kirchenredakteur_innen offensichtlich. Denn diese übernehmen in ihrem beruflichen Alltag Aufgaben, die unmittelbar mit den Kirchen verbunden sind. Die Antworten sind dann auch erwartungsgemäß, wie es auch andere Umfragen und vor allem Verlautbarungen der Kirche vermuten ließen. Sie möchten die Präsenz der Kirchen im Programm gewährleisten, religiöse und kirchliche Themen sichtbar machen. Und mit der thematischen Nähe zur Kirche wird auch die Wertorientierung legitimiert. Der Zusammenhang von kirchlichem Journalismusverständnis und Selbstverständnis der Journalist_innen zeigt sich auch bei Stroth (2007, 341), in deren Studie 37 Prozent der befragten katholischen Journalist_innen angaben „durch ihre Arbeit anderen das Wort Gottes näher bringen [zu] wollen und sich demnach als Botschafter Christi [zu] verstehen“. Selbst unter den Journalist_innen, die für säkulare Medien arbeiten, formulieren noch knapp 20 Prozent dieses Verständnis. Aus Sicht der Kirche ist das nur logisch. Denn Journalist_innen sollen ihrer Ansicht nach nicht nur Informationen vermitteln, sondern darin auch eine „ethische und sittliche Dimension sehen“ (2007, 337). Aus den Reden des Papstes Johannes Paul II zitiierend legt Stroth dar, gerade katholische Journalist_innen sollten „bei jeder Tätigkeit das Gute und das Heil des Menschen im Blick haben und sich bewusst sein, dass er durch seine Arbeit nicht nur zur Bildung einer öffentlichen Meinung beiträgt, sondern auch zur Verbreitung des Reiches Gottes“ (ebd.). Auch Papst Benedikt forderte, Journalismus nicht nur als ein Beruf unter vielen zu sehen sondern als „spezielle Sendung zur Verbreitung religiöser Werte und der Frohen Botschaft“ anzuerkennen (2007, 338).

Mehr als die gewerkschaftsnahen Journalist_innen leiten die kirchennahen ihren Auftrag von den vermuteten Wünschen des Publikums ab, von dem sie ein konkreteres Bild zeichnen als die gewerkschaftsnahen Journalist_innen; das Publikum verlange nach Einschätzungen und Orientierung. Die gewerkschaftsnahen Journalist_innen schätzen sich ohnehin eher als machtlos ein, sind aber auch deutlich resignierter, was die Aussicht auf eine Aktivierung des Publikums angeht.

Deutliche Kritik an den Arbeitsbedingungen üben die gewerkschaftsnahen Journalist_innen, wobei auch die in Kapitel 2.3 ausgeführten Zwänge, denen das journalistische Feld ausgesetzt ist, genannt und reflektiert werden. Diese würden sie daran hindern, ihren Anspruch an Journalismus im Arbeitsalltag umzusetzen. Die kirchennahen Journalist_innen sind erheblich zufriedener mit ihrer Arbeitssituation. Diese Diskrepanz ist vermutlich darauf zurückzuführen, dass die befragten kirchennahen Journalist_innen in Führungspositionen tätig sind, die meisten gewerkschaftsnahen aber in untergeordneten Positionen. Der Gestaltungsspielraum ist schon aufgrund der Position innerhalb der Redaktion unterschiedlich. Außerdem betreuen alle Kirchenredaktionen eigene Sendungen, in deren Gestaltung sie in der Regel völlig frei sind. Das führt auch dazu, dass die kirchennahen Journalist_innen zufriedener mit den Themen sind, die sie aufbereiten. Nahezu alle gewerkschaftsnahen Journalist_innen nennen ihnen persönlich wichtige Themen, die sie bearbeiten würden, wenn sie es könnten. Sie sehen sich wesentlich mehr Widerständen ausgesetzt, was auch Einfluss auf ihre Arbeitszufriedenheit hat und auf ihre Einschätzung, ihren Anspruch umsetzen zu können. Sie konkurrieren um Sendeplätze und Themen mit anderen Redaktionen oder Kolleg_innen und empfinden sich als unterlegen gegenüber dem Mainstream der Journalist_innen, müssen mehr für die von ihnen wichtig erachteten Themen kämpfen oder haben den Kampf darum aufgegeben.

Laut Bourdieu ist das journalistische Feld auf die „Produktion des leichtverderblichen Produkts Neuigkeiten“ ausgerichtet (Bourdieu 1998a, 109). Das Streben nach Aktualität prägt deshalb die Arbeit der Journalist_innen, der meisten jedenfalls. Für die tägliche Arbeit der Kirchenredakteur_innen scheint das wenig Relevanz zu haben. Zwar gibt es Ereignisse, über die berichtet werden muss, wie etwa der Kirchentag. Auch über kirchliche Feiertage muss berichtet und ein Programm bereitgestellt werden. Das sind aber alles vorhersehbare Termine. Auf aktuelle Entwicklungen in den Kirchen wird zwar reagiert, etwa auf den Rücktritt des Papstes oder auf personelle Veränderungen in der Bischofskonferenz oder in der EKD. Zu diesen Themen treten die Kirchenredakteur_innen als Expert_innen in den Sendungen anderer Redaktionen auf, geben Interviews und versorgen die aktuellen Redaktionen mit Informationen. Hauptsächlich scheinen die Kirchenredaktionen aber mit Hintergrundberichten und weniger dem Aktualitätsdruck unterliegenden Themen beschäftigt zu sein. Der Druck der Sensationen und der Aktualität trifft eher die gewerkschaftsnahen Journa-

list_innen in sozial- und wirtschaftspolitischen Redaktionen, erst Recht in aktuellen Redaktionen. Entsprechend auch die Wahrnehmung der thematischen Tiefe ihrer Berichte: Während die Kirchenredakteur_innen es als wohltuend empfinden, sich länger mit Themen beschäftigen zu können, berichten die gewerkschaftsnahen Journalist_innen von der Schnelligkeit des Journalismus und bedauern, sich nicht in einige wenige Themen durch ausgiebige Recherchen vertiefen zu können.

Nahezu alle Interviewpartner_innen geben an, Journalist_innen sollten eine Haltung haben. Vor allem die gewerkschaftsnahen Journalist_innen fordern, der Standpunkt sollte transparent gemacht werden, damit das Publikum sich selbst eine Meinung bilden könne. Die Vorstellung der Pluralität der Meinungen findet sich bei den kirchennahen Journalist_innen kaum. Ausgeprägt ist bei diesen dafür das Verständnis von der Möglichkeit einer objektiven Berichterstattung über die Welt, wie sie ist, über die „Wirklichkeit“ (K06), das „Wahre“ (K02) und den Versuch, sich „den wahren Sachverhalten möglichst zu nähern“ (K07). Bei den gewerkschaftsnahen Journalist_innen herrscht mehr Skepsis darüber, ob es das Wahre überhaupt gibt und ob, wenn es denn eine Wirklichkeit gibt, eine objektive Darstellung dieser möglich ist. Alle Interviewpartner_innen sind sich der Wichtigkeit der Frage von Objektivität und Ideologie bewusst, setzen sich mit dem Verhältnis von Nähe und Distanz auseinander und reflektieren ihren Anspruch an Objektivität.

7. Ambivalenzen und Interessenskonflikte

7.1 Unterstellte und selbst wahrgenommene Ambivalenzen und Konflikte

Die meisten befragten Journalist_innen geben sich Mühe, sich deutlich abzugrenzen und zu verwehren gegen den Vorwurf eines irgendwie gearteten Interessenkonflikts. „Ich sehe mich nicht als Hilfesteller. So sehe ich mich nicht“, betont K10. Er sei nicht die Pressestelle der IG Metall, stellt G08 klar, er sei kein Sprachrohr (G04), sie mache keine Schönfärberei (K08), er wolle keine Ideologie verkaufen (G07). Der Gewerkschaft durch positive Berichte etwas Gutes zu tun, verletze ihre „intellektuelle Eitelkeit“, sagt G05.

Die direkte Frage nach derartigen Konflikten führte in den Interviews selten dazu, Erkenntnisse darüber zu gewinnen. Denn immer wieder äußern sich Interviewpartner_innen auf die Frage nach möglichen oder tatsächlichen Interessenskonflikten widersprüchlich. So wie K02, die erst einen Konflikt zu verspüren meint bei der Bearbeitung von Themen wie dem kirchlichen Arbeitsrecht, bei dem sie eine andere Meinung habe als die Gremien, in denen sie Mitglied ist. Im weiteren Verlauf widerspricht sie sich aber mehrmals:

„Das ist so ein Thema, wo ich als Mitglied von irgendwelchen Gremien in der Kirche ein Problem habe mit der Haltung dieser Kirche, was das Streikrecht angeht. Das kann ich einfach nicht nachvollziehen. Aber das ist in dem Sinne kein Rollenkonflikt. Das wäre es ja, wenn es mich daran hindern würde, irgendwas zu senden oder so. Aber das ist ja nicht so.

Also wenn Sie jetzt einen Beitrag über Arbeitsbedingungen in der Kirche machen würden, könnten Sie das völlig frei?

Andersrum: Ich würde das nicht machen wollen. Einen Kommentar dazu würde ich nicht schreiben wollen.

Warum nicht?

Damit hätte ich ein Problem. Weiß auch nicht warum. Obwohl, ich würde es schon kommentieren. Das ist auch kein klassischer Rollenkonflikt“ (K02, 102).

Deshalb wurde an verschiedenen Stellen im Interview diese Frage angeschnitten, ohne Worte wie „Rollenkonflikt“, „Interessenskonflikt“, „Identitätskonflikt“ oder Ähnliches zu verwenden. Auch hierbei traten des Öfteren Widersprüche und vehemente Verwehungen auf, allerdings deutlich weniger als bei der direkten Nachfrage.

Nur fünf der befragten Journalist_innen geben an, schon einmal selbst Interessenskonflikte erlebt zu haben. Die meisten berichten von Situationen, in denen es möglicherweise zu Konflikten hätte kommen können, in denen ihnen zu viel Nähe unterstellt wurde, oder erzählen von Kolleg_innen, denen sie selbst Konflikte unterstellen.

Kirchennahe Journalist_innen

Die kirchengebundenen Journalist_innen sehen eine große Notwendigkeit zur Abgrenzung von der Kirche. Das resultiert vor allem aus den zwei Aufgabenbereichen der Kirchenredaktionen. Man könne zwar als Funktionsträger die Gottesdienstübertragungen betreuen, in der journalistischen Arbeit und in der Bewertung kirchlichen Verhaltens könne es aber zu Konflikten kommen, meint K06. Wenn man so lange dabei sei wie sie, stellt K08 klar, habe man das Bedürfnis nach Abgrenzung nicht mehr, aber

„[e]s ist schon ein Verdacht, unter dem man permanent steht. Eine Notwendigkeit, sich abzugrenzen, die daraus entsteht, dass eben diese beiden Typen von Sendungen bestehen. Das hat sonst keine andere Redaktion. Dass wir Sendungen technisch realisieren, deren Inhalte nicht journalistische Inhalte sind, sondern klare Verkündigungsinhalte haben. Und da liegt es nahe, dass man den Leuten unterschiebt, dass sie ihre journalistische Unabhängigkeit damit an der Garderobe abgeben. Da kann ich für alle meine Leute die Hand ins Feuer legen, dass das nicht so ist. Aber gegen dieses Vorurteil hat man zu kämpfen“ (K08, 147).

Und obwohl sie die Abgrenzung nicht für nötig hält und ihren Kirchenredaktions-Kolleg_innen ein zu großes Bedürfnis danach unterstellt, sieht sie sich selbst auch dem Vorwurf von zu viel Nähe ausgesetzt: „Dass es vielleicht ein paar Leute gegeben hat, die gesagt haben, die ist zu nah dran, mag sein“ (K08, 151).

Einige der kirchennahen Journalist_innen berichten, dass es immer wieder Unklarheit von Seiten der Kirche über die Unabhängigkeit der Kirchenredaktionen gäbe. In kirchlichen Bezügen habe er es erlebt, „dass die Leute denken, ich sei kirchlicher Mitarbeiter hier im -Sender-. Oder die Kirche hätte was mitzureden bei meiner Anstellung“ (K01). Nach Ansicht einiger Interviewpartner_innen denkt das auch das Publikum. Sie bekäme „böse Mails, von wegen wir seien doch auf der Seite der Kirche“, berichtet K04.

„Und es gibt von Hörerseite, jetzt weniger aber früher, Beschwerden über eine Sendung oder einen Beitrag an den Bischof. ‚Dass Sie dafür Geld ausgeben.‘ Oder an den Intendanten und den Bischof. Ein Missverständnis gab es da. Und es gibt auch von Hörerseite immer mal wieder die kritische Anfrage: ‚Ich dachte, das wäre eine Kirchensendung‘, auch der Begriff Kirchensendung taucht mal auf am Sonntag morgen, ‚da muss man doch nicht so kritisch und so.‘ Dass das als Irritation verstanden wird“ (K10, 167).

K05 kennt das auch. Er sei „vielen zu fromm und vielen zu kritisch“. Immer wieder wird in den Interviews von einem Unterschied zwischen dem Selbst- und dem Fremdbild berichtet. Er selbst sehe sich nicht als Hilfesteller der Kirche, würde aber von Teilen der Hörer_innen und auch im Sender so gesehen, führt etwa K10 aus, der sich besonders frustriert über die Kolleg_innen-Meinung zeigt: Er sieht sich in seinem Arbeitsalltag immer wieder mit dem Vorwurf konfrontiert, er sei Stellvertreter der Kirche, „irgendwie besonders mit der Kirche verhandelt“ oder ihr verpflichtet. Kolleg_innen unterstellen ihm, er könne nicht anders, als Pro-Papst-Kommentare zu verfassen, er müsse immer wieder mit dem Vorurteil aufräumen, seine Redaktion bestehe aus „ferngesteuerte Unterhosen der jeweiligen Bischöfe“. Auch K09

berichtet von einer zugeschriebenen Nähe. Sie habe den Eindruck, dass Dinge auf sie projiziert würden: „Manchmal sprechen mich Leute auch an mit Geschichten, wo ich denke, jetzt werde ich schon fast wie der Pfarrer behandelt, der irgendwas zur Taufe des Kindes sagen soll, was mir gar nicht einfallen würde“ (K09). Besonders Kolleg_innen ohne kirchliche Nähe äußerten Verständnislosigkeit über die kirchliche Bindung (K06). Der Drang, den „Anschein einer extremen Neutralität“ zu wahren, sei unter den Kirchenredaktionen verbreitet (K03). Trotzdem trennen nur zwei der kirchennahen Journalist_innen die Aufgabengebiete des Journalismus und der Verkündigung so weit, dass es keine verwischten Übergänge mehr gibt. Einzig K09 und K11 geben an, sich nicht um die Verkündigungssendungen zu kümmern.

Im Kontakt mit den Kirchen käme es tatsächlich zu „nicht ganz einfachen Verwicklungen“, so K05, etwa bei Gottesdiensten während eines Hintergrundgesprächs mit einem Bischof: „Ein Angebot, keine Pflicht. Da gehen trotzdem alle hin.“ Auch K04 kennt solche Situationen. Sie war mal Mitglied einer kirchlichen Kommission, die Gemeinden besucht hat, was sie selbst als grenzwertig einschätzt. Da die Kirche der Berichtsgegenstand der Kirchenredaktionen ist, müsse man „immer entscheiden, wie viele Brücken durch eine Veröffentlichung verbrannt werden und wie viele Freunde man verliert“ (K11). Ein Problem, mit dem sich die kirchennahen Journalist_innen aber nicht alleine fühlen:

„Ich glaube, alle Auslandskorrespondenten und auch die Korrespondenten in Berlin kennen diese Gradwanderung zwischen ‚Ich will kritische, distanzierte Berichterstattung machen‘ und gleichzeitig ‚Ich will mir die Quellen nicht verstopfen‘. Dieser Seiltanz ist halt immer da“ (K06, 129).

Doch der Seiltanz ist bei den kirchennahen Interviewpartner_innen etwas heikler, weil sie nicht nur über den den Berichtsgegenstand, sondern auch als gläubige Menschen mit der Kirche verbunden sind. Mit diesem Spannungsfeld hat sich auch Russ (2004) beschäftigt. Sie kommt zu dem Schluss:

„Sie [die kirchennahen Journalist_innen] sind ein Innen der Kirche, weil sie als Menschen zum Volk Gottes gehören. Sind sind das Außen der Kirche, weil sie ihr gegenüber stehen – in ihrer beruflichen Tätigkeit, aber eben auch, weil sie nicht dem genuin kirchlichen Raum zuzuordnen sind. Innen- und Außengrenzen treffen in den jeweiligen Personen selbst aufeinander“ (Russ 2004, 170f).

Wenn K05 sagt, er schätze es, dass er als Journalist auf die Kirche „von außen draufgucken“ könne, stellt sich die Frage, wie „außen“ er als Mitglied der Kirche und engagierter Christ überhaupt sein kann. Beim Interview in seinem Büro zeigt sich das Spannungsfeld deutlich: Während er in seinen Äußerungen auf Abgrenzung bedacht ist und sich immer wieder von der Institution Kirche distanziert, hängt an der Wand hinter ihm die gerahmte BILD-Titelseite mit der Schlagzeile „Wir sind Papst“, außerdem zwischen Familienbildern auch welche vom Papst. Auf dem Tisch liegt das katholische Magazin „theo“ neben einem Memo-

ry-Spiel mit Motiven von Bischofskirchen. Er selbst stellt sich die Frage der Umsetzbarkeit einer Abgrenzung auch: „Sie merken, dass wir Grenzgänger sind. Mehr als die Wirtschaftsberichterstatte, bei denen ganz klar ist: Du darfst nicht mit Telekom. Aber mir kann man nicht sagen: Du darfst nicht mit der katholischen Kirche. Dann könnte ich nicht Berichterstatte sein“ (K05).

Einigen der Journalist_innen ist bewusst, dass ihre Nähe zur Kirche, die kirchliche Sozialisation und die Übereinstimmung in den Werten Interessenskonflikte verhindern würde. Sie führen das auch auf die Personalrekrutierung zurück. Die meisten kirchennahen Journalist_innen berichten von einer mit den Vorstellungen der Kirche konformen Lebensführung, sie sind in der Regel verheiratet und haben Kinder. Ein_e Journalist_in gibt an, heute gäbe es Widersprüche zwischen der eigenen Lebensführung und der Lehre der Kirche, die zur Zeit der Berufung zur Redaktionsleitung noch nicht bestanden hätten. „Ob mich heute noch jemand zur Redaktionsleitung machen würde, weiß ich nicht.“ In der Regel bestünde das Problem der Widersprüchlichkeit zwischen eigenen Vorstellungen und kirchlichen Werten nicht, stellt K07 fest:

„Natürlich, wenn sich jemand als Geschiedener bei der Kirche um einen Arbeitsplatz bewirbt, wo Voraussetzung ist, dass man nicht geschieden ist, dann gibt es ein Problem. Dann müsste man schauen, ob man das lösen kann. Aber in der Regel ist es so, dass Menschen, die von so einem Problem betroffen sind, sich gar nicht erst bei der Kirche bewerben. So gesehen erübrigt sich das“ (K07, 144).

Gewerkschaftsnahe Journalist_innen

Konflikte beschreiben auch die gewerkschaftsnahen Journalist_innen. Er fühle sich befangen bei der Bearbeitung von Gewerkschaftsthemen, sei da „zu sehr Partei“, gibt G12 zu. Auch G04 sieht Interessenskonflikte zwischen „Ich als Bürger und ich als Journalist. Zum Beispiel, wenn die ARD zeigt, wie der Betriebsrat einvernommen wird. Drücke ich da ein Auge zu? Ich kann da nicht sagen, weil es Gewerkschaften sind, sind es die Guten. Ich muss kritisch nachfragen“ (G04, 24).

Ebenso wie die kirchennahen berichten auch die gewerkschaftsnahen Journalist_innen von Verwunderung ihrer Organisation über die fehlende Linientreue, allerdings scheint das ein weniger verbreitetes Phänomen zu sein als bei den Kirchen, was wahrscheinlich darauf zurückzuführen ist, dass der Kontakt zwischen den gewerkschaftsnahen Journalist_innen und den Gewerkschaften äußerst gering ist. Die beiden Journalist_innen, die von derartigen Konfliktsituationen berichten, sind im Vergleich zu den meisten anderen gewerkschaftsnahen Interviewpartner_innen sehr intensiv in gewerkschaftliche Zusammenhänge eingebunden. G11 spüre manchmal Vorbehalte von Gewerkschafter_innen, wenn ein kritischer Beitrag über Gewerkschaften von ihm gesendet worden wäre. Auch G03 berichtet von Situationen,

in denen ihm von Gewerkschafter_innen vorgeworfen wurde, er habe zu wenig über deren Themen berichtet: „Der Vorwurf kam: Du bist doch einer von uns, warum berichtest du nicht viel mehr über dieses und jenes Thema. Da gab es schon heftige Auseinandersetzungen und Beleidigtsein“ (G11, 20).

Häufiger berichten die gewerkschaftsnahen Journalist_innen von Vorbehalten der Redaktionen. „Natürlich sagen die anderen: Oje, der wieder mit seiner Gewerkschaft!“ (G06). Eine Redaktion habe ihn mit einem Thema nicht beauftragt, weil er zu nah dran sei, weil er gewerkschaftlich aktiv ist, berichtet G11. Er beschwert sich über Schubladendenken von Kollegen: „Die können sich dann die Themen gar nicht richtig anhören, weil sie denken, ich will Propaganda machen. Voreingenommenheit gibt es da“ (G11, 83). An anderer Stelle erzählt er allerdings von einem Beitrag, den er im Auftrag eines Redakteurs über ein Gewerkschaftsthema gemacht hat. Er selbst war involviert in das Thema und wurde gerade wegen dieser Nähe und dem Insiderwissen damit beauftragt. Er selbst aber, sagt G11, „hätte mich anstelle des Kollegen damit nicht beauftragt“.

G09 stellt an sich selbst fest, er sei „vielleicht [...] nicht mehr so objektiv“, wenn es um Themen wie Lohndumping gehe. Denn „durch die gewerkschaftliche Sozialisation hat man einen anderen Blick auf die Verhältnisse“. Das zeige sich darin, dass er sich „sehr, sehr gut drauf vorbereite, um in dem Interview dem Arbeitgeber auch solche Fragen zu stellen, dass er da eindeutig Stellung nehmen muss“ (G09, 66).

Grenzziehungen

Nahezu alle Interviewpartner_innen grenzen sich ab von denen, die ihrer Meinung nach – im Gegensatz zu ihnen selbst – Interessenskonflikten ausgesetzt sind. In der Regel sind die Grenzen nicht absolut, sondern befinden sich nur knapp neben ihrem eigenen Engagement oder der eigenen Involviertheit. Rollenkonflikte vermuten sie bei anderen, nicht bei sich selbst. Diese Beobachtung haben auch Koch et al. (2012, 520) gemacht, als sie freie Journalist_innen mit Nebentätigkeiten im PR-Bereich untersucht haben. Gleichzeitig werden die eigenen möglicherweise vorhandenen Rollenkonflikte marginalisiert – ebenfalls ein Effekt, den auch Koch et al. (vgl. 2012, 530f) beobachtet haben.

Häufig unterstellen die Interviewpartner_innen anderen Journalist_innen fehlende Objektivität. G08 etwa erkennt bei den Kirchenredakteur_innen, „vor allem dann, wenn die [...] auch noch in Rom sitzen und damit schon durch die räumliche Nähe einen anderen Blick haben, und es sonst noch irgendwelche Verflechtungen zwischen den Kirchen und den Kirchenredakteuren“ gibt, fehlende Objektivität. Diesen Vorwurf macht er aber auch den Sportjournalist_innen, bei denen er eine „Kameraderie zwischen dem Objekt der Berichterstattung, was

in dem Fall oft ein Subjekt ist, nämlich der Sportler und dem Beobachter“ unterstellt, die so weit gehe,

„dass man sich auch vor laufender Kamera duzt, dann wird für viele erkennbar, dass da null Distanz vorhanden ist. Weder zur Person noch damit auch zur Sache. Ich kann schlechterdings natürlich nicht mehr objektiv über den Fußballer X oder den Trainer oder das Spiel an sich berichten, wenn ich so involviert bin“ (G08, 65).

Ähnliche Skepsis bringt er auch den embedded journalists entgegen, die im Irak-Krieg „in den Panzern mitgefahren sind. Für uns alle war ja klar, dass das keine objektive Art der Berichterstattung ist“ (G08). Auch G03 kennt Fachjournalist_innen, die seiner Meinung nach wesentlich gefährdeter wären, in Interessenskonflikte zu geraten, weil da „dieses Abstandhalten“ nicht gelte, etwa bei „Wissenschaftsgeschichten oder Agrarthemen oder noch viel schlimmer Sport, da sind die ja geradezu verbrüder. Überall“ (G03). Und auch die Kirchenredaktionen geraten in sein Visier: „Wenn ich jetzt die Papstwahl sehe, da sind die größten Katholiken natürlich nach Rom gekommen.“

K04 findet bundespolitische Berichtersteller „zu parteigängerisch“, die täten aber gleichzeitig immer so, „als wenn sie die super-investigativen Journalisten wären“. „Grenzwertig“ findet sie außerdem das Engagement eines ehemaligen Kollegen im Rat der evangelischen Kirche EKD. Erst als dieser Vize des Ratsvorsitzenden wurde, habe er die Arbeit in der Kirchenredaktion abgegeben. „Da fand ich, war das einfach nicht mehr sauber. Weil er auch Filme über die EKD gemacht und betreut hat. Das finde ich, geht nicht“ (K04).

Auch untereinander unterstellen sich die Interviewpartner_innen fehlende oder zumindest geringe Objektivität und mögliche Grenzüberschreitungen: Ein_e gewerkschaftsnahe_r Journalist_in spricht einem anderen die Fähigkeit zu Objektivität ab, weil dieser Funktionär sei. Ein_e Kirchenredakteur_in sagt über ein_e andere_n Kirchenredakteur_in, er_sie wäre „katholisches Urgestein“ und würde sich „garantiert als sehr objektiv darstellen und gleichzeitig ist [sie_er] in meiner Wahrnehmung absolut katholisch gefärbt“. Die_der angesprochene Journalist_in kontert, er_sie „gehöre nicht zu denen, die sich gefallen in gehässigen Kommentaren. Ich kritisiere, aber trotzdem loyal und fair. Das mag ich auch nicht, wenn Kollegen dann da glauben, ihre Unabhängigkeit dadurch beweisen zu müssen, indem sie jemanden niederschreiben oder unfair sind.“

K08 vermutet bei Journalist_innen, die bei kirchlichen Medien arbeiten, Konflikte mit der Kirche, sie selbst erlebe diese aber nicht, weil sie einen säkularen Arbeitgeber habe. K09 unterstellt der Kollegin beim Fernsehen eine geringere Distanz.

„Sie kann meine straffe Unterscheidung zwischen Verkündigung und Journalismus nicht so verstehen. Denn bei denen gehören ganz selbstverständlich Gottesdienstübertragungen dazu, was bei uns getrennter ist. Wenn man selbst damit beschäftigt ist, Gottesdienste zu inszenieren oder einzufangen in der Inszenierung, nach der Kamera und so zu gucken, dann empfindet man

sich als Redakteur auch anders. Als wenn wir einfach sagen: Hier steht der Ü-Wagen“ (K09, 161).

Die kirchennahen Journalist_innen unterstellen außerdem jeweils anderen Kirchenredaktionen eine größere Beeinflussung durch die Kirche. Kirchenredaktionen anderer Sender seien „binnnkirchlicher“ oder „wie eine Kirchenzeitung“ oder unterlägen „mehr kirchlicher Einflussnahme“.

Bei einem Abgleich des Engagements der Journalist_innen in Kirche oder Gewerkschaft einerseits und ihrer Einschätzung der Grenzen und der Gefahr von Interessenskonflikten andererseits fällt auf, dass die Grenzen in der Regel sehr knapp über dem eigenen Grad an Involviertheit gezogen werden. Eine in der Synode der EKD engagierte Journalistin findet beispielsweise das Engagement eines Kollegen nicht ok, weil der in der EKD auf Bundesebene aktiv ist, sie hingegen nur auf Landesebene. Journalist_innen, die selbst in Gremien aktiv sind, schreiben sich selbst keine Konflikte zu, befürchten diese aber bei Kolleg_innen, die über Gremien berichten, in denen sie Mitglied sind. Ein gewerkschaftsnaher Journalist fürchtet bei gewerkschaftlichem Engagement Interessenskonflikte. Er selbst ist Personalrat, sieht das aber nicht als gewerkschaftliches Engagement, weil dort das Personalvertretungsgesetz gelte. Mehrere kirchennahe Journalist_innen, die sich in der Gemeinde engagieren, ziehen die Grenze auf der Ebene oberhalb der Gemeinde. Andere engagieren sich außerhalb des Berichtsgebiets, empfinden es aber als Konflikt, würden sie sich innerhalb des Berichtsgebiets engagieren. Einige kirchennahe Journalist_innen übernehmen Moderationsjobs bei Kirchentagen oder anderen kirchlichen Veranstaltungen, was für andere wiederum eine Grenzüberschreitung und ein No-Go darstellt. Für die, die moderieren, wäre es erst dann problematisch, wenn sie über die jeweilige Veranstaltung auch berichten würden. Die Moderationen an sich seien unproblematisch, weil sie „aus rein sachlichem, fachlichem Interesse“ erfolgen, also „Sacharbeit“ seien.

Eine, die sich in den katholischen Berufsverband GkP sehr aktiv einbringt, findet dagegen das Engagement im Zentralkomitee der Katholiken ZdK verwerflich. Dem stimmen auch sechs andere Journalist_innen zu. Viele von ihnen nennen als Negativbeispiel den ZDF-Chefredakteur Peter Frey, der Mitglied des ZdK ist. Dieser wiederum leitet aus seinem Engagement dort keinen Interessenskonflikt ab. Der entstünde erst, wenn er in Ausschüssen mitarbeiten würde. Und schließlich bekäme er kein Geld für sein Engagement, sei also auch kein Funktionär (vgl. Frey 2013). Auch andere Interviewpartner_innen ziehen die Grenze bei der Vergütung: Ehrenamtliches Engagement sei ok, bezahlte Tätigkeit nicht. Ein Journalist macht eine noch feinere Unterscheidung: Seine Ausschussarbeit für das Landeskomitee der Katholiken sei unbedenklich. Problematisch wäre es, wenn jemand in einem Ausschuss sei, in dem auch Mitglieder des Landeskomitees tätig wären.

7.2 Strategien zur Vermeidung von Konflikten

Koch et al. (2012, 522) beobachten bei Journalist_innen sowohl Präventionsstrategien, um Konflikte im Vorfeld zu vermeiden, als auch Bewältigungsstrategien, die helfen sollen, erlebte Konflikte zu reduzieren. Prävention geschieht demnach auf vielfältige Weise. Betroffene könnten beispielsweise „die Ausführung einer konfliktbehafteten Rolle vor Bezugspersonen mit (potentiell) konträren Erwartungen verheimlichen“ oder versuchen, sich widersprechende Rollen räumlich oder zeitlich zu trennen. Die Bewältigung bei misslungener Prävention geschehe entweder durch eine Entscheidung für die Erwartung, die ihnen legitimer erscheint oder ein geringeres Sanktionspotential birgt. Oder sie weisen „die Verantwortung dafür, dass sie Rollenerwartungen nicht nachkommen, zurück oder kritisieren die Kritiker ihrer eigenen Versäumnisse“ (ebd.).

Aufgabentrennung

Mehrere Journalist_innen weisen darauf hin, dass man zwischen dem gesinnungsgebundenen Menschen auf der einen Seite und der dem unabhängigen Journalist_in auf der anderen trennen müsse. Sie seien auf der einen Seite engagierte Bürger_innen, auf der anderen Seite Journalist_innen (G04), einerseits Gewerkschafter_innen, andererseits Journalist_innen (G11). In seiner Arbeit, so K05, sei die Kirche Berichtsgegenstand, „das, was Bayer Leverkusen für den Wirtschaftsberichterstatter ist“. Er müsse deshalb „trotz meiner Zugehörigkeit und Zuneigung diesen Schritt zurück machen“ (K05). Deshalb dürfe man auch keine Rabatte annehmen und bei Gottesdiensten, über die er berichtet, keine persönlichen Gebete sprechen und mitsingen. „Dann bin ich nicht Teilnehmer dieses Gottesdienstes, sondern Beobachter. [...] Da spreche ich nicht meine persönlichen Gebete. Und singe auch nicht mit“ (K05). K07 trennt zudem zwischen „Sacharbeit“, womit er Moderationsjobs meint, die er „aus rein sachlichem, fachlichem Interesse“ übernimmt, und „dem, was man sonst so macht“ (K07). Andererseits stellt er die Frage, „inwieweit man sich kirchlich engagiert, wenn man hier als Fachmensch arbeitet“.

Darüber hinaus geben zwei Journalist_innen die Trennung der Aufgaben als Vermeidungsstrategie an: Sie würden sich nicht mit den Verkündigungssendungen beschäftigen. Einer wird sehr deutlich und fordert eine klare Kennzeichnung von Verkündigungsformaten:

„Manche sagen einfach, was ich nicht so gut finde, ‚Das Wort zum Tage von Pfarrer Soundso‘. Da ist meiner Meinung nach nicht klar, dass es völlig verantwortet und produziert und gemacht ist von der Kirche. Das halte ich nicht für gut.‘ [...] Aber aufgrund des Willens, sich klar abzusetzen und zu sagen: Wir machen das eine und ihr macht das andere. Und beides hat seinen Wert. Verkündigungssendungen sind ja ok, das gehört zum Christentum. Aber man sollte nicht Journalisten beim öffentlich-rechtlichen Sender einstellen, damit die das machen“ (K11, 157).

Ein Interviewpartner, der vor seiner Anstellung beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk in seinem Beruf als Pfarrer Verkündigungssendungen gestaltet hat, beendete diese Tätigkeit, sobald er journalistisch arbeitete.

Man könnte die Trennung von Verkündigung und journalistischer Arbeit auch mit dem Pressekodex begründen, der verlangt, Journalist_innen sollten „auf eine klare Trennung zwischen redaktionellem Text und Veröffentlichungen zu werblichen Zwecken“ achten (Presserat 2013, 18). Ob Verkündigungssendungen als Werbung begriffen werden können, ist sicherlich streitbar. In jedem Fall handelt es sich aber um Zulieferungen durch nicht journalistische Akteur_innen, die als „private oder geschäftliche Interessen Dritter“ (ebd.) begriffen werden können. Ebenso plausibel wäre es, die Verkündigung gleichzusetzen mit Kommentaren, die klar von Nachrichten zu trennen sind. Das würde eine personelle Trennung der beiden Bereiche begründen. Denn eine fest verankerte Rollentrennung zwischen Reporter_innen und Kommentator_innen würde die strikte Trennung zwischen Nachrichtengebung und Kommentierung gewährleisten, stellen Esser und Weßler (2002, 177) fest.

Themenvermeidung

Koch et al. (2012) identifizieren die Thementrennung als Strategie freier Journalist_innen, Rollenkonflikten durch Nebentätigkeiten im PR-Bereich vorzubeugen. Dabei unterscheiden sie zwischen einer Trennung von Themenbereichen und spezifischen Themen (vgl. 2012, 528). Ersteres würde, übertragen auf die Untersuchungsgruppe dieser Studie, bedeuten, dass kirchennahe Journalist_innen nicht über Religion und gewerkschaftsnahe Journalist_innen nicht über Sozial- und Wirtschaftspolitik und Themen der Arbeitswelt berichten dürften. Auch bei Koch et al. stellt sich dieses „wünschenswerte Optimum“ als unrealistisch heraus. Vielmehr könne bei spezifischen Themen oder Tätigkeiten auf eine Trennung geachtet werden (vgl. 2012, 528f).

Berichte über die eigene Organisation empfinden einige der gewerkschaftsnahen Journalist_innen als „No-Go“ (G02, G03, G05). Zwar könne man über Themen berichten, die auch die Organisation betreffen. Sobald es um Vorgänge, Skandale oder Personalien innerhalb der Gewerkschaften ginge, fehle dem Gewerkschaftsmitglied aber die nötige Distanz. G12 meint, als Gewerkschafter solle er besser keine Wirtschaftsberichterstattung machen. Über Skandale im DGB wolle sie nicht berichten, sagt G05, da sie da befangen sei. Deshalb würde sie in einem solchen Fall dem Chefredakteur sagen, jemand anderes solle sich damit beschäftigen. Wie er auf Skandale in den Gewerkschaften reagiert hätte, wisse er nicht, gibt G03 an, da es diese bislang nicht gegeben habe.

Der Verzicht auf Themen ist aus mehreren Gründen schwierig, vor allem weil Gewerkschaftsthemen nicht nur Themen dieser Organisation, sondern gleichzeitig gravierende soziale Themen seien, über die man berichten müsse, wie G05 klarstellt: „Wenn ich das tun würde, was ich zum Teil auch getan habe, Sozialpolitikthemen, dann denke ich da nicht an die Gewerkschaft, sondern da denke ich an den Großteil der Bevölkerung. Die Themen gibt es auch, obwohl es Gewerkschaften gibt“ (G05). Als Problem wird auch die Übereinstimmung in der Aufgabenstellung gesehen: Genau wie er als Journalist wollen auch die Gewerkschaften denen eine Stimme geben, die keine haben. Zwangsläufig beschäftige man sich deshalb mit den gleichen Themen, meint G09. Das bestätigt auch G12: Er habe eine Präferenz für Themen, die auch Gewerkschaften interessierten. „Auf der anderen Seite gibt es auch eine Befangenheit. Also über bestimmte Themen würde ich dann auch nicht berichten, da bin ich mir sicher“ (G12). Er vermeide z.B. die Berichterstattung über Tarifaueinandersetzungen im öffentlich-rechtlichen Rundfunk, weil er da „zu sehr Partei“ sei.

Die Frage sei, gibt G10 zu Bedenken, wo man die Grenze zieht:

„Jeder hat doch persönliche Eigenschaften und jeder Journalist hat persönliche Eigenschaften, persönliche Interessen. Würde man denn sagen, zu einem frauenpolitischen Thema, da ist eine wichtige Diskussion zum Thema Quote, da schicke ich keine Frau hin, denn die ist ja befangen? Würde man ja eher nicht. Wahrscheinlich würde man eher sagen, dass man da eine Frau hinschickt. Oder jemand berichtet über ein Straßenfest. Würde man den dann nicht hinschicken, weil er zufällig in dem Viertel wohnt? Mit der Gewerkschaftsmitgliedschaft ist es doch ähnlich“ (G10, 76).

Ver.di-Mitarbeiterin Inez Kühn zeigt sich deshalb irritiert von dem Bestreben vieler gewerkschaftsnaher Journalist_innen, Gewerkschaftsthemen zu meiden. Sie beobachte das auch, habe dafür aber kein Verständnis. Zumal die Deutsche Journalistinnen- und Journalisten-Union (dju) dafür eigens Regeln in der Geschäftsordnung formuliert habe, die Interessenskonflikten vorbeugen sollten (vgl. Kapitel 2.4.2 und ver.di 2007, 6):

„Eine Kollegin vom Bayerischen Rundfunk sagte, sie würde gerne in den Vorstand gehen, aber dann könne sie nicht mehr über Gewerkschaften berichten. Da gibt es eine hohe Selbstzensur. Das ist das eigentliche Problem. Der Sender sagt das gar nicht. Bei ureigensten Geschichten ist das ja noch nachvollziehbar. Aber die Zurückhaltung von Journalisten bezogen auf eigene Themen ist gigantisch. Bei den Gewerkschaften. Wir haben in der Geschäftsordnung stehen, obwohl das eine Selbstverständlichkeit ist, dass es keine Einflussnahme geben darf. Das haben wir extra reingeschrieben, weil es diese Zurückhaltung gibt. Ehrlich gesagt, manchmal verstehe ich das auch nicht“ (Kühn 2014).

G08 teilt Kühns Einschätzung und warnt vor einem „intellektuellen Maulkorb“: „Dass man von vornherein sagt, das und das machst du jetzt nicht, sonst gibt es wieder Ärger. Das gibt es nicht. Sollte es auch nicht geben“ (G08).

Da Kirchen der Berichtsgegenstand der Religionsredaktionen sind, stellt sich die Frage der strikten Trennung der Themen für die befragten kirchennahen Journalist_innen nicht. Sie empfinden es erst als problematisch, wenn sie selbst Mitglieder von Gremien sind oder Ver-

anstaltungen moderieren, über die sie im Rahmen ihrer journalistischen Tätigkeit berichten müssen. K06 gibt außerdem an, nur selten über kircheninterne Vorgänge zu berichten. K04 gibt an, sie berichte nicht über Themen, die sie selbst betreffen, womit sie ihr Engagement und ihre sexuelle Orientierung meint. Kirchenthemen seien schwer von anderen Themen zu trennen, meint K05. Kirche betreffe so viele Lebensbereiche, dass schwer abgrenzbar sei, ab wann die Nähe zu groß sei. „Das ist ganz viel Ethik, ganz viel Liturgie, menschliches Sozialsystem ist dadurch bestimmt“; als Religionsberichterstatter sei er „verbunden mit dem Ganzen“ (K05).

Die Überlegung, sich mit bestimmten Themen aus Sorge um zu viel Nähe nicht zu beschäftigen, scheint bei den meisten kirchennahen Journalist_innen allerdings ohnehin keine Rolle zu spielen. Im Gegenteil: Sie betonen, dass sie beispielsweise über Ereignisse in der katholischen Kirche besser berichten können als ihr_e evangelische_r Kolleg_in, der_die wiederum besser geeignet wäre, um über über Vorgänge in der evangelischen Kirche zu berichten. Denn das Insider-Wissen sei nötig. Beim Papst-Besuch etwa müsste ein_e katholische_r Journalist_in mit der Berichterstattung betraut werden, wie Peter Frey für das ZDF.

Nicht in Gottes Namen

Die Vermeidung von Themen, die eine zu große Nähe zu der Organisation aufweisen, ist aus einem anderen Grund eine Strategie kirchennaher Journalist_innen: Innerkirchliche Themen interessierten das Publikum nicht, insbesondere nicht diejenigen, die nicht mehr kirchlich sozialisiert wurden. So berichtet Susanne Sturm, Kirchenredakteurin des MDR, in einem Interview mit Domradio:

„Wir hatten oft den Eindruck, je deutlicher im Titel Kirche vorkommt, Kirche als Institution, desto schwieriger haben wir es hier im Sendegebiet. Es gibt da offensichtlich so eine Befürchtung, man wird jetzt missioniert und es mag sein, dass die Menschen sagen, weltanschauliche Beeinflussung hatten wir, das möchten wir nicht mehr.“⁷⁰

In den 1980er-Jahren nahm die institutionalisierte Religion, so Gärtner (2009), wenig Raum in den Medien ein. Diese Entwicklung wurde von den einen als Zeichen fortschreitender Säkularisierung gewertet. Andere meinten jedoch, eine Rückkehr der Religionen in den Medien zu erkennen. Allerdings würden weniger die religiöse Institutionen thematisiert, nicht einmal unbedingt die christliche Religion, sondern esoterische Themen ebenso wie fernöstliche Religionen. Ob religiöse Themen aufgegriffen wurden, hing stark vom Engagement der Journalisten ab. Michaela Pilters, ZDF-Kirchenredakteurin, machte in den 1980ern drei Typen von Journalisten aus, die sich in ihrem Verhältnis und ihrem Umgang mit der Religion unterscheiden: Die einen lehnten religiöse Themen aufgrund ihrer kirchlichen Sozialisation

⁷⁰ <http://www.domradio.de/aktuell/73705/innerdeutsche-glaubensgrenze.html>

ab; die zweiten, die sogenannten Missionare, gingen undifferenziert und dogmatisch mit religiösen Fragen um; die dritten versuchten, religiöse Themen zwar zu platzieren, aber so zu verkleiden, dass sie kaum noch erkennbar waren. Selbst im Wort zum Sonntag, stellte sie fest, würde kaum noch das Wort „Gott“ fallen. Kirchliche Sendeplätze hätten Botschaften des Christentums, wie Entwicklungshilfe, Gerechtigkeit und Frieden, thematisiert, jedoch ohne klares Bekenntnis. Das würde dazu führen, dass keiner mehr die kirchlichen Begriffe kenne und nur noch „das allgemein Menschliche übrig“ bleibe (Pilters 2006, 69f). Für die Kirche mag das bedauerlich sein, aber dennoch ist ein Widererstarken öffentlicher Religionen zu beobachten, wie es u.a. auch José Casanova (2010) ausführt. Er spricht von einer Privatisierung der Religion. In einer privatisierten oder individualisierten Religiosität bleibt für die Institution Kirche aber kein Platz mehr. Deshalb wird die Kirche als Institution weniger thematisiert, sondern das „allgemein Menschliche“ (Pilters 2006) – Religionsvermittlung also durch die Hintertür. Nachteilig im Sinne der Institution Kirche muss das nicht sein, denn „sehr viel ertragreicher ist es, wenn Verbandspositionen in den redaktionellen Teil eingehen, an dem die Rezipienten stärker interessiert sind und dem sie mehr vertrauen“ (Vowe 2007, 470). Begründet wird die indirekte Wertevermittlung mit dem Zuschauer_innenwille: „Aus Umfragen und Zuschauertests wissen wir, dass nicht Institutionen und Strukturen unsere Zuschauer interessieren, wohl aber der ‚Gebrauchswert‘ einer Religion“ (Pilters 2006).

Das wird auch in den Interviews bestätigt. Die „Hardcore-Kirchensendungen“ (K08), die es noch zu Beginn ihrer Journalist_innenzeit gegeben hätte, hätten sich mittlerweile reduziert und wären einem indirekten Werteprogramm gewichen:

„Die Zuschauer, ich würde gar nicht sagen, dass die Zuschauer kein Interesse haben an religiösen Fragen, das habe sie durchaus. Also Fragen nach dem Sinn des Lebens und wie gehe ich mit Schuld um und wie gelingt meine Partnerschaft. Das sind all diese Fragen, die wir ja in - Sendung- behandeln. Die Sinnfragen. Aber die Zuschauer haben kein Interesse mehr daran, ob der Bischof 60sten Geburtstag hatte und wo ein Caritas-Heim eingeweiht wird. Die Zeiten, wo es ein klassisches Interesse an der Institution Kirche gab, die sind vorbei. Was nicht heißt, dass das Interesse an religiösen Fragen nicht gegeben wäre“ (K08, 149).

Deshalb habe im Gegensatz zu den Verkündigungssendungen, „die noch einen ganz klaren kirchlichen Bezug haben“, der Dokumentationssendeplatz „mit Religion und Kirche gar nichts mehr zu tun“. Es ginge dort um existentielle Fragen.

„Die Programmplanung antizipiert oder beobachtet natürlich die Akzeptanz von solchen Sendungen. Und man geht davon aus, und das wird sicherlich auch stimmen, dass wir, wenn wir rein kirchliche Themen haben, nicht so viel Erfolg haben, wie wenn wir diese allgemein menschlichen Themen machen“ (K08, 149).

Die Zuschauer_innen seien „immer total überrascht“, wenn sie in der Redaktion des Sendeplatzes anriefen und in der Kirchenredaktion landeten. Gerade im Fernsehen, bestätigt auch ein_e ander_e Interviewpartner_in werde die Strategie verfolgt, „vor allem über Sozialthemen zu gewinnen“ (K09).

Verstärkt wird die Tendenz, nicht den Verdacht einer Nähe zur Kirche aufkommen zu lassen, durch die Benennung der Redaktionen. Während die Redaktionen früher als „Kirchenfunk“ bezeichnet wurden, grenzen sich die Journalist_innen jetzt deutlich davon ab, und verleihen damit ihrer Distanz zur Institution Kirche Ausdruck. Es sei ein „atmosphärischer Unterschied“, ob die Redaktion Kirchenfunk oder Kirchenredaktion genannt werde, sagt K03. „Kirchenredaktion hat dieses Redaktionelle drin. Die Distanzierung.“ Die Bezeichnung als Kirchenredakteurin vermittelt den Eindruck, als sei man „im kirchlichen Auftrag unterwegs“ (K09), „als wenn wir im Auftrag der katholischen und evangelischen Kirche arbeiten würden“ (K04). Es wirke „irgendwie besonders mit der Kirche verbandelt“ (K10), „als wären wir der verlängerte Arm der Kirche, der hier so reinfunkt“ (K01). K11 vermutet, die Bezeichnung komme aus „den 50er Jahren, als alles nur Kirche war“. Der ursprüngliche Auftrag des Kirchenfunks sei gewesen, „das, was die Kirchen absondern, ins Programm zu bringen“ (K10). Dass einige Redaktionen noch immer Kirche im Namen trügen, führt K03 darauf zurück, dass eine Umbenennung „ein Signal setzt, die Religionen sind hier willkommen, dass man zu starke Signale setzt, als ob wir mehr Religionen wollen“ (K03). K09 würde die Bezeichnung „Redakteur_in für Religion“ bevorzugen. Denn: „Es geht ja auch um den Islam, manchmal.“

Einzig K08 äußert Unverständnis über die Abneigung ihrer Kolleg_innen gegen die Nähe zur Kirche. Kirchen seien nun mal Berichtsgegenstand seiner Redaktion und deshalb könne man sie auch Kirchenredaktion nennen. Bei Kolleg_innen beobachte er aber „große Sensibilität und Abgrenzungsnotwendigkeiten“ (K08). Weniger Abgrenzungsbedürfnis scheint beim Radio zu bestehen. Die Interviewpartner_innen, die vorrangig oder ausschließlich für Radiosender arbeiten, bezeichnen sich selbst als Kirchenfunk. Auch die interne Telefonliste ist mit „Kirchenfunk“ überschrieben. Einer der Interviewpartner spricht selbst von seiner Redaktion als „Kirchenfunk-Abteilung“, fügt aber hinzu: „auch wenn wir dieses Wort nicht gerne hören. Auch nicht gerne lesen. Wenn Sie es in Ihrer Doktorarbeit richtig gut machen wollen, dann achten Sie darauf.“

Nicht-Positionierung

Eine Möglichkeit, den Eindruck eines Interessenskonflikts zu vermeiden, sei, gar nicht erst Mitglied zu werden, empfiehlt G01. Denn als Mitglied müsse man „immer zeigen [...] und darlegen [...], dass man unabhängig ist. Man ist zwar unabhängig, muss aber, wenn man die Mitgliedschaft hat, das immer wieder beweisen. Das ist wie ein Klotz am Bein.“ Kein Mitglied zu sein, ist für die kirchennahen Journalist_innen keine Option. Man könne nicht von ihm verlangen, aus der Kirche auszutreten, sagt K05. „Mir kann man nicht sagen: Du darfst nicht mit der katholischen Kirche. Dann könnte ich nicht Berichterstatter sein.“ Die Kirche

betreffe so viele Lebensbereiche, dass sie nicht abgrenzbar sei. Gleichzeitig sei die Mitgliedschaft auf nötig für die Berichterstattung: „Zugleich sind diejenigen, die nicht in der katholischen Kirche sind, zu wenig informiert und könnten nicht aus der Kirche berichten“ (K05). Auch ZDF-Chefredakteur Peter Frey (2013) ist darüber hinaus der Ansicht, die Mitgliedschaft in einer Kirche könne man schwer ruhen lassen. Ein Austritt kommt also nicht in Frage.

G06 bezieht selbst zwar Positionen und tritt auch öffentlich als Kandidat für die Personalratswahl als Gewerkschafter auf. Seine Kolleg_innen tun das aber nicht, obwohl diese vermutlich auch eine Haltung hätten. Die Haltung nicht zu zeigen, sei „vielleicht sogar berechtigt“, denn „[w]enn es eine Chefredakteurin gibt, die keine hat, so meine These, dann tust du möglicherweise als Freier in unserer Info-Redaktion auch gut daran, keine raushängen zu lassen“ (G06).

Viele der Interviewpartner_innen äußern sich über das generelle Recht, sich zu organisieren und staatsbürgerliche Rechte wahrzunehmen. Dennoch empfinden es sechs der Journalist_innen als unvorteilhaft und nicht empfehlenswert, sich in Parteien zu engagieren. K11 meint ebenfalls, Journalist_innen dürfte ihr staatsbürgerliches Recht nicht genommen werden, Mitglied einer Partei zu sein. Trotzdem würde er eine Mitgliedschaft in einer Partei als zu große Nähe empfinden. Gleiches gilt für ihn auch für ein Engagement innerhalb der Kirche.

„Insofern, ich bin Katholik, an der Kirche liegt mir etwas, warum sollte ich mich nicht dort engagieren. Aber es würde eben doch zu viel Nähe sein und deswegen würde ich das nicht machen.

Vor welcher Nähe hätten Sie da Angst? Die persönliche Nähe zu den Menschen oder dass Sie selbst nicht mehr auseinanderhalten können, was ist Innensicht und was ist objektiv?

Beides. Nur rein theoretisch. Nehmen wir mal an, ich wäre Mitglied im ZdK, dann würde ich manchmal in die Bredouille bringen, dass ich Positionen des Zentralkomitees kritisiere, die eigentlich mit Mehrheit dort verabschiedet wurden. Das wäre dann ein bisschen illoyal, würde ich sagen. Und, was vielleicht eine größere Rolle spielt, ich würde Leute angreifen, die ich gerne mag und mit denen ich eigentlich befreundet sein möchte. Und das ist ja oft das Wichtigere im Journalismus, die persönlichen Beziehungen. Man kann das ja auch nicht trennen. Wer hat schon die menschliche Größe zu sagen: Der greift mich jetzt an als Journalist, aber der tut das nur, weil er diese Rolle hat und eigentlich ist er ein super Typ. Das bringen nur ganz wenige fertig“ (K11, 184).

Parteiliches Engagement käme für ihn nicht in Frage, „weil das einfach schlecht ist“, meint K07. Für einige andere ist die Mitgliedschaft in einer Partei zwar in Ordnung, darüber hinausgehendes Engagement aber nicht. Man solle sich nicht für ein Amt aufstellen lassen. Auch hier werden aber wieder willkürliche Grenzen gezogen: Das Engagement auf der „untersten Ebene, über die wir faktisch nicht berichten“ wäre in Ordnung, wenn man aber über einen Listenplatz durch die Partei steuerbar würde, werde es problematisch (K05). G10 un-

terscheidet zwischen einfachen Mitgliedern und „Leuten, die an vorderster Front kämpfen“. Letzteren würde man unterstellen, „dass sie Aktionen in die Richtung machen wollen“. Auch G06 meint, Mitglied „der örtlichen SPD“ zu sein, dürfe nicht strittig sein. Aber wäre ein Journalist auch Stadtverordneter, „würde ich möglicherweise anfangen zu zucken“. G11 hingegen findet das Engagement in Parteien in Ordnung, empfindet es aber als „sehr kritikwürdig“, wenn Journalist_innen über Parteien berichten, wenn sie selbst Mitglied in einer Partei sind. Mit der kritischen Einschätzung parteipolitischen Engagements liegen die Journalist_innen auf einer Linie mit dem ZDF-Chefredakteur (Frey 2013). Wer mit 30 noch Mitglied einer Partei werde, wenn er den Journalistenberuf schon eingeschlagen habe, gerate unter den Verdacht, seine Karriere ankurbeln zu wollen. Er würde Journalist_innen von einer Parteimitgliedschaft abraten.

Transparenz

Wild kommt in ihrer Dissertation über journalistische Ethik zur Frage des persönlichen Engagements oder der Mitgliedschaft von Journalist_innen zu dem Schluss, „derartiges Engagement [könne] sogar sehr heilsam für Journalisten sein, wenn sie mit den Anliegen des Volkes konfrontiert werden – solange das Naheverhältnis zu einer Partei oder die Mitgliedschaft zu einer Gruppe auch vor dem Rezipienten deklariert wird“ (Wild 1990, 222). Ein transparenter Umgang mit Engagement und Wertebindung ist auch eine Strategie einiger Interviewpartner_innen. Nur wenn er transparent mit seiner Mitgliedschaft umgehe, seien Vertrauen und Glaubwürdigkeit gewährleistet, meint G01. Das sieht auch G05 so. Dass ihr nie Befangenheit vorgeworfen wurde, führt sie darauf zurück, dass ihr Engagement immer offen gewesen sei. K04 geht mit möglichen Rollenkonflikten besonders offen um. Sie spreche diese auch in der Moderation an, sage den Interviewpartner_innen, dass sie katholisch sei, um sich „ein Stückweit ehrlich“ zu machen. „Ich habe das Gefühl, ich bin unangreifbarer, als wenn ich immer so tun würde, als wenn ich total neutral wäre. Weil dann könnte das jeder hinterfragen“ (K04). Diese Strategie nennen auch Koch et al. (2012); die Herstellung von Transparenz diene allerdings „auch dazu, die Verantwortung für etwaige Konflikte abzugeben“ (T. Koch et al. 2012, 530).

Bevor man Einstellungen und Gebundenheit transparent mache, müsse man sich dieser aber bewusst werden, wirft K10 ein. Neutralität, meint er, sei „schlechterdings nicht möglich“. Jede_r sei in der Wahrnehmung, in Vorentscheidungen und in Vorurteilen von einem „bestimmten Raster im Kopf“ geprägt:

„Bei bestimmten Stichworten gehen einfach bestimmte Lampen auf. Und das prägt unsere Wahrnehmung, und das prägt auch unsere Berichterstattung. Das halte ich nicht für problematisch. Problematisch ist, wenn ich mir darüber nicht klar bin. Deswegen denke ich, als Journalist sollte man erstens ein Reflexionsvermögen haben, aber auch ein Selbstreflexionsvermögen.

Es ist ja immer lohnend, wenn mich ein Thema besonders aufregt, zu fragen, warum regt mich das jetzt auf, warum muss ich da jetzt so draufhauen, als Kommentator zum Beispiel, oder warum habe ich da so eine Beißhemmung. Sich darüber Rechenschaft abzulegen. Das kann unter Umständen den Kommentar oder die Bewertung verändern. Aber es schützt davor, unreflektiert in eine bestimmte Richtung zu laufen. Denn das ist dann nicht professionell“ (K10, 169).

Verlassen auf journalistisches Handwerk

Im Zweifel, so G02, helfe die redaktionelle Kontrolle bei der Herstellung von Objektivität und der Verhinderung eines unzulässigen Einflusses von persönlichen Einstellungen auf die Berichterstattung. Das sehen auch Esser und Weßler (2002, 177) so: „Ein mehrstufiger redaktioneller Kontrollprozess erlaubt ein besseres Ausfiltern subjektiv-persönlicher Einflüsse einzelner Redaktionsmitglieder, eine planvolle Qualitätskontrolle sowie die verlässliche Umsetzung eines einheitlichen publizistischen Profils.“ Und auch die Sender sind sich der Wichtigkeit der redaktionellen Kontrolle bewusst. Der Hessische Rundfunk (hr) etwa hält in seiner Genehmigungsrichtlinie zu Nebentätigkeiten fest: „Grundsätzlich ist durch die redaktionelle Verantwortung des hr für den Inhalt der Sendungen geregelt, dass alle Beiträge abgenommen werden müssen. Kein fest angestellter oder freier Mitarbeiter kann autonom einen Beitrag platzieren“ (ZAPP 2014b).

Doch auch jenseits der redaktionellen Kontrolle nennen die Journalist_innen Strategien des journalistischen Handwerks, um einen unzulässigen Einfluss auf die Berichterstattung zu verhindern und Interessenskonflikten vorzubeugen. Fast alle gewerkschaftsnahen Journalist_innen und zwei kirchennahe geben an, besonders sorgfältig zu arbeiten und „sich auf die Finger [zu] schauen“ (G05). Man dürfe nichts weglassen, nur weil es der eigenen Überzeugung widerspricht, man müsse die Argumente der Gegenseite darstellen, einseitige Berichterstattung kennzeichnen, beide Seiten hören und Kommentare von Berichten trennen. Bei der Auswahl von Interviewpartner_innen sei besondere Vorsicht geboten, damit man nicht extra Gewerkschafter_innen auswähle. Bei Themen, die auch Gewerkschaften interessieren, müsse man sich besonders an journalistische Maßstäbe halten, sagt G12. Außerdem sei es hilfreich, die Gewerkschaftspositionen immer wieder in Frage zu stellen. Nur so könne man sich unabhängig machen von der gewerkschaftlichen Position (G11). G12 schickt „gewerkschaftlich inspirierte Themen [...] vorher auch noch mal ganz gewissenhaft durch den Filter“, um zu prüfen, ob das Thema wirklich für eine größere Menge an Menschen interessant ist oder ob er nur seinen „Prävalenzen oder [...] Vorzügen“ folge. Oberstes Ziel der Bemühungen sei, keine Kritik am beruflichen Handeln aufkommen zu lassen. Doch „das Zutrauen sollte da sein, dass man sein Handwerk so beherrscht, dass das Persönliche nicht vermischt wird“ (G10). Auch K03 sieht in sorgfältiger journalistischer Arbeit auch einen Schutz vor

Kritik: Beschwerden, die im Rundfunkrat eingingen, seien nur dann relevant, wenn man handwerklich nicht gut gearbeitet hätte.

Distanz halten

Vier der befragten Journalist_innen beziehen sich auf den berühmten Ausspruch Hanns-Joachim Friedrichs, man solle sich nicht gemein machen mit einer Sache, auch nicht mit einer guten. Das soll er kurz vor seinem Tod dem SPIEGEL in einem Interview gesagt haben (Leinemann und Schnibben 1995).⁷¹ Anne Will mutmaßte bei der Preisverleihung des Hanns-Joachim-Friedrichs-Preises über die Interpretation dieser Äußerung, sie sei davon überzeugt, „dass er mit ‚sich gemein‘ machen meint: Positionen ungefragt und unkritisch zu übernehmen, sie sich zu eigen zu machen, gar manipulativ zu vertreten. Das darf ein guter Journalist nicht“ (Will 2007).

G04, G05, K05 und G09 interpretieren den Leitsatz für objektiven Journalismus ähnlich: G09 und G05 beziehen sich auf Friedrichs, wenn sie begründen, warum Journalist_innen sich nicht zu Interessenvertreter_innen von Parteien machen oder für eine Partei arbeiten sollten. K05 sieht sich den Grundsätzen Friedrichs verpflichtet, „sich der Sache nicht zu eigen zu machen, auch eine gute oder eine schlechte, nicht den Kampf irgendwo gegen und nicht irgendwofür. Sondern ich stelle meinen Hörerinnen und Hörern pro und contra dar“ (K05). Das deckt sich mit der Interpretation Weicherts und Zabels (2007, 43), die unter den Alpha-Journalist_innen einen Großteil ausmachen, der sich „dem Hajo-Friedrichs-Credo verpflichtet“ fühlt. Eingebettet ist diese Aussage in einem Kapitel über Parteimitgliedschaft und politisches Engagement der Journalist_innen.

⁷¹ So verkürzt, wie das Zitat Friedrichs aus dem SPIEGEL in der Regel genannt wird, wirkt es allerdings sinnstiftend. Friedrichs antwortete im Interview auf die Frage, ob es ihn gestört habe, als Nachrichtenmoderator ständig den Tod zu präsentieren. „Distanz halten, sich nicht gemein machen mit einer Sache, auch nicht mit einer guten, nicht in öffentliche Betroffenheit versinken, im Umgang mit Katastrophen cool bleiben, ohne kalt zu sein. Nur so schaffst du es, dass die Zuschauer dir vertrauen, dich zu einem Familienmitglied machen, dich jeden Abend einschalten und dir zuhören“ (Leinemann und Schnibben 1995, 113–114). Friedrichs bezieht sich also auf die Involviertheit von Journalist_innen in Krisen und Situationen der Betroffenheit. An anderer Stelle des Interviews wird aber sehr wohl ein aktives Berufsverständnis und der Wunsch nach Einflussnahme deutlich: „Da konnte man vielleicht auf irgendeinen Notstand aufmerksam machen und helfen, den zu lindern“ (Leinemann und Schnibben 1995, 117). Außerdem verstand Friedrichs seine Naturfilme „Wunderbare Welt“ als Beiträge zur politischen Bildung „mit grüner Botschaft“ und engagierte sich (allerdings erst nach der aktiven journalistischen Arbeit) im Wahlkampf für die SPD. In seinem Buch „Journalistenleben“ schreibt Friedrichs (1994, 133): „Eine Nachrichtensendung hatte objektiv zu sein (was nicht geht – fair muss sie sein, aber objektiv kann sie nicht sein) und ausgewogen (was auch nicht geht, weil tödliche Langeweile eintritt, wenn jede Verkündigung durch eine Gegenstimme austariert wird).“ An anderer Stelle mahnt er, man solle sich nicht den Gesprächspartner_innen anbiedern, denn „Distanz zum Thema der Berichterstattung“ sei eine große journalistische Tugend (Friedrichs 1994, 180). Mit anderen Worten: „Immer dabei sein – nie dazugehören“ (1994, 71). Ausgewogenheit hingegen sei eine „brotlose Kunst, es allen recht zu machen“ (1994, 200). Auf der Rückseite des Schutzumschlages des Buchs schließlich steht er, der wohl meist zitierte Satz Friedrichs: „Einen guten Journalisten erkennt man daran, dass er Distanz zum Gegenstand seiner Berichterstattung hält; dass er sich nicht gemein macht mit einer Sache, auch nicht mit einer guten Sache; dass er immer dabei ist, aber nie dazugehört“ (1994).

Vier gewerkschaftsnahe Journalist_innen geben an, besonders große Distanz zu Gewerkschaften zu halten. Sie grenzen sich, wie andere Interviewpartner_innen auch, deutlich ab und äußern Kritik an Gewerkschaften (vgl. Kapitel 4.4). Zu den anderen Organisationen und Leuten habe man automatisch eine Distanz. „Bei den eigenen musst du sie einüben“ (G06). G01 berichtet darüber hinaus besonders kritisch über die Partei, deren Mitglied er ist:

„Ich bin ja auch Mitglied der -Partei- und deswegen ist eines meiner Prinzipien, mit der -Partei- – weil das ist angreifbarer – kritischer umzugehen als mit anderen Parteien. Also einen kritischeren Blick habe, kritische Elemente deutlicher hervorschießen lasse als anderer Parteien, damit ich erst gar nicht in den Geruch komme, dass ich ein Parteijournalist bin. Das wäre etwas, was ich gar nicht möchte und wo ich auch sehr aufpasse.“

Aus eigener Motivation oder weil es schon Anlässe gab, da aufzupassen?

Es gab keine Anlässe. Aber man wird schon sorgfältig beobachtet von den anderen Parteien. Das ist so. Und dann kann man sich ja davor auch schützen“ (G01, 6).

Einen ähnlichen Befund zeigte auch die Studie von Pfetsch und Mayerhöffer (2011). Im Vergleich von Politikjournalist_innen und Politiker_innen schätzten erstere das Verhältnis zu letzteren deutlich weniger harmonisch ein als umgekehrt. „Vor dem Hintergrund professionsspezifischer Normen der Objektivität und Unabhängigkeit wahren Journalisten in ihrer Selbstverortung also eine eher kritische Distanz zur politischen Zunft“ (2011, 54).

G07 betont, er sehe keine Notwendigkeit zur Verbeugung von Konflikten oder zu Vorsichtsmaßnahmen. Niemand unterstelle ihm, dass er „irgendwelche Gewerkschaftspolitik ins Programm hieve“. Sein Ehrenamt habe nichts mit der journalistischen Tätigkeit zu tun. Doch auffällig häufig betont er im Interview, wie kritisch er über Gewerkschaften berichte, dass er in einem Bericht die IG Metall kritisiert hätte und in einem anderen Fall eine Mitarbeiterin zu mehr Kritik an gewerkschaftlichem Handeln motiviert hätte.

Die kirchennahen Journalist_innen betonen in den Interviews deutlich, dass sie kritisch über die Kirche berichten. Einige belegen das, indem sie von Rückmeldungen aus dem Publikum oder von der Kirche erzählen, wie K05 über das Feedback der Rundfunkbeauftragten der Kirchen: „Die machen mal ne Reaktion und sagen: Naja, da warst du ja ganz schön kritisch gegen unsere Kirche. Oder die Pressesprecher reagieren und sagen: Mensch, das war jetzt nicht richtig, wie ihr das gemacht habt“ (K05, 125).

Distanz schaffen die Journalist_innen aber auch über individuelle Grenzen: K06 möchte sich nicht innerhalb des Berichtsgebiets in der Kirche engagieren, denn „ich würde mich da gar nicht erst versuchbar machen. Ich möchte solche Gespräche mit anderen Synodalen, die mich als Synodalen ansprechen und sagen ‚kannst du nicht mal dafür sorgen, dass‘ – das möchte ich gar nicht erst haben. Ich möchte das nicht abwehren müssen“ (K06, 134). Ein gewerkschaftsnaher Interviewpartner gibt an, keine Rabatte oder gesponsorte Recherchereisen in Anspruch zu nehmen, auch keinen Kaffee oder Mittagessen bei Gesprächspartnern,

um einer wohlwollender Haltung entgegenzuwirken und Abhängigkeiten zu vermeiden. Für eine kirchennahe Journalist_in wäre es distanzlos, O-Töne der katholischen Nachrichtenagentur zu nutzen, denn „dann wären wir Verlautbarungsorgan“.

Prott (2008, 195) plädiert für ein „reflektiertes, ausbalanciertes Verhältnis zu Distanz und Engagiertheit“ bei Journalist_innen. Distanzlosigkeit sei das Ende der objektiven Berichterstattung. Wer sich als Journalist_in den Normen der Berufsmoral verpflichtet wisse, müsse sein Engagement im Zaum halten können. Er weist dabei auch auf den Zusammenhang mit ungünstigen Arbeitsbedingungen hin: Gerade durch die mit den unsicheren Arbeitsverhältnissen verbundenen Unsicherheiten nähmen Abhängigkeiten zu (vgl. ebd.). „Wenn interne wie externe Zwänge zunehmen, fesseln sie die Chance, mit Abstand zur Sache zu recherchieren, zu berichten und zu kommentieren“ (Prott 2008, 198). Lassen sich also durch gute Arbeitsbedingungen Konflikte vermeiden? Die Aussagen der Interviewpartner_innen lassen darauf schließen. Die Zeit zum Hinterfragen fehle wegen der „Schnelle des Tagesgeschäfts“, bemerkt G08. Und auch andere Journalist_innen stellen den Zusammenhang her zwischen fehlender Zeit für Recherche, schlechter Bezahlung für freie Mitarbeiter_innen, Aktualitätsdruck und der Objektivität der Berichterstattung.

7.3 Zwischenfazit

Die wenigsten Journalist_innen sagen von sich selbst, schon einmal Interessenskonflikte erlebt zu haben. Die weitaus größere Zahl sah sich schon einmal dem Verdacht solcher Konflikte oder einer Befangenheit ausgesetzt. Unterstellungen von zu viel Nähe und zu wenig Distanz erfahren sie von Kolleg_innen und vom Publikum. Die kirchennahen Journalist_innen berichten darüber hinaus von dem Vorwurf einer zu gering ausgeprägten Nähe zur Kirche, der von Teilen des Publikums und von Kirchenvertreter_innen formuliert werde. In den Interviews wirkten Schilderungen derartiger Rückmeldungen aber häufig, als würden die Journalist_innen damit ihre Unabhängigkeit beweisen wollen.

Innerhalb der Kirchenredaktionen scheint es im Regelfall keine Auseinandersetzung über die Frage der Nähe zu den Kirchen zu geben.⁷² Die gewerkschaftsnahen Journalist_innen hingegen sehen sich im redaktionellen Kontext dieser Diskussion ausgesetzt oder umgehen sie durch vorsorgliche Abgrenzung und andere Strategien zur Vermeidung von Interessenskonflikten. Die Strategien von kirchennahen und gewerkschaftsnahen Journalist_innen sind viel-

⁷² Für Diskussionen sorgte aber offenbar eine Anfrage der taz über die Verbindungen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks und der Medienarbeit der Kirchen. taz-Journalist Schauen hatte mehrere Journalist_innen der Kirchenredaktionen um Stellungnahmen zu den Verquickungen öffentlich-rechtlicher Journalist_innen mit den Kirchen gebeten, was wiederum in den Interviews dieser Dissertation von den Interviewpartner_innen thematisiert wurde. Ein Interviewpartner fragte besorgt nach, ob es sich bei diesem Interview wirklich um eine wissenschaftliche und nicht um eine kritisch-journalistische Arbeit handele.

fällig: Sie trennen Aufgaben, etwa die der Verkündigung und die journalistische im Falle der Kirchenredakteur_innen, vermeiden bestimmte Themen, wie etwa gewerkschaftsinterne Themen im Falle der gewerkschaftsnahen Journalist_innen. Sie loten Grenzen des Engagements aus und raten dazu, gar nicht erst Mitglied zu werden, also keine Position zu beziehen. Ihre Mitgliedschaft und ihr Engagement transparent zu machen, ist eine weitere Strategie, um weniger angreifbar zu sein, die aber auch gleichzeitig die Verantwortung verlagert. Einige Journalist_innen verlassen sich auf das journalistische Handwerk und die redaktionelle Kontrolle. Die meisten geben an, Distanz zu halten, um nicht in den Verdacht von Interessenskonflikten zu geraten. Das setzen sie auf verschiedenen Wegen um: durch besonders deutliche Abgrenzung von ihrer Organisation, durch die Vermeidung von zu viel Engagement oder die Übernahme von Ämtern und durch den (häufig plakativ wirkenden) Bezug auf das Friedrichs-Credo, sich nicht mit einer Sache gemein zu machen. Die Kirchenredakteur_innen nennen darüber hinaus die Strategie, die kirchlichen Werte indirekt zu vermitteln. Die Strategien verfolgen unterschiedliche Ziele: eine Absicherung gegenüber Vorgesetzten und dem Vorwurf fehlender Neutralität im Falle der Transparenz, eine Vermeidung von zu viel Kontakt mit dem Gegenstand der Berichterstattung und damit dem Entzug von Einfluss von Kirche und Gewerkschaft. Einige Kirchenredakteur_innen versuchen das, indem sie die Betreuung der Verkündigungssendungen nicht selbst übernehmen. Kirchen- als auch gewerkschaftsnahe Journalist_innen versuchen es, indem sie sich nicht durch die Übernahme von Ämtern erpressbar machen und zu viel persönliche Nähe zu Funktionsträgern aufkommen lassen.

Die kirchennahen Journalist_innen schildern Probleme, die aus der Unklarheit der Weisungsgebundenheit resultieren. Einige Kirchenvertreter_innen wüssten nicht, dass die Kirchenredaktionen nicht den Kirchen unterstünden, sondern unabhängige journalistisch arbeitende Redaktionen der öffentlich-rechtlichen Sender seien. Deshalb haben sie ein besonders großes Abgrenzungsbedürfnis von der Kirche. Ein Problem, von dem die gewerkschaftsnahen Journalist_innen nicht berichten. Zwar werden in Einzelfällen negative Berichte über Gewerkschaften von Gewerkschaftskolleg_innen kritisch kommentiert, aber der Glaube eines Anspruchs der Organisation auf eine ihr genehme Berichterstattung besteht aus Sicht der Journalist_innen nicht. Im Gegensatz zu den kirchennahen Journalist_innen berichten sie wesentlich seltener von Feedback der Organisation. Sie führen es auch so gut wie nie an, um über negatives Feedback der Gewerkschaften ihre Unabhängigkeit zu demonstrieren – was die Kirchenredakteur_innen dagegen des öfteren tun.

Auffällig ist, dass insbesondere die kirchennahen Journalist_innen mehr über die Grenzziehungen und Interessenskonflikte anderer Journalist_innen berichten als über ihre eigenen. Indem sie anderen Journalist_innen Interessenskonflikte unterstellen, die durch deren Enga-

gement oder Selbstverständnis entstehe, legitimieren sie ihre eigene Nähe zu den Kirchen, die im Vergleich zu denen, die Grenzen überschreiten, immer noch hinreichend von Distanz geprägt zu sein scheint. So kann ein_r der kirchennahen Journalist_innen etwa auf der Landesebene in den Gremien der Kirche aktiv sein und trotzdem guten Gewissens mit einem hohen journalistischen Anspruch Kirchenberichterstattung leisten, weil seiner_ihrer Meinung nach erst dann ein Konflikt gegeben wäre, wenn es sich um Berichte über die Arbeit der konkreten Gremien handelt. Andere können es mit ihrem Berufsverständnis vereinbaren, sich in der Kirchengemeinde zu engagieren, weil diese außerhalb des Berichtsgebiets liegt. Wieder andere finden es legitim bei kirchlichen Veranstaltungen zu moderieren, weil sie das unbezahlt machen; bezahlt zu werden, würde zu Interessenskonflikten führen. Und allen fällt ein Beispiel ein für jemanden, der die Abgrenzung nicht ausreichend schafft oder dem man zumindest Interessenskonflikte unterstellt, etwa dem ZDF-Chefredakteur, der Mitglied im Zentralkomitee der Katholiken ist. Dieser kann seinerseits kein Problem darin erkennen, weil er nur Teil des Zentralkomitees und nicht dessen beschlussfassender Gremien sei.

Die gewerkschaftsnahen Journalist_innen sind insgesamt vorsichtiger und besser vorbereitet auf die Frage nach den Grenzen der Unabhängigkeit. Sie beugen Konflikten intensiver vor, indem sie engere Grenzen ziehen, die Übernahme von Posten vermeiden und ihre Distanz zu Gewerkschaften betonen. Sie scheinen öfter mit der Frage nach Nähe und Distanz konfrontiert zu sein.

FAZIT

8. Zur Frage von Nähe und Distanz. Wertegebundene Journalist_innen beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk

Während in den vorherigen Kapiteln die Erkenntnisse aus den Interviews dargestellt und daraus erste Ableitungen gezogen wurden, sollen nun im Fazit Tendenzen aufgezeigt und in größere Zusammenhänge eingebettet werden. Dabei werden notwendigerweise Pauschalisierungen und Abstrahierungen vorgenommen, die dazu führen, dass unterrepräsentierte, aber durchaus vorhandene Positionen einzelner Interviewpartner_innen keinen Raum mehr einnehmen.

8.1 Journalist_innen wie alle anderen auch?

Im Vergleich mit den Befunden bundesweiter Journalist_innenstudien zeigt sich zu der Untersuchungsgruppe dieser Dissertation kein großer Unterschied. Auch die gewerkschaftlich und kirchlich gebundenen Journalist_innen sind Anhänger_innen des Auftragsverständnisses des Informationsjournalismus. Ein missionarisches Verständnis kann ihnen nicht nachgewiesen werden. Doch die gewerkschaftsnahen Journalist_innen betonen wesentlich deutlicher den Anspruch der Aufklärung, Kritik und Kontrolle, während die kirchennahen Journalist_innen ihre Aufgabe eher in der Erklärung und Einordnung sehen (vgl. Kapitel 6). Zwar geben alle Journalist_innen an, eine Haltung zu haben, was ihnen im Redaktionsumfeld vereinzelt den Vorwurf des Gesinnungsjournalismus einbringt. Doch in der Regel wird der eigene Standpunkt kritisch reflektiert und als ein Standpunkt unter vielen verstanden, der in den Kommentar einfließen, nicht aber die Berichterstattung verzerren darf.

Die Untersuchungsgruppe unterscheidet sich zwar nicht durch ihr Auftragsverständnis, wohl aber durch die biographischen Daten vom Durchschnitt der Journalist_innen in Deutschland: Sie sind älter, öfter in Festanstellung und im Falle der kirchennahen Journalist_innen weitaus häufiger in leitenden Positionen. Außerdem verfügen sie über eine wesentlich bessere formale Ausbildung. Fast alle haben ein Volontariat oder den Abschluss einer Journalist_innenschule. Vor allem die kirchennahen Journalist_innen weisen darüber hinaus überaus homogene Lebensläufe auf – einen Befund, der sich mit dem von Stroth (vgl. 2007, 340) deckt, die katholischen Journalist_innen eine homogene Sozialisation im religiösen Umfeld bescheinigt. Alle kirchennahen Interviewpartner_innen in der vorliegenden Dissertation

haben Theologie mindestens im Nebenfach, in der Regel aber als einziges Fach auf Diplom studiert, fast alle haben die kircheneigenen Journalist_innenschulen besucht, in der Regel haben sie direkt nach der Ausbildung in Festanstellung in den Kirchenredaktionen begonnen zu arbeiten. Einige waren zwischenzeitlich außerhalb der öffentlich-rechtlichen Sender berufstätig – in jedem Fall in einer kirchennahen oder kircheneigenen Einrichtung, etwa bei der katholischen Nachrichtenagentur. Die gewerkschaftsnahen Journalist_innen dagegen sind weniger homogen, waren wesentlich länger, zum Teil noch heute freie Mitarbeiter_innen und nur einer war vor seiner Tätigkeit beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk zwischenzeitig für eine Gewerkschaft tätig.

Zur Herkunft der Journalist_innen haben Weischenberg et al. festgestellt, dass zwei Drittel der Eltern der Journalist_innen Angestellte und Beamte, also Angehörige der Mittelschicht sind (vgl. Weischenberg et al. 2006, 69). Journalismus ist „kein Beruf mit natürlicher Erfolgschance“ (Meyen und Riesmeyer 2009, 82), nur selten sind die Eltern Journalist_innen. Mit der Wahl des Berufs des_der Journalist_in ist also, folgern Meyen und Riesmeyer, eine „besondere Form des sozialen Aufstiegs verbunden“ (ebd.): Der Verdienst sei nicht besser als der der Eltern, dafür seien Journalist_innen aber in einer „Position, die Aufmerksamkeit und Ansehen im persönlichen Umfeld und darüber hinaus garantiert“ (ebd.). Das widerspricht zwar, geben auch Meyen und Riesmeyer zu, dem gängigen Image der Journalist_innen (vgl. Donsbach et al. 2009), aber Journalist_innen berichteten dort durchaus von Wertschätzung im persönlichen Umfeld. Die Befunde der vorliegenden Studie stimmen insofern damit überein, als dass auch hier die Eltern in der Regel keine Journalist_innen waren oder sind (vgl. Kapitel 4.2). Von Wertschätzung im privaten Umfeld berichten die Interviewpartner_innen aber nicht. Die hier befragten Journalist_innen ziehen die Zufriedenheit mit ihrem Beruf den eigenen Aussagen zufolge eher aus dem journalistischen Produkt, der Möglichkeit der Selbstdarstellung vor einem (nicht näher benannten) Publikum, der Anerkennung durch die Kolleg_innen und der Relevanz des Berichtsgegenstands.

Ein deutlicher Unterschied zu anderen Studien zeigt sich in der Ausbildung der Journalist_innen, was allerdings wohl eher auf die Zusammensetzung der Untersuchungsgruppe als auf einen allgemeinen Trend zurückzuführen ist. Die hier befragten Journalist_innen sind durchschnittlich besser ausgebildet als die Erkenntnisse der JouriD-Studie vermuten ließen. Gerade für die Journalist_innen der Generation, der die meisten Interviewpartner_innen angehören, wäre ein geringerer Grad an formaler Qualifikation erwartbar gewesen. Insbesondere überrascht die hohe Anzahl derer, die Journalist_innenschulen besucht haben. Die Überraschung hält sich bei der Betrachtung des Kontextes der Interviewpartner_innen allerdings in Grenzen. Denn bei genauerem Hinsehen zeigt sich, dass vor allem die kirchennahen Journalist_innen Journalist_innenschulen besucht haben und dass diese in der Regel konfessionell

gebunden sind, insbesondere das Institut zur Förderung publizistischen Nachwuchses (ifp). Einige der gewerkschaftsnahen Journalist_innen hätten diese beim besten Willen nicht besuchen können, weil die konfessionelle Gebundenheit Voraussetzung ist. Die gewerkschaftsnahen Journalist_innen entsprechen eher dem Bild der JouriD-Studie und den Erkenntnissen der Studien Ende der 1970er-Jahre, die unter den Journalist_innen vor allem Quereinsteiger_innen und Studienabbrecher_innen ausmachten. Deren Lebensläufe sind wesentlich weniger stringent und von teilweise langer Berufstätigkeit außerhalb des Journalismus geprägt. Auch die einzige Interviewpartnerin, die nicht studiert hat, gehört zur Gruppe der gewerkschaftsnahen Journalist_innen (vgl. Kapitel 4.3).

Freilich können die Erkenntnisse dieser Studie nicht auf alle wertebundenen Journalist_innen, nicht einmal auf alle gewerkschafts- und kirchennahen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks übertragen werden. Die hier befragten Journalist_innen sind erst recht kein verkleinertes Abbild aller Journalist_innen in Deutschland. Dafür wäre auch – trotz der ohnehin ungleichen Verteilung der Geschlechter im Journalismus (vgl. Kapitel 4.5), aber vor allem angesichts der großen Menge an freien Mitarbeiter_innen (vgl. Kapitel 4.1) – der Anteil der Frauen in der Gruppe der gewerkschaftsnahen Journalist_innen und der der Freien in der gesamten Untersuchungsgruppe zu gering, der der fest angestellten und leitenden Redakteur_innen dagegen zu hoch. Im Falle der gewerkschaftsnahen Journalist_innen besteht die Untersuchungsgruppe aus auffällig vielen älteren, fest angestellten Männern (vgl. Kapitel 4.1). Dass wenige Frauen, wenige Freie und wenige Junge an der Untersuchung teilgenommen haben, kann mehrere Gründe haben, die nur teilweise in der Art der Stichprobenziehung liegen müssen (vgl. auch Kühn 2014):

- Journalist_innen, die in Gewerkschaften organisiert sind, sind möglicherweise überwiegend älter, fest angestellt und männlich.
- Als fest angestellte_r Journalist_in ist die Motivation, sich einer Arbeitnehmer_innenvertretung anzuschließen, höher.
- Gewerkschaften werden nach wie vor eher als Vertretung von Arbeitnehmer_innen in Normalarbeitsverhältnissen und nicht als Vertretung der Freien wahrgenommen.
- Bei jüngeren Menschen ist die Bereitschaft, einer Gewerkschaft beizutreten, ohnehin gering ausgeprägt.
- Die Verteiler, die zur Rekrutierung der Interviewpartner_innen genutzt wurden, erreichen überwiegend ältere Männer, die fest angestellt sind, weil in den Verteilern vor allem Aktive angesprochen werden und sich in den öffentlich-rechtlichen Sendern vor allem ältere, fest angestellte Männer in den Gremien engagieren. Mögli-

cherweise gibt der Rücklauf auch Auskunft über die Reichweite gewerkschaftsinterner Kommunikation.

- Die Fragestellung ist bei Freien, bei Frauen und bei jungen Journalist_innen möglicherweise nicht auf genügend Interesse gestoßen, weshalb sie die Anfrage zwar wahrgenommen, sich aber nicht gemeldet haben.

8.2 Autonomie der Journalist_innen

Am Machtpol des Feldes, zu dem auch öffentlich-rechtliche Rundfunkangebote gehören, „kann man sich auch am ehesten der ökonomischen Logik und dem Einfluss, der von Publikum und Werbekunden ausgeht, entziehen“ (Meyen 2009, 323). Die Arbeitsbedingungen bei den öffentlich-rechtlichen Sendern sind vergleichsweise gut, die Journalist_innen dort privilegiert, weshalb weniger monetärer Anreiz besteht, Einfallstor für externe Auftraggeber zu sein. Aber auch im Bereich von ARD, ZDF und Deutschlandradio nimmt die Stellenunsicherheit zu. Die Volontär_innen von heute sind die freien Mitarbeiter_innen von morgen, feste Stellen werden abgebaut, die Arbeitsverdichtung nimmt zu. Einige der Interviewpartner_innen beobachten deshalb das, was Bourdieu als Konformismus in Folge der Stellenunsicherheit bezeichnet (vgl. Bourdieu 1998a, 19). Im Unterschied zu Bourdieu meinen die hier befragten Journalist_innen mit ihrer Kritik allerdings den journalistischen Nachwuchs, den Bourdieu weitaus positiver bewertet. Die nachkommenden Journalist_innen seien aufgrund ihrer besseren Ausbildung kritischer (vgl. Bourdieu 1998a, 52), sie neigten gar dazu, „den sei's realistischeren, sei's zynischeren Anforderungen der ‚alten Hasen‘ Grundsätze und Werte des ‚Metiers‘ entgegenzuhalten“ (Bourdieu 1998a, 109). Vielleicht ist diese unterschiedliche Wertung auf die Tatsache zurückzuführen, dass sich Bourdieus Äußerungen vor rund 20 Jahren auf die damals jungen Journalist_innen bezogen. Die im Rahmen dieser Dissertation befragten Journalist_innen gehören größtenteils eben jener Generation an – wenngleich in Deutschland und nicht in Frankreich sozialisiert. Die hier befragten Journalist_innen bestätigen eher die Annahme von Esser und Weßler, der missionarische Anspruch, auf politische und gesellschaftliche Entwicklungen Einfluss nehmen zu wollen, werde vor allem bei jungen Journalist_innen vom Wunsch nach Selbstentfaltung überlagert (vgl. Esser und Weßler 2002, 207).

Die Abhängigkeit von der Quote ist beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk weniger ausgeprägt als bei anderen Medienorganisationen, wenngleich auch hier das „Kriterium Einschaltquote“ (Bourdieu 1998a, 109) auf dem Vormarsch zu sein scheint (vgl. Thomaß 2008, 178). Die Interviewpartner_innen nennen die Abhängigkeit von der Quote als wichtigen Kritikpunkt. Sie sehen, in Übereinstimmung mit Bourdieu (vgl. 1998a, 35), als Folge der Quoten-

fixierung die thematische Einschränkung, die Homogenisierung journalistischer Produkte, den Zeitdruck und die zunehmende Marktmacht. Auch sie warnen vor der von Prott (2008, 195) konstatierten Verbetriebswirtschaftlichung der Arbeitsprozesse, „die das Produkt journalistischer Arbeit stärker als bisher an den Imperativ tatsächlicher oder vermeintlicher Rezeptionsbedürfnisse bindet“ (vgl. Kapitel 6.5).

Dennoch: Die Autonomie des öffentlich-rechtlichen Rundfunks ist dank dessen Position im journalistischen Feld vergleichsweise hoch. Nach der Beobachtung von Meyen und Riesmeyer können Exklusivnachrichten, also „das, worum es im Feld geht“, am besten dort produziert werden,

„wo es ausreichend Geld und Zeit für Recherchen gibt (ökonomisches Kapital), wo die Netzwerke am stärksten sind (soziales journalistisches Kapital), wohin die besten Journalistinnen und Journalisten (kulturelles journalistisches Kapital) schon deshalb wollen, weil die Bezahlung keinen Anlass zur Klage bietet, und wo oft allein die Reputation (symbolisches journalistisches Kapital) genügt, dass sich Zeugen und Informanten von selbst melden“ (Meyen und Riesmeyer 2009, 114).

Die Position des Medienunternehmens ist ein Faktor, der die Autonomie der Journalist_innen beeinflusst – in diesem Fall ist das für alle Interviewpartner_innen eine konstante Größe. Die gewerkschaftsnahen und kirchennahen Journalist_innen unterscheiden sich aber durch ihre Position innerhalb der Sender. Während alle kirchennahen Journalist_innen leitende Positionen innehaben, sind die meisten gewerkschaftsnahen Journalist_innen in untergeordneten Verhältnissen und teilweise nicht einmal fest angestellt (vgl. Kapitel 5.1).

Die Autonomie der Journalist_innen hängt auch mit der Kapitalausstattung zusammen. Die Ausstattung mit Sozialkapital in Form von Beziehungen und Netzwerken ist bei den kirchennahen Journalist_innen wesentlich ausgeprägter (vgl. Kapitel 5.4). Durch den höheren Grad an Interaktion findet auch eine stärkere Orientierung an Kolleg_innen statt, die den gleichen Berichtsgegenstand bearbeiten und mit denen die Journalist_innen ein Wir-Gefühl verbindet, das auf der Rekurrerung auf eine ähnlich erlebte kirchliche Sozialisation beruht (vgl. Kapitel 5.3). Auch das institutionalisierte Kulturkapital, also formalisierte Bildungsabschlüsse, ist bei den kirchennahen Journalist_innen in größerem Umfang vorhanden als bei den gewerkschaftsnahen, was wiederum auf das große Engagement der Kirchen in der Journalist_innenausbildung zurückzuführen ist (vgl. Kapitel 2.4.4 und 4.3). All das ist bei den gewerkschaftsnahen Journalist_innen nicht zu beobachten.

Bemerkbar machen sich die unterschiedliche Kapitalausstattung und die Position im Feld in der Einschätzung der Journalist_innen, Themen platzieren zu können. Die gewerkschaftsnahen Journalist_innen sehen sich zahlreichen Beschränkungen ausgesetzt, die es ihnen unmöglich machen, ihre eigenen Schwerpunkte zu setzen (vgl. Kapitel 6.5). Sie sind Teil von oder arbeiten für Redaktionen, die sich nicht dezidiert mit Arbeitsmarktpolitik oder sozialen

Themen beschäftigen. Deshalb finden immer wieder erneut Diskussionen darum statt, ob es ein gewerkschaftsnahes Thema in die Sendung schafft oder nicht. Dabei konkurrieren sie mit anderen Themen, insbesondere mit bunten und unpolitischen. Die kirchennahen Journalist_innen fühlen sich in der Bearbeitung von Themen, die ihnen wichtig sind, frei. Trotzdem sehen sie sich einer Konkurrenz der Themen ausgesetzt, was vor allem daran liegt, dass sie ihre Aufgabe darin sehen, die Kirche ins Gespräch zu bringen und diesen Anspruch nicht nur für ihre eigenen Sendeplätze, sondern für die Sender an sich formulieren. Sie berichten von Auseinandersetzungen um Kürzungen der Sendezeit oder der Änderung von Sendungsprofilen, aber auch davon, dass sie diese Auseinandersetzungen in der Regel gewonnen haben.

8.3 Die Ambivalenzen der Anderen

„Wir halten uns alle für super, die anderen sind die Doofen.“ (K04, 117)

Fragt man sie direkt danach, weisen die meisten Journalist_innen den Verdacht zurück, Interessenskonflikten ausgesetzt zu sein (vgl. Kapitel 7.1). Sie kennen zwar den Vorwurf von zu viel Nähe und zu wenig Distanz, einige müssen sich gegenüber Kolleg_innen rechtfertigen, andere thematisieren ihre Wertegebundenheit lieber nicht, um keinen Verdacht aufkommen zu lassen. Vor allem, um Konflikte zu vermeiden – nicht um mit ihnen umzugehen oder sie zu verarbeiten – haben die Journalist_innen Strategien entwickelt. Sie trennen Aufgaben, vermeiden Themen (nur bei gewerkschaftsnahen Journalist_innen), schaffen Transparenz oder verlassen sich auf das journalistische Handwerk und die redaktionelle Kontrolle (vgl. Kapitel 7.2).

Die meisten geben an, Distanz zu halten, um nicht in den Verdacht von Interessenskonflikten zu geraten. Das setzen sie auf verschiedenen Wegen um: Durch besonders deutliche Abgrenzung von ihrer Organisation, durch die Vermeidung von zu viel Engagement oder der Übernahme von Ämtern und durch den (häufig plakativ wirkenden) Bezug auf das Friedrichs-Credo, sich nicht mit einer Sache gemein zu machen (Friedrichs 1994). Die Kirchenredakteur_innen nennen darüber hinaus die Strategie, die kirchlichen Werte indirekt zu vermitteln, also nicht über die Institution Kirche zu berichten und das Vokabular der Kirche zu verwenden, sondern „allgemein Menschliches“ in den Mittelpunkt ihrer Berichterstattung zu stellen. Die Strategien verfolgen unterschiedliche Ziele: Die Transparenz etwa sorgt für eine Absicherung gegenüber Vorgesetzten und ein vorsorgliches Verwahren gegen den Vorwurf fehlender Neutralität, andere Strategien führen zur Vermeidung von zu viel Kontakt mit dem Gegenstand der Berichterstattung und damit dem Entzug von Einfluss von Kirche und Gewerkschaft. Einige Kirchenredakteur_innen versuchen das, indem sie die Betreuung der Verkündigungssendungen nicht selbst übernehmen, sowohl kirchen- als auch gewerk-

schaftsnahe Journalist_innen indem sie sich nicht durch die Übernahme von Ämtern erpressbar machen und zu viel persönliche Nähe zu Funktionsträgern aufkommen lassen.

Sehr viel mehr als über eigene Konflikte äußern sich die Journalist_innen aber über ihre Grenzziehungen und über die, die ihrer Meinung nach diese Grenzen überschreiten. Alle kennen Journalist_innen, die Gefahr laufen, in Interessenskonflikte zu geraten oder denen sie ein ambivalentes Verhalten unterstellen. Ähnlich dem Third-Person-Effekt in der Medienwirkungsforschung⁷³ (Dohle 2013) wird auch hier festgestellt, dass die Journalist_innen durchaus Potential für Interessenskonflikte durch zu viel Nähe zu einer Organisation sehen, sie aber in der Regel nicht bei sich, sondern nur bei anderen ausmachen. Durch die Grenzziehungen, die jeweils das eigene Verhalten, das eigene Engagement oder die eigene Nähe als legitim und im Rahmen des Erlaubten definieren, das der anderen aber verurteilen, ist es den Journalist_innen möglich, ihre eigene gelebte Praxis zu rechtfertigen (vgl. Kapitel 7).

Die Frage nach Interessenskonflikten der gewerkschafts- und kirchennahen Journalist_innen ist indes aber nicht unbegründet. Die Logik des journalistischen Feldes konkurriert mit der Logik anderer sozialer Felder, weil dessen Akteur_innen versuchen, auf das journalistische Feld Einfluss zu nehmen. Journalist_innen, die nah dran am Geschehen anderer Felder sind – sei es das religiöse Feld im Falle der Kirchenredakteur_innen oder das politische im Falle der gewerkschaftsnahen Journalist_innen – könnten besonders anfällig für Versuche externer Akteur_innen sein, Einfluss auf die Berichterstattung zu nehmen. Obwohl bei den Kirchenredaktionen ein besonders enger Kontakt zu ihrem Berichtsgegenstand besteht und die Aufgabenbeschreibung der Redaktionen den Journalist_innen die Nähe zu den Kirchen nahezu aufzwingt (vgl. Kapitel 5.1), dadurch also Interessenskonflikte wahrscheinlich sind, ist das Empfinden der eigenen Autonomie bei den kirchennahen Journalist_innen aber größer als bei den gewerkschaftsnahen. Diese fühlen sich nicht eingeschränkt durch die Anforderungen der Gewerkschaften. Dafür sehen sie sich Vorbehalten von Redaktionskolleg_innen und Vorgesetzten und den Einschränkungen durch schlechte Arbeitsbedingungen und medienpolitische Herausforderungen ausgesetzt, die sie in ihrer täglichen Arbeit behindern.

Eigentlich müssten die kirchennahen Journalist_innen die Grenzen viel mehr spüren, ist doch die thematische Begrenzung der redaktionellen Arbeit eng und die Gefahr der Zurechtwei-

⁷³ Die Annahme des Third-Person-Effekts ist, dass Menschen andere Menschen für stärker beeinflussbar halten als sich selbst. „Dies gilt nicht nur für Werbung: So sind wir der Auffassung, uns selber könne es nicht schaden, unsere Zeit mit Computerspielen zu verbringen; wir fürchten aber gleichzeitig, andere Nutzer – insbesondere Jugendliche – könnten durch die Spielerei aggressiver und sozial isolierter werden. Wir selbst lassen uns auch von den attraktiven Schauspielern in Fernsehserien oder den Models in Zeitschriften wenig beeindrucken; dennoch sind wir argwöhnisch gegenüber einem solchen Schönheitskult, weil wir glauben, dass er bei anderen Mediennutzern eine Unzufriedenheit mit dem eigenem Aussehen auslösen könnte. Und auch mit Blick auf die Politik lässt sich eine ähnliche Beobachtung machen: Die Medienberichterstattung hat nur geringe Auswirkungen auf unsere eigene politische Sicht der Dinge, bei andere Menschen vermuten wir dagegen deutlich stärkere Effekte“ (Dohle 2013, 11).

sung durch die Kirche real. Doch da die Journalist_innen in ihren Dispositionen durch die kirchennahe Sozialisation und das Engagement in den Kirchen die Logik des kirchlichen Feldes verinnerlicht haben, die sie im Rahmen ihrer Arbeit in den Kirchenredaktionen so auch im journalistischen Feld anwenden können, spüren sie Begrenzungen ihrer Bewegungsfreiheit nicht. Einzig einer der kirchennahen Journalisten, der vorher lange bei einem anderen Medium gearbeitet hat, ist sich der besonderen Spielregeln in der Kirchenberichterstattung der öffentlich-rechtlichen Sender bewusst. Er kennt die Arbeit eines Journalisten, der über Kirchenthemen berichten möchte, ohne zum Kreis der Auserwählten zu gehören, und weiß deshalb die Privilegien des öffentlich-rechtlichen Kirchenredakteurs zu schätzen, gleichzeitig aber auch die Gefahren für die Unabhängigkeit des Journalismus zu reflektieren.

8.4 Haltung und Objektivität

Die Vorstellungen der Interviewpartner_innen von Objektivität zeigen die gesamte Bandbreite der in Kapitel 2.2 vorgestellten Ansätze. Sie reichen von der konstruktivistischen, erkenntnistheoretischen Sichtweise des Nicht-Vorhandenseins einer Realität bis hin zu der Annahme, man könne eine vorhandene Realität neutral abbilden (vgl. Kapitel 6.3). Auch die Mechanismen zur Herstellung von Objektivität decken sich mit den theoretisch hergeleiteten Antwortmöglichkeiten.

Inwieweit sich die hier befragten Journalist_innen durch das Vorhandensein ihre Wertegebundenheit von der Gesamtheit der Journalist_innen unterscheiden, kann nur vermutet werden, da nur oberflächliche Vergleichsdaten vorliegen. Eine so deutliche Zustimmung zu den Werten von Kirche und Gewerkschaften und die Selbstzuschreibung als wertebundener oder gar ideologisch gebundener Mensch wird allerdings wohl nicht von allen Journalist_innen geteilt werden. Die Journalist_innen der vorliegenden Studie bekennen sich klar zu den von ihrer Organisation vertretenen Werten, wenngleich sie das nicht davon abhält, deutliche Kritik am Handeln von Kirchen und Gewerkschaften zu formulieren und sich von den Institutionen abzugrenzen (vgl. Kapitel 4.4). Eine Zustimmung zu den Werten ist also nicht gleichzusetzen mit einer blinden Loyalität zur Organisation. Nach Meinung der Journalist_innen prägt die Wertegebundenheit den Blick auf die Gesellschaft und die Wahrnehmung der Zustände. Die meisten sind sich ihrer Brille (Bourdieu 1998a, 25) bewusst.

Glenn Greenwald, der gemeinsam mit Laura Poitres die Snowden-Enthüllungen publik machte, ist der Meinung, Journalist_innen seien immer auch Aktivist_innen, „egal, ob sie das zugeben oder nicht“. Ein_e Aktivist_in sei jemand, der_die auf ein bestimmtes Ziel hinarbeite, Einfluss nehmen und die Welt in irgendeiner Art und Weise ändern möchte. Ein_e Journalist_in habe, so Greenwald,

„immer ein Interesse und übernimmt bestimmte Anschauungen, die Auswirkungen auf ihn[_sie] haben. [...] Ich glaube nicht, dass man sich Fakten neutral anschauen kann. Wir sind alle ein Produkt von nationalen, sozioökonomischen, kulturellen und persönlichen Erfahrungen. Die beeinflussen, wie wir die Welt sehen.“ (Greenwald in ZAPP 2014a)

Von objektivem Journalismus zu sprechen, sei deshalb „schlicht Betrug“, so Greenwald. Diese Einschätzung teilen auch die meisten Interviewpartner_innen. Einige von ihnen geben in Übereinstimmung mit Bourdieu zu bedenken, nicht nur sie als Mitglieder und teilweise Engagierte trügen eine Brille, sondern alle Journalist_innen. Immer wieder weisen sie auch darauf hin, wichtig sei nicht der Verzicht auf Positionierung und Haltung, sondern vielmehr das Transparentmachen des Standpunktes. Dafür allerdings muss man sich des eigenen Standpunktes bewusst sein. Hier dürften diejenigen Journalist_innen, die sich klar zu den Werten bestimmter Organisationen bekennen und das auch durch Mitgliedschaft verdeutlichen, im Vorteil sein gegenüber jenen Journalist_innen, die sich aus Sorge um den Verlust ihrer Neutralität nicht binden wollen und so in der gefühlten Ungebundenheit eingenommene Standpunkte nicht reflektieren. Die Gefahr lauert dieser Überlegung folgend also nicht bei den bewusst ideologisch gebundenen Journalist_innen, sondern bei denen, die sich ihrer Brille nicht bewusst sind. Denn nur im Bewusstsein des eigenen Standpunktes kann ein reflektiertes und ausbalanciertes Verhältnis zwischen Nähe und Distanz hergestellt werden, das nötig ist, um „in die inneren Windungen eines Feldes ein[zu]dringen [...], ohne sich darin zu verlieren“ (Prott 2008, 198).

Blum (2008) attestierte Politikjournalist_innen, sie seien bissige Schoßhunde, weil sie die politische Macht einerseits hofieren, andererseits kritisieren müssten. Die politische Macht ist in diesem Fall Gegenstand der Berichterstattung und in einigen politischen Systemen in der Lage, die Pressefreiheit einzuschränken und so schonungslose Machtkritik zu sanktionieren. Im Falle der Kirchenredaktionen sind die Kirchen Gegenstand der Berichterstattung, so dass sie den gleichen Herausforderungen ausgesetzt sind wie Politikjournalist_innen. Diese schätzen ihr Verhältnis zu Politiker_innen eher konfliktartig als harmonisch ein (vgl. Pfetsch und Mayerhöffer 2011, 52) und sehen sich selbst trotz der notwendigen Nähe zur Macht als Kritiker_innen der Missstände (vgl. Lünenborg und Berghofer 2010, 39). Die Balance zwischen Nähe zum Berichtsgegenstand und kritischer Distanz müssen auch alle anderen Journalist_innen wahren, die ihre für die Berichterstattung nötigen Quellen nicht verlieren wollen, sei es im Sport, in der Musik oder in der Wirtschaft. Die in vorliegender Studie befragten kirchennahen Journalist_innen, die in den Kirchenredaktionen arbeiten, sind aber besonders erschwerten Bedingungen ausgesetzt: Für sie sind die Kirchen nicht nur Gegenstand der Berichterstattung, sondern auch Auftraggeberin und Partnerin, wenn es um die Verkündigungssendungen geht. Die Redakteur_innen für Religion der öffentlich-rechtlichen Anstalten scheinen sich in einer „Zwitterstellung“ zu befinden, so Herbig (1999,

125). Sie seien zwar nicht dem System Kirche zuzuordnen, sondern seien Abteilungen der öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten, aber ihre Arbeit sei „an der Grenze der System Kirche und Rundfunk angesiedelt“ (Herbig 1999, 131).

Einzelne Kirchenredakteur_innen grenzen sich von dem der Kirche zugeordneten Aufgabenbereich so weit ab, dass der Kontakt mit den Kirchen jenseits der Berichterstattung auf ein Minimum reduziert werden kann (vgl. Kapitel 7). Doch in der Regel herrschen ein reger Austausch und eine als gut empfundene Zusammenarbeit (vgl. Kapitel 5.4 und 6.6). Dem Selbstverständnis der Kritiker von Missständen und der Kontrolle der Macht stimmen die Kirchenredakteur_innen in der Regel nicht zu. Sie sehen sich eher als Vermittler, möchten die Kirche im Programm präsent halten, das Christentum erklären und Besinnung bieten (vgl. Kapitel 6.2). Eine inhaltliche und organisatorische Nähe zum Berichtgegenstand scheint bei den kirchennahen Journalist_innen keine Frage des täglichen Auslotens zu sein, sondern eine Grundvoraussetzung für die Ausübung ihrer Arbeit und der Erfüllung ihres Auftrags. Die große Nähe mit der Kirche zeigt sich auch in der Sprache der Journalist_innen, die das vertrauliche „du“ verwenden, wenn sie Gespräche mit Kirchenvertreter_innen wiedergeben, in den Schilderungen des Umgangs der Kirchenredakteur_innen untereinander, die wie eine große Familie wirken, und die Verwendung des verbindenden und identitätsstiftenden „wir“, selbst wenn eigentlich über die Kirche gesprochen wird und nicht über die Journalist_innen – etwa wenn K03 sagt, „wir sind ja über die Caritas ein riesiger Arbeitgeber“ und mit „wir“ die Kirche meint, sich aber als „Innen der Kirche“ (Russ 2004, 170f) dazu zählt und nicht die Außensicht als Journalist_in wählt (vgl. Kapitel 7.1). Bissig sind die Kirchenredaktionen höchstens ein bisschen, Schoßhunde (zwangsläufig?) schon, wenngleich die Grenzen zwischen Schoß und Hund fließend zu sein scheinen.

8.5 Messen mit zweierlei Maß

Die Gewerkschafter_innen, die meinen, die Nähe zur Gewerkschaft helfe bei der Einschätzung zum Beispiel von Tarifkonflikten und Fachwissen könne für die Berichterstattung nur bereichernd sein, stehen mit ihrer Einschätzung alleine da. So entgegnet der damalige stellvertretende BILD-Chefredakteur Nikolaus Blome beim dju-Journalistentag 2012 diesem Einwand: „Man muss nicht Gewerkschaftsmitglied sein, um klug oder halbwegs kundig über eine Tarifverhandlung zu schreiben“ (dju 2013, 64). Wenngleich die gewerkschaftsnahen Journalist_innen diese Meinung selbst nicht teilen, berichten sie von Vorbehalten von Redaktionskolleg_innen und Vorgesetzten gegenüber ihrer gewerkschaftlichen Bindung.

Für den Bereich der Kirchenberichterstattung gilt das so nicht: Wenn die kirchennahen Journalist_innen von Vorbehalten berichten, die sich auf ihre kirchliche Bindung beziehen, dann

geht es dabei höchstens um ihre Zugehörigkeit zur evangelischen Kirche in einem katholischen Sendegebiet oder umgedreht, nicht aber um die Kirchenbindung an sich. Diese wird als Vorteil für die Kirchenredakteur_innen betrachtet, weil die Fachkenntnis wahlweise über Religion, über das Christentum oder spezieller über das Innenleben der evangelischen oder katholischen Kirche für die Bearbeitung des Berichtsgegenstands als notwendig angesehen wird (vgl. Kapitel 4.3 und 7.2). Darin stimmen die Interviewpartner_innen mit dem ZDF-Chefredakteur überein (Frey 2013). Einige geben zu Bedenken, das sei nichts Besonderes für den Bereich der Religionsberichterstattung, Fachwissen sei z.B. auch im Sportjournalismus vonnöten. Ausgerechnet dem Sportjournalismus, wo „kühle Distanz [...] an Vaterlandsverrat“ (Prott 2008, 198) grenzt, wird allerdings wegen der zu großen Nähe Korruptierbarkeit unterstellt (vgl. Mikos 2010, 458). Als Maßstab und positiver Bezugspunkt eignet sich dieser also nicht.

Darüber hinaus ist die Logik der Fachkompetenz inkonsistent. Denn auf der anderen Seite übernehmen die Kirchen selbst die inhaltliche Verantwortung für die Verkündigungssendungen (vgl. EKD/Bräuer 2008, 3)⁷⁴, weil „säkulare Journalisten mit der Vermittlung von Glaubensinhalten und den besonderen kirchlichen, liturgischen Formen überfordert“ wären (Herbig 1999, 131f). Dieser Annahme folgend, müssten die Religionsredakteur_innen über diese Kenntnisse nicht verfügen. Ausgerechnet mit dem Fachwissen über Glaubensinhalte, kirchliche und liturgische Formen wird aber begründet, dass die Journalist_innen in den Kirchenredaktionen eine Kirchenbindung haben sollten. Mit dem Fachwissen wird sogar die Existenz und der Erhalt eigener Fachredaktionen für Religion legitimiert – während in anderen Bereichen derartige Fachredaktionen abgeschafft werden.

Die Kirchen beanspruchen für sich, die inhaltliche Verantwortung für die Verkündigung zu übernehmen, weshalb sie in deren Gestaltung – im Rahmen der Vorgaben des Rundfunkstaatsvertrags – völlig frei sind. Die Kirchenredakteur_innen übernehmen jedoch auch Aufgaben in der Verkündigung: Sie betreuen mehr oder weniger intensiv die Verkündigungssendungen, schulen Pfarrer_innen und redigieren kirchliche Texte (vgl. Kapitel 5.1). Öffentlich-rechtliche Journalist_innen unterstützen also im Grunde die Öffentlichkeitsarbeit⁷⁵ der Kirchen und bewerten die Übersetzung kirchlicher Sprache auch noch als journalistische Eigenleistung – Übersetzungsarbeit, die andere Organisationen wie die Gewerkschaften selbst leisten müssen. Diese sind auf Öffentlichkeitsarbeit angewiesen, um die Aufmerksam-

⁷⁴ Bei den bundesweit empfangbaren Programmen trägt der Medienbeauftragte der EKD die inhaltlich-theologische Verantwortung. Bei den ARD-Sendern ist der Beauftragte der jeweiligen Landeskirche im Sendegebiet verantwortlich, die katholische und evangelische Kirchen wechseln sich hierbei ab (vgl. EKD/Bräuer 2008, 3).

⁷⁵ Dabei dürfe man aber nicht Öffentlichkeitsarbeit mit dem „kirchlichen Öffentlichkeitsethos im Sinne des Sendungsauftrags der Kirche“ verwechseln, gibt Russ (2004, 39) zu bedenken.

keit des Journalismus auf sich zu ziehen (vgl. Prott 2005, 275). Es ist Aufgabe der Pressestellen der Gewerkschaften, ihre Inhalte so zu transportieren, dass die Medien und in der Folge auch die Mediennutzer_innen sie verstehen. Dabei genießen sie nicht den Luxus der Kirchen, auf Seiten der Journalist_innen ausreichend Ansprechpartner_innen vorzufinden, die die Sprache der Organisation sprechen und bei der Übersetzungsarbeit helfen. Im Gegenteil: Nur wenige Medienanstalten haben Fachleute für Gewerkschaftsfragen, weshalb Stockfisch eine „Entfachlichung“ (2004, 142) der Berichterstattung feststellt. Folgerichtig kritisieren die gewerkschaftsnahen Journalist_innen auch die unzureichende Pressearbeit der Gewerkschaften (vgl. Kapitel 4.4), während die kirchennahen Journalist_innen Entsprechendes für die Kirchen nicht einmal erwähnen.

8.6 Schmoren im eigenen Saft

Bourdieu's Beobachtung zufolge weisen die Journalist_innen viele Gemeinsamkeiten auf: „solche der beruflichen Voraussetzungen, aber auch der Herkunft und Ausbildung, lesen einander, sehen einander, begegnen sich bei Debatten, bei denen man immer auf dieselben Gesichter trifft, und all das führt zu einer Geschlossenheit des Milieus“ (Bourdieu 1998a, 33). Ihr Verhältnis ist deshalb geprägt durch

„heimliches Einverständnis und objektive Komplizenschaft, die auf gemeinsamen Interessen beruhen, welche ihrerseits mit ihrer Position im Feld der symbolischen Produktion und damit zusammenhängen, dass sie gemeinsame geistige Strukturen, Wahrnehmungs- und Bewertungskategorien haben, die aus ihrer sozialen Herkunft, ihrer Ausbildung (oder Nichtausbildung) resultieren“ (Bourdieu 1998a, 50).

Auf die kirchennahen Journalist_innen trifft diese Beobachtung zu. Sie sind umgeben von Menschen, die die gleiche Weltsicht haben und ähnlich sozialisiert sind, sie sind Teil homogener Redaktionen und sehen sich in den Hierarchien keinen Widerständen ausgesetzt. Es gibt kaum Auseinandersetzung mit anderen Themen und Redaktionen, weil in erster Linie eigene Sendeplätze bestückt werden, die Kirchenredakteur_innen also nicht im Arbeitsalltag mit anderen Fachjournalist_innen um Sendeminuten kämpfen müssen.

Die kirchennahen Journalist_innen haben das getan, was der ehemalige BILD-Mann Blome beim Journalist_innentag 2012 geraten hat (vgl. Kapitel 2.4.5): Sie haben eine Arbeitsstelle gewählt, die mit ihrer Haltung konsistent ist, einen Arbeitgeber, der die gleichen Werte teilt wie sie selbst. Dadurch gibt es eine große Übereinstimmung mit den Werten des Mediums und subjektiven Einstellung der Journalist_innen. Sie haben den „Spielsinn“ verinnerlicht und bewegen sich deshalb mühelos und ohne spürbare Einschränkungen im Feld.

Die Ausgestaltung und Hierarchie des Kapitals im religiösen Feld scheint mit der im journalistischen Feld nicht im Widerspruch zu stehen. Die Kirchenredakteur_innen können Kon-

takte aus dem Feld des Engagements auch für ihre journalistische Arbeit und die Durchsetzung bzw. Wahrung ihrer Interessen innerhalb des Senders nutzen. Bei den gewerkschaftlich gebundenen Journalist_innen wurden derartige Verbindungen nicht ersichtlich. Im Gegenteil: Der empfundene Rückhalt durch die gewerkschaftlichen Vertreter_innen in den Rundfunkräten ist gering, als medienpolitische Player werden die Gewerkschaften nicht wahrgenommen und innerhalb der Senderstruktur werden keinerlei Verbündete aus dem gewerkschaftlichen Kontext genannt. Die Gewerkschaften engagieren sich nicht in der Journalist_innenausbildung und bieten in der Folge auch keine Netzwerk- und Alumniarbeit an. Die Ausbildung sei auch nicht Aufgabe der Gewerkschaften, sondern die der Arbeitgeber, stellt die ver.di-Vertreterin klar (Kühn 2014). Auch sonst zeigt ver.di wenig Initiative, Journalist_innen zu aktivieren. Das rührt aus dem Selbstverständnis der Gewerkschaften, so Inez Kühn: „Gewerkschaft lebt von den Menschen, die drin sind. Wer was verändern will, muss aktiv werden. Wir verändern nicht stellvertretend. Das können wir auch gar nicht (ebd.)“

Die Kirchen hingegen fördern aktiv die Vernetzung der kirchennahen Journalist_innen und verfügen über weit gespannte und gut verdrahtete Netzwerke, was sich auch am Grad der Vernetzung und Interaktion der Interviewpartner_innen zeigt (vgl. Kapitel 5.4). Weit über die eigenen Kolleg_innen in den Redaktionen hinaus können die Journalist_innen so mit dem von K09 beschriebenen „Augenzwinkern“ und der „Verständigung“ rechnen, die aus dem Rückgriff auf die vergleichbare Sozialisation und das gemeinsame Wertesystem entsteht. Dass bei all den Absolvent_innen dieser Journalist_innenschule auch die Vermittlung der Spielregeln des journalistischen Feldes durch die christliche Akademie erfolgte, erklärt womöglich auch den in den Argumentationen der kirchennahen Journalist_innen nicht vorhandenen Widerspruch zwischen der Vermittlung christlicher Werte und dem journalistischen Anspruch an Objektivität und Distanz. Es scheint in ihrer Wahrnehmung keinen grundsätzlichen Unterschied zu geben zwischen der Wahrheit des Christentums und einer durch Journalismus vermittelten objektiven Wahrheit. Damit sind sie bei Weitem nicht alleine. Zwischen journalistischer und christlicher Ethik wird auch u.a. bei Wild kein Widerspruch gesehen: Die christliche Ethik sei „gemäß unserer kulturellen Wurzeln“ ein „geeigneter Beginn für die Überlegungen zu einer journalistischen Ethik“ (Wild 1990, 115).

Die kirchennahen Journalist_innen müssen also „nur ihren Habitus agieren lassen [...], um der immanenten Notwendigkeit des Feldes nachzukommen und den mit dem Feld gegebenen Anforderungen zu genügen“ (Bourdieu 1993, 113f). Vor anderen stehen sie aber als „vollkommen interessenfrei, uneigennützig“ da, weil sie sich der Verstrickung der Logiken der beiden Felder nicht bewusst sind und somit „manipuliert sind und Manipulatoren zugleich. Sie manipulieren sogar sehr oft um so besser, wenn sie selbst manipuliert sind, ohne es zu wissen“ (Bourdieu 1998a, 21).

8.7 Diskrepanzen zwischen Anspruch und Umsetzung

Insgesamt kann der hier befragten Gruppe von Journalist_innen aber eine geringere Zufriedenheit mit dem Beruf bescheinigt werden als sie Meyen und Riesmeyer (2009, 84ff) den von ihnen befragten Journalist_innen zuschreiben. Journalist_innen gelten aber üblicherweise als recht zufrieden mit ihrem Beruf, was an der von Kepplinger und Maurer bescheinigten Inkonsistenz zwischen Selbst- und Fremdbild liegen könnte: In anderen Bereichen nehmen Journalist_innen Missstände eher wahr als in den Medien, weshalb sie auch selten über Missstände in den Medien berichten (vgl. Kepplinger und Maurer 2008, 170). Die in dieser Arbeit befragten Journalist_innen berichten durchaus über Missstände. Dabei muss allerdings differenziert werden nach gewerkschafts- und kirchennahen Journalist_innen. Insbesondere erstere sind unzufrieden mit den Arbeitsbedingungen, kritisieren die Einschaltquotenhörigkeit und die Boulevardisierung. Die kirchennahen Journalist_innen sind wesentlich zufriedener mit ihrem Beruf (vgl. Kapitel 6.5). Die Schlussfolgerung kann jedoch nicht sein, dass Gewerkschafter_innen prinzipiell unzufriedener sind als gläubige Christ_innen. Denn auch in der JouriD-Studie wurde die Zufriedenheit mit den Arbeitsbedingungen abgefragt. Dabei finden sich keine großen Abweichungen zwischen der durchschnittlichen Bewertung durch alle Journalist_innen und den dju-Mitgliedern beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk. Mit der Höhe der Bezahlung sind letztere sogar zufriedener als alle Journalist_innen; dies gilt ebenso für die politische und weltanschauliche Linie des Medienbetriebs. An der Gewerkschaftsmitgliedschaft an sich kann die schlechtere Bewertung der Arbeitsbedingungen wohl nicht liegen.

Vielmehr wird die Sicht auf die Arbeitsbedingungen im Falle der vorliegenden Studie mit den Positionen der Journalist_innen im journalistischen Feld, in den Medienorganisationen und in den Redaktionen zusammenhängen. Die befragten kirchennahen Journalist_innen gehören homogen besetzten „Nischenredaktionen“ an, die sich mit einem klaren Arbeitsauftrag um religiöse Themen kümmern, einen starken Rückhalt in den Sendern, bedeutende Fürsprecher_innen in den Gremien und in den angrenzenden Feldern haben, und die darüber hinaus durch (teilweise gesetzlich) zugesicherte Sendeplätze nicht in Konkurrenz zu anderen Themen und Redaktionen stehen. Außerdem sind die meisten der Journalist_innen dieser Untersuchungsgruppe in leitenden Funktionen tätig.

Die gewerkschaftsnahen Journalist_innen sind hingegen in untergeordneten Positionen in Redaktionen mit unklarerer Aufgabenbeschreibung, mehr Rechtfertigungsdruck und weniger Rückhalt im Sender und in den Gremien, weshalb deren Existenz, Sendezeiten und Ressourcenausstattung in höherem Maße zur Disposition steht als bei den Kirchenredaktionen (vgl. Kapitel 5.5). Auch sind die einzigen beiden freien Journalist_innen dieser Studie Teil der

Gruppe der gewerkschaftsnahen Journalist_innen. Allerdings unterscheiden sich die Befunde auch dann nicht, wenn nur die leitenden fest angestellten gewerkschaftsnahen Journalist_innen betrachtet werden (vgl. Kapitel 6.5). Auch kann davon ausgegangen werden, dass aktive und engagierte Gewerkschafter_innen eine hohe Sensibilität für Missstände bei den Arbeitsbedingungen haben. Baugut und Scherr (vgl. 2013, 457) vermuten, dass Anhänger_innen politisch linker Meinungen, wie sie eher unter den gewerkschaftsnahen als unter den kirchennahen zu finden sein dürften, sensibler sind für Arbeitsbedingungen und weniger Chancen sehen, ihre Vorstellungen angesichts der politischen Linie ihres Mediums umzusetzen. Darüber hinaus machten einige den Eindruck, als würden sie eine Unzufriedenheit mit der Arbeitswelt an sich auf ihre eigenen Arbeitsbedingungen projizieren.

Die Zufriedenheit der kirchennahen Journalist_innen dürfte darüber hinaus im Zusammenhang mit dem von ihnen formulierten Auftragsverständnis stehen (vgl. Kapitel 6.2). Denn den eigenen Anspruch, einzuordnen, zu übersetzen oder zu erklären, umzusetzen, dürfte auch angesichts der Rahmenbedingungen der Kirchenredaktionen nicht schwer fallen. Auch unterliegen die Kirchenredaktionen vergleichsweise wenig dem Aktualitätsdruck und können statt Sensationen Hintergrundberichte liefern (vgl. Kapitel 6.5 und 6.7). Die Gefahr, dem eigenen Anspruch nicht gerecht zu werden, ist also relativ gering, was wiederum die Arbeitszufriedenheit erhöht (vgl. Baugut und Scherr 2013, 446). Angesichts des Auftragsverständnisses der gewerkschaftsnahen Journalist_innen als Aufklärer_innen und Kritiker_innen dürften diese schon eher eine Diskrepanz zwischen Anspruch und Umsetzung spüren – zumal unter den von ihnen beschriebenen Rahmenbedingungen. Durch die Diskrepanz zwischen Auftragsverständnis und -umsetzung entsteht eine kognitive Dissonanz und damit eine Spannung, die die Journalist_innen entweder durch die Änderung des Verständnisses oder durch eine andere Bewertung der Umsetzung lösen können (vgl. Baugut und Scherr 2013, 447). Baugut und Scherr (2013, 459) zeigen, dass Journalist_innen „in dem Maße Gefahr laufen, an ihrem Beruf zu verzweifeln, in dem sie infolge ihrer politischen Einstellung ein aktives, von Idealismus geprägtes Rollenverständnis haben, dem sie aus ihrer Sicht nicht gerecht werden.“

8.8 Mainstream vs. Minderheitenmeinung

„Interessenskonflikte gibt es nur da, wo es unterschiedliche Interessen gibt.“ (Die Anstalt, ZDF, April 2014)

Die kirchennahen Journalist_innen berichten kaum über Anfeindungen und sehen keine Diskrepanz zwischen dem, was sie berichten, und der Linie des Senders. Sie können sich auf die Hierarchien verlassen und sich im Zweifel auf die Sonderstellung der Kirche im Rundfunkstaatsvertrag beziehen. Dass den Kirchen im öffentlich-rechtlichen Fernsehen „eine promi-

nente Fläche eingeräumt“ (Nellessen 2008, 175) wird, liegt aber nicht nur an den rechtlichen Vorgaben, sondern auch an den Interessen „breiter Schichten des Publikums“ (Nellessen 2008, 176). Es stehe, so Nellessen, „für ARD und ZDF außer Zweifel, dass sie denselben Werten verbunden sind wie die großen Kirchen im Land“ (Nellessen 2008, 177). Die Sonderstellung der Kirchen und das christliche Menschenbild als Grundlage der journalistischen Ethik scheinen die unbestrittene „objektive Übereinkunft“ (Bourdieu 1993, 109) des journalistischen Feldes zu sein. Deshalb entstehen keine Konflikte in der eigenen Wahrnehmung, die Kirchenredakteur_innen sind Teil der dominierenden Gruppe, der Autorität im Feld. Das zeigt sich auch in der von ihnen nur schwach ausgeprägten Kritik an den Arbeitsbedingungen und am Rundfunksystem. Sie haben ein Interesse am Erhalt des Feldes mit seinen Spielregeln (vgl. Kapitel 2.4.5).

Dass es dabei nicht, wie die Namen der Kirchenredaktionen suggerieren, in erster Linie um Religionen oder gar um die Darstellung der Pluralität der Glaubensanbieter, sondern um die christlichen Kirchen geht, zeigt sich daran, dass Berichte über andere Religionen zwar stattfinden, nach Aussage der Interviewpartner_innen aber bei weitem nicht in dem Rahmen wie über das Christentum. Gründe hierfür werden einige genannt: Es fehlten die finanziellen Ressourcen, um eine_n muslimische_n Journalist_in zu beschäftigen, der Islam hätte keine Organisationsstruktur wie die Kirchen, so dass unklar sei, wer für diese Religion sprechen könne, weshalb man lieber ganz darauf verzichte, Vertreter_innen des Islam zu Wort kommen zu lassen und stattdessen höchstens Berichte über Muslime, nicht von Muslimen sende. Wie der Islam von den Kirchenredaktionen inhaltlich dargestellt wird, kann hier nicht beurteilt werden. Hafez und Richter (2008, 15) stellen für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk fest, er berichte über den Islam vor allem in negativen Zusammenhängen, wählte die Themen einseitig und sei islamophob. Die MDR-Programmrichtlinien (2011, 22) lassen darauf schließen, dass das auch in der Kirchenredaktion nicht anders gehandhabt wird. Dort wird unter „Religion und Soziales“ ausgeführt, die Sendereihen „Glaubwürdig“ und „Nah dran“ sollten die Vielfalt der religiösen Gruppen und Minderheiten widerspiegeln, auch Minderheiten zu Wort kommen lassen und Lebenshilfe und persönliche Orientierung bieten. Konkret liest sich das unter dem Punkt „Ziele und Ausblicke“ aber so: Es sollen Gottesdienste übertragen werden, als inhaltliche Schwerpunkte der Kirchentag, das Jubiläum eines Kirchenchors mit Festgottesdienst, eine Seligsprechung und die Weihe einer Kirche behandelt werden (vgl. ebd.). Neben den unkonkreten Zielen der „Abbildung der religiösen Vielfalt im Sendegebiet“ und dem „Aufgreifen von Lebensfragen, aktuellen weltanschaulichen Debatten und Konflikten“ findet sich ein sehr konkreter Auftrag: „brisante und kontroverse Darstellung von Themen wie Islam oder Sterbehilfe“ (ebd.).

Bei gewerkschaftsnahen Journalist_innen zeigt sich immer wieder deutlich ein Widerspruch zwischen dem, was sie denken und vermitteln wollen und dem, was sie als Gegenstand und Zielsetzung der Medien sehen, für die sie arbeiten. Auch die Kirchenredakteur_innen bemängeln zwar mitunter fehlende Zeit, um sich ausreichend lange mit Themen zu beschäftigen. Die gewerkschaftlichen Journalist_innen sehen das Problem aber nicht nur in fehlender Zeit für Recherchen, sondern auch im Desinteresse der Redaktionsleitungen und –kolleg_innen für ihre präferierten Themen. Sie sehen sich selbst als Angehörige einer Minderheit, die den stärkeren und wirkmächtigeren Interessen des Mainstreams ausgeliefert ist (vgl. Kapitel 5.3 und 6). Bei vielen der gewerkschaftsnahen Journalist_innen könnte man eine Dissonanz zwischen dem Habitus und den Spielregeln des journalistischen Feldes diagnostizieren. Sie wirken geradezu wie einsame Wölfe, die mit einem resignierten Kopfschütteln dem Rudel der Journalist_innen zusehen, das sich in einem anderen Tempo und mit einer anderen Zielsetzung uniform in eine den gewerkschaftsnahen Journalist_innen widerstrebenden Richtung bewegt. Dabei erinnern ihre Ausführungen stark an die maulige Journalist_innenschelte Bourdieus, aus dessen Vorträgen sich ebenso wie aus den hier vorliegenden Interviews mit einigen der gewerkschaftsnahen Journalist_innen die Schlussfolgerung aufdrängt, dass sich der Journalismus in einem unaufhaltsamen Abwärtssog befinde.

Bourdieu beobachtet zum Beispiel eine Tendenz, die auch einige der Interviewpartner_innen kritisierten: „In einem Universum, das von der Furcht beherrscht ist, zu langweilen, und von der Bemühung, um jeden Preis unterhaltsam zu sein“, sei Politik ein undankbares Thema, „ein wenig aufregendes, ja deprimierendes und schwer zu vermittelndes Schauspiel, das doch interessant gemacht werden soll“ (Bourdieu 1998a, 131). Deshalb würden Kommentator_innen durch „Spaßmacher“ ersetzt, Informationen, Analysen und Expertenrunden durch „reine Unterhaltung und insbesondere durch das bedeutungslose Geschwätz der Talkshows mit ihren immer wiederkehrenden und untereinander austauschbaren Teilnehmern“ ausgetauscht (ebd.). Unter den Journalist_innen beobachtet Bourdieu „die Neigung zu politischem Konformismus [...]. Noch bevor man sie zur Ordnung rufen muss, beugen sich die Menschen einer bewussten oder unbewussten Form der Selbstzensur“ (Bourdieu 1998a, 19), eine Tendenz, die er vor allem auf die Stellenunsicherheit zurückführt. G08 findet ähnlich klare Worte für das gleiche Phänomen:

„Ich finde nichts schlimmer als diese Teflon-Journalisten, die heute Nachrichtensendungen präsentieren, morgen bei einem Möbelhaus als gekaufter Moderator auftreten und am Freitag Abend irgendwo im dritten Programm eine Talkshow moderieren und alles mit dem gleichen Grinsen und der gleichen Unverbindlichkeit“ (G08, 59).

Die Schlussfolgerungen ähneln sich: Einige der Interviewpartner_innen sehen die Bildungs- und Aufklärungsfunktion der Medien vernachlässigt und sorgen sich um die politische Bildung. Auch Bourdieu sieht als Ergebnis des Bemühens um Unterhaltsamkeit und der Markt-

förmigkeit den „Gesamteffekt der Entpolitisierung oder genauer: politische Desillusioniertheit“ (Bourdieu 1998a, 136). Die Journalist_innen, „diese Tagelöhner des Alltäglichen, [sein] zur Produktion einer Wiedergabe der Welt verurteilt, die sie als diskontinuierliche Abfolge von Momentaufnahmen erscheinen lässt“ (Bourdieu 1998a, 137).

Auch die gewerkschaftsnahen Interviewpartner_innen beobachten eine Entpolitisierung. Zumindest bezüglich des Engagements in traditionellen Großorganisationen haben sie mit diesem Eindruck Recht. Es sind nicht mehr Gewerkschaften, Parteien oder Kirchen, „denen man sich anvertraut und die als Vehikel für Partizipation und Interessenvertretung dienen“ (Zimmer 2007, 14). Das Engagement hat sich in andere gesellschaftspolitische Gruppen wie Greenpeace oder Attac verlagert. Die Verweigerung einer Haltung, wie sie die gewerkschaftsnahen Journalist_innen bei den jungen Journalist_innen beobachten, muss daraus aber nicht folgen.

Obwohl die gewerkschaftsnahen Journalist_innen ihre Einstellungen fernab des Feldes, dem sie nun angehören, erworben haben, haben einige von ihnen offenbar den „Kampf mit den Kräften des Feldes“ (Bourdieu 1998b, 25) aufgenommen. Sie haben nicht den Weg gewählt, ihre Dispositionen den Strukturen zu beugen, sondern scheinen es sich zur Aufgabe gemacht zu haben, „diese Strukturen so abzuwandeln, dass sie sich schließlich ihren Dispositionen fügen“ (ebd.) – möglicherweise dem „kleinen normativen Postscriptum“ folgend, das Bourdieu seinem Vortrag „Im Banne des Journalismus“ angefügt hat:

„Die verborgenen Zwänge zu enthüllen, die auf den Journalisten lasten und die sie ihrerseits an alle kulturellen Produzenten weitergeben, heißt nicht – muss es eigens betont werden? – Verantwortliche anprangern, mit dem Finger auf Schuldige zeigen. Es heißt, den einen wie den anderen eine Chance geben, sich durch Bewusstwerdung von dem Bann zu lösen, der von diesen Mechanismen ausgeht, und vielleicht das Programm einer konzertierten Aktion [...] entwerfen“ (Bourdieu 1998a, 120f).

Literatur

- Abromeit, Heidrun (1989): Sind die Kirchen Interessenverbände? In: Heidrun Abromeit und Göttrik Wewer (Hrsg.): Die Kirchen und die Politik. Beiträge zu einem ungeklärten Verhältnis. Opladen: Westdeutscher Verlag GmbH. 244–260.
- Ad-hoc-Kommission im Auftrag des Rates der Evangelischen Kirche in Deutschland (1997): Mandat und Markt - Perspektiven evangelischer Publizistik. Publizistisches Gesamtkonzept 1997. unter: http://www.ekd.de/EKD-Texte/publizistik_1997_adhoc.html.
- Anczikowski, Katharina (2008): Berufsrolle und Selbstverständnis von Technikjournalisten. Ein Einblick in das Berufsfeld und seine Besonderheiten. In: Andreas Schünchen (Hrsg.): Technikjournalismus. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft. 17–28.
- Arlt, Hans-Jürgen (1998): Kommunikation, Öffentlichkeit, Öffentlichkeitsarbeit. PR von gestern, PR für morgen - Das Beispiel Gewerkschaft. Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag GmbH.
- Arlt, Hans-Jürgen, Otfried Jarren (1996): Mehr PR wagen? Über Agitation, Öffentlichkeitswandel und Gewerkschaftsreform. In: Gewerkschaftliche Monatshefte 47 (5): 298–308.
- Arnold, Anne-Katrin, Beate Schneider (2008): Interdisziplinärer Theorietransfer in der Kommunikationswissenschaft am Beispiel des sozialen Kapitals. In: Carsten Winter, Andreas Hepp und Friedrich Krotz (Hrsg.): Theorien der Kommunikations- und Medienwissenschaft. Grundlegende Diskussionen, Forschungsfelder und Theorieentwicklungen. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 193–209.
- Arp, Anja (2008): Privilegiert oder doch geknechtet? Die Freien im öffentlich-rechtlichen Rundfunk. In: Frank Wernecke (Hrsg.): Funk & Fernsehen für alle. Für einen zukunftsfähigen öffentlich-rechtlichen Rundfunk. Hamburg: VSA-Verlag. 196–202.
- Arzheimer, Kai (2009): Ideologien. In: Viktoria Kaina und Andrea Römmele (Hrsg.): Politische Soziologie. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 83–108.
- Bastin, Gilles (2003): Ein Objekt, das sich verweigert: Der Journalismus in der Soziologie Pierre Bourdieus. Einige Bemerkungen über das ‚journalistische Feld‘. In: Publizistik 48 (3): 258–273.
- Bauer, Ulrich (2011): Sozialisation und Ungleichheit. Eine Hinführung. Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Baugut, Philip, Sebastian Scherr (2013): Der Einfluss politischer Einstellungen auf Rollenverständnis und Arbeitszufriedenheit von Journalisten. In: Studies in Communication. Medie (SCM) 2. Jahrgang (4): 437–468.
- Beck, Klaus, Simon Berghofer, Leyla Dogruel und Janine Greyer (2012): Wirtschaftsberichterstattung in der Boulevardpresse. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Beck, Klaus, Dennis Reineck und Christiane Schubert (2009): Journalistische Qualität in der Wirtschaftskrise. Eine Studie im Auftrag des Deutschen Fachjournalisten-Verbandes (DFJV). unter: http://www.polsoz.fu-berlin.de/kommwiss/institut/kommunikationspolitik/media/Studie_Journalistische_Qualitaet_03_2010.pdf.

- Bentele, Günter (1988): Wie objektiv können Journalisten sein? In: Lutz Erbring, Stephan Ruß-Mohl, Berthold Seewald und Bernd Söseman (Hrsg.): Medien ohne Moral. Variationen über Journalismus und Ethik. Berlin: Argon Verlag. 196–225.
- Bentele, Günter, Howard Nothaft (2008): The Intereffication Model: Theoretical Discussion and Empirical Research. In Ansgar Zerfass, Betteke van Ruler und Krishnamurthy Sriramesh (Hrsg.): Public Relations Research. European and International Perspectives and Innovations. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 33–47.
- Berrens, Edith Maria (2010): Einstellungen von Journalisten zu christlichen Grundwerten. Hausarbeit zur Erlangung des Akademischen Grades einer Magistra Artium. vorgelegt dem Fachbereich Sozialwissenschaften, Medien und Sport der Johannes Gutenberg-Universität Mainz. Mainz: unveröffentlichtes Manuskript.
- Bertelsmann Stiftung (Hrsg.) (2009): Woran glaubt die Welt? Analysen und Kommentare zum Religionsmonitor 2008. Gütersloh: Verlag Bertelsmann-Stiftung.
- Bieth, Tina (2012): NGOs und Medien. Eine empirische Studie zum Verhältnis von Public Relations und Journalismus. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Bizeul, Yves (2009): Glaube und Politik. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Blöbaum, Bernd, Alexander Görke, Holger Hettwer, Marcel Machill und Franco Zotta. (2005): Wissenschaftsjournalismus bei Regional- und Boulevardzeitungen. Befragung, Inhaltsanalyse und Ausbildungsperspektiven. Bertelsmann-Stiftung. unter: http://www.bertelsmann-stiftung.de/cps/rde/xbcr/SID-E2E96D27-A7E7F821/bst/Endfassung_RegionalStudie_pag_04-09-13.pdf.
- Blum, Roger (2008): Die bissigen Schoßhunde. Politischer Journalismus zwischen Machtkritik und Machtverliebtheit. In: Bernhard Pörksen, Wiebke Loosen und Armin Scholl (Hrsg.): Paradoxien des Journalismus. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 235–246.
- Boetzkes, Claus-Erich (2008): Organisation als Nachrichtenfaktor. Wie das Organisatorische den Content von Fernsehnachrichten beeinflusst. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Bourdieu, Pierre (1979): Entwurf einer Theorie der Praxis auf der ethnologischen Grundlage der kabyllischen Gesellschaft. suhrkamp taschenbuch wissenschaft 291. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.
- — — (1987): Die Auflösung des Religiösen. In: Pierre Bourdieu: Rede und Antwort, Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag. 231–237.
- — — (1993): Über einige Eigenschaften von Feldern. In: Pierre Bourdieu: Soziologische Fragen, Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag. 107–114.
- — — (1996): Die Demokratie braucht Soziologie. In: Die Zeit vom 21. Juni 1996. unter: <http://www.zeit.de/1996/26/soziol.txt.19960621.xml>.
- — — (1998a): Über das Fernsehen. edition suhrkamp 2054. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.
- — — (1998b): Vom Gebrauch der Wissenschaft. Für eine klinische Soziologie des wissenschaftlichen Feldes. Konstanz: UVK.

- Bourdieu, Pierre, Loic J.D. Wacquant (1996): *Reflexive Anthropologie*. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.
- Braunschweig, Stefan, Hans Kleinsteuber, Volkert Wiesner und Peter Wilke (1990): *Radio und Fernsehen in der Bundesrepublik. Erfahrungen und Anätze für eine gewerkschaftliche Politik*. Köln: Bund-Verlag.
- Bredow, Wilfried von, Thomas Noetzel (2009): *Politische Urteilskraft*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Brosius, Hans-Bernd, Patrick Rössler und Claudia Schulte zur Hause (2000): *Zur Qualität der Mediekontrolle: Ergebnisse einer Befragung deutscher Rundfunk- und Medienräte*. In: *Publizistik* 45 (4): 417–441.
- Buckow, Isabelle (2011): *Freie Journalisten und ihre berufliche Identität. Eine Umfrage unter den Mitgliedern des Journalistenverbands Freischreiber*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Casanova, José (2010): *Religion und Öffentlichkeit. Ein Ost-/Westvergleich*. In Karl Gabriel und Hans-Richard Reuter (Hrsg.): *Religion und Gesellschaft. Texte zur Religionssoziologie*. 2. Aufl., Paderborn: UTB. 271–293.
- Cornils, Matthias (2009): *Die Kirchen in den Rundfunkgremien*. In: *Zeitschrift für evangelisches Kirchenrecht*, Band 54, Nr. 4: 417–444.
- Damberg, Wilhelm, Antonius Liedhegener (Hrsg.) (2006): *Katholiken in den USA und Deutschland. Kirche, Gesellschaft und Politik*. Münster: Aschendorff Verlag.
- Da Re, Stephan (2003): *Religion und Kirche in den Medien. Die christliche Botschaft unter den Bedingungen der Fernsehkommunikation*. Marburg: Tectum Verlag.
- DER SPIEGEL (1987): *Einflugschneisen für Gottes Wort*. In: *DER SPIEGEL*, Nr. 18: 230–236.
- DGB-Bundesvorstand (Hrsg.) (1996): *Die Zukunft gestalten. Grundsatzprogramm des Deutschen Gewerkschaftsbundes. Beschlüssen auf dem 5. Außerordentlichen Bundeskongress am 13.-16. November 1996 in Dresden*. Berlin. unter: <http://www.dgb.de/themen/++co++mediapool-a9fa09863177d704d888ed62e1ae6fc5>
- Diekmann, Andreas (1998): *Empirische Sozialforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen*. 4. Aufl. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag GmbH.
- dju (2006): *Über die dju*. Unter: http://dju.verdi.de/ueber_die_dju.
- — — (2013): *Dokumentation Journalistentag 2012*. unter: <http://dju.verdi.de/aktuell/dokumentationen/jt/data/Zur-ausfhlichen-Dokumentation-aller-Beitrage-und-Diskussionen.pdf>.
- DJV (2009): *Berufsbild Journalistin - Journalist*. unter: http://www.djv.de/fileadmin/user_upload/Infos_PDFs/Flyer_Broschuren/Berufsbild_Journalistin_Journalist.pdf.
- — — (2014): *DJV-Umfrage Freie Journalisten 2014. Zwischenbericht*. unter: http://www.djv.de/fileadmin/user_upload/Freidateien/Freie-Hintergrund/Zwischenbericht-Umfrage-Freie-2014.pdf.

- Dohle, Marco (2013): Third-Person-Effekt. Konzepte. Ansätze der Medien- und Kommunikationswissenschaft 8. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft.
- Donges, Patrick (2008): Medien als Strukturen und Akteure: Kommunikationswissenschaftliche Theoriediskussion zwischen System- und Handlungstheorie. In: Carsten Winter, Andreas Hepp und Friedrich Krotz (Hrsg.): In Theorien der Kommunikations- und Medienwissenschaft. Grundlegende Diskussionen, Forschungsfelder und Theorieentwicklungen. Medien - Kultur - Kommunikation. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 329–344.
- Donsbach, Wolfgang (1979): Kommunikationswissenschaftler ante portas. Journalisten-Einstellungen zur Journalisten-Ausbildung. In: Hans Mathias Kepplinger (Hrsg.): Angepaßte Außenseiter. Was Journalisten denken und wie sie arbeiten. Alber-Broschur Kommunikation 8. Freiburg, München: Alber. 210–222.
- — — (1993): Journalismus versus journalism - ein Vergleich zum Verhältnis von Medien und Politik in Deutschland und in den USA. In: Wolfgang Donsbach, Otfried Jarren, Hans Mathias Kepplinger und Barbara Pfetsch (Hrsg.): Beziehungsspiele - Medien und Politik in der öffentlichen Diskussion. Gütersloh: Verlag Bertelsmann-Stiftung. 283–315.
- — — (2005): Rollenselbstverständnis. In: Siegfried Weischenberg, Hans J. Kleinsteuber und Bernhard Pörksen (Hrsg.): Handbuch Journalismus und Medien. Praktischer Journalismus 60. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft. 415–420.
- — — (2008): Im Bermuda-Dreieck. Paradoxien im journalistischen Selbstverständnis. In: Bernhard Pörksen, Wiebke Loosen und Armin Scholl (Hrsg.): Paradoxien des Journalismus. Theorie - Empirie - Praxis. Festschrift für Siegfried Weischenberg. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 147–164.
- — — (2009): Journalist. In: Elisabeth Noelle-Neumann, Winfried Schulz und Jürgen Wilke (Hrsg.): Publizistik Massenkommunikation. 5. Aufl. Das Fischer Lexikon. Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch Verlag. 78–125.
- Donsbach, Wolfgang, Thomas Patterson (2003): Journalisten in der politischen Kommunikation: Professionelle Orientierungen von Nachrichtenredakteuren im internationalen Vergleich. In: Frank Esser und Barbara Pfetsch (Hrsg.): Politische Kommunikation im internationalen Vergleich. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 281–304.
- Donsbach, Wolfgang, Mathias Rentsch (2011): Methodische Designs zur Messung subjektiver Einflüsse auf Nachrichtenentscheidungen von Journalisten. In: Olaf Jandura, Thorsten Quandt und Jens Vogelgesang (Hrsg.): Methoden der Journalismusforschung. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 155–170.
- Donsbach, Wolfgang, Mathias Rentsch, Anna-Maria Schielicke und Sandra Degen (2009): Entzauberung eines Berufs. Was die Deutschen vom Journalismus erwarten und wie sie enttäuscht werden. Institut zur Förderung publizistischen Nachwuchses (Hrsg.). Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft.
- Dussel, Konrad (2010): Deutsche Rundfunkgeschichte. 3. Aufl. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft.
- Ehmig, Simone Christine (2002): Generationenwechsel im deutschen Journalismus. Fachjournalist, Nr. 4: 3–5.

- EKD/Bräuer, Markus (2008): Im Dialog. Die Medienarbeit der Evangelischen Kirche. unter: http://archive.tv-ev.de/tv_downloads/081215EKDImagebroschuereImDialog.pdf.
- Elster, Ines (1979): Journalisten zweiter Klasse. Die ständigen freien Mitarbeiter der Rundfunkanstalten. In: Hans Mathias Kepplinger (Hrsg.): Angepaßte Außenseiter. Was Journalisten denken und wie sie arbeiten. Alber-Broschur Kommunikation 8. Freiburg, München: Alber. 142–65.
- Engelmann, Ines (2012): Alltagsrationalität im Journalismus. Akteurs- und organisationsbezogene Einflussfaktoren der Nachrichtenauswahl. Konstanz und München: UVK Verlagsgesellschaft.
- Esser, Frank (1998): Die Kräfte hinter den Schlagzeilen. Englischer und deutscher Journalismus im Vergleich. Alber-Reihe Kommunikation 23. Freiburg, München: Verlag Karl Alber GmbH.
- Esser, Frank, Hartmut Weßler (2002): Journalisten als Rollenträger: redaktionelle Organisation und berufliches Selbstverständnis. In: Otfried Jarren und Hartmut Weßler (Hrsg.): Journalismus - Medien - Öffentlichkeit. Eine Einführung. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag GmbH. 165–240.
- Eugster, Veronika, Constanze Jecker, Philomen Schönhagen und Joachim Trebbe (2010): Religion im Fernsehen. Schlussbericht zum Forschungsprojekt im Rahmen des NFP58 ‚Religionsgemeinschaften, Staat und Gesellschaft‘. unter: http://www.nfp58.ch/files/downloads/nfp_reli_schluss-03-06-10.pdf.
- Evangelische Kirche von Westfalen (2004): Reformprozess ‚Kirche mit Zukunft‘. Handreichung ‚Mitgliederorientierung als Leitbegriff kirchlichen Handelns‘. unter: http://www.evangelisch-in-westfalen.de/fileadmin/ekvw/dokumente/synode/LS_verhandlungen_2004_endfassung.pdf (ab S. 305).
- Evangelischer Presseverband für Westfalen und Lippe e.V. (2004): Verhandlungen der 1. (ordentlichen) Tagung der 15. Westfälischen Landessynode vom 15. bis 19. November 2004. unter: http://www.evangelisch-in-westfalen.de/fileadmin/ekvw/dokumente/synode/LS_verhandlungen_2004_endfassung.pdf.
- Frerk, Carsten (2010): Violettbuch Kirchenfinanzierung. Wie der Staat die Kirchen finanziert. Aschaffenburg: Alibri Verlag.
- Frey, Peter (2013): Interview mit dem ZDF-Chefredakteur Peter Frey. Berlin.
- Friedrichs, Hanns Joachim (1994): Journalistenleben. München: Droemer Knauer.
- Gärtner, Christel (2009): Die Rolle der Medien bei der Rückkehr der Religion. Die habituellen Voraussetzungen für die Wahrnehmung und Deutung religiöser Ereignisse bei journalistischen ‚Meinungsmachern‘. In: Maud E. Sieprath (Hrsg.): Religion und Massenmedien. Religionen in Kultur und Gesellschaft 2. Berlin: Weißensee Verlag. 67–97.
- Gärtner, Christel, Karl Gabriel und Hans-Richard Reuter (2012): Religion bei Meinungsmachern: Eine Untersuchung bei Elitejournalisten in Deutschland. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

- Greck, Regina, Klaus-Dieter Altmeppen (2012): Watchdogs, Quälgeister oder Schönfärber? In: Klaus-Dieter Altmeppen und Regina Greck (Hrsg.): Facetten des Journalismus. Theoretische Analysen und empirische Studien. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 111–117.
- Haas, Hannes, Heinz Pürer (1991): Berufsauffassungen im Journalismus. In: Heinz-Werner Stuiber und Heinz Pürer (Hrsg.): Journalismus. Anforderungen, Berufsauffassungen, Verantwortung. Eine Aufsatzsammlung zu aktuellen Fragen des Journalismus. Kommunikationswissenschaftliche Studien 2. Nürnberg: Verlag der Kommunikationswissenschaftlichen Forschungsvereinigung. 71–86.
- Haberer, Johanna, Daniel Meier (2008): Religion. In: Lutz Hachmeister (Hrsg.): Grundlagen der Medienpolitik. Ein Handbuch. Schriftenreihe der Bundeszentrale für politische Bildung 695. Bonn: Deutsche Verlags-Anstalt. 343–347.
- Hackenbroch, Rolf (1998): Verbände und Massenmedien. Öffentlichkeitsarbeit und ihre Resonanz in den Medien. Wiesbaden: Deutscher Universitäts-Verlag.
- Hafez, Kai, Carola Richter (2008): Das Islambild von ARD und ZDF. Themenstrukturen einer Negativagenda. *Fachjournalist*, Nr. 3: 10–16.
- Hahn, Caroline (2010): Die Aufsicht des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Studien zum deutschen und europäischen Medienrecht 42. Frankfurt am Main: Peter Lang.
- Hahn, Oliver, Julia Lönnendonker und Roland Schröder (Hrsg.) (2008): Deutsche Auslandskorrespondenten. Ein Handbuch. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft.
- Hanitzsch, Thomas (2007): Die Struktur des journalistischen Felds. In: Klaus-Dieter Altmeppen, Thomas Hanitzsch und Carsten Schlüter (Hrsg.): Journalismustheorie: Next Generation. Soziologische Grundlegung und theoretische Innovation. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 239–260.
- — — (2009): Zur Wahrnehmung von Einflüssen im Journalismus. Komparative Befunde aus 17 Ländern“. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft* 57 (2): 153–173.
- Hanitzsch, Thomas, Folker Hanusch, Claudia Mellado, Maria Anikina, Rosa Berganza, Incilay Cangoz, Mihai Coman et al. (2011): Mapping Journalism Cultures Across Nations. A comparative study of 18 countries. In: *Journalism Studies* 12 (3): 273–293.
- Hanitzsch, Thomas, Josef Seethaler (2009): Journalismuswelten. Ein Vergleich von Journalismuskulturen in 17 Ländern. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft* 57 (4): 464–483.
- Hauer, Stefanie (2012): Sportjournalismus in Deutschland. Vom Marktschreier bis zum Missionar: Das berufliche Selbstverständnis von Sportjournalisten in Deutschland. *Sportpublizistik* 8. Berlin: LIT Verlag Dr. W. Hopf.
- Herbig, Nicola (1999): Kirche oder Kommerz? Analyse der publizistischen Funktion evangelischer Privatfunkredaktionen im Schnittpunkt der Systeme Religion, Massenkommunikation und Wirtschaft in der BRD. *Beträge zur Kommunikationstheorie* 16. Münster: LIT Verlag.
- Hertl, Michael (2010): Botschaft und Sendung. Kirchenfernsehen in Deutschland und den USA. Glaubenskommunikation. Reihe Zeitzeichen 26. Ostfildern: Schwabenverlag.

- Hoffjann, Olaf (2007): Journalismus und Public Relations. Ein Theorieentwurf der Intersystembeziehungen in sozialen Konflikten. 2. Aufl. Organisationskommunikation. Studien zu Public Relations/Öffentlichkeitsarbeit und Kommunikationsmanagement. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, GWV Fachverlage GmbH.
- Hohlfeld, Ralf (2013): Journalistische Beobachtung des Publikums. In: Klaus Meier und Christoph Neuberger (Hrsg.): Journalismusforschung. Stand und Perspektiven. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft. 135–146.
- Hömberg, Walter (2003): Rundfunk der Bürger. Chancen und Probleme der gesellschaftlichen Kontrolle. In: Manfred Kops (Hrsg.): Öffentlich-rechtlicher Rundfunk in gesellschaftlicher Verantwortung. Anspruch und Wirklichkeit. Beiträge des Kölner Initiativkreises öffentlicher Rundfunk 1. Münster: LIT Verlag. 73–93.
- Horky, Thomas, Thorsten Schauerte, Jürgen Schwier und Deutscher Fachjournalisten-Verband (2009): Sportjournalismus. Praktischer Journalismus 86. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft.
- Hurth, Elisabeth (2008): Religionen im Trend oder Inszenierung für die Quote?. Ostfildern: Patmos Verlag.
- Ihle, Holger, Annette Lamprecht und Daniel Lorenz (2005): Kämpfer, Widerborste, Funktionäre. In: Mitbestimmung, Nr. 01+02/2005. http://boeckler.de/20058_20068.htm.
- infratest dimap (2014): Vertrauen in Medien-Berichterstattung über den Ukraine-Konflikt. Eine Studie von infratest dimap für das Medienmagazin ZAPP. unter: <http://www.ndr.de/fernsehen/sendungen/zapp/infratest102.pdf>.
- Inglehart, Ronald (1997): Vergleichende Wertewandelforschung. In: Dirk Berg-Schlosser und Ferdinand Müller-Rommel (Hrsg.): Vergleichende Politikwissenschaft. 3. Aufl., Uni-Taschenbücher 1391. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 141–158.
- Jarren, Otfried, Patrick Donges (2011): Politische Kommunikation in der Mediengesellschaft. Eine Einführung. 3. Aufl. Studienbücher zur Kommunikations- und Medienwissenschaft. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Jarren, Otfried, Werner A. Meier (2002): Mediensysteme und Medienorganisationen als Rahmenbedingungen für den Journalismus. In: Otfried Jarren und Hartmut Weßler (Hrsg.): Journalismus - Medien - Öffentlichkeit. Eine Einführung. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag GmbH. 99–163.
- Jecker, Constanze (Hrsg.) (2011): Religionen im Fernsehen. Analysen und Perspektiven. Konstanz: UVK.
- Jentges, Erik, Matthias Brändli, Patrick Donges und Otfried Jarren (2012): Die Kommunikation politischer Interessengruppen in Deutschland: Adressaten, Instrumente und Logiken. In: Studies in Communication. Medie (SCM) 1. Jahrgang (3-4): 381–409.
- Junghanns, Kathrin, Thomas Hanitzsch (2006): Deutsche Auslandskorrespondenten im Profil“. In: Medien & Kommunikationswissenschaft 54. Jahrgang (3): 412–429.
- Karmasin, Matthias (2005): Journalismus: Beruf ohne Moral. Von der Berufung zur Profession. Wien: Facultas Verlags- und Buchhandels AG.

- Keil, Susanne (2000): Einsame Spitze? Frauen in Führungspositionen im öffentlich-rechtlichen Rundfunk. Medien- und Geschlechterforschung 6. Münster: LIT Verlag.
- Kepplinger, Hans Mathias (1979): Angepaßte Außenseiter. Ergebnisse und Interpretationen der Kommunikatorforschung. In: Hans Mathias Kepplinger (Hrsg.): Angepaßte Außenseiter. Was Journalisten denken und wie sie arbeiten. Alber-Broschur Kommunikation 8. Freiburg, München: Alber. 7–28.
- — — (2009): Rivalität um Macht und Moral. Ergebnisse einer Befragung von Politikern und Journalisten. In: kommunikationsmanager, Nr. 3: 72–75.
- — — (2011): Journalismus als Beruf. Theorie und Praxis öffentlicher Kommunikation 6. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Kepplinger, Hans Mathias, Marcus Maurer (2008): Das fragmentierte Selbst. Rollenkonflikte im Journalismus - das Beispiel der Berliner Korrespondenten. In: Bernhard Pörksen, Wiebke Loosen und Armin Scholl (Hrsg.): Paradoxien des Journalismus. Theorie - Empirie - Praxis. Festschrift für Siegfried Weischenberg. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 165–182.
- Kepplinger, Hans Mathias, Marcus Maurer und Rudolf Gerhardt (2004): Gefahren für die innere Pressefreiheit. Befragung von Zeitungsredakteuren. Grundausswertung. unter: http://www.kepplinger.de/files/Innere_Pressefreiheit.pdf.
- Kepplinger, Hans Mathias und Inge Vohl (1979): Mit beschränkter Haftung. Zum Verantwortungsbewusstsein von Fernsehredakteuren. In: Hans Mathias Kepplinger (Hrsg.): Angepaßte Außenseiter. Was Journalisten denken und wie sie arbeiten. Freiburg, München: Alber. 223–259.
- Kinzig, Wolfram (2009): Kirche in Deutschland. In: Bundeszentrale für politische Bildung. Informationen zur politischen Bildung (Hrsg.): Info aktuell 21/2009. Bonn: SKN Druck und Verlag.
- Kleinsteuber, Hans J., Tanja Thimm (2008): Reisejournalismus. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Klößner, Marcus (2014): Leitartikler und Machteliten. Telepolis. 23. Mai 2014. unter: <http://www.heise.de/tp/artikel/41/41841/>.
- Koch, Carmen (2012): Religion in den Medien. Eine quantitative Inhaltsanalyse von Medien in der Schweiz. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft.
- Koch, Thomas, Romy Fröhlich und Magdalena Obermaier (2012): Tanz auf zwei Hochzeiten. Rollenkonflikte freier Journalisten mit Nebentätigkeiten im PR-Bereich. In: Medien & Kommunikationswissenschaft 60 (4): 520–535.
- Kopp, Mirjam, Philomen Schönhage (2008): Die Laien kommen! Wirklich? Eine Untersuchung zum Rollenselbstbild sogenannter Bürgerjournalistinnen und Bürgerjournalisten. In: Thorsten Quandt und Wolfgang Schweiger (Hrsg.): Journalismus online - Partizipation oder Profession? Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 79–94.
- Kops, Manfred (Hrsg.) (2003): Öffentlich-rechtlicher Rundfunk in gesellschaftlicher Verantwortung. Anspruch und Wirklichkeit. Beiträge des Kölner Initiativkreises öffentlicher Rundfunk 1. Münster: LIT Verlag.

- Korol, Stefan (2009): Spezialisierung im Journalismus: Technikjournalismus. In: Beatrice Dernbach und Thorsten Quandt (Hrsg.): *Spezialisierung im Journalismus*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 157–162
- Krüger, Oliver (2011): Exkurs: Die Präsenz von Religionen im deutschen Fernsehen. In: Constanze Jecker (Hrsg.): *Religionen im Fernsehen. Analysen und Perspektiven*. Konstanz: UVK. 161–183.
- — — (2012): *Die mediale Religion. Probleme und Perspektiven der religionswissenschaftlichen und wissenssoziologischen Medienforschung*. Bielefeld: transcript.
- Krüger, Uwe (2013): *Meinungsmacht. Der Einfluss von Eliten auf Leitmedien und Alpha-Journalisten - eine kritische Netzwerkanalyse*. Reihe des Instituts für praktische Journalismus- und Kommunikationsforschung (IPJ) 9. Köln: Herbert von Halem Verlag.
- Kühn, Inez (2014): Interview mit der Bereichsleitung Medien und Publizistik, ver.di Bundesvorstand, Fachbereich 8, Inez Kühn. Berlin.
- Lachenmeier, Dominik (2009): *Gewerkschaftskommunikation im Wandel. Eine systemtheoretische Analyse der Organisationskommunikation des Schweizerischen, Deutschen und Österreichischen Gewerkschaftsbunds 1972-2005*. Basel: edition gewosip.
- Langenbucher, Wolfgang R. (2008): *Der Rundfunk der Gesellschaft. Beiträge zu einer kommunikationspolitischen Innovation*. Beiträge des Münchner Arbeitskreises öffentlicher Rundfunk 5. Berlin: LIT Verlag Dr. W. Hopf.
- Leinemann, Jürgen, Cordt Schnibben (1995): ‚Cool bleiben, nicht kalt‘. Der Fernsehmoderator Hanns Joachim Friedrichs über sein Journalistenleben. In: *Der Spiegel*, Nr. 13. 112-119, unter: <http://magazin.spiegel.de/EpubDelivery/spiegel/pdf/9176410>.
- Lenzian, Bettina (1999): *Der Chefredakteur im Lokalfunk. Position und Funktionen im nordrhein-westfälischen Zwei-Säulen-Modell*. Wiesbaden: Deutscher Universitäts-Verlag.
- Leßmöllmann, Annette (2009): *Wissenschaftsjournalisten – der Nische entwachsen und dennoch Spezialisten*. In: Beatrice Dernbach und Thorsten Quandt (Hrsg.): *Spezialisierung im Journalismus*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 137–146.
- Liedhegener, Antonius (2006): *Macht, Moral und Mehrheiten. Der politische Katholizismus in der Bundesrepublik Deutschland und den USA seit 1960*. Jenaer Beiträge zur Politikwissenschaft 11. Baden-Baden: Nomos.
- Lieske, Sandra (2008): *Das Image von Journalisten. Eine qualitative Untersuchung*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Lilienthal, Volker (2008a): *Selbstkommerzialisierung als Legitimationsverlust. Schleichwerbung im öffentlich-rechtlichen Rundfunk*. In: Frank Wernecke (Hrsg.): *Funk & Fernsehen für alle. Für einen zukunftsfähigen öffentlich-rechtlichen Rundfunk*. Hamburg: VSA-Verlag. 186–195.

- — — (2008b): Kirche im Fernsehen: Digitales Experiment vs. integrative Tradition. In: Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten in der Bundesrepublik Deutschland – ALM (Hrsg.): Fernsehen in Deutschland 2007. ALM-Programmierbericht. Berlin: VISTAS Verlag GmbH. 167–170. unter: http://www.die-medienanstalten.de/fileadmin/Download/Publikationen/Programmierbericht/2007/ALM-Programmierbericht_2007.pdf.
- — — (2009): Zwischen Ehrenamt und Profession. In: Volker Lilienthal (Hrsg.): Professionalisierung der Medienaufsicht. Neue Aufgaben für Rundfunkräte - Die Gremiendebatte in epd medien. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 11–24.
- Löffelholz, Martin (1997): Dimensionen struktureller Kopplung von Öffentlichkeitsarbeit und Journalismus. Überlegungen zur Theorie selbstreferentieller Systeme und Ergebnisse einer repräsentativen Studie. In: Günter Bentele und Michael Haller (Hrsg.): Aktuelle Entstehung von Öffentlichkeit. Akteure - Strukturen - Veränderungen. Konstanz: UVK Medien. 187–208.
- — — (2004): Ein privilegiertes Verhältnis. Theorien zur Analyse der Inter-Relationen von Journalismus und Öffentlichkeitsarbeit. In: Martin Löffelholz (Hrsg.): Theorien des Journalismus. Ein diskursives Handbuch, 2. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 471–485.
- Löffelholz, Martin, Thorsten Quandt, Thomas Hanitzsch und Klaus-Dieter Altmeyen (2003): Onlinejournalisten in Deutschland. Zentrale Befunde der ersten Repräsentativbefragung deutscher Onlinejournalisten. In: Media Perspektiven, Nr. 10: 477–486.
- Löffelholz, Martin, Liane Rothenberger (2011): Felder der Journalismusforschung. In: Olaf Jandura, Thorsten Quandt und Jens Vogelgesang (Hrsg.): Methoden der Journalismusforschung. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 33–45.
- Lueg, Klarissa (2012): Habitus, Herkunft und Positionierung. Die Logik des journalistischen Feldes. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Lünenborg, Margreth (1997): Journalistinnen in Europa. Eine international vergleichende Analyse zum Gendering im sozialen System Journalismus. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- — — (2002): Journalismusforschung und Gender Studies. Eine kritische Bilanz der aktuellen Kommunikatorforschung. In: Irene Neverla, Elke Grittmann und Monika Pater (Hrsg.): Grundlagentexte zur Journalistik. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft. 523–553.
- — — (2008): Die Aufmacher — Geschlechterverhältnisse im Politikressort. In: Johanna Dorer, Brigitte Geiger und Regina Köpl (Hrsg.): Medien — Politik — Geschlecht. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 155–171.
- Lünenborg, Margreth, Annika Bach (2010): Der Abschied vom furchtlosen Helden – Zum Wandel des Berufsbildes von Kriegs- und KrisenreporterInnen. In: Martina Thiele, Tanja Thomas und Fabian Virchow (Hrsg.): Medien – Krieg – Geschlecht. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 323–344.

- Lünenborg, Margreth, Simon Berghofer (2010): Politikjournalistinnen und -journalisten. Aktuelle Befunde zu Merkmalen und Einstellungen vor dem Hintergrund ökonomischer und technologischer Wandlungsprozesse im deutschen Journalismus. unter: http://www.dfjv.de/fileadmin/user_upload/pdf/Politikjournalistinnen_und_Journalisten.pdf.
- Machill, Marcel, Markus Beiler (2008): Die Bedeutung des Internets für die journalistische Recherche. Multimethodenstudie zur Recherche von Journalisten bei Tageszeitung, Hörfunk, Fernsehen und Online. In: *Media Perspektiven*, Nr. 10: 516–531.
- Magin, Melanie, Birgit Stark (2010): Mediale Geschlechterstereotype. In: *Publizistik* 55 (4): 383–404.
- Malik, Maja (2011): Repräsentativität als Herausforderung für Journalistenbefragungen in Deutschland. In: Olaf Jandura, Thorsten Quandt und Jens Vogelgesang (Hrsg.): *Methoden der Journalismusforschung*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 259–275.
- Malik, Maja, Armin Scholl (2009): Eine besondere Spezies. In: Christoph Neuberger, Christian Nuernbergk und Melanie Rischke (Hrsg.): *Journalismus im Internet*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 169–195.
- Mannheim, Karl (1995): *Ideologie und Utopie*. 8. Aufl. Frankfurt am Main: Vittorio Klostermann.
- Mast, Claudia (2012): *Neuorientierung im Wirtschaftsjournalismus*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Mayring, Philipp (2010): *Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken*. 11. Aufl. Weinheim und Basel: Beltz Verlag.
- MDR (2011): *Leitlinien für die MDR-Programmgestaltung 2011/2012* (Stand: 18.04.2011). unter: <http://www.mdr.de/DL/4144239.pdf>.
- Meier, Klaus, Frank Feldmeier (2005): *Wissenschaftsjournalismus und Wissenschafts-PR im Wandel. Eine Studie zu Berufsfeldern, Maktentwicklung und Ausbildung*. In: *Publizistik* 50 (2): 201–224.
- Merz, Bernd (2008): *Unabhängig und vielfältig: Neue Wege des Religionsfernsehens*. In: *Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten in der Bundesrepublik Deutschland – ALM* (Hrsg.): *Fernsehen in Deutschland 2007, ALM-Programmbericht*. Berlin: VISTAS Verlag GmbH. 170–174. unter: http://www.die-medienanstalten.de/fileadmin/Download/Publikationen/Programmbericht/2007/ALM-Programmbericht_2007.pdf.
- Meyen, Michael (2009): *Das journalistische Feld in Deutschland*. In: *Publizistik* 54 (3): 323–345.
- Meyen, Michael, Maria Löblich, Senta Pfaff-Rüdiger und Claudia Riesmeyer (2011): *Qualitative Forschung in der Kommunikationswissenschaft. Eine praxisorientierte Einführung. Studienbücher zur Kommunikations- und Medienwissenschaft*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Meyen, Michael, Claudia Riesmeyer (2009): *Diktatur des Publikums. Journalisten in Deutschland*. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft.

- Meyen, Michael, Nina Springer und Senta Pfaff-Rüdiger (2008): Freie Journalisten in Deutschland. Berufsstruktur, Selbstverständnis, Arbeitszufriedenheit und Auftragsentwicklung 2008. Eine Online-Befragung (Vollerhebung) im Auftrag des Deutschen Fachjournalistenverbandes. unter: http://www.freie-berufe-berlin.de/vfb.de/Verweisseiten-VFB/Journalisten_2008.
- Mikos, Lothar (2010): Sportjournalismus. In: Christian Schicha und Carsten Brosda (Hrsg.): Handbuch Medienethik. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 454–463.
- Milde, Jutta, Sascha Hölig (2011): ‚Das Bild ist stärker als das Wort‘ - Selektions- und Darstellungskriterien von TV-Wissenschaftsjournalisten beim Thema ‚Molekulare Medizin‘. In: Georg Ruhrmann, Jutta Milde und Arne Freya Zillich (Hrsg.): Molekulare Medizin und Medien. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 67–93.
- Möhring, Wiebke, Daniela Schlütz (2010): Die Befragung und in der Medien- und Kommunikationswissenschaft. Eine praxisorientierte Einführung. 2. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Moss, Christoph (2009): Ethische Herausforderung in der Ausbildung von Wirtschaftsjournalisten. Sichtweisen der Praxis. In: Susanne Fengler und Sonja Kretzschmar (Hrsg.): Innovationen für den Journalismus. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 133–149.
- Müller, Albrecht (2009): Meinungsmache. Wie Wirtschaft, Politik und Medien uns das Denken abgewöhnen wollen. München: Droemer Verlag.
- Müller, Eva (2013): Gott hat hohe Nebenkosten. Wer wirklich für die Kirchen zahlt. 2. Aufl. Köln: Kiepenheuer & Witsch.
- Müller, Hans-Peter (2014): Pierre Bourdieu. Eine systematische Einführung. suhrkamp taschenbuch wissenschaft 2110. Berlin: Suhrkamp Verlag.
- Müller, Julia (2007): Beobachter oder Akteure? Autobiographische Darstellungen britischer Korrespondenten im Bosnienkrieg. In: Barbara Korte und Horst Tonn (Hrsg.): Kriegskorrespondenten. Deutungsinstanzen in der Mediengesellschaft. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 305–319.
- Muñoz-Torres, Juan Ramón (2012): Truth and Objectivity in Journalism: Anatomy of an Endless Misunderstanding. In: Journalism Studies 13 (4): 566–582.
- Nawratil, Ute (2009): Das qualitative Interview: Die Darstellung von Erfahrungen. In: Hans Wagner (Hrsg.): Qualitative Methoden in der Kommunikationswissenschaft. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft. 319–332.
- Nehls, Sabine (2009): Mitbestimmte Medienpolitik. Gewerkschaften, Gremien und Governance in Hörfunk und Fernsehen. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Nellessen, Bernhard (2008): Wider den Weg in die Nische: Religion im öffentlichrechtlichen Fernsehen. In: Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten in der Bundesrepublik Deutschland – ALM (Hrsg.): Fernsehen in Deutschland 2007. ALM-Programmbericht. Berlin: VISTAS Verlag GmbH. 174–177. unter: http://www.die-medienanstalten.de/fileadmin/Download/Publikationen/Programmbericht/2007/ALM-Programmbericht_2007.pdf.

- Neuberger, Christoph (2004): Journalismus als systembezogene Akteurkonstellation. Grundlagen einer integrativen Journalismustheorie. In: Martin Löffelholz (Hrsg.): Theorien des Journalismus. Ein diskursives Handbuch. 2. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 287–303.
- Neuberger, Christoph, Christian Nuernbergk und Melanie Rischke (2009): Journalismus im Internet: Zwischen Profession, Partizipation und Technik. Ergebnisse eines DFG-Forschungsprojekts. In: Media Perspektiven, Nr. 4: 174–188.
- Neverla, Irene (2002): Balanceakt zwischen Angleichung und Abweichung im Journalismus. Aspekte beruflicher Sozialisation von Journalistinnen. In: Irene Neverla, Elke Grittmann und Monika Pater (Hrsg.): Grundlagentexte zur Journalistik. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft. 321–336.
- Noelle-Neumann, Elisabeth (1979a): Die Entfremdung. Brief an die Zeitschrift ‚Journalist‘. In: Hans Mathias Kepplinger (Hrsg.): Angepaßte Außenseiter. Was Journalisten denken und wie sie arbeiten. Alber-Broschur Kommunikation 8. Freiburg, München: Verlag Karl Alber GmbH. 260–280.
- — — (1979b): Massenmedien und sozialer Wandel - Methodenkombination in der Wirkungsforschung. Zeitschrift für Soziologie, Jg. 8, Heft 2, April, 164–182.
- Obermaier, Magdalena, Thomas Koch (2013): Von der Doppelrolle. Auswirkungen von Inter-Rollenkonflikten freier Journalisten mit Nebentätigkeiten im PR-Bereich. In: M&K 61. Jahrgang (3): 406–419.
- Oehmer, Franziska (2013): Verbände in den Medien. Eine Analyse der medialen Resonanz von Interessenverbänden und deren Determinanten in deutschen und Schweizer Printmedien. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft.
- Peter, Erik (2014): Pressekonferenz mit Angela Merkel: Hätte er doch besser nur berichtet. in: die tageszeitung, Juli 17, Abschn. Medien. unter: [http://www.taz.de/ Pressekonferenz-mit-Angela-Merkel/!142597/](http://www.taz.de/Pressekonferenz-mit-Angela-Merkel/!142597/).
- Pfetsch, Barbara (2003): Politische Kommunikationskultur. Politische Sprecher und Journalisten in der Bundesrepublik und den USA im Vergleich. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag GmbH.
- Pfetsch, Barbara, Christiane Eilders und Friedhelm Neidhardt (2004): Das Kommentariat: Rolle und Status einer Öffentlichkeitselite. WZB Discussion Paper, No. SP IV 2004-402. Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung (WZB).
- Pfetsch, Barbara, Eva Mayerhöffer (2011): Vordergründige Nähe. Zur Kommunikationskultur von Politik- und Medieneliten in Deutschland. In: Medien & Kommunikationswissenschaft 59 (1): 40–59.
- Pfetsch, Barbara, Stefan Wehmeier (2002): Sprecher: Kommunikationsleistungen gesellschaftlicher Akteure. In: Otfried Jarren und Hartmut Weßler (Hrsg.): Journalismus - Medien - Öffentlichkeit. Eine Einführung. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag GmbH. 39–97.
- Pförsich, Peter (2013): Nichtgewerbliche AV-Medienarbeit im Umbruch - Geschichte, Gegenwart und Zukunftschancen am Beispiel der Evangelischen Medienzentralen. Dissertation. Berlin: Humboldt-Universität zu Berlin.

- Pilters, Michaela (2006): Der ‚Gebrauchswert‘ einer Religion - Entwicklungen im Verhältnis der Medien zu religiösen Themen. In: Klaus-Dieter Felsmann (Hrsg.): Die Medien und die Gretchenfrage. 9. Buckower Mediengespräche. Erweiterte Dokumentation 2005, München: kopaed Verlag. 67–72.
- — — (2009): ‚Wir machen Angebote, entscheiden muss der Zuschauer‘. In: Der Dom. 15. Juni 2009. unter: <http://www.derdom.de/Thema.1147.0.html>.
- Pollack, Detlef (2012): Säkularisierung - ein moderner Mythos? Studien zum religiösen Wandel in Deutschland. 2. Aufl. Tübingen: Mohr Siebeck.
- Post, Senja (2013): Wahrheitskriterien von Journalisten und Wissenschaftlern. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft.
- Presserat (2013): Publizistische Grundsätze (Pressekodex) Richtlinien für die publizistische Arbeit nach den Empfehlungen des Deutschen Presserats. Fassung vom 13. März 2013. unter: http://www.presserat.de/fileadmin/user_upload/Downloads_Dateien/Pressekodex2013_big_web.pdf.
- Prott, Jürgen (2005): Gewerkschaften in den Massenmedien. In: WSI Mitteilungen, Nr. 5/2005: 272–277.
- — — (2008): Abhängige Selbstdarsteller. Zur Paradoxie von Fesselung und Entfesselung im Journalismus. In: Bernhard Pörksen, Wiebke Loosen und Armin Scholl (Hrsg.): Paradoxien des Journalismus. Theorie - Empirie - Praxis. Festschrift für Siegfried Weischenberg. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 193–208.
- Pürer, Heinz (1991): Berufliche Anforderungen und Perspektiven im tagesaktuellen Journalismus (Zeitung, Radio und Fernsehen). In: Heinz-Werner Stüber und Heinz Pürer (Hrsg.): Journalismus. Anforderungen, Berufsauffassungen, Verantwortung. Eine Aufsatzsammlung zu aktuellen Fragen des Journalismus. Kommunikationswissenschaftliche Studien 2. Nürnberg: Verlag der Kommunikationswissenschaftlichen Forschungsvereinigung. 23–40.
- — — (2003): Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Ein Handbuch. Konstanz: UVK.
- Quandt, Thorsten (2011): Journalisten unter Beobachtung. Grundlagen, Möglichkeiten und Grenzen der Beobachtung als Methode der Journalismusforschung. In: Olaf Jandura, Thorsten Quandt und Jens Vogelgesang (Hrsg.): Methoden der Journalismusforschung. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 277–298.
- Quandt, Thorsten, Jürgen Wilke, Christine Heimprecht und Thilo von Pape (2014): Die Journalisten. In: Quandt, Thorsten, Jürgen Wilke, Christine Heimprecht und Thilo von Pape (Hrsg.): Fernsehwelten. Auslandsnachrichten im deutschen Fernsehen. Wiesbaden: Springer Fachmedien. 109–137.
- Raabe, Johannes (2008): Beruf: Journalist. Zum gegenwärtigen Stand der Journalismusforschung. In: Journalistik Journal. 31. März 2008. unter: <http://journalistik-journal.lookingintomedia.com/?p=115>.
- Raupp, Juliana, Jens Vogelgesang (2009): Medienresonanzanalyse. Eine Einführung in Theorie und Praxis. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

- Reichertz, Jo (2000): Die Frohe Botschaft des Fernsehens. Kulturwissenschaftliche Untersuchung medialer Diesseitsreligion. Passagen & Transzendenzen. Studien zur materialen Religions- und Kultursoziologie 10. Konstanz: UVK.
- Remus, Nadine (2012): Justizberichterstattung als öffentliche Aufgabe. In: Lars Rademacher und Alexander Schmitt-Geiger (Hrsg.): Litigation-PR: Alles was Recht ist. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 169–186.
- Renneberg, Verena (2011): Auslandskorrespondenz im globalen Zeitalter. Herausforderungen der modernen TV-Auslandsberichterstattung. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Reus, Gunter (2008): Musikjournalismus – Ergebnisse aus der wissenschaftlichen Forschung. In: Stefan Weinacht und Helmut Scherer (Hrsg.): Wissenschaftliche Perspektiven auf Musik und Medien. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 85–102.
- Ridder, Christa-Maria, Bernhard Engel (2010a): Massenkommunikation 2010: Mediennutzung im Intermediavergleich. In: Media Perspektiven, Nr. 11/2010: 523–536.
- — — (2010b): Massenkommunikation 2010: Funktionen und Images der Medien im Vergleich. In: Media Perspektiven, Nr. 11/2010: 537–548.
- Riesmeyer, Claudia (2007): Wie unabhängig ist Journalismus? Zur Konkretisierung der Determinationsthese. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft.
- — — (2010): Traumjob oder Albtraum? Deutsche Auslandskorrespondenten im Zeitalter von Internet und Globalisierung. In: Andreas Hepp, Marco Höhn und Jeffrey Wimmer (Hrsg.): Medienkultur im Wandel. Schriftenreihe der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft 37. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft. 435–448.
- Röben, Bärbel (2010): Migrantinnen im deutschen Journalismus – ein weißer Fleck Forschungsüberblick und Perspektiven. In: Tobias Eberwein und Daniel Müller (Hrsg.): Journalismus und Öffentlichkeit. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 263–279.
- Rohde, Konstanze (1979): Die Karriereleiter. Ausbildung und Einkommen im Journalismus von der Mitte des 19. Jahrhunderts bis zur Gegenwart. In: Hans Mathias Kepplinger (Hrsg.): Angepaßte Außenseiter. Was Journalisten denken und wie sie arbeiten, Alber-Broschur Kommunikation 8. Freiburg, München: Alber. 189–209.
- Roller, Paul-Gerhard (2005): Das Wesen des Christentums als mediale Wirklichkeit. Eine fernsehanalytische Untersuchung in systematischer Perspektive. Leipzig: Evangelische Verlagsanstalt.
- Röttger, Ulrike (2008): Public Relations. In: Lutz Hachmeister (Hrsg.): Grundlagen der Medienpolitik. Ein Handbuch. Schriftenreihe der Bundeszentrale für politische Bildung 695. Bonn: Deutsche Verlags-Anstalt. 312–316.
- Rühl, Manfred (2002): Organisatorischer Journalismus. Tendenzen der Redaktionsforschung“. In: Irene Neverla, Elke Grittmann und Monika Pater (Hrsg.): Grundlagen-texte zur Journalistik. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft. 303–320.

- Russ, Gabriele (2004): Die Kirche der Journalisten. Werkstatt Theologie. Praxisorientierte Studien und Diskurse 3. Münster: LIT Verlag.
- Saxer, Ulrich (2012a): Mediengesellschaft. Eine kommunikationssoziologische Perspektive. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften/Springer Fachmedien.
- — — (2012b): Die Objektivität publizistischer Information. In: Hans Wagner (Hrsg.): Objektivität im Journalismus. *ex libris kommunikation* 10. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft. 11–63.
- Schaffrath, Michael (2010): Vermittler, Vermarkter und Verkäufer. Empirische Studie zum beruflichen Selbstverständnis von TV-Sportjournalisten. in: *M&K* 58 (2): 247–267.
- — — (2011a): Fußball-Reporterinnen. Hohe Akzeptanz bei niedrigen Bekanntheitswerten. in: *Fachjournalist*, Nr. 4: 27–29.
- — — (2011b): Sein und Bewusstsein von TV-Sportjournalisten. Selbstverständnis, Themenselektion und Zukunftsaussichten angesichts wachsender Kommerzialisierungseffekte im Fernsehsport. in: *Fachjournalist*, Nr. 1: 8–14.
- Schauen, Ulli (2010): Das Kirchenhasser-Brevier. Ein verlorener Sohn rechnet ab. München: Wilhelm Heyne Verlag.
- Scheufele, Bertram, Ines Engelmann (2009): Empirische Kommunikationsforschung. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft.
- Schimank, Uwe (2007): Handeln in Konstellationen: Die reflexive Konstitution von handelndem Zusammenwirken und sozialen Strukturen. In: Klaus-Dieter Altmeppen, Thomas Hanitzsch und Carsten Schlüter (Hrsg.): *Journalismustheorie: Next Generation. Soziologische Grundlegung und theoretische Innovation*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 121–137.
- Schmidt, Siegfried J. (2000): Kalte Faszination. Medien, Kultur, Wissenschaft in der Mediengesellschaft. Weilerswist: Velbrück.
- — — (2002): Medienwissenschaft im Verhältnis zu Nachbardisziplinen. In: Gebhard Rusch (Hrsg.): *Einführung in die Medienwissenschaft. Konzeptionen, Theorien, Methoden, Anwendungen*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag GmbH. 53–68.
- Schmied, Gerhard (1991): Kanäle Gottes? Katholische Kirche in der Medienzange. Opladen: Leske und Budrich.
- Scholl, Armin (1993): Die Befragung als Kommunikationssituation. Zur Reaktivität im Forschungsinterview. Opladen: Westdeutscher Verlag GmbH.
- — — (2008): Diskriminierte Differenz. Paradoxien des Geschlechterverhältnisses im Journalismus. In: Bernhard Pörksen, Wiebke Loosen und Armin Scholl (Hrsg.): *Paradoxien des Journalismus. Theorie - Empirie - Praxis*. Festschrift für Siegfried Weischenberg. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 209–231.
- — — (2009): *Die Befragung*. 2. Aufl. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft.
- — — (2013): Theorien des Journalismus im Vergleich. In: Klaus Meier und Christoph Neuberger (Hrsg.): *Journalismusforschung. Stand und Perspektiven*. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft. 167–194.

- Scholl, Armin, Maja Malik und Volker Gehrau (2014): Journalistisches Publikumsbild und Publikumserwartungen. Eine Analyse des Zusammenhangs von journalistischen Vorstellungen über das Publikum und Erwartungen des Publikums an den Journalismus. In: Wiebke Loosen und Marco Dohle (Hrsg.): Journalismus und (sein) Publikum. Schnittstellen zwischen Journalismusforschung und Rezeptions- und Wirkungsforschung. Wiesbaden: Springer Fachmedien. 17–33.
- Scholl, Armin, Siegfried Weischenberg (1998): Journalismus in der Gesellschaft. Theorie, Methodologie und Empirie. Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag GmbH.
- Schönbach, Klaus (1977): Trennung von Nachricht und Meinung. Empirische Untersuchung eines journalistischen Qualitätskriteriums. Freiburg.
- Schönbach, Klaus, Dieter Stürzebecher und Beate Schneider (1994): Oberlehrer und Missionare? Das Selbstverständnis deutscher Journalisten. In: Friedhelm Neidhardt (Hrsg.): Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen. Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. Sonderheft 34/1994. Opladen: Westdeutscher Verlag GmbH. 139–161.
- Schönhagen, Philomen (1998): Unparteilichkeit im Journalismus. Tradition einer Qualitätsnorm. Medien in Forschung und Unterricht. Serie A 46. Tübingen: Max Niemeyer Verlag.
- — — (2009): Teilnehmende Beobachtung: Datenerhebung ‚hautnah‘ am Geschehen“. In: Hans Wagner (Hrsg.): Qualitative Methoden in der Kommunikationswissenschaft. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft. 305–318.
- Schroeder, Wolfgang, Andreas D. Schulz (2009): Arbeitsmarktpolitik und Sozialpartner. In: Silke Bothfeld, Werner Sesselmeier und Claudia Bogedan (Hrsg.): Arbeitsmarktpolitik in der sozialen Marktwirtschaft. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 220–238.
- Schröter, Detlef (2012): Mitteilungs-Adäquanz. Studien zum Fundament eines realitätsgerechten journalistischen Handelns. In: Hans Wagner (Hrsg.): Objektivität im Journalismus. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft. 139–174.
- Schulz, Rüdiger (2006): Religiosität und religiöse Praxis von Katholiken in Deutschland. Aktuelle Allensbach-Daten. In: Wilhelm Damberg und Antonius Liedhegener (Hrsg.): Katholiken in den USA und Deutschland. Kirche, Gesellschaft und Politik. Münster: Aschendorff Verlag. 296–320.
- Schulz, Winfried (2003): Public Relations/Öffentlichkeitsarbeit. In: Elisabeth Noelle-Neumann, Winfried Schulz und Jürgen Wilke (Hrsg.): Publizistik Massenkommunikation. 2. Aufl. Das Fischer Lexikon. Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch Verlag. 517–545.
- — — (2011): Politische Kommunikation. Theoretische Ansätze und Ergebnisse empirischer Forschung. 3. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Schwarzkopf, Dietrich (2006): Zwischen Anspruch und Akzeptanz. Der öffentliche Rundfunk im Wandel. Beiträge des Münchner Arbeitskreises öffentlicher Rundfunk 4. Berlin: LIT Verlag.

- Schwenk, Johanna (2006): Berufsfeld Journalismus. Aktuelle Befunde zur beruflichen Situation und Karriere von Frauen und Männern im Journalismus. Medienskripten 45. München: Verlag Reinhard Fischer.
- Schwer, Katja (2006): ‚Problemzonen‘ der Qualitätsforschung. Zur Messung von Objektivität. In: Siegfried Weischenberg, Wiebke Loosen und Michael Beuthner (Hrsg.): Medien-Qualitäten. Öffentliche Kommunikation zwischen ökonomischen Kalkül und Sozialverantwortung. Schriftenreihe der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft 33. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft. 347–365.
- Sehl, Annika (2008): Qualitätsmanagement im Videojournalismus. Eine qualitative Studie der ARD-Anstalten. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Steiner, Adrian, Otfried Jarren (2009): Intermediäre Organisationen unter Medieneinfluss? Zum Wandel der politischen Kommunikation von Parteien, Verbänden und Bewegungen. In: Frank Marcinkowski und Barbara Pfetsch (Hrsg.): Politik in der Mediendemokratie. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 251–269.
- Stockfisch, Christina (2004): PR-Akteure, journalistische Akteure und ihre Beziehungen in der externen Gewerkschaftskommunikation. Eine Analyse des Spannungsfelds zwischen Öffentlichkeitsarbeit und Journalismus auf Basis des Intereffikationsmodells. Dissertation. Unveröffentlichtes Manuskript. Universität Leipzig.
- Strachwitz, Rupert Graf (2014): Zivilgesellschaftliche Organisation Kirche? In: Annette Zimmer und Ruth Simsa (Hrsg.): Forschung zu Zivilgesellschaft, NPOs und Engagement Quo vadis? Bürgergesellschaft und Demokratie 46. Wiesbaden: Springer Fachmedien. 149–162.
- Stroth, Nicole (2007): Missionieren oder informieren? Das Selbstverständnis katholischer Journalisten in Deutschland. In: *Communicatio Socialis* 40 (4): 335–349.
- Stuiber, Heinz-Werner (1991): Herausforderungen des Journalismus. In: Heinz-Werner Stuiber und Heinz Pürer (Hrsg.): Journalismus. Anforderungen, Berufsauffassungen, Verantwortung. Eine Aufsatzsammlung zu aktuellen Fragen des Journalismus. Kommunikationswissenschaftliche Studien 2. Nürnberg: Verlag der Kommunikationswissenschaftlichen Forschungsvereinigung. 9–22.
- SWR (2009): Unternehmensleitbild. unter: http://www.s-w-r.de/index.php/swr_leitbild.html?pdf=18.
- Thomaß, Barbara (1998): Journalistische Ethik. Ein Vergleich der Diskurse in Frankreich, Großbritannien und Deutschland. Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag GmbH.
- — — (2008): Den Dialog intensivieren. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk und sein Publikum. In: Frank Wernecke (Hrsg.): Funk & Fernsehen für alle. Für einen zukunftsfähigen öffentlich-rechtlichen Rundfunk. Hamburg: VSA-Verlag. 175–185.
- Trebbe, Joachim (2011): Themenspezifische Fernsehprogrammforschung: Religion(en) im Fernsehen. In: Constanze Jecker (Hrsg.): Religionen im Fernsehen. Analysen und Perspektiven. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft. 21–41.

- Trümper, Stefanie (2011): Redaktionskultur in Deutschland am Fallbeispiel der Frankfurter Allgemeinen Zeitung und der Bild-Zeitung. In: Monika Elsler (Hrsg.): Die Aneignung von Medienkultur. Rezipienten, politische Akteure und Medienakteure. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 173–192.
- ver.di (2007): Geschäftsordnung der Fachgruppe Medien. unter: http://www.rundfunkfreiheit.de/upload/m4b9a5aea6b465_verweis1.pdf.
- Vowe, Gerhard (2001): Medienpolitik - Regulierung der medialen öffentlichen Kommunikation. Diskussionsbeiträge aus dem Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft 4. unter: http://www.phil-fak.uni-duesseldorf.de/fileadmin/Redaktion/Institute/Sozialwissenschaften/Kommunikations-_und_Medienwissenschaft/Vowe/regulierung.pdf.
- — — (2007): „Das Spannungsfeld von Verbänden und Medien: Mehr als öffentlicher Druck und politischer Einfluss“. In: Thomas von Winter und Ulrich Willems (Hrsg.): Interessenverbände in Deutschland. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 465–488.
- Wagner, Hans (2012): Das Fachstichwort: Objektivität im Journalismus. In: Hans Wagner (Hrsg.): Objektivität im Journalismus. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft. 175–354.
- Waldherr, Annie (2008): Gatekeeper, Diskursproduzenten und Agenda-Setter - Akteursrollen von Massenmedien in Innovationsprozessen. In: Barbara Pfetsch und Silke Adam (Hrsg.): Massenmedien als politische Akteure. Konzepte und Analysen. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 171–195
- Wehmeier, Stefan (2001): Ökonomisierung des Fernsehens. Ein Beitrag zur Verbindung von System und Akteur. in: Medien & Kommunikationswissenschaft 49. Jahrgang (3/2001): 306–324.
- Weichert, Stephan, Leif Kramp und Alexander Matschke (2012): ‚Stellen Sie sich tot, falls Sie verwundet werden‘. Wie Krisenjournalisten über die Welt im Ausnahmezustand berichten. In: Thomas Jäger (Hrsg.): Die Welt nach 9/11. Sonderheft der Zeitschrift für Außen- und Sicherheitspolitik. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 989–1009.
- Weichert, Stephan, Christian Zabel (2007): Die Seele des Alpha-Journalisten. Zum Selbstverständnis der publizistischen Funktions- und Leistungselite. In: Stephan Weichert und Christian Zabel (Hrsg.): Die Alpha-Journalisten: Deutschlands Wortführer im Porträt. Köln: Herbert von Halem Verlag. 14–53.
- Weischenberg, Siegfried (1994): Journalismus als soziales System. In: Klaus Merten, Siegfried J. Schmidt und Siegfried Weischenberg (Hrsg.): Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Opladen: Westdeutscher Verlag GmbH. 427–454.
- — — (1995): Journalistik. Theorie und Praxis aktueller Medienkommunikation. Band 2: Medientechnik, Medienfunktionen, Medienakteure. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag GmbH.
- — — (2004): Journalistik. Medienkommunikation: Theorie und Praxis. Band 1: Mediensysteme - Medienethik - Medieninstitutionen. 3. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

- Weischenberg, Siegfried, Maja Malik und Armin Scholl (2006): Die Souffleure der Mediengesellschaft. Report über die Journalisten in Deutschland. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft.
- Weischenberg, Siegfried, Armin Scholl (2002): Was Journalisten denken und tun. Befunde aus der Studie ‚Journalismus in Deutschland‘. In: Irene Neverla, Elke Grittmann und Monika Pater (Hrsg.): Grundlagentexte zur Journalistik. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft. 485–522.
- Weßels, Bernhard (2000): Die Entwicklung des deutschen Korporatismus. In: Aus Politik und Zeitgeschehen, Nr. 26-27. unter: <http://www.bpb.de/apuz/25543/die-entwicklung-des-deutschen-korporatismus?p=all>.
- — — (2003): Gewerkschaften in der Mediengesellschaft. In: Wolfgang Schroeder und Bernhard Weßels (Hrsg.): Die Gewerkschaften in Politik und Gesellschaft der Bundesrepublik Deutschland. Ein Handbuch. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag GmbH. 323–341.
- — — (2013): Politische Integration und politisches Engagement. In: Statistisches Bundesamt und Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung (Hrsg.): Datenreport 2013. Ein Sozialbericht für die Bundesrepublik Deutschland. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung. 363–369.
- White, David Manning (1964): The ‚Gatekeeper‘: A Case Study in the Selection of News. In: Lewis Anthony Dexter und David Manning White (Hrsg.): People, Society and Mass Communications. New York: The Free Press of Glencoe. 160–172.
- Wiedemann, Thomas (2014): Pierre Bourdieu: Ein internationaler Klassiker der Sozialwissenschaft mit Nutzen für die Kommunikationswissenschaft. in: M&K 62. Jahrgang, Band 1: 83–101.
- Wiedemann, Thomas, Michael Meyen (Hrsg.) (2013): Pierre Bourdieu und die Kommunikationswissenschaft. Internationale Perspektiven. Theorie und Geschichte der Kommunikationswissenschaft. Köln: Herbert von Halem Verlag.
- Wild, Claudia (1990): Ethik im Journalismus. Individualethische Überlegungen zu einer journalistischen Berufsethik. Wien: Verband der wissenschaftlichen Gesellschaften Österreichs (VWGO).
- Will, Anne (2007): Anne Will über den Hanns-Joachim-Friedrichs-Preis. unter: <http://www.hanns-joachim-friedrichs.de/index.php?page=hjf&sub=5>.
- Willems, Herbert (2007): Elemente einer Journalismustheorie nach Bourdieu. In: Klaus-Dieter Altmppen, Thomas Hanitzsch und Carsten Schlüter (Hrsg.): Journalismustheorie: Next Generation. Soziologische Grundlegung und theoretische Innovation. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 215–238.
- Willems, Ulrich (2007): Kirchen. In: Thomas von Winter und Ulrich Willems (Hrsg.): Interessenverbände in Deutschland. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 316–340.
- Wintsch, Dani (2006): Doing News — Die Fabrikation von Fernsehnachrichten. Eine Ethnographie videojournalistischer Arbeit. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

- Wolf, Fritz (2013): Im öffentlichen Auftrag. Selbstverständnis der Rundfunkgremien, politische Praxis und Reformvorschläge. Eine Studie der Otto Brenner Stiftung. OBS-Arbeitsheft 73. Frankfurt am Main: Otto Brenner Stiftung.
- Wyss, Vinzenz, Yves Zischek (2004): Qualifikationsanforderungen an Online-Journalisten. Eine Berufsfeldstudie des IAM. Winterthur. unter: <https://home.zhaw.ch/~wys/medien/onlinejournalismus/studie.pdf>.
- ZAPP (2014a): Sendung vom 28.05.2014. Video. ARD Mediathek. 28. Mai 2014. unter: <http://www.ardmediathek.de/tv/Zapp/ZAPP-Das-Medienmagazin/NDR-Fernsehen/Video?documentId=21570458&bcastId=3714742>.
- — — (2014b): Die Genehmigungsrichtlinien der Öffentlich-Rechtlichen Rundfunkanstalten. unter: <http://www.ndr.de/fernsehen/sendungen/zapp/zapp8026.pdf>.
- Zimmer, Annette (2007): Vereine - Zivilgesellschaft konkret. 2. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Zimmer, Annette, Friedrich Paulsen (2010): Verbände als Dienstleister. In: Olaf Hoffjann und Roland Stahl (Hrsg.): Handbuch Verbandskommunikation. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 39–55.

ANHANG

Zusammenfassung (deutsch)

Journalist_innen sollen unabhängig, objektiv und sachlich berichten, eine Distanz zum Berichtsgegenstand wahren, trotzdem aber nah genug an den Mächtigen dran sein, um sie beobachten zu können. Halten sie die Distanz nicht ein, verlieren sie ihre Glaubwürdigkeit. Lassen sie die Nähe nicht zu, fehlen ihnen Informant_innen und Quellen. Die Frage nach Nähe und Distanz im Journalismus wird auch in dieser Dissertation gestellt. Im Zentrum stehen das Selbstverständnis und die Ambivalenzen wertgebender Journalist_innen – solcher, die sich selbst eine ideologische Nähe zu gesellschaftlichen Organisationen bescheinigen. Exemplarisch wurden diejenigen Journalist_innen ausgewählt, die beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk tätig sind, Kirchen oder Gewerkschaften nahestehen und sich auch beruflich mit den Themen der jeweiligen Organisationen beschäftigen.

Theoretische Grundlage dieser Arbeit bilden die Feldtheorie und das Habituskonzept Bourdieus. Diese ermöglichen die Einbeziehung von Faktoren wie Sozialisation, Kapitalausstattung, verinnerlichten Werten und Wahrnehmungskategorien sowie dem individuellen Spielraum, aber auch den Blick auf diejenigen Faktoren, die die Konstitution des Habitus beeinflussen, etwa die Arbeitsbedingungen, die Redaktionsorganisation und die Position der Journalist_innen im journalistischen Feld. Es wurden Interviews mit 23 wertgebenden Journalist_innen geführt und mit einer qualitativen Inhaltsanalyse ausgewertet.

Während die gewerkschaftliche Bindung im Redaktionsumfeld oft als problematisch betrachtet wird und die gewerkschaftsnahen Journalist_innen über Vorbehalte von Kolleg_innen oder Vorgesetzten berichten, gilt die Kirchnähe als Qualifikation für guten Journalismus. Die journalistische Beschäftigung mit Kirche setze Fachwissen über Kirchen voraus, das offenbar nur durch eine kirchliche Sozialisation und ein Theologiestudium erworben werden könne. Für Gewerkschaftsnähe im Bereich des Wirtschaftsjournalismus gilt das nicht. Die kirchennahen Journalist_innen weisen sehr homogene Lebensläufe und eine kirchlich geprägte Sozialisation auf. Auch das Redaktionsumfeld ist ideologisch homogen, im Gegensatz zu dem sehr heterogenen Umfeld der gewerkschaftsnahen Journalist_innen. Widersprüche zwischen dem verinnerlichten Wertesystem und der journalistischen Logik werden so bei den kirchennahen Journalist_innen viel weniger offenbar. Zwar stimmen alle Interviewpartner_innen dem Selbstverständnis des Informationsjournalismus zu. Das darüber hinausgehende formulierte Verständnis unterscheidet sich allerdings stark zwischen kirchen- und gewerkschaftsnahen Journalist_innen. Erstere möchten einordnen, erklären und bewerten, letztere aufklären und kritisieren. Die vergleichsweise große Diskrepanz zwischen Anspruch und Wirklichkeit bei den gewerkschaftsnahen Journalist_innen ist ein Grund für deren deutlich ausgeprägte Unzufriedenheit mit den Arbeitsbedingungen.

Zusammenfassung (englisch)

Journalists should report independently and objectively and keep a professional distance towards the subject matter of their reports. At the same time they need to be close enough to the powerful in order to be able to observe them. Journalists also have to stand apart, otherwise they lose their credibility, but simultaneously, they need to stay close to their subjects of interest or they risk losing informants and sources. The relationship of proximity and distance in journalism is the topic of this dissertation. The central themes are the self-image and ambivalences of value-bound journalists, i.e. those who see themselves as being ideologically close to certain social organizations. As examples, journalists were chosen who work for the German public service broadcasting and who not only have close ideological ties to either the churches or trade unions, but also deal with the issues of those organizations professionally.

This dissertation is based upon Bourdieu's field theory and the concept of habitus, enabling the inclusion of factors like socialization, capital resources, internalized values and perceptual categories as well as individual agency. It also allows to look closer at factors, that influence the constitution of the habitus, for example, the working conditions, the organization of the editorial office and the position of the journalists within the journalistic field. In total, 23 interviews with value-bound journalists were conducted and evaluated by means of qualitative content analysis.

Ties to trade unions are often seen as problematic within the editorial team and journalists who are associated with unions report reservations from colleagues or superiors. Being close to the church, on the other hand, is seen as a qualification for high-quality journalism. Reporting on the church requires expertise on Christianity that can – supposedly – only be acquired by means of a Christian socialization and a degree in theological studies. The same does not hold true for union membership in relation to economic journalism. Church-associated journalists have very homogenous life stories and a religious socialization. Also, the work environment of church-associated journalists proved to be ideologically homogenous, in contrast to the rather heterogeneous environment of unionized journalists. Contradictions between their internalized value-system and the logic of the journalistic field are therefore less apparent for church-associated journalists. While all interviewed journalists identify with the mission to provide information, other elements of the self-image differed greatly between church-associated and unionized journalists. The former want to classify, explain and evaluate, the later aim to clarify and criticize. The relatively big discrepancy between aspiration and reality of unionized journalists is one reason for their dissatisfaction with their working conditions.

Übersicht über die Interviewpartner_innen

Geschlechterverteilung

Männlich	16
Weiblich	7

Organisationszugehörigkeit

Gewerkschaft	12
Kirche	11

Altersverteilung

Bis 25 Jahre	0
26-35	1
36-45	1
46-55	10
56-65	10
Über 65	1

Verteilung auf Rundfunksender

Medium

Hörfunk	10
Fernsehen	9
Bimedial	4

ZDF	3
NDR	3
WDR	3
SWR	3
HR	3
SR	2
BR	2
MDR	1
RBB	2
DRadio	1

Fragebogen und Leitfaden

FRAGEBOGEN

Erhebung biographischer Daten

Alter _____

Redaktion _____

Position innerhalb der Redaktion

Aufgaben in der Redaktion

Arbeitsverhältnis fest Fest-frei frei sonstiges _____

Anzahl der Redakteure in der Redaktion

___ feste Redakteure

___ freie Redakteure

sonstiges: _____

Ausbildung:

Studium/Ausbildung

Journalistische Ausbildung / Volontariat / Stipendien / Weiterbildung

Journalistischer Werdegang: Welche Redaktionen/Themen/Positionen?

<p>Berufe der Eltern</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>Mitgliedschaften in Parteien / Vereinen / Berufsverbänden / Religionsgemeinschaften</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>Über Mitgliedschaft hinausgehendes Engagement in Parteien / Vereinen / Berufsverbänden / Religionsgemeinschaften (z.B. Vorsitzende/r eines Vereins, Personalrat oder Aufgaben in der Gemeinde)</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

Leitfadengestützte Interviews mit wertebundenen Journalist_innen

Themenblock	Leifrage / Erzähl-aufforderung	Check – Wurde das erwähnt?	Nachfragen
Selbst- und Auftrags-verständnis Journalist_in	Warum sind Sie Journalist_in geworden?	Arbeitsauftrag	Welchen Auftrag haben Sie als Journalist_in? Was ist am wichtigsten?
		Ausbildung	Welches Verständnis vom Journalist_innenberuf wurde Ihnen in Ihrer Ausbildung vermittelt? Welche Qualifikationen sollte ein_e Journalist_in Ihrer Meinung nach haben?
		Vorbilder	Wer sind Ihre Vorbilder? An wem orientieren Sie sich? Warum? Was ist für Sie ein_e gute_r Journalist_in?
		Bei Nennung der Begriffe Objektivität, Fairness, Neutralität oder Distanz	Was verstehen Sie darunter? Darf man sich als Journalist_in gemein machen mit einer Sache?
Medienrealität	Wie sieht Ihr Arbeitsalltag aus?	Anspruch an journalistischen Beruf und Realität	Inwieweit können Sie in der redaktionellen Wirklichkeit Ihrem Auftrag als Journalist_in nachkommen?
		Ablauf der Themensuche	Wie kommen Sie zu Ihren Themen? Welche Themen sind für Sie wichtig?
		Zufriedenheit mit Arbeitsbedingungen	Können Sie die Themen, die Ihnen wichtig sind, ausreichend bearbeiten? Haben Sie genug Zeit für die Recher-

			che?
			Haben Sie genug Personal, um Themen, die wichtig sind, zu bearbeiten?
		Schritte bei Themendurchsetzung, Hierarchien	Wie gehen Sie vor, wenn Sie ein Thema wichtig finden und darüber einen Beitrag machen wollen? Wie würden Sie Ihre Stellung in der Redaktion beschreiben? Welche Stationen gibt es? Welche Wege in die Sendung?
		Widerstände	Welche Widerstände gibt es in Ihrer täglichen Arbeit?
		Verhältnisse im Sendegebiet	Hängt die Ausübung Ihrer Arbeit auch von den Verhältnissen im Sendegebiet ab oder glauben Sie, dass Ihre Arbeit als Journalist bei jedem Sender gleich wäre?
Publikumsbild	Was erwartet das Publikum von Ihnen?	Beschreibung des Publikums der jeweilige Sendung	Wer guckt Ihre Sendung/Ihren Sender?
		Wunschvorstellung	Wie sähe Ihr Traum-Publikum aus?
Bedeutung und Wertegerüst von Kirche/ Gewerkschaft	Wie schätzen Sie die Bedeutung von Kirchen/Gewerkschaften ein?	Begründung	Warum ist die Kirche/sind die Gewerkschaften wichtig/unerheblich?
		Ebenen: Gesellschaft, Medien, Journalist selbst	Wie wichtig ist die Kirche/Gewerkschaft für die Gesellschaft/die Medien/Sie selbst?
		Werte der Organisationen	Was sind aus Ihrer Sicht die wichtigsten christlichen/gewerkschaftlichen Werte?
		Bedeutung der Werte für Alltag	Welche Bedeutung haben diese Werte in Ihrem Alltag?
		Einfluss der Werte auf die Berichterstattung	Schlagen sich diese Werte in Ihrer Berichterstattung nieder?
Mitgliedschaft/ Engagement	Welche Rolle spielt für Sie Ihre Mitgliedschaft/Ihr Engagement in der Kirche/in der Gewerkschaft?	Motivation für Mitgliedschaft	Seit wann sind Sie Mitglied/engagiert bei Kirche/Gewerkschaft? Warum sind Sie Mitglied/engagiert bei Kirche/Gewerkschaft?
		Berufswahl	Welche Rolle spielte die Nähe zu Kirche/Gewerkschaft bei der Berufswahl?
		Karriere	Empfinden Sie die Mitgliedschaft als Hindernis oder als Motor für Ihre Karriere?

	Bekenntnis zur Mitgliedschaft	Wie offen gehen Sie mit der Mitgliedschaft um? Wer weiß davon? in der Redaktion gegenüber Teilen der Redaktion nur privat gar nicht warum?
	Reaktion der Kollegen	Wie reagieren die Kollegen auf Ihre Mitgliedschaft? Wie viele Ihrer Kollege sind Mitglied in der Kirche/der Gewerkschaft?
	Bedeutung im beruflichen Alltag	Welche Rolle spielt die Mitgliedschaft Ihren beruflichen Alltag? Hilft Ihnen die Nähe zu der Organisation bei der Bearbeitung von Themen?
	Einordnung	Würden Sie das anders sehen, wenn Sie Gewerkschafts-/Kirchenmitglied wären?
Karriereziele	Wo sehen Sie sich am Ende Ihrer beruflichen Laufbahn?	Mittelfristige Ziele Wunsch Realistische Einschätzung Karrierehemmnisse Seitenwechsel
		Welche Karriereschritte streben Sie für die nächsten Jahre an? Träumen Sie mal... Und was ist realistisch? Woran könnten Ihre Träume scheitern?/Warum, glauben Sie, unterscheiden sich Traum und Realität? Können Sie sich vorstellen, auch mal für die Kirche/die Gewerkschaften zu arbeiten?

Typeneinordnung – Typen anordnen, sich selbst einordnen, dabei oder danach erklären

- Dienstleister_innen
- Wächter_innen
- Lehrer_innen
- Detektiv_innen
- Lobbyist_innen
- Künstler_innen
- Verkäufer_innen
- Promoter_innen

Haben Sie das Gefühl, dass etwas fehlte? Möchten Sie noch etwas sagen?

Kennen Sie noch weitere Journalist_innen, die als Interviewpartner_innen in Frage kommen würden?

Codebuch

Habitus als opus operatum

	Kategorie	Definition	Beispiel
Werdegang und Sozialisation	Familiäre Herkunft	Äußerungen zur Familie: Berufe der Eltern, Umfeld, Region...	„Mein Vater hört sich zwar so arm an, stimmt aber gar nicht. Mein Großvater war Bauer. Dem hat landmäÙig das ganze Dorf gehört, in dem wir gewohnt haben. Mein Vater hat viel davon relativ clever verkauft und damit das Studium seiner beiden Söhne finanziert. Ich habe nebenbei zweimal gejobbt während dem ganzen Studium. Ansonsten habe ich es mir gutgehen lassen.“ (G07)
	Schule	Äußerungen zur Schule, die von den Interviewpartner_innen besucht wurde.	„Ich war auch noch auf einer katholischen Schule. Auf einem katholischen Gymnasium und hatte Religion Leistungskurs.“ (K11)
	Studium	Was haben die Interviewpartner_innen studiert? Wo und warum?	„Ich habe evangelische Theologie studiert bis zum ersten Examen. Also nicht zum Vikariat, sondern nur das erste Examen gemacht.“ (K02)
Werte und Einstellungen	Motivation zur Mitgliedschaft	Begründung der Mitgliedschaft in Kirche oder Gewerkschaft. Wann und warum ist der/die Interviewpartner_in Mitglied geworden?	„Schutz spielte damals die entscheidende Rolle, ja. Ich war politisch nicht fern, politisch war ich immer eher im linken Spektrum. Aber der entscheidende Punkt damals war Schutz.“ G01
	Eigenes Verhältnis zur Organisation	Äußerungen über das eigene Verhältnis zur Organisation, z.B. inhaltliche Übereinstimmung oder Distanz in grundsätzlichen oder Detail-Fragen.	„Eigentlich bin ich ja bekloppt, da überhaupt Mitglied zu sein. Das bringt ja kaum was, unter uns gesagt. Von daher, soviel haben die auch gar nicht zu bieten für Leute wie mich. Daran siehst du ja schon, ich habe da auch eine sehr kritische Einstellung zu.“ (G02)
	Bedeutung der Organisation	Äußerungen zur Bedeutung der Organisation in der Gesellschaft, für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk und für das eigene (Berufs-)Leben.	„Gewerkschaften sind wichtig. Als Gegengewicht zu denen, die aufgrund ihres Kapitals normalerweise die größere Macht hätten. Es ist eine Machtbalance, die aufrecht erhalten werden muss.“ (G11) "Verfassungsrichter Böckenförde hat das mal ganz deutlich gesagt: Der Staat kann eine moralische Ausrichtung nicht garantieren. Der muss neutral sein. Wir brauchen die Kirchen für die Klärung moralischer Themen. Und für die Diskussion moralischer Themen. So wie wir am Meer Leuchttürme brauchen. Ich muss nicht beim Leuchtturm stehen. Ich muss auch nicht auf diesen Leuchtturm zufahren. Aber es ist gut, dass hier und da Leuchttürme stehen, um deutlich zu markieren: Hier und da sind Grenzen. Und hier überschreitet ihr sie. Das ist eine unheimlich verdienstvolle Funktion von Kirche, immer wieder zu sagen: Wir bleiben bei dieser Grenze, wir markieren sie ganz deutlich. Dann kann jeder entscheiden, ob er da drüber geht oder nicht.“ (K05)
	Bedeutung für den beruflichen Alltag	Äußerungen zur Bedeutung der Mitgliedschaft für die journalistische Arbeit.	„Für meine journalistische Arbeit sind die Werte, die die Kirche vertritt, die Themen, die die Kirche setzt, natürlich auch die Themen meiner Arbeit. Die Themen, die die Kirche nicht interessiert, über die habe ich dann ja auch nicht viel zu berichten, weil sich dann dazu ja auch in der Kirche nichts tut.“ (K05)
	Einflussmöglichkeiten der Organisation auf Rundfunk	Äußerungen, die sich speziell auf die Möglichkeiten der Einflussnahme auf journalistische Inhalte und Personalfragen innerhalb der öffentlich-rechtlichen Sender beziehen.	„Die Position der Leitung kann nur im Einvernehmen mit den Kirchen besetzt werden. Wenn das also das -Senderjemanden haben wollte, den die Kirchen ablehnen, könnte das -Sender- das nicht tun. Das hat was mit dem Staatsvertrag zu tun und der besonderen Situation, die die Kirchen im -Sender- haben.“ (K08) „In den Aufsichtsgremien kann ich es ganz gut beurteilen. Rundfunkrat, Verwaltungsrat und so weiter. Da würde ich sagen, ist die Einwirkungsmöglichkeit der Kirchen und der Gewerkschaften auf Entscheidungsprozesse dieser Gremien relativ gering. Hier spielen eher die politischen Parteien eine Rolle.“ (G12)
	Gewerkschaftliche Werte	Nennung gewerkschaftlicher Werte.	„Die wichtigsten gewerkschaftlichen Werte sind, würde ich sagen, in einer solidarischen Gemeinschaft von überwiegend ehreamtlichen Mitgliedern für eine Verbesserung aller Arbeitsbedingungen zu sorgen. Dazu gehört die Lohngestaltung genauso wie die Gestaltung von Arbeitsplätzen, genauso wie das Betriebsklima in Unternehmen, genauso wie die Wahrung individueller und kollektiver Rechte, bspw. Datenschutz, individueller Datenschutz genauso wie kollektiver Datenschutz.“ (G12)

Kirchliche Werte Engagement über Mitgliedschaft hinaus	Nennung kirchlicher/christlicher Werte. Nennung des Engagements der Interviewpartner_innen über die Mitgliedschaft hinaus in Kirche oder Gewerkschaft.	„Gerechtigkeit, Solidarität, aber auch die Achtung vor der Würde des Menschen.“ (K02) „Es gibt einen Arbeitskreis beim Landeskomitee der Katholiken, Sachausschuss Medien, da bin ich Mitglied.“ (K07)
Nutzen und Schaden der Wertegebundenheit	Äußerungen dazu, ob die Mitgliedschaft von dem/der Interviewpartner_in eher als nützlich oder als schädlich empfunden wird.	„Ich habe öfter von Kollegen gehört, ich könnte mir das alles leisten, weil ich Personalratsmitglied war und damit unangreifbar. Mir konnte ja nichts passieren. Das war ein Schutz.“ (G03)

Habitus als modus operandi

Einstieg in das journalistische Feld	Journalistische Ausbildung	Wo wurden die Interviewpartner_innen journalistisch ausgebildet?	„Und dann habe ich ein Volontariat gemacht, das war organisiert vom Gemeinschaftswerk evangelischer Publizistik. Das ist ein Dachverband der evangelischen Publizistik. Ein Volontariat, bei dem lief man durch verschiedene Medienhäuser in [...], -Sender-, evangelischer Pressedienst und so weiter. Das war ein Volontariat.“ (K01)
	Stationen im Beruf	Welche Stationen im Beruf haben die Interviewpartner_innen hinter sich?	„Ich war beim Studio [...] immer schon der Kardinal der Redaktion genannt worden, weil ich über Kirchenthemen häufig berichtete. Weil ich Religionsberichtersteller fürs Studio [...] war. Und dann kannte ich natürlich die Leute hier. Und als eine Kollegin in den Ruhestand ging, sagte sie: Mensch, bewirb dich doch! Ich hatte den Hintergrund dafür und habe die Stelle bekommen. Als hausinterne Bewerbung.“ (K05)
Die Journalist_innen im journalistischen Feld	Arbeitsalltag/Aufgaben	Äußerungen zu Aufgaben des/der Interviewpartner_in. Wie sieht der Arbeitsalltag aus?	„Meine Aufgabe ist Personal, thematische Schwerpunktsetzung, zum Glück wird das aber auch von den Kollegen geleistet, ich bin da also nicht permanent im Produktionszwang, sonder die haben selber auch Ideen. Personalführung, das ist klar, ich arbeite aber auch noch selber, ich kommentiere selber, werde als Experte vernommen und produziere auch noch selber Sendungen.“ (K10)
	Beschreibung der Redaktion	In welcher Redaktion arbeiten die Interviewpartner_innen? Mit welcher journalistischer Gattung beschäftigen sie sich (Dokumentationen, Aktuelles, Fachredaktion...). In welcher Sender ist die Redaktion eingebunden und wie? Details zu Kirchenredaktionen: Siehe „Kirchenredaktionen“	„Wir alle verstehen uns hier als eine Fachredaktion, die über Kirchliches und über den ganzen Bereich Leben, Werthaltung der Schöpfung, berichtet.“ (K08)
	Verantwortete Sendungen Eigene Sendungen	Äußerungen zu von der Redaktion selbst betreute Sendungen. Angabe der Sendeminuten, Inhalt, Ziel der Sendung.	„In dem Magazin geht es um regionale Themen im [...]? Ja. Wie die Landesschau, quasi. Nur eben 40 Minuten. Wie oft wird das gesendet? Jeden Tag, sieben Tage die Woche.“ (G07)
	Keine eigenen Sendungen	Äußerungen von Interviewpartner_innen über die Sendungen, denen sie zuliefern, wenn sie keine eigene Sendung betreuen.	„Ansonsten sind wir klassisches Korrespondentenbüro. Das heißt, wir werden von anderen Redaktionen angefragt oder liefern für die zu.“ (G08)
	Verkündigungs-sendungen	Bei Kirchenredaktionen: Äußerungen zu Verkündigungssendungen.	„Was bei uns auch noch ein großer Anteil der Arbeit in der Redaktion ist, ist die Begleitung und inhaltliche und infrastrukturelle Abwicklung der gesamten Verkündigungssendungen. Das sind die Sendungen, die die Kirchen aufgrund alter Rechte oder alter Gepflogenheiten hier im Rundfunk haben. Zuspruch, Morgenfeiern, Gottesdienste. Das läuft auch alles über unsere Redaktion.“ (K03)

Sonderfall Kirchenredaktionen	Kirchenfunk – Positionen zum Namen	Äußerungen zur Bezeichnung der Redaktion als „Kirchenfunk“	„Wir sagen intern noch, wir sind die KiFus. Aber das klingt ja so, als wenn wir im Auftrag der katholischen oder evangelischen Kirche arbeiten würden. Und das tun wir ja nicht. Bei den Verkündigungssendungen ja, da arbeiten wir mit ihnen zusammen, da haben wir einen Auftrag, aber da haben wir auch journalistisch nichts zu suchen. Bei den journalistischen Formaten habe ich denen auch immer gesagt, dass sie uns da nicht reinzufunken haben.“
	Zusammenarbeit mit Kirchen	Beschreibungen der Zusammenarbeit mit den Kirchen. Art und Anzahl von Treffen, institutionalisierte Zusammenarbeit und informelle Übereinkunft.	„Verkündigungssendungen liegen ja in der Verantwortung der Kirchen. Es gibt also immer den Punkt, wo die Kirchen sagen: Das ist nicht euer Bier. Die Kirchen schlagen auch die Kirchen vor, die Kirchenräume, die Prediger, die Texte und die Lieder. Ich gehe mit denen ins Gespräch und sage: Leute, ihr könnt von diesem Lied nicht sieben Strophen singen, die Zuschauer langweilen sich zu Tode. Geht nach zwei Strophen raus. Sagt dem Organisten, der den Ehrgeiz hat zu beweisen, was er alles kann und dass er auch komplizierte Zwölftonmusik spielen kann, lass das bleiben. Da hören die Zuschauer nicht mehr zu. Die wollen nämlich was hören, was sie gerne hören. Ihre Schlager. Macht die möglichst gut. Das ist dann mein Part, dafür zu sorgen, dass aus dem Gemeindegottesdienst mit all den Rivalitäten, die da bestehen, mit all den unterschiedlichen Ehrgeizen, die da bestehen, ein schöner, gut annehmbarer Fernsehgottesdienst gemacht wird.“ (K06)
	Kirchliche Produktionsfirmen	Äußerungen zu kirchlichen Produktionsfirmen.	„Das sind alles Töchterfirmen der Tellux-Gruppe. Wir arbeiten mit denen auch gut zusammen. Die hatten früher einen viel größeren Anteil. Jetzt nicht mehr so.“ (K08)
	Andere Glaubensgemeinschaften	Beschreibung der Zusammenarbeit oder Behandlung anderer Glaubensgemeinschaften, wie Muslime oder Zeugen Jehovas. Bekommen diese Sendezeit? Sieht sich die Redaktion auch als Sprachrohr dieser Gemeinschaften?	„Wir machen ja nicht nur evangelisch, katholisch, sondern wir machen ja alles. Das finde ich auch wichtig. Muslimisch, jüdisch, Atheisten, Freikirchen, was alles anfällt.“ (K02)
	Aussagen über andere Kirchenredaktionen	Äußerungen von Kirchenredakteuren über Kollegen der gleichen Redaktion oder der Kirchenredaktionen anderer Sender.	„Es gibt ja auch viele Kirchenredaktionen, wo Leute nicht unbedingt Theologen sind, was wir hier zufällig sind.“ (K03)
	Gewerkschaften über Kirchenredaktionen	Wie sehen die Gewerkschafter_innen die Kirchenredaktionen?	„Zuerst mal haben die kirchlichen eine bessere Struktur im Hintergrund. Die kümmern sich besser um Fortbildungen, Qualifizierung, Informationsaustausch. Das ist alles positiv. Die sind in meinen Augen besser mit Material und Information versorgt. Im Haus haben sie es leichter, weil sie ein Nischenprodukt besetzen. Da kommen sie niemanden in die Quere. Deren Sendezeit steht fest. Da geht niemand dran. Um andere Bereiche muss ich eher im Wettbewerb sein. Nicht, weil man mein Thema nicht haben will, sondern weil der andere präsent sein will. Das ist in der Konferenz ein Hauen und Stechen um Sendezeit. Wer kann wo was machen. Da haben sie es teilweise ein bisschen leichter.“ (G03)
Redaktionelle Kontrolle	Zukunft der Kirchenredaktionen	Äußerungen zur Zukunft der Kirchenredaktionen. Haben die Journalist_innen Angst vor Bedeutungsverlust oder vor Umstrukturierungen?	„In dem Augenblick, wo man den Eindruck hat, dass die Religion gesellschaftlich überwiegend als irrelevant angesehen wird, wird diese Redaktion verschwinden. Genauso wie die Frauenredaktion verschwunden ist, weil man den Eindruck hat, dass die klassische feministisch orientierte Beschäftigung mit diesem Thema ihre Zeit hatte und vorbei ist.“ (K03)
	Zusammensetzung der Redaktion	Zusammensetzung des Redaktionsteams: Wie viele feste, wie viele freie Journalist_innen arbeiten in der Redaktion oder im engeren Umfeld dieser. Welche Kolleg_innen sind Mitglieder in Kirche/Gewerkschaft.	„Mehr als zwei Redakteure waren wir auch in der Vergangenheit nicht.“ (K06)
	Hierarchien bei Themendurchsetzung	Äußerungen zu Hierarchien in der Redaktion oder darüber hinaus. Welche Schritte müssen unternommen werden, um Themen zu platzieren. Wer muss zustimmen?	„Und dann sind Themen aus der Arbeitswelt tendenziell sehr stark unterrepräsentiert. Das heißt, Sie kommen dann gar nicht erst an die eins höhere Instanz? Man schlägt sie gar nicht vor. Man schlägt sie schon deshalb nicht vor, weil man weiß, wie die Redaktionen ticken und was die Redaktionen haben wollen.“ (G01)
	Widerständen	Äußerungen über Widerstände und Mechanismen oder Vermutungen der Selbstzensur bei	„Es gab keine Situation in den 15 Jahren, die ich hier bin, wo ich sagen würde, da bin ich von außen gezwungen worden, was ich nicht wollte. Das ist nicht der Fall. Aber es gab durchaus Situationen, die darauf hinausliefen,

	de/Selbstzensur	der journalistischen Arbeit. Nur bezogen auf Interviewpartner_in. Keine allgemeinen Äußerungen.	dass da was passiert“ (K07)
	Bekanntnis zur Wertegebundenheit	Wie offen bekennt sich der/die Journalist_in zur Wertegebundenheit? Wissen Redaktionskolleg_innen, Vorgesetzte, Bekannte, Freunde Bescheid?	„Ich war die ganze Zeit nur ehrenamtlich unterwegs in ver.di, mit und ohne Funktion. Manche Redakteure haben gemeint, wenn ich die länger nicht gesehen habe, ich wäre da angestellt gewesen. So offen ist das, das weiß jeder.“ (G11)
	Reaktionen auf Wertegebundenheit	Wie reagieren die Kolleg_innen auf die Wertegebundenheit? Gibt es Vorbehalte?	„Die meisten finde es ok. Die, die es nicht ok finden, haben sich wahrscheinlich nicht getraut, es mir zu sagen.“ (G07)
	Verhältnisse im Sendegebiet	Äußerungen zu den Verhältnissen im Sendegebiet, auch Grad der Religiosität oder des gewerkschaftlichen Organisationsgrades.	„Ja, auch hier in Berlin, beim RBB zum Beispiel. Ein Religionssoziologe hat gesagt, Berlin ist die Hauptstadt des Atheismus auf der Welt. Ich weiß nicht, wieviel Prozent der Leute hier überhaupt noch in christlichen Kirchen sind.“ (K11)
	Unterschied Radio-Fernsehen	Äußerungen über die Unterschiede zwischen der journalistischen Arbeit beim Radio und beim Fernsehen.	„Dass die Parteien ihre Eier, Leute zu platzieren und vorher direkt auf Programme Einfluss zu nehmen - das hat sich geändert, dass man nicht mehr direkt Einfluss auf das Programm genommen hat sondern einfach die richtigen Leute an die richtigen Stellen gesetzt hat - da war der Hörfunk immer mehr im Windschatten.“ (G05)
	Bezug auf Regeln und Gesetze	Nennung von Gesetzen (Grundgesetz u.ä.), Rundfunkstaatsvertrag, Redaktionsleitlinien oder andere Autoritäten	„Letztlich ist das mit den konfessionellen Befindlichkeiten nicht gar so wichtig, weil das so plural ist. Das liegt am Rundfunkgesetz, weil Bayern ja damals amerikanische Besatzungszone war nach dem Krieg. Da ist es nach dem amerikanischen Muster etabliert worden und das sorgt dafür, dass bei uns eine große Liberalität herrscht. Wer hier als Religionsgemeinschaft anerkannt ist, kann auch Senderecht beantragen.“ (K07)
	Aussagen über andere Journalist_innen	Wie äußern sich die Interviewpartner_innen über andere Journalist_innen?	„Ich finde nichts schlimmer, als diese Teflon-Journalisten, die heute Nachrichtensendungen präsentieren, morgen bei einem Möbelhaus als gekaufter Moderator auftreten und am Freitagabend irgendwo im dritten Programm eine Talkshow moderieren - und alles mit dem gleichen Grinsen und der gleichen Unverbindlichkeit.“ (G08)
Arbeitsbedingungen	Zufriedenheit mit den Arbeitsbedingungen	Äußerungen, die Zufriedenheit mit den Arbeitsbedingungen ausdrücken, z.B. viel Freiraum in der inhaltlichen Gestaltung	„Sind Sie mit den Arbeitsbedingungen hier zufrieden? Ausstattung, Gelder, Sendezeiten? Im Großen und Ganzen ja. Wir haben auch eine Spardebatte, ohne Frage, da geht man uns auch ans Leder. Aber im Moment können wir noch diese beiden Sendungen gut bestücken, personell und etat-mäßig.“ (K10)
	Kritik an Arbeitsbedingungen	Kritische Äußerungen über die Arbeitsbedingungen, z.B. fehlende Zeit für Recherche, Stellenkürzungen etc.	„Jede Stunde Nachrichten, jede Stunde Wissens-O-Ton-Nachrichten, und jede vier Stunden lange moderierte Ausgaben. Die Arbeitsbelastung ist schon so hoch, dass sie inhaltliche Debatten darüber nicht führen können.“ (G01)
	Auswirkung des Anstellungsverhältnisses auf Engagement	Äußerungen, die Aufschluss darüber geben, wie sich das eigene Anstellungsverhältnis oder Anstellungsverhältnisse von Kolleg_innen auf die Bereitschaft und Möglichkeit zum Engagement auswirkt.	„Und dann zu versuchen in den Medien möglichst bald fest angestellt arbeiten zu können. Was natürlich ein großes Ziel ist. Warum die Festanstellung? Weil sie die eigene Unabhängigkeit erhöht.“ (G05)
	Feste über Freie	Vor(Urteile) fester Mitarbeiter_innen gegenüber Freien.	„Für Freie ist das hier ziemlich beschissen. Aber die hier fest sind, Rahmenverträge haben, mit denen der SWR also Verträge abschließt, in denen drinsteht, für welche Redaktion sie hauptsächlich zuliefern müssen, sie werden pro Film bezahlt, pro Beitrag, können aber so viel verdienen wie sie wollen. Und dann gibt es die andere Gruppe von freien Mitarbeitern, denen hat man gesagt, du darfst nicht mehr als 16.000 Euro im Jahr verdienen. Davon kann man nicht leben und nicht sterben. Es gibt also zwei Kategorien. Aber die hier, die Rahmenverträge haben, die können vom Fernsehen sehr gut leben. Die können auch besser leben als die Hörfunkkollegen. Die Honorare sind höher.“ (G09)
	Kritik an Medien/Rundfunk	Äußerungen, die allgemeine Kritik am Mediensystem, der Medienlogik, dem (öffentlich-rechtlichen) Rundfunk enthalten, z.B. zunehmende Boulevardisierung der Nachrichten im	„Und das ist natürlich ein Zwang, den wir tagtäglich in unserer Arbeit spüren. <i>Führen solche Zwänge auch dazu, dass Sie bestimmte Themen nicht unterbringen können?</i> Ja. Nicht so simpel, dass es jetzt heißt, um auf das Beispiel Höchst zurückzugehen, wir berichten jetzt nicht mehr über Umweltskandale, weil Höchst ist auch unser Werbepartner oder sonst was. Aber die finanziellen Zwänge

		Allgemeinen.	führen dazu, dass auch in unserem Bereich gewisse Sendestrecken, wo man sich ausführlicher mit Themen beschäftigen konnte, dass die nicht mehr existieren. In unserem Bereich, in dem wir arbeiten, gibt es so gut wie keine Sendeflächen mehr, wo man sich eine halbe Stunde mit einem Thema beschäftigen kann. Das empfinde ich schon als Einschränkung unserer Möglichkeiten. Ich kann jetzt weiterhin über dieses Thema berichten, aber eben nur noch im Rahmen der Vorgaben der Programme. Das heißt, nach drei Minuten, drei dreißig ist die absolute Obergrenze. Und das ist ja klar, dass ich für ein Stück, wo ich 30 Minuten Zeit habe, andere Hintergründe reinpacken kann, als wenn bei 3:30 der Hammer fällt.“ (G08)
Selbst- und Auftragsverständnis	Motivation für Berufswahl	Warum sind die Interviewpartner_innen Journalist_innen geworden? Welche Motive werden genannt?	„Weil ich als Frau in der katholischen Kirche mit Theologie, als Lehramt wollte ich nicht, die Chancen, in der Gemeindearbeit zu sein, waren damals, als ich angefangen habe, ging das noch gar nicht. Ich hatte das Ziel eigentlich, das durchzudrücken, in die Gemeinden zu gehen. Das war sehr ungewiss, ob das klappen würde. Deshalb habe ich parallel die Journalistenausbildung angefangen. Dann war es zwar möglich, in die Gemeinde zu gehen, aber ich war vom Journalismus dann viel zu sehr infiziert. Das hat mir gefallen, dann war die Sache eigentlich klar. Ich habe in der Schülerzeitschrift mitgemacht, das hatte mir immer auch gefallen, aber es war eigentlich die Ausweichmöglichkeit oder Alternative zur Gemeindearbeit.“ (K08)
	Journalistischer Auftrag	Äußerungen zum Auftrag von Journalist_innen.	„Wächter über das gesellschaftliche Zusammenleben. Darauf achten, dass Gesellschaft funktioniert und in Ordnung nach Gesetz, Recht und Gerechtigkeit funktioniert.“ (G04)
	Selbstbild	Äußerungen zum Selbstbild der Interviewpartner_innen. Wie schätzen sie sich ein, was ist ihnen persönlich besonders wichtig?	„Ich bin wahrscheinlich ein ziemlicher Idealist, dass ich meine, es könnte vielleicht in irgendeiner Weise was bewirken, wenn Menschen besser informiert sind.“ (G11)
	Objektivität / Fairness / Distanz / Neutralität	Nennung und eigene Definition der Begriffe Objektivität, Fairness, Distanz, Neutralität.	„Einerseits bin ich unersetzlich, andererseits zu querulantisch.“ (K04)
	Positionen vertreten	Äußerungen dazu, ob Journalist_innen Positionen vertreten und eine Haltung haben sollten.	„Wir sind in unserer Wahrnehmung, in unserer Vorentscheidung, in unseren Vorurteilen, wir sind nicht neutral. Wir haben bestimmte Raster im Kopf.“ (K10)
	Realitätsverständnis	Äußerungen, die Aufschluss über das Realitätsverständnis der Journalist_innen geben.	„Meinung haben muss man auf jeden Fall. Das ist auch schon in der Bibel festgelegt.“ (K02)
	Auftrag öffentlich-rechtlicher Journalist_innen	Welchen speziellen Auftrag schreiben der Journalist_innen dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk zu?	„Die Dinge so beschreiben, wie sie sind.“ (G01)
Informationsjournalismus	das Publikum möglichst neutral und präzise informieren	Nennung der Aussage in dieser oder anderer Form, aber eindeutig erkennbar und zuzuordnen.	„Auftrag des öffentlich-rechtlichen Fernsehens, aufgeklärte Fernsehzuschauer zu generieren.“ (G04)
	komplexe Sachverhalte erklären und vermitteln	Nennung der Aussage in dieser oder anderer Form, aber eindeutig erkennbar und zuzuordnen.	
	dem Publikum möglichst schnell Informationen vermitteln	Nennung der Aussage in dieser oder anderer Form, aber eindeutig erkennbar und zuzuordnen.	
	Realität genauso abbilden, wie sie ist	Nennung der Aussage in dieser oder anderer Form, aber eindeutig erkennbar und zuzuordnen.	
	Sich auf Nachrichten konzentrieren, die für ein möglichst breites Publikum	Nennung der Aussage in dieser oder anderer Form, aber eindeutig erkennbar und zuzuordnen.	

Politischer Journalismus	interessant sind	
	Kritik an Missständen üben	Nennung der Aussage in dieser oder anderer Form, aber eindeutig erkennbar und zuzuordnen.
	Normalen Leuten eine Chance geben, ihre Meinungen zu Themen von öffentlichem Interesse zum Ausdruck zu bringen	Nennung der Aussage in dieser oder anderer Form, aber eindeutig erkennbar und zuzuordnen.
	Sich einsetzen für die Benachteiligten in der Bevölkerung	Nennung der Aussage in dieser oder anderer Form, aber eindeutig erkennbar und zuzuordnen.
	Die Bereiche Politik, Wirtschaft und Gesellschaft kontrollieren	Nennung der Aussage in dieser oder anderer Form, aber eindeutig erkennbar und zuzuordnen.
Ratgeber-, Service- und Unterhaltungsjournalismus	Die politische Tagesordnung beeinflussen und Themen auf die politische Agenda setzen	Nennung der Aussage in dieser oder anderer Form, aber eindeutig erkennbar und zuzuordnen.
	neue Trends aufzeigen und neue Ideen vermitteln	Nennung der Aussage in dieser oder anderer Form, aber eindeutig erkennbar und zuzuordnen.
	Lebenshilfe für das Publikum bieten, also als Ratgeber dienen	Nennung der Aussage in dieser oder anderer Form, aber eindeutig erkennbar und zuzuordnen.
	Positive Ideale vermitteln	Nennung der Aussage in dieser oder anderer Form, aber eindeutig erkennbar und zuzuordnen.
	Dem Publikum Unterhaltung und Entspannung bieten	Nennung der Aussage in dieser oder anderer Form, aber eindeutig erkennbar und zuzuordnen.
	Dem Publikum eigene Ansichten präsentieren	Nennung der Aussage in dieser oder anderer Form, aber eindeutig erkennbar und zuzuordnen.
	Aufklären	Nennung der Aussage in dieser oder anderer Form, aber eindeutig erkennbar und zuzuordnen.
Weitere Rollenverständnisse	Orientierung bieten	Nennung der Aussage in dieser oder anderer Form, aber eindeutig erkennbar und zuzuordnen.
	Zu Meinungsbildung beitragen	Nennung der Aussage in dieser oder anderer Form, aber eindeutig erkennbar und zuzuordnen.
	Viele Menschen mit wichtigen Themen erreichen	Nennung der Aussage in dieser oder anderer Form, aber eindeutig erkennbar und zuzuordnen.
	Einordnen, bewerten	Nennung der Aussage in dieser oder anderer Form, aber eindeutig erkennbar und zuzuordnen.

Ambivalenzen und Interessenskonflikte	Qualifikationen	Welche Qualifikationen benötigt man als Journalist_in?	„Gut wäre Unabhängigkeit. Dann die sachliche Kompetenz. Flexibilität, Verständnis für politische Zusammenhänge, die Fähigkeit, zu formulieren und sich auszudrücken.“ (K02)
	Journalistische Vorbilder	An wem orientieren sich die Interviewpartner_innen? Äußerungen zu Vorbildern.	„Ich bin mit dem Watergate-Dunst aufgewachsen, fand das toll, dass die das so rausgekriegt haben. Aber Vorbilder würde ich dazu nicht sagen. Vielleicht der Monarchieexperte. Der weiß immer ganz genau, was die Leute denke, warum sie das Kleid anhaben usw. So gut informiert wäre ich mal gerne.“ (G07)
	Journalistische Kriterien	Welche journalistischen Kriterien werden genannt, welche Funktion erfüllen diese nach Meinung der Interviewpartner_innen?	„Ich würde immer sagen, was die Gewerkschaft denkt und was der Arbeitgeberverband sagt. Ich würde immer beide Seiten vorkommen lassen, weil das meine journalistische Pflicht ist.“ (G02)
	Lieblingsthemen	Äußerungen über Themen, die den Interviewpartner_innen in der journalistischen Arbeit besonders wichtig sind.	Frage: „Welche Themen sind Ihnen besonders wichtig in der journalistischen Arbeit?“ Antwort: „Die Sozialen vor allen Dingen. Das miteinander Leben. Da kommt auch dieser Wirtschaftshintergrund bei mir zum Tragen. Ich finde es schade, dass man so in Ressorts feststeckt.“ (K04)
	Publikumsbild	Äußerungen über das Publikum	„Kenn wir das Publikum so genau? Welches Publikum? Welches Segment des Publikums? Es gibt sehr viele Arten von Publikum. Du siehst es ja daran, dass es viele Arten von Sendern gibt und dann auch noch unterschiedliche Wellen. Die peilen unterschiedliche Menschen an, die angeblich unterschiedliche Sachen wollen, machen Studien, welches Milieu sie ansprechen wollen. Und du fragst mich: Was will mein Publikum? Da gibt es zu viele Arten von Publikum.“ (G11)
	Ableich Anspruch – Arbeitsrealität	Können die Journalist_innen den selbst formulierten Anspruch an die Arbeit in der Praxis umsetzen?	Frage: „Kannst du deinen Anspruch an Journalismus und deine Vorstellung von der Ausübung des Berufs im Arbeitsalltag umsetzen?“ Antwort: „Nicht immer. Leider. Was ich am schlimmsten finde, ist die Voreingenommenheit dieser ganzen Journalistenmeute. Die nach bestimmten Formaten ihre Themen formatiert, insbesondere um Fernsehen und Hörfunk, sodass andere Sachen da gar nicht mehr rein passen und nicht mehr berichtet werden können.“ (G11)
	Zustimmung zu Typen	Welchen Typen nach Meyen und Riesmeyer 2009, 207ff stimmen die Interviewpartner_innen zu, mit welchen wollen sie sich identifizieren?	„Wächter will ich sein.“ (G11)
	Ablehnung von Typen	Welche journalistischen Typen nach Meyen und Riesmeyer 2009, 207ff lehnen die Interviewpartner_innen ab?	„Ich bin nicht der Wächter.“ (K05)
	Keine Interessenskonflikte	Äußerungen, die zeigen (sollen), dass der/die Interviewpartner_in keinen Interessenskonflikten ausgesetzt ist.	"Ich würde solche Themen nicht ausgrenzen, weil sie kirchlich heikel sind." (K06)
	Unterstellte Interessenskonflikte	Äußerungen über Interessenskonflikte, die dem/der Interviewpartner_in im Berufsleben unterstellt werden.	"Dass es vielleicht ein paar Leute gegeben hat, die gesagt haben, die ist zu nah dran, mag sein." (K08)
Vorbeugung vor Interessenskonflikte	Äußerungen über Möglichkeiten der Vorbeugung vor Rollenkonflikten, sowohl vor vorhandenen als auch vor unterstellten oder vermuteten.	"das Zutrauen sollte da sein, dass man sein Handwerk so beherrscht, dass das persönliche nicht vermischt wird. Ich finde, das muss jeder Journalist beherrschen." (G10)	
Selbst wahrgenommene Interessenskonflikte	Interessenskonflikte, denen sich die Journalist_innen ausgesetzt fühlen. Unabhängig davon, ob sie diese als problematisch einschätzen.	"ich hätte mich anstelle des Kollegen damit nicht beauftragt. Der hat mich beauftragt, weil ich nah dran war und wusste, was da los war." (G11)	
Grenzen	Äußerungen darüber, wo die Journalist_innen eigene Grenzen ziehen würden, welches Enga-	„Parteimitgliedschaft, auch da würde ich sagen, so wie ich als Journalist nicht zum hessischen Wahlkampf eine Podiumsdiskussion des DGB über die Wahlprüfsteine an die Landesregierung moderieren würde, so würde ich das	

		gement oder Verhalten ihrer Meinung nach nicht mit der journalistischen Unabhängigkeit vereinbar ist.	auch keinem, der ein sozialdemokratisches oder christdemokratisches Parteibuch hat, empfehlen, an einer solchen Veranstaltung seiner oder einer anderen Partei teilzunehmen.“ (G06)
	Tabuthemen	Äußerungen über Themen, die die Journalist_innen aufgrund ihres Engagements nicht bearbeiten (würden), weil sie Interessenskonflikte vermuten.	<i>„Ließe sich das mit dem Dasein als Journalist vereinbaren, Ämter in einer Gewerkschaft zu übernehmen?“</i> Ja. Dann musst du aber klipp und klar sagen: Darüber berichte ich nicht, da bin ich befangen.“ (G09)
	Sollten Journalisten Mitglied sein?	Äußerungen darüber, ob Journalist_innen nach Meinung des/der Interviewpartner_in Mitglied in Kirche oder Gewerkschaft sein sollten, ob es ratsam für junge Journalist_innen ist.	„Man ist zwar unabhängig, muss aber, wenn man die Mitgliedschaft hat, das immer wieder beweisen. Das ist wie ein Klotz am Bein. Und natürlich bekommt man die ein oder andere Information eher, in sozialdemokratischen Kreisen, das wiegt aber den ständigen Verdacht nicht aus, dem man mal mehr mal weniger immer ausgesetzt ist, man sei Parteijournalist. Das ist eine unangenehme Geschichte. Deswegen würde ich sagen: Nein, wenn man den Job macht, sollte man das lieber lassen. Ich würde es nicht nochmal machen, sagen wir es so.“ (G01)
Karriereziele	Mittel- und langfristige Ziele	Äußerungen zu Karrierezielen	„Ich fürchte, ich bleibe die Kirchentante vom Dienst, würde aber gerne mehr Einfluss nehmen.“ (K04)
	Karrierehemmnisse	Äußerungen zu möglichen oder tatsächlichen Hemmnissen bei der Durchsetzung der Karrierepläne. Kontrollfrage für Frage „Empfinden Sie die Mitgliedschaft als Hindernis oder als Motor für Ihre Karriere?“ (Block Werte und Einstellungen)	„Du musst dich halt an einem bestimmten Punkt entscheiden, ob du Gewerkschafter oder Journalist bist. Das ist der eine Punkt. Der andere Punkt ist, dass es nach Parteienproporz geht. (...) Und für die Karriere beim ZDF ist es sicherlich dienlicher, wenn du bei der DCU/CSU verortet wirst.“ (G04)
Medienpolitik der gesellschaftlichen Akteure	Bedeutung der Organisationen für Medien/öffentlich-rechtlichen Rundfunk	Wozu brauchen Medien Kirche oder Gewerkschaft? Aussagen, die sich auf die Bedeutung der Organisationen für Medien oder konkret den öffentlich-rechtlichen Rundfunk beziehen.	„Die Kirchen sind die letzte große Gruppierung, die das öffentlich-rechtliche Rundfunksystem unterstützt. Auch weil sie davon profitieren. Die Gewerkschaften halten sich schon mehr zurück.“ (K05)
	Engagement der Organisationen in der Medienpolitik	Aussagen über und Einschätzungen von Journalistenschulungen, Veranstaltungen, Medienarbeit von Kirche und Gewerkschaften.	„Zuerst mal haben die kirchlichen eine bessere Struktur im Hintergrund. Die kümmern sich besser um Fortbildungen, Qualifizierung, Informationsaustausch. Das ist alles positiv. Die sind in meinen Augen besser mit Material und Information versorgt.“ (G03)
	Kritik an Medienarbeit	Aussagen, in denen sich die Interviewpartner_innen kritisch über die Medienpolitik ihrer Organisation äußern.	"Ich mache auch nicht so viele Gewerkschaftsthemen. Das hängt auch damit zusammen, dass das Agenda Setting der Gewerkschaften nicht so gut ist. Deren ganzer Darstellungsbereich oder Inszenierungsbereich ist nicht so toll. Da fehlt es an Vielem." (G01)