

Journalistische Ethik: Die französische Diskussion um die déontologie

Obwohl sich der französische Journalismus auf eine andere Tradition und historische Entwicklung gründet als der deutsche, ist die journalistische Ethik von ähnlichen Problemen gekennzeichnet. Hintergrund sind ein aggressiver Konkurrenzkampf am Fernsehmarkt und ein mindestens ebenso harter Wettbewerb im Printbereich sowie zwischen den Mediengattungen. Ausgehend von einer kurzen Beschreibung wesentlicher Kenndaten des Journalismus in Frankreich und einigen beispielhaften Fällen, die in Frankreich Anlaß zu heftiger Medienschelte gegeben haben, werden im folgenden Beitrag einige Charakteristika und die Situation des Journalismus in Frankreich dargestellt.

Im Anschluß daran werden die wesentlichen Positionen referiert, die in der wissenschaftlichen Diskussion zum Thema zu finden sind, und zwar hinsichtlich der Problembeschreibungen, die sie liefern, der Ursachenanalyse, die sie versuchen, sowie der Lösungsvorschläge, die sie machen.

JOURNALISMUS IN FRANKREICH

1990 legte das Institut Français de Presse eine Studie vor, die Auskunft über Zusammensetzung und Entwicklungstendenzen im französischen Journalismus gab. Dabei konnte das Institut auf die Daten der »Commission de la carte d'identité des journalistes professionnels« zurückgreifen, welche die einzige per Gesetz autorisierte Stelle ist, die den begehrten Journalistenausweis vergeben kann. Angehörige des Journalismus haben in Frankreich seit 1935 einen gesetzlich geregelten Berufsstatus, welcher in der gegenwärtig gültigen Fassung durch das Arbeitsgesetz (Code du travail) von 1974 festgelegt ist. Das Gesetz legt fest, wer berechtigt ist, sich als Journalist zu bezeichnen, und enthält außerdem eine sogenannte »Gewissensklausel« (Artikel L 761-7), die von seiten des Arbeitnehmers ebenso wie von Arbeitgeberseite die Aufkündigung des Arbeitsvertragsverhältnisses zuläßt, wenn nach einem Eigentümerwechsel oder einer Änderung der (politischen) Tendenz einer Publikation eine Situation entsteht oder zu erwarten ist, die ein Journalist nicht mehr mit seinem Gewissen vereinbaren kann. Dabei kommen die gleichen Bedingungen wie bei einer ordentlichen Kündigung zum Tragen. Grundsätzlich hat die »Gewissensklausel« auch die Bedeutung, daß ein Journalist Aufgaben ablehnen kann, die er moralisch für unvereinbar mit der Tendenz der Publikation hält, ohne dafür in irgendeiner Weise sanktioniert zu werden.

Die Autorin ist wissenschaftliche Mitarbeiterin der Arbeitsstelle Medien und Politik, Universität Hamburg.

Zwar gibt es unter den Starjournalisten des französischen Fernsehens etliche, die ihren Beruf ausüben, ohne daß sie durch die »Commission de la carte d'identité des journalistes professionnels« anerkannt wären, doch gelten die Inhaber von Presseausweisen nach wie vor als die tatsächlichen Mitglieder des Berufsstandes. Als wesentliche Ergebnisse der Entwicklung im Vergleich zu vorangegangenen Erhebungen stellt die Studie eine enorme Zunahme der Anzahl der Journalisten fest. Seit der Nachkriegszeit ist die Zahl der französischen Journalisten – insbesondere in den 80er Jahren – in die Höhe geschneilt. Zählte die »Commission« 1955 gerade 4.500 Inhaber des Journalistenausweises, so erreichte diese Zahl 1980 schon über 16.600 und legte dann alljährlich um rund 1.000 zu, so daß 1990 26.614 Journalistinnen und Journalisten gezählt wurden (Institut Français de Presse 1991: 15). Gegenwärtig wird ihre Zahl mit rund 28.000 angegeben. Innerhalb dieses Wachstums ist der gestiegene Anteil der Frauen von 24 auf 34 v.H. ebenso bemerkenswert wie der der freien Mitarbeiter, die statt 7,1 v.H. 1965 im Jahr 1990 14,7 v.H. ausmachen – mit weiter steigender Tendenz (Institut Français de Presse 1991: 15 und 17).

Betrachtet man die Medien, innerhalb derer die Journalistinnen und Journalisten tätig sind, so ergibt sich folgendes Bild (Angaben in v.H.):

in Zeitschriften und anderen nicht täglich erscheinenden Printmedien	46,7
in Tageszeitungen	28,0
im Fernsehen	9,55
in Agenturen	7,84
im Radio	7,54

(Institut Français de Presse 1991: 44).

Die Aufteilung nach den einzelnen Unternehmensarten sieht wie folgt aus (in v.H.):

nationale Tagespresse	8,8
regionale Tagespresse	19,2
andere regionale Pressepublikationen	2,6
Illustrierte	5,2
Special-interest-Zeitschriften	22,2
technische und andere Fachzeitschriften	13,3
Publikationen von Institutionen	3,4
nationales Radio	5,4
Lokalradio	2,1
öffentliches Fernsehen	6,7
Privatfernsehen	2,8
Nachrichtenagenturen	6,5
spezialisierte Nachrichtendienste	1,3

(Institut Français de Presse 1991: 45).

Eine dritte, für Frankreich angesichts des immer noch dort vorherrschenden Zentralismus nicht unbedeutende Unterscheidung ist die nach Berufsangehörigen, die innerhalb der Pariser Region leben und arbeiten und mit 61,1 v.H. die Mehrheit ausmachen, und jenen in der Provinz (36,4 v.H.). 2,5 v.H. sind außerhalb Frankreichs tätig (Institut Français de Presse 1991: 25).

FRANZÖSISCHE MEDIENSKANDALE

Im Dezember 1989 erschütterten Meldungen über Massengräber in der westrumänischen Stadt Temesvar, in denen von 2.000, 3.000 oder auch 4.630 Toten die Rede war, die französische Öffentlichkeit. Die Meldungen wurden unbestätigt veröffentlicht und wenige Zeit später von den gleichen Journalisten nach unten korrigiert, die Irrtümer stellten sich als enorm heraus; die Zeitung ›Libération‹ veröffentlichte eine Gegenuntersuchung, und zahlreiche Kommentare, Tribunale und Reflexionen widmeten sich dieser gravierenden journalistischen Fehlleistung (Charon 1993a: 11). Auch die Präsentation von Videoaufnahmen über den Prozeß und die Hinrichtung des Ehepaares Ceausescu, die unter undurchsichtigen Bedingungen zustande gekommen waren, als außergewöhnliches Dokument in den 20-Uhr-Nachrichten von »TF 1« rief harsche Kritik hervor.

Die Ausstellung »Médias et démocratie«, die von der Stiftung »L'Arche de la Fraternité« im gleichnamigen Bau einer breiten Öffentlichkeit gezeigt worden war, dokumentierte einen anderen viel diskutierten Fall. Der Starjournalist Patrick Poivre d'Arvor präsentierte im Fernsehen ein Interview mit Fidel Castro, das er mit dem kubanischen Staatschef geführt haben wollte. Eine amerikanische Journalistin enthüllte wenig später, daß die Aufnahmen von Castro anlässlich einer Pressekonferenz gemacht worden waren und der Fragen stellende d'Arvor später dazwischen geschnitten wurde.

Oder: 1990 wurde ein Journalist des inzwischen eingestellten Senders »La Cinq« der fahrlässigen Körperverletzung, Flucht und unterlassenen Hilfeleistung beschuldigt. Ein Kamerateam des Privatsenders hatte einen ganzen Abend lang eine Gruppe von angetrunkenen Skinheads mit deren Einverständnis begleitet und die fragwürdigen Heldentaten dieser Gruppe gefilmt, die einen jungen Schwarzen verprügelt und mit dem Auto angefahren hatten – und dies bei ununterbrochen laufender Kamera. Dann verschwanden Skinheads und Journalisten, ohne dem Opfer, das schwerverletzt auf dem Trottoir liegen blieb, zu helfen. Die Redakteure von »La Cinq« protestierten gegen diese Beschuldigung, indem sie geltend machten, daß die Arbeit, die in den vergangenen drei Jahren von dieser Redaktion geleistet worden war, sie jeden Kommentars enthebe.

Daß die Medien der Mitschuld am Selbstmord des französischen Premierministers Pierre Eugène Bérégovoy im Mai 1993 geziehen wurden, ist vor dem Hintergrund einer heftigen öffentlichen Medienschelte zu verstehen.

CHARAKTERISTIKA DES JOURNALISMUS IN FRANKREICH UND IHRE HINTERGRÜNDE

Französische Journalisten beziehen sich, wenn sie das Ideal der journalistischen Unabhängigkeit betonen und verteidigen wollen, gern auf ihren Urvater, Théophraste Renaudot. Er war Besitzer und Chefredakteur von ›La Gazette‹, der Publikation, die als die erste Zeitung Frankreichs gilt. Er schrieb 1632: »En une seule chose, ne céderai-je à personne, (et c')est la recherche de la vérité« (zitiert nach Mc Mane 1992: 8).

Dennoch ist seit den Ursprüngen des französischen Journalismus eine Tradition festzustellen, die ihn in den komplexen Rahmen einer privilegierten Beziehung zwi-

schen Staat, Gesellschaft und Presseunternehmen einbettet (Charon 1990: 69). Schon Renaudot übte sein Metier unter den wohlwollenden Augen des mächtigen Kardinals Richelieu aus, der seinerseits des öfteren in der ›Gazette‹ Renaudots schrieb. Charles-Louis Havas konnte zwei Jahrhunderte später im frühen Telegrafienwesen eine Monopolposition besetzen, weil er exklusiven Zugang zu den Informationen der wichtigsten Ministerien und insbesondere des Außenministeriums hatte. Selbst die Gründung der renommierten Tageszeitung ›Le Monde‹ geht auf die Initiative Charles de Gaulles zurück, der sich eine große, von politischen Parteien und der Macht des Geldes unabhängige Zeitung wünschte (vgl. Greilsamer 1990).

Im Laufe des 20. Jahrhunderts durchlebten die französischen Medien zwei Perioden, während derer sie heftig in der öffentlichen Kritik standen: am Vorabend des Ersten Weltkrieges, als Chauvinismus und Zensur Falschmeldungen und widersprüchliche Nachrichten hervorbrachten, und in der Zeit von 1940 bis 1944, als die Kollaboration, in die sich ein großer Teil der französischen Medien einbeziehen ließ, das Bild des Journalisten kompromittierte (Charon 1993a: 21f.). Während die Erfahrungen der ersten Krise dazu führten, daß die Journalistengewerkschaft ›Syndicat nationale des journalistes‹ einen Ehrenkodex verabschiedete, welcher die individuelle Verantwortung hervorhebt, wurden nach 1944 von der provisorischen Regierung Anordnungen getroffen, die das ansonsten noch heute gültige Gesetz von 1881 über die Presse modifizierten und den Akzent auf die Struktur der Presseunternehmen und die herausgeberische Verantwortung legten.

Obwohl der französische Journalismus schon vor dem zweiten Weltkrieg als ein durch Geld und Macht korrumpiertes Metier galt,¹ zog er dennoch – oder gerade deswegen – das Interesse von Intellektuellen auf sich. Dieses Interesse brach sich nach Ende des Krieges Bahn und brachte jene Form des Meinungsjournalismus hervor, der die aktuellen Geschehnisse kommentiert. Er wurde durch Namen wie Raymond Aron, Albert Camus und François Mauriac geprägt und stellt die zweite herrschende Traditionslinie des französischen Journalismus dar (Conan 1990: 5). Dieser – teils polemische – Meinungsjournalismus stellt die politische Idee, den Standpunkt und den Wortstreit über die Recherche und Kontrolle von offiziellen Informationen.

Es lassen sich also traditionell vor allem zwei Neigungen im französischen Journalismus vorfinden: Einerseits die, quasi offiziös einer Chronistenpflicht nachzukommen, und andererseits die, zu interpretieren und zu kommentieren.

In den 70er Jahren hielt der angelsächsisch geprägte investigative Journalismus in Frankreich Einzug, paradoxerweise befördert von der kritischen Wochenzeitschrift ›Libération‹, die – von Jean-Paul Sartre gegründet – seinerzeit als Meinungsblatt par excellence galt. Der Kommentar wurde nun ergänzt – wenn nicht sogar ersetzt – durch Recherche und Enthüllung. Dieser Wandlungsprozeß vollzog sich vornehmlich in den Printmedien. In den audiovisuellen Medien fand ein ganz anderer Wandel statt: der zur Journalistenpersönlichkeit, zum Starjournalisten, zum Präsentator oder Animateur (Conan 1990: 6).

Eine der Besonderheiten des französischen Journalismus, die vor dem Hintergrund

¹ Vgl. Jeanneney (1981), insbesondere sein Kapitel 6: ›La vénalité du journalisme financier entre les deux guerres‹, S. 237–268.

seiner traditionell starken Einbindung in herrschende Kreise verständlich wird, sind die ausgeprägten informellen Beziehungen zwischen Presse, Staat und Wirtschaftswelt. Dafür ist das Wort von der *connivence* geprägt worden. Dieser Begriff läßt sich nur unzureichend mit dem deutschen »stillschweigenden Einvernehmen« übersetzen. »Être de connivence avec quelqu'un« heißt soviel wie »mit jemandem unter einer Decke stecken« und beschreibt die Nähe, die so manche französische Journalisten zur Macht suchen, schon treffender.

Auch in Frankreich haben zahlreiche Affären und Skandale, in denen die Medien des verantwortungslosen Vorgehens geziehen wurden, der Diskussion über die journalistische Ethik zu größerer Vehemenz und Öffentlichkeit verholfen. Daß der französische Journalismus in einer ernsthaften Krise steckt, wird gleichfalls durch die jährlichen Meinungsumfragen belegt, die die Einschätzung der Franzosen über die Leistung der Medien und der Journalisten einholt (vgl. Missika 1994; Charon 1993b; Cayrol 1991; Wolton 1990). In der Summe ergeben diese Meinungsumfragen ein wachsendes Mißtrauen gegenüber den Medieninhalten und den Journalisten. In jüngster Zeit schält sich heraus, daß gerade die sozialen Schichten, die den Journalisten am nächsten stehen und die am meisten Wert auf hohe Informiertheit legen, den größten Zweifel an der Unabhängigkeit und der Zuverlässigkeit der Journalisten hegen (Charon 1993a: 15).

Dieser Verlust an Glaubwürdigkeit gewinnt dadurch noch an Nachhaltigkeit, daß Frankreich in den vergangenen Jahren durch eine Welle von Skandalen erschüttert worden ist, deren Aufdeckung weniger auf aufmerksame Medien als auf die Arbeit einiger Untersuchungsrichter zurückzuführen ist (Meise 1995: 128). Auf der gebenden Seite in den Machenschaften von Betrug, Veruntreuung und Korruption waren unter anderem Unternehmen beteiligt, die als diversifizierte Konzerne – wie zum Beispiel die *Compagnie général des eaux* (CGE) oder der Baukonzern Bouygues – einerseits stark auf öffentliche Aufträge oder Konzessionen angewiesen sind, andererseits mit hohen Beteiligungen in Medienunternehmen engagiert sind. Die subjektive Wahrnehmung der Rezipienten, daß die Journalisten nicht unabhängig seien, weder von politischer Macht noch von Geld (Missika 1994: 24), hat also durchaus eine reale Entsprechung.

JOURNALISTISCHE ETHIK IN DER WISSENSCHAFTLICHEN DISKUSSION

Betrachtet man, wie sich die Kommunikationswissenschaft in der Bundesrepublik Deutschland bislang mit der Frage der Ethik im Journalismus beschäftigt hat, so lassen sich im wesentlichen drei theoretische Ansätze herauskristallisieren, deren Unterscheidungsmerkmal die Art und Weise ist, wie sie die Zuweisung von Verantwortung für die in Frage stehenden Erscheinungen in Journalismus und Medien vornehmen. Dabei lassen sich der individuelle ethische Ansatz von einer Ethik, die das System des Journalismus und der Medieninstitutionen anvisiert, sowie von einer das Publikum in die Verantwortung nehmenden Ethik unterscheiden (vgl. Pürer 1992). In die Diskussion um Beschreibungen, Analysen und Konzepte einer Medien-Ethik sind Wissenschaftler wie Journalisten eingetreten (vgl. Haller/Holzhey 1992; Erbring u.a. 1988). Auch die akademische Diskussion in Frankreich hat sich des Problems in großer Ausführlichkeit angenommen. Die Handlungsorientierung, die in der Grund-

frage der Ethik »Was soll ich tun?« zum Ausdruck kommt, ist dabei ein sie prägendes Merkmal. Insbesondere wird dies deutlich durch die vorwiegende Bezeichnung der Thematik mit dem Begriff der *déontologie*, dessen deutsche Entsprechung »Pflichtenlehre« die Nähe zur deontologischen oder Pflichtethik kantischer Prägung erkennen läßt. Die Mehrheit der wissenschaftlichen Beiträge zur Ethik-Diskussion im Journalismus in Frankreich läßt sich entlang der Linie anordnen, die die Perspektive, der individuellen Verantwortung des einzelnen Journalisten das Wort zu reden, von jener trennt, welche die gewandelte Medienlandschaft und ihre Auswirkungen mit einbeziehen möchte. Dies gilt für die Problembeschreibungen ebenso wie für die Ursachenanalyse und die Lösungsansätze.

PROBLEMBESCHREIBUNGEN

Eric Conan, Chefredakteur der sozialwissenschaftlichen Zeitschrift »Esprit«, sieht die Pressefreiheit erstmals in ihrer Geschichte nicht durch äußere Eingriffe, sondern durch den Medien immanente (Fehl-)Entwicklungen gefährdet (Conan 1990: 5). An diesen Fehlentwicklungen sieht er ursächlich vor allem die audiovisuellen Medien beteiligt, die zu den beiden in der Nachkriegszeit vorherrschenden Formen des Meinungsjournalismus und des Recherchejournalismus den *journalisme de communication* gereiht haben, welcher im Gegensatz zu den erstgenannten nur an der Oberfläche dessen, was er berichtet, verbleibt. Diesen Kommunikationsjournalismus, dessen oberste Gebote die Aktualität und die Schnelligkeit sind und der sich damit zufriedengibt, weiterzuvermitteln, was ihm zugetragen wird, wertet er als Bedrohung für den Journalismus seines Verständnisses, dessen spezifische Aufgabe es ist, zwischen die Wahrnehmung von Nachrichten und ihre Verbreitung zu treten und dort die verborgenen, zurückgehaltenen Informationen zu suchen (Conan 1990: 8). Indem Conan Veränderungen innerhalb des Journalismus beschreibt, läßt er sich dem Ansatz einer Ethik des Journalismus als System zuordnen, dessen an Schnelligkeit ausgerichtete Funktionsweise er kritisiert.

Auch Jean-Marie Charon, Medienexperte am renommierten Pariser Ausbildungsinstitut »Centre de formation et perfectionnement des journalistes«, beschreibt gewandelte Stile der Kommunikation, jedoch vor allem die verschwimmenden Grenzen zwischen Information, (Unternehmens-)Kommunikation und Werbung als problematische Bedingungen für den Journalismus und geht damit ebenfalls über eine rein individualethische Betrachtungsweise hinaus (Charon 1993a: 18). Er stellt dann jedoch ganze Listen journalistischer Verfehlungen auf, die in der Vergangenheit beobachtet werden konnten und die in der Summe den Eindruck vermitteln sollen, wie sehr der französische Journalismus von Auswüchsen behaftet sei (Charon 1993a: 281ff.):

- »kleine« Ungenauigkeiten bei der Berichterstattung über Fakten: z.B. falsche Vornamen, falsche Angaben von Berufen, falsche Zahlen,
- mangelnde Absicherung von Fakten auch bei gewichtigen Ereignissen,
- Verletzung der Unschuldsvermutung und Vorverurteilung durch die Art der Berichterstattung,
- Konstruktion von Ereignissen auf der Grundlage von Gerüchten,
- Bevorzugung des – vor allem optisch – Spektakulären,

- medial vermittelter Terrorismus, indem z.B. Äußerungen von Terroristen verbreitet werden,
- Produktion von Fälschungen, etwa gefälschten Interviews,
- Verwendung von Archivbildern, die nicht gekennzeichnet werden,
- die Generierung von Ereignissen, die ohne die Anwesenheit z.B. von Kamerateams nicht zustande gekommen wären,
- die Veröffentlichung von gestohlenen Fotos,
- die Arbeit mit versteckten Mikrofonen.

Diese Verfehlungen beziehen sich also sowohl auf die mangelnde Sorgfalt bei der Verifikation von Informationen und die Mittel ihrer Beschaffung als auch auf ihre Präsentation und stellen damit das Handeln des einzelnen Journalisten in den Mittelpunkt der Betrachtung.

Jean-Louis Péninou, Herausgeber der Wochenzeitung »Libération«, der ebenfalls eine Aufstellung der markantesten Fehler des Journalismus in den letzten zehn Jahren liefert, kommt zu der Einschätzung, daß es die mangelnde Professionalität ist, die dem Berufsstand und seinem Produkt vorzuwerfen ist: »On ne reproche pas à la presse ses opinions, mais son insuffisance professionnelle« (Péninou 1990: 80).

Wenn die *connivence*, das einvernehmliche Umgehen mit den Inhabern der Macht, schon als Problem bei der Darstellung der Charakteristika des französischen Journalismus beschrieben worden ist, so hat sie in den Zustandsbeschreibungen des als in der Krise befindlichen Berufes um so berechtigter ihren Platz. Florence Haegel hat hier eine eindruckliche Beschreibung der Mechanismen geliefert, wie den im Pariser Rathaus akkreditierten Journalisten viele immaterielle Vorteile gewährt werden, die in ihnen das angenehme Gefühl entstehen lassen können, einer eingeweihten Kaste zuzugehören (Haegel 1992).

Wo die *connivence* nicht mehr gutwillig als intensive und sorgsame Pflege des Kontaktes mit den Informanten beschönigt werden kann, schlägt sie um in subtile Formen der Korruption und Bestechlichkeit. Denn die im folgenden referierten Autoren sehen die Käuflichkeit von Journalisten nicht nur im Zusammenhang mit finanziellen oder anderen materiellen Zuwendungen, sondern ebenso in Vorteilsnahmen ideeller Art, die Journalisten in Ausübung ihres Berufes sich zuschulden kommen lassen.

Wiederum Jean-Marie Charon sowie die Journalisten Philippe Thureau-Dangin, Jean-François Rouge und Thierry Naudin sind Autoren, die auf diesen Sachverhalt den Schwerpunkt der Journalismuskritik legen.

Einige Beispiele für die Formen, die das Problem angenommen hat:

- Innerhalb der sogenannten »großen« Presse, also der nationalen Medien, die über Politik, Wirtschaft und Gesellschaft berichten, herrscht die Abhängigkeit der Journalisten von ihren Informanten, also ihren Quellen, vor. Thureau-Dangin beschreibt das Verhältnis von Journalisten und Mächtigen als Komplizentum, das letztere durch Vertraulichkeiten, die schmeicheln, Beraterangebote und bevorzugte Behandlung bei der Informationsweitergabe pflegen (Thureau-Dangin 1989: 68). Die Abhängigkeit der Journalisten von ihren Informanten, so Thureau-Dangin, sei um so größer, wenn die Professionalität der PR-Mitarbeiter die der Journalisten übersteige.

- Exklusive Pressereisen, die in keinem Verhältnis zum Anlaß der Presseinformation stehen, und teure Geschenke – vor allem bei den Special-interest-Zeitschriften (Wohn-, Auto-, Kino- sowie Frauenzeitschriften) – werden in der sicheren Hoffnung auf journalistisches Entgegenkommen gewährt. Aber auch im Medizinsektor der Medien sowie in der Finanz- und Wirtschaftspresse sind Vorteilsnahmen durch Journalisten üblich, so daß der Informationswert der so zustandegekommenen Berichte oft angezweifelt werden kann.
- *Publi-informations* – Informationen, die die Forderung nach Trennung von Werbung und redaktionellem Teil ignorieren – sind vor allem bei Frauenzeitschriften und Special-interest-Zeitschriften häufig anzutreffen.
- Unter dem Begriff der »aktiven Korruption« werden die neuen Vertreter des Journalismus, *journaliste-aventurier*, *journaliste-entrepreneur* oder *journaliste-publicitaire* bezeichnet, allesamt Kommunikationspraktiker, die die Grenzen zwischen Unternehmertum, Werbung, Public Relations und Journalismus verwischen (Rouge 1990: 42).
- Eine besondere Form der Einbindung von Journalisten ist es, sie als Moderatoren für Diskussions- und andere öffentliche Veranstaltungen zu gewinnen bis hin zur Präsentation von Produkten.

Versucht man, die Vorwürfe zusammenzufassen, die die genannten Autoren den französischen Medien und den in ihnen arbeitenden Journalisten machen, so sind folgende Fehlentwicklungen zu benennen: Mangelnde Professionalität in der Ausübung des journalistischen Handwerks führen zu einer Fülle von Fehlern, die den Journalisten in der Darstellung der Informationen, die sie erlangt haben, unterlaufen. Ihre häufige Unterlegenheit gegenüber den Kompetenzen der professionellen Kommunikatoren bringen Fehlerquellen und Unzulänglichkeiten schon bei der Informationserhebung hervor. Das Phänomen der Korruption benennt Defizite im Charakter des einzelnen Journalisten. In der Summe kreist die Problembeschreibung der Krise des Journalismus also um die Person des Journalisten, seine Fertigkeiten, Fähigkeiten und Eigenschaften. Zwar werden in Ansätzen problematische Entwicklungen innerhalb der Medieninstitutionen angesprochen, der Schwerpunkt verbleibt jedoch beim handelnden Individuum.

URSACHENANALYSE

Wenn sich die Autoren der Analyse der Ursachen der immer wieder als Krise des Journalismus begriffenen Probleme widmen, treten eine Fülle von Faktoren ans Licht, die weit über die Person des einzelnen Journalisten hinausreichen.

Während äußerer physischer und innerer moralischer Druck jahrhundertlang für die Presse zur Einhaltung eines journalistischen Moralkodex im allgemeinen ausreichten, genügen, so Bertrand, diese beiden Instanzen im 20. Jahrhundert angesichts industriell verfaßter Medien bei weitem nicht mehr: »La conscience individuelle suffit moins que jamais depuis que les médias ont tourné à la grosse industrie« (Bertrand 1991a: 30). Der Kommunikationswissenschaftler lehnt also die Konzentration auf den einzelnen Journalisten ab.

Eric Conan, der vor allem die Oberflächlichkeit des sogenannten *journalisme de*

communication beklagt, sieht die Ursachen für die Verbreitung dieser Form des Journalismus in ökonomischen und technischen Zwängen, die ihrerseits die entsprechende journalistische Einstellung hervorgebracht haben: Es gilt, so viel wie möglich von der herstellbaren Bilder- und Informationsflut zu vermitteln.² Auch wenn er die audiovisuellen Medien für diese Fehlentwicklungen verantwortlich macht, sieht er alle Medien vor die ethischen Probleme der journalistischen Praxis gestellt.

Jean-Marie Charon sieht folgende Faktoren, die den Weg des französischen Journalismus in die Krise geebnet haben (Charon 1993a):

- die Veränderung der Medienstrukturen, die eine Multiplizierung der Akteure und eine Atomisierung des Publikums mit sich gebracht hat: Die daraus resultierende Konkurrenz führt zu Auswüchsen journalistischer Praxis. Ein Mehr an spektakulären Inhalten muß durch ein Weniger an Mitteln und Personal erbracht werden: »Cette abondance (de médias) dans l'austérité (des équipes) entraîne une certaine redondance dans le traitement de l'actualité qui, en retour, incite à se distinguer par le spectaculaire, le document choc ou le scoop à tout prix« (Charon 1993a: 18);
- die Professionalisierung der Kommunikationsabteilungen von Unternehmen und Institutionen: Der Kampf um den Zugang zu den Medien sieht den Journalisten nur noch als ein Mittel zum Zweck;
- die Zunahme der Journalisten an Zahl: Dies führt zu einem gravierenden Ungleichgewicht zwischen Bewerbern und Ausbildungsplätzen in den Medien, zu einer Berufslaufbahn, die unter dem Druck der Konkurrenz vollzogen wird, zu einer erheblichen Verjüngung der Redaktionen, angesichts derer die Bindung an die Traditionslinien des Journalismus und eine in der Nachkriegszeit geprägte Berufskultur verloren gehen: »... cette perte des réflexes collectifs, entraîne une fragilisation de l'attention portée aux règles et traditions professionnelles, facilement reléguées au rang de luxe d'un autre âge« (Charon 1993a: 21).

In der Analyse der Ursachen der Krise des französischen Journalismus werden also Entwicklungen der Medienstrukturen genannt, die sich weitestgehend dem Zugriff des einzelnen Journalisten entziehen: Die industriell verfaßten Medien mit ihren ökonomischen und technischen Zwängen, die Konkurrenz zwischen den Medien und Medienunternehmen, die Ausdifferenzierung des Journalismus und die Konkurrenzsituation zwischen den so zahlreich gewordenen Journalisten, eine rasante Professionalisierung der Public-Relations-Abteilungen von Institutionen und Unternehmen sowie ihre Ausstattung mit weitreichenden finanziellen Möglichkeiten stellen den einzelnen Journalisten vor bisher nie gekannte Anforderungen. Die Beschreibung der Veränderungen des Mediensystems und die sich damit neu stellenden Probleme legen nahe, daß eine individualethische Verantwortungszuschreibung nur noch wenig greifen kann.

2 Stellvertretend für diese Auffassung sei der französische Starjournalist und -präsentator Patrick Poivre d'Arvor zitiert: »J'aime ce travail purement journalistique ... qui engendre forcément des dérapages qu'il faut accepter. Je suis pour le progrès technique et je préfère avoir des images à me mettre sous la dent que rien du tout« (zitiert nach Conan 1990: 10).

LÖSUNGSVORSCHLÄGE

Wenn eingangs erklärt wurde, daß die wissenschaftliche Diskussion zur journalistischen Ethik in Frankreich um die Frage kreist, ob die individuelle Verantwortung des einzelnen Journalisten im Mittelpunkt steht oder ob die gewandelte Medienlandschaft mit ihren Auswirkungen eine bedeutende Rolle spielt, dann sind diese unterschiedlichen Betrachtungsweisen natürlich auch bei den Lösungsansätzen wichtig.

Albert du Roy ist ein Vertreter der erstgenannten Sichtweise. Er bindet die Diskussion um die journalistische Ethik eng an die Frage der Informationsfreiheit (du Roy 1992). Dabei bezieht er sowohl die Träger gesellschaftlicher Macht mit in seine Überlegungen ein, von denen er mehr Transparenz fordert, als auch das Publikum, das er sich scharfsichtiger wünscht. Er konzentriert sich aber letztlich auf die Journalisten, von denen er die Erfüllung besonderer Pflichten erwartet. Deren Realisierung sieht er sowohl im Individuellen wie im Kollektiven, und er faßt sie in drei Begriffen zusammen: »la compétence, la rigueur, et la morale« (du Roy 1992: 227). Mit diesen Haltungen, fordert er, sollen Journalisten den Verfehlungen entgegentreten, die mit der Kommerzialisierung der Medien einhergehen.

Sein Appell an die Moral ist verbunden mit der Frage, wer welche Sanktionen bei Verletzung dieser Moral ausüben könnte. Du Roy hält weder den Staat dafür geeignet, die Rolle des Richters oder Kontrolleurs der journalistischen Moral auszuüben, weil das die Gefahr des Mißbrauchs beinhalte; noch die Verleger und Medienunternehmen, weil sie primär ihren kommerziellen Interessen folgen; weder die Journalistengewerkschaften, weil sie Journalisten und ihre Interessen verteidigen, sie aber nicht sanktionieren sollen; noch das Publikum, weil dieses in der Regel nur noch in der Gestalt des »Marktes« auftritt. Einzig innerhalb der Redaktionen kann nach seiner Auffassung eine Gegenmacht gegen den Mißbrauch der Medienmacht ausgeübt werden. Nur die kollegiale gegenseitige Kontrolle gewährleiste, daß die ethische Regelung der Pressefreiheit nicht zu ihrer Beschränkung gerät.

Um dieser Moral ein Fundament zu geben, plädiert er für einen symbolischen »Eid des Théophraste«, der – benannt nach dem Urvater der französischen Journalisten und angelehnt an den Eid des Hippokrates für Mediziner – in aller Bescheidenheit das Wesen der journalistischen Pflicht zum Ausdruck bringen soll: »Le seul engagement crédible est d'œuvrer pour la découverte des vérités, sans jamais les croire atteintes, de s'effacer toujours derrière les faits, de ne se laisser dévier de sa route ni par les puissants, ni par son public, ni par sa propre ambition« (du Roy 1992: 233).

Diese Orientierung auf die individuelle Verantwortung des Journalisten findet sich in der deutschsprachigen Literatur vor allem bei Boventer, der die Einübung eines Denkens in ethische Kategorien empfiehlt und vom Journalisten fordert, er müsse ein Moralist sein (Boventer 1988: 234ff.). Ihr wird unter anderem von Saxer widersprochen, der es als Mangel kritisiert, »daß nach wie vor Journalismusethik überwiegend als Frage der persönlichen Moral erörtert wird« (Saxer 1988: 271). Denn er gibt zu bedenken, »daß journalistisches Handeln keinesfalls nur oder zumindest in allererster Linie autonomen Persönlichkeiten zugeschrieben oder angelastet werden kann« (Saxer 1988: 268). Auch Weischenberg hält die Reduktion auf eine Individualethik für nicht ausreichend, ebenso wenig wie eine Professionsethik, wie sie von

Berufsverbänden kodifiziert wird, oder auch eine Institutionenethik, zwischen denen er jedoch eine Brücke schlagen will (Weischenberg 1992: 513).

Für solch eine Institutionenethik plädiert ein anderer Lösungsansatz innerhalb der französischen Debatte, der das einzelne Medienunternehmen als den geeigneten Ort für die Reflexion ethischer Probleme betrachtet (Conan 1990: 11). Péninou konkretisiert dies, indem er die Einführung eines Ombudsmannes innerhalb eines Presseunternehmens vorschlägt. Dieser greift Kritik und Vorwürfe von Lesern auf, die sich beklagen, daß über einen Gegenstand oder ein Thema falsch oder verfälschend berichtet worden ist. Er überprüft die Stimmigkeit der Fakten und die Angemessenheit und Aufrichtigkeit der Analyse und bewertet diese unabhängig von den Zwängen der Berichterstattung, der Meinung des Chefredakteurs, der Anforderung des Layouts, oder unabhängig davon, welche Stellen auch immer das Gedruckte mit welchen Gründen verteidigen. Als Handlungs- und Sanktionsmöglichkeiten stehen ihm Maßnahmen von internen kritischen Vermerken bis hin zum Abdruck korrigierender Artikel zur Verfügung.

Dieser Vorschlag findet sich auch in dem Maßnahmenkatalog von Bertrand, der in seiner weitreichenden Darstellung möglicher Ansatzpunkte zu einer Entwicklung der journalistischen Ethik viele Ebenen mit einbezieht (Bertrand 1991b). Auch wenn er mit einigen seiner Vorstellungen bereits Bestehendes aufgreift und in einen allgemeineren Kontext setzt, so ist doch auffällig, daß etliche der von ihm angeführten »Maßnahmen zur Absicherung der sozialen Verantwortung der Medien« (MARS – Moyens non gouvernementaux d'assurer la responsabilité sociale des médias), die sich gegenseitig ergänzen sollen, ihren Ursprung in den USA haben. Zu diesen Maßnahmen gehören:

1. die universitäre Journalistenausbildung: Sie kann Allgemeinbildung, spezialisiertes Wissen und eine ethische Erziehung vermitteln. Ihr Vorteil ist, daß sie weitgehend unabhängig von staatlichen und kommerziellen Interessen ist. In Frankreich gehören allerdings die zwei renommiertesten Journalistenschulen nicht der Universität an.
2. Forschungsberichte in Wissenschaftszeitschriften und Büchern: Sie können Fehlentwicklungen der Medien wahrnehmen und Wirkungen der Medien evaluieren. Bertrand hebt dabei die in den USA durch »think tanks« und Stiftungen – also unabhängige Forschungseinrichtungen – finanzierte Medienforschung hervor.
3. Pressekodizes: Sie sind denkbar auf nationaler Ebene der verschiedenen Journalistenorganisationen sowie auf der Ebene der einzelnen Zeitungen und geben einfache und konkrete Klauseln an, welche auch spezifische Besonderheiten einzelner Zeitungen berücksichtigen können.
4. Kolloquien und Werkstätten: Sie können von Journalistenorganisationen, Stiftungen oder Journalistenschulen für Praktiker organisiert werden, um auf praktischer Ebene – beispielsweise mit Hilfe von Rollenspielen und Fallstudien – ethische Themen zu reflektieren.
5. lokale Presseräte: Dabei handelt es sich um regelmäßige Treffen von Rezipienten und Verantwortlichen der lokalen Medien, an denen auch Journalisten teilnehmen können. Sie haben zum Ziel, daß Rezipienten etwas über die Funktionsweise der Medien erfahren und ihren Unmut über Fehlleistungen kundtun können.

6. nationaler Presserat: Er macht einerseits Klagen gegen einzelne Medien öffentlich und wehrt sich andererseits gegen Eingriffe der Staatsgewalt. In Frankreich wurde die Einführung eines Presserates bislang niemals ernsthaft erwogen.
7. Ombudsmänner: Sie fungieren als Mittler zwischen einer Zeitung und ihren Lesern und werden als richtungsweisende Persönlichkeiten in Sachen Ethik betrachtet.
8. Kommissionen zur Inhaltsevaluierung: Diese Institution hat ihren Ursprung in Japan. Darin beschäftigen Herausgeber eine Gruppe von Journalisten, die eine Qualitätskontrolle des jeweiligen Medienproduktes durchführen. In den USA wird das durch eine institutionalisierte hausinterne Kritik erreicht. In beiden Fällen gilt diese Institution als ethische Erziehungsinstanz der Mitarbeiter.
9. Journalismuszeitschriften: Sie werden oft von Journalisten oder von Universitäten gegründet (z.B. ›Columbia Journalism Review‹ oder ›Chicago Journalism Review‹ in den USA) und dienen der kritischen Begleitung der Medien. Eine entsprechende Sendung (wie die »Inside Story« des »Public Broadcasting Service«) läßt sich als eine Art kritischer Instanz für die audiovisuellen Medien denken.
10. Medienreporter: Als Berichterstatter über das Mediengeschehen sind sie für Print- wie für audiovisuelle Medien tätig.
11. Korrekturen innerhalb der Medien: Sie publizieren eigenverantwortlich die Irrtümer und Fehler, die sie selbst begangen haben.
12. Fragebogen: Personen, über die berichtet worden ist, oder Leser (über die Veröffentlichung von Fragebogen) werden zur Korrektheit und Unparteilichkeit der Medien, die sie rezipieren, befragt.
13. Readers panel: Eine Zahl repräsentativer Rezipienten in einer Gemeinde wird in zeitlichen Abständen über die lokalen Medien und ihre eigenen Vorschläge befragt. Ein Bericht darüber wird in der Zeitung veröffentlicht.
14. Die Erhebungen über demographische Zusammensetzung und Meinungsumfragen bei Rezipienten zu Werbezwecken gelten Bertrand ebenfalls als ein MARS.
15. Leserbriefe/freier Meinungsaustausch: Dafür soll mehr Platz an prominenter Stelle eingerichtet werden.
16. Vermittlungskomitees – z.B. zwischen Richtern und Journalisten, Polizisten und Journalisten, ausländischen Minderheiten und Journalisten – sollen dazu beitragen, gegenseitige Erwartungen transparent zu machen.

Mit diesen Maßnahmen greift Bertrand auf unterschiedlichen Ebenen des gesellschaftlichen Dialoges ein. Auch wenn jedes einzelne Mittel für sich entweder als bekannt und unwirksam oder innovativ, aber dennoch wenig wirksam erscheint, liegt das Weitreichende seines Vorschlages in dem Anknüpfen an bereits bestehenden Instrumenten und Strukturen und in der Vernetzung verschiedener Konkretions- und Abstraktionsebenen der Reflexion und Medienkritik sowie im Einbezug verschiedener am öffentlichen Kommunikationsprozeß beteiligter Personengruppen, vor allem aber der Journalisten. Damit betrachtet er den Journalismus als Gesamtsystem und nennt darin konkrete Ansatzpunkte, mittels derer auch das Individuum erreicht werden kann. In einigen der genannten Vorschläge – z.B. den Punkten 8., 9., 10., 11. – finden sich Parallelen zu den Überlegungen, die in der hiesigen Diskussion zur Qualitätssicherung angestellt worden sind (vgl. Reiter/Ruß-Mohl 1994).

Ein Mehrebenenmodell von Lösungen bietet auch Charon an. Er siedelt die Suche nach Lösungen für die geschilderten Probleme auf drei Ebenen an und vereint damit eine Ethik des Systems Journalismus mit Elementen einer Publikumsethik, der er am Individuum orientierte Maßnahmen zur Seite stellt:

1. Die verschiedenen Bereiche des Journalismus, die er »Universien« nennt (allgemeiner und politischer Nachrichtenjournalismus, Journalismus im audiovisuellen Sektor, Lokaljournalismus und Journalismus der Special-interest-Zeitschriften), müssen sich ihrer Grundlagen versichern. Sie müssen ihre jeweils eigene Logik entdecken, ihre Entwicklung überdenken und ihre ethische Problematik beschreiben. Erst dann kann eine gemeinsame Definition der Information rekonstruiert werden. Und erst darauf kann eine neue Legitimität des Journalismus aufbauen (Charon 1993a: 318f.).
2. Er plädiert für eine gesellschaftsorientierte Betrachtungsweise, die die Öffentlichkeit in die Diskussion um die Ethik mit einbezieht, weil es in ihr letztlich um die Frage der Funktionsfähigkeit der Demokratie geht. In dieser Konzeption eines gesellschaftlichen Diskurses über die Leistung der Medien würde die Logik des französischen Systems, das die Beziehung zwischen Medien und Staat privilegiert, durch eine gestärkte Beziehung zwischen Medien und Gesellschaft der Bürger ausgeglichen (Charon 1990: 76).
3. Parallel zur Durchführung dieses Diskurses, den er durch Initiativen und Kolloquien im Zusammenhang mit der Berichterstattung über Rumänien und den Golfkrieg schon als in Gang gesetzt betrachtet, sieht Charon einen wichtigen Ansatzpunkt in der Ausbildung für Journalisten, die sie für die Spannungen und Verwerfungen wappnen soll, welche durch einen gewandelten Umgang mit Informationen aufgetreten sind. Diese grundlegende moralische Vorbereitung auf den Beruf hält Charon einer Diskussion um eine Neuformulierung von Pressekodizes oder einer wie auch immer gearteten Ordnungsstruktur für weit überlegen (Charon 1990: 78).

AUSBLICK

Bei der Systematisierung der verschiedenen Lösungsansätze wird deutlich, wie sehr sie zum Teil an die Person des Journalisten gebunden sind und zugleich wie wenig sich die Frage einer verbesserten journalistischen Ethik auf die Person allein beschränken läßt. Vier Positionen lassen sich innerhalb der lösungsorientierten Debatte ausmachen:

- eine individuelle Betrachtungsweise, vor allem verbreitet unter den sogenannten Starjournalisten des audiovisuellen Sektors. Danach ist jeder selbst aufgefordert, sein Verhalten nach individueller Maßgabe auf der Grundlage der Leitlinien einer Journalistencharta, die ausreichend ist, auszurichten. Alles andere würde eine unzulässige Einmischung in die Unabhängigkeit des Journalismus bedeuten;
- eine unternehmensorientierte Betrachtungsweise, die sich vor allem bei Unternehmen wie der »Libération« finden läßt, in denen ein bestimmtes Ethos zur Unternehmenskultur gehört: Nicht das Individuum steht im Zentrum der Verantwortung,

auch nicht der Berufsstand oder seine Organisationen oder der Mediensektor schlechthin, sondern die einzelne Zeitung, der einzelne Sender. Dort gilt es, eine Struktur aufzubauen, welche zwischen den verschiedenen Abteilungen, die von der Respektierung ethischer Prinzipien berührt sind, vermittelt;

- eine am Berufsstand orientierte Betrachtungsweise, die von der »Fédération nationale de la presse française« unterstützt wird und auf Kolloquien sowie Treffen der Berufsverbände die Reflexion über die journalistische Ethik vorantreiben und neue Regeln verabschieden will. Auch die Forderungen nach einer verbesserten Ausbildung lassen sich hier ansiedeln;
- eine gesellschaftsorientierte Betrachtungsweise, die die Öffentlichkeit zu einem Diskurs über Medienethik zu bewegen bestrebt ist.

Die Suche nach Möglichkeiten, diese Ansätze zu verbinden, wäre einem Streit darum, welche Herangehensweise am vielversprechendsten ist, vorzuziehen.

LITERATUR

- Bachelier, Muriel (1993): Journalistes et entreprises – un double discours. In: *Médiaspouvoirs*, Nr. 30, S. 123–127.
- Bertrand, Jean-Claude (1991a): Les codes de déontologie. In: *Dossier de l'audiovisuel*, Nr. 36, S. 29–34.
- Bertrand, Jean-Claude (1991b): Les moyens d'une meilleure éthique. In: *Dossier de l'audiovisuel*, Nr. 36, S. 36–39.
- Boventer, Hermann (1985): *Ethik des Journalismus. Zur Philosophie der Medienkultur*. Konstanz.
- Boventer, Hermann (1988): Wertorientierter Journalismus. Die Sicht der Moralphilosophie. In: Erbring, Lutz/Ruß-Mohl, Stephan/Seewald, Berthold/Söseman, Bernd (Hrsg.): *Medien ohne Moral. Variationen über Journalismus und Ethik*. Berlin.
- Cayrol, Roland (1991): Les médias et leurs public. In: *Dossier de l'audiovisuel*, Nr. 36, S. 14–18.
- Charon, Jean-Marie (1990): Questions de déontologie. In: *Esprit*, Nr. 167, S. 67–78.
- Charon, Jean-Marie (1993a): *Cartes de presse. Enquête sur les journalistes*. Paris.
- Charon, Jean-Marie (1993b): Les français et leurs médias. Le doute toujours. In: *Médiaspouvoirs*, Nr. 25, S. 24–35.
- Conan, Éric (1990): Où va le journalisme? In: *Esprit*, Nr. 167, S. 5–12.
- du Roy, Albert (1992): *Le serment de Théophraste. L'examen de conscience d'un journaliste*. Mesnil-sur-l'Estrée.
- Erbring, Lutz/Ruß-Mohl, Stephan/Seewald, Berthold/Söseman, Bernd (Hrsg.) (1988): *Medien ohne Moral. Variationen über Journalismus und Ethik*. Berlin.
- Greilsamer, Laurent (1990): *Hubert Beuve-Mery: 1902-1989*. Paris.
- Haegel, Florence (1992): Des journalistes »pris« dans leurs source. Les accrédités à l'Hôtel de Ville de Paris. In: *Politix*, Nr. 19, S. 102–119.
- Haller, Michael/Holzhey, Helmut (Hrsg.) (1992): *Medien-Ethik. Beschreibungen, Analysen, Konzepte für den deutschsprachigen Raum*. Opladen.
- Institut Français de Presse (Hrsg.) (1991): *Les journalistes français en 1990*. Paris.
- Jeanneney, Jean-Noël (1981): *L'argent caché*. Paris.
- L'Arche de la Fraternité (Hrsg.) (1993): *Médias et démocratie*. Paris.
- Mc Mane, Aralynn Abare (1992): L'indépendance et le journaliste. Comparaison France/États-Unis. In: *Médiaspouvoirs*, Nr. 26, S. 5–14.
- Missika, Jean-Louis (1989): Les français et leurs médias: La confiance limitée. In: *Médiaspouvoirs*, Nr. 13, S. 39–62.
- Missika, Jean-Louis (1994): Les français et leurs médias. La défiance s'installe. In: *Médiaspouvoirs*, Nr. 33, S. 16–50.
- Naudin, Thierry (1990): Situation morale de la presse économique française. In: *Esprit*, Nr. 167, S. 47–59.

- Péninou, Jean-Louis (1990): Il faut des *ombudsman* dans les journaux. In: *Esprit*, Nr. 167, S. 79–81.
- Pfister, Thierry (1987): La communication et le pouvoir. In: *Revue politique et parlementaire*, Nr. 929, S. 5–16.
- Pürer, Heinz (1992): Ethik in Journalismus und Massenkommunikation. Versuch einer Theorien-Synopse. In: *Publizistik*, 37. Jg., Nr. 3, S. 304–321.
- Reiter, Sibylle/Ruß-Mohl, Stephan (Hrsg.) (1994): Zukunft oder Ende des Journalismus? Medienmanagement – Publizistische Qualitätssicherung – Redaktionelles Marketing. Gütersloh.
- Rieffel, Rémy (1984): *L'élite des journalistes. Les hérauts de l'information*. Paris.
- Rouge, Jean-François (1990): Le journaliste au risque de l'argent. In: *Esprit*, Nr. 167, S. 35–46.
- Saxer, Ulrich (1988): Journalistische Ethik im elektronischen Zeitalter – eine Chimäre? In: Erbring, Lutz/Ruß-Mohl, Stephan/Seewald, Berthold/Söseemann, Bernd (Hrsg.): *Medien ohne Moral. Variationen über Journalismus und Ethik*. Berlin.
- Thureau-Dangin, Philippe (1989): Journalistes sous influence. In: *Médiaspouvoirs*, Nr. 13, S. 64–70.
- Weischenberg, Siegfried (1992): Die Verantwortung des Beobachters. Moderne Medienethik aus der Perspektive einer konstruktivistischen Systemtheorie. In: *Rundfunk und Fernsehen*, 40. Jg., Nr. 4, S. 507–527.
- Wolton, Dominique (1990): Les français et leurs médias: La confiance reste faible. In: *Médiaspouvoirs*, Nr. 18, S. 7–22.

Korrespondenzanschrift: Barbara Thomaß M.A., Arbeitsstelle Medien und Politik am Institut für Politische Wissenschaft der Universität Hamburg, Sedanstraße 19, D-20146 Hamburg