

Aufsatz

David Muschenich

Neutralität und Werte im Journalismus

Ein theoretisches Konzept aus der Wertesoziologie
für die Journalistik

Abstract: Neutralität im Journalismus ist ein häufig gefordertes Ideal und etabliertes Qualitätskriterium. Doch der Begriff wird zurecht als unscharf kritisiert und selbst viele Studien arbeiten mit ungenauen Definitionen. Dabei lässt sich Neutralität, wie dieser Beitrag zeigt, sehr wohl von verwandten Begriffen abgrenzen und als eine wertfreie Präsentation der selektierten und recherchierten Themen verstehen. Allerdings ist auch das Verständnis der dabei miteinbezogenen Werte heterogen. Um diesen Aspekt besser zu verstehen, wird hier eine Anleihe aus der Wertesoziologie gemacht und vorgeschlagen, gesellschaftliche Werte vom Wert eines Objekts zu trennen und analog den Prozess des Wertens im Sinne einer Zuschreibung und dem Bewerten im Sinne einer Abwägung zu verstehen. Dieser Beitrag empfiehlt, diesen Ansatz in die Journalistik zu integrieren und damit den Einfluss von Werten auf den Journalismus präziser zu fassen.

1. Neutralität – wichtig für Journalist*innen und Publikum

Neutralität gilt als eine der zentralen Normen des Journalismus. Bereits 1695 hat sich der Sprachgelehrte Kaspar von Stieler für Neutralität im Journalismus stark gemacht. Er hielt sie durch die Trennung von Nachricht und Meinung umsetzbar (Schwiesau 2016: 2; Geuß 2018: 23).

Bis heute zeigen Studien, dass eine Mehrheit der Journalist*innen in Deutschland Neutralität in ihrem Beruf für besonders wichtig hält. Unter anderem ergab die 2005 durchgeführte repräsentative Studie über die Journalist*innen in Deutschland: »Nahezu 90 Prozent der Befragten wollen ihr Publikum neutral

und präzise informieren« (Weischenberg/Malik/Scholl 2006: 355f.). Laut einer jüngeren repräsentativen Studie über Journalist*innen in Deutschland bleibt »das berufliche Selbstverständnis [...] nach wie vor dominiert von einer neutralen Vermittlerrolle« (Steindl/Lauerer/Hanitzsch 2017: 419), die Zustimmung dafür hat sich sogar ein wenig gesteigert.

Rezipient*innen benennen Neutralität ebenfalls als ein Qualitätskriterium, dass sie sich von Journalismus wünschen (Rusch 2017: 517; Newman/Fletcher/Schulz/Andi/Robertson/Nielsen 2021: 41). Aber es gibt scheinbar widersprüchliche Ergebnisse, die neben der Neutralität eine Förderung von Werten durch den Journalismus erwarten: »Sowohl der Bevölkerung als auch den Journalist*innen selbst geht es aber nicht nur um neutrale Information und Vermittlung: Auch die Förderung von Toleranz und kultureller Vielfalt [...] wird von beiden Seiten als wichtig erachtet« (Loosen/Reimer/Hölig 2020: 30). Das zeigt einmal mehr: Bei Rezipient*innen und Journalist*innen handelt es sich um heterogene Gruppen mit unterschiedlichen Ansprüchen. Gerade bei Berichterstattung über Streitfragen wie die Klimakrise, Migration, Black Lives Matter oder den Krieg in der Ukraine kommt es auch deshalb in Deutschland auf verschiedenen Ebenen zur Diskussion, ob Journalismus neutral bleibt oder überhaupt bleiben sollte (vgl. Brüggemann/Frech/Schäfer 2022: 7; Krüger 2021; Barfuss 2020; Matzat 2022). Stattdessen wird zum Teil Haltung gefordert und Kritiker*innen befürchten, dass damit Gesinnung gemeint ist (vgl. Welcherling 2020).

Allerdings kommen Beiträge, die sich mit Neutralität auseinandersetzen, immer wieder zu dem Schluss: »Neutralität gibt es nicht« (Herrmann 2021) – oder zumindest eine »absolute Neutralität gibt es nicht« (Barfuss 2020). Sie sei zwar ein erstrebenswertes Ideal, aber nicht umsetzbar. Oder sie habe Grenzen, die an bestimmten Werten wie rote Linien verlaufen (Lilienthal 2020: 44). Dass unterschiedliche Vorstellungen von der Tragweite des Ideals kursieren, könnte an den ungenauen Definitionen der Neutralität liegen. Denn obwohl sie offenbar seit einiger Zeit eine Norm im Journalismus darstellt, bleibt Neutralität zumeist unkonkret (Ojala 2021: 2043).

Ziel dieses theoretischen Beitrags¹⁾ ist es, das Konzept der Neutralität zu präzisieren und Anstöße für weitere empirische Forschung zu geben. Um dem Konzept Neutralität näher zu kommen, stellt der Beitrag zunächst dar, worin sich Neutralität von verwandten Konzepten unterscheidet, welche Facetten Neutralität ausmachen und warum das Qualitätsmerkmal als erstrebenswert gilt. Daran anknüpfend erläutert der Beitrag, dass es für die Journalistik erkenntnisreicher wäre, statt Neutralität eher Bewertungen in der Präsentation von berichtendem Journalismus zu betrachten. Bewertungen sollten dabei nicht als Normenbrüche

1 Vielen Dank an Uwe Krüger, dass er mich motivierte, aus meiner Masterarbeit diesen Beitrag zu formulieren und er sich auch die Zeit genommen hat, um ihn zu redigieren.

verstanden werden, da sich Präsentationen ihnen kaum entziehen können. Für die Betrachtung wird mithilfe der Wertesoziologie in Ansätzen dargelegt, was unter gesellschaftlichen Werten verstanden werden kann und wie sie sich vom einzelnen Wert eines Prozesses, Objekts oder einer Person unterscheiden.

Als weiterer Ansatzpunkt wird dargelegt, dass es für Analysen journalistischer Arbeit im Kontext der Neutralitätsnorm sinnvoll wäre, Wertzuschreibungen und Bewertungen zu unterscheiden. Durch diese Differenzierung ist es möglich, Unterschiede zwischen den Bewertungen genauer zu erforschen und zu verstehen.

2. Verwandte Konzepte

Während die Neutralität selbst nur selten im Mittelpunkt theoretischer und empirischer Arbeiten steht, wurden andere Qualitätskriterien im wissenschaftlichen Diskurs breit und kritisch analysiert. Ein Beispiel dafür ist die Ausgewogenheit, welche im Zuge der False Balance auf ihr Vorkommen, ihre Ursprünge und die Wirkung hin erforscht wurde (vgl. Boykoff/Boykoff 2004; Brüggemann/Engesser 2017; Benham 2020). Selbst in wissenschaftlichen Beiträgen, die sich mit der Neutralität auseinandersetzen, gehen Konzepte von Neutralität selten über eine geforderte Trennung von Nachricht und Meinung hinaus (Arnold 2008: 499, 2009: 196ff.; Voigt 2016: 53; Westerståhl 1983: 420). Was damit konkret gemeint ist, bleibt unscharf und wird mit verwandten Anforderungen vermischt. Als Beispiele für die Vermischung lassen sich die vier Konzepte (1) Objektivität, (2) Ausgewogenheit, (3) Unparteilichkeit oder (4) Unabhängigkeit nennen, die teilweise sogar synonym auftreten (etwa in Bilke 2008: 11). Zwar trifft zu, dass sie zusammenhängen und eine Differenzierung im Alltag nicht immer nötig sein dürfte (McQuail 1992: 201). Zudem werden die anderen Begriffe ebenfalls nicht einheitlich definiert. Trotzdem lassen sich die Konzepte voneinander trennen und in der Forschung für verschiedene Aspekte verwenden. Um die Neutralität als Norm genauer zu betrachten, soll sie hier von anderen Begriffen differenziert werden. Eine solche Abgrenzung beugt Missverständnissen durch unterschiedliche Bedeutungszuschreibungen vor.

1. Objektivität im Journalismus kann als eine möglichst genaue Darstellung intersubjektiv wahrnehmbarer Phänomene verstanden werden, wobei Journalist*innen versuchen, ihre besondere Perspektive zugunsten einer übergreifenden aufzugeben (vgl. Schultz 2021: 25-26). Unter der Annahme, dass Journalismus Realität konstruiert, ließe es sich so formulieren, dass die objektive journalistische Arbeit unabhängig von den Journalist*innen sein sollte: Subjektive Einflüsse sollen außen vor bleiben. Versteht man unter Journalismus menschliches Handeln, bei dem neue, faktische und relevante

Themen recherchiert, selektiert und präsentiert werden (vgl. Meier 2018: 14), dann sollte sich sowohl die Recherche als auch Selektion und Präsentation an der Objektivität ausrichten.

2. Ausgewogenheit bezieht sich hingegen auf die Selektion der dargestellten Positionen, Perspektiven oder Expert*innen, zwischen denen ein realitätsgetreues Verhältnis bzw. Gleichgewicht herrschen soll (vgl. Hopmann/van Aelst/Legnante 2011: 244; Maurer/Jost/Haßler/Kruschinski 2019: 21).
3. Unparteilichkeit kann wiederum die Anforderung bezeichnen, dass Journalist*innen nicht zu einer Konfliktpartei gehören sollten, über die sie berichten. Sie lässt sich aber auch als ein Zusammenspiel aus Ausgewogenheit und Neutralität verstehen (Westerstahl 1983: 420). Journalismus soll keine Partei bevorzugen, indem sie häufiger in der Berichterstattung vorkommt und besser bewertet wird (vgl. Arnold 2016: 555).
4. Unabhängigkeit meint in Abgrenzung dazu nicht die Vermeidung einer Zugehörigkeit oder Neigung zu einer Konfliktpartei, sondern dass Journalist*innen nicht auf das Wohlwollen anderer angewiesen sind. Egal, wie sich Einflüsse auf Journalist*innen verhalten, ihre Arbeit kommt zu demselben Ergebnis (Arnold 2016: 553). In Verbindung mit der Glaubwürdigkeit vor dem Publikum kann Unabhängigkeit auch meinen, dass Journalist*innen unbeeinflusst Themen auswählen, statt berufsfremde Interessen als Maß oder Anlass für Berichterstattung zu nehmen. Durch eine freie Themenwahl kann der Journalismus dem Publikum seine Unabhängigkeit beweisen, er ist allein dem Prinzip der Öffentlichkeit verpflichtet und das macht ihn glaubwürdig (Pöttker 2010: 115).

Die Neutralität hängt hingegen, wie im Folgenden erörtert wird, direkt mit der Präsentation journalistischer Arbeit zusammen. Sie bezieht sich darauf, wie Journalist*innen Informationen vermitteln, und der normative Anspruch besagt, dass sie diese wertfrei darstellen sollen. Bei der Forderung danach, Wertungen zu unterlassen, stellt sich im Gegenzug die Frage, worum es sich beim Werten handelt? Im wissenschaftlichen Kontext wäre ebenfalls wichtig zu klären, wie sich das Werten in journalistischen Beiträgen untersuchen lässt.

3. Neutralität

Die Forderung nach neutraler Berichterstattung findet sich schon in den Lehrbüchern, die viele Journalist*innen zum Anfang ihrer Karriere begleiten. Sie legen damit den Grundstein für das Verständnis vieler Praktiker*innen von Neutralität. In seiner Einführung in den praktischen Journalismus betrachtet zum Beispiel Walther von La Roche Wertneutralität im Rahmen der Objektivität. Bei Nachrichten gelte »kein Kommentar« (Hooffacker/Meier 2017: 104), das

erkenne im Journalismus auch jede*r an. Zumindest im informierenden Teil solle sich an diese Norm gehalten werden, danach sei noch Platz und Zeit für die persönliche Meinung. Die müsse durch ein erkennbares Layout oder eine eigene Überschrift getrennt sein. Begründend für die Trennung gilt, dass das Urteil der Journalist*innen sich keiner Subjektivität entziehen könne. Die persönliche Kommentierung drücke sich auch unbewusst in einzelnen wertenden Wörtern aus, das gelte es zu vermeiden. Stattdessen sollten die Journalist*innen die Meinung anderer Personen zu Wort kommen zu lassen. Ob ein*e Akteur*in bestimmte Meinungen geäußert hat oder nicht, das lasse sich intersubjektiv prüfen und belegen (Hooffacker/Meier 2017: 104–105).

Auch in der Forschung zu journalistischer Qualität kommt immer wieder die Neutralitätsnorm zur Sprache. Dabei wird auf den demokratietheoretischen Aspekt der Neutralität verwiesen: Rezipient*innen soll es ermöglicht werden, sich selbst eine Meinung zu bilden (Schönbach 1977: 20–21; Arnold 2016: 552). Durch diesen Anspruch finden sich normative Schnittpunkte mit der Objektivität, Ausgewogenheit, Unabhängigkeit oder Unparteilichkeit: Einflussreiche Gruppen oder die Journalist*innen selbst sollen ihre Publika nicht manipulieren. Rezipient*innen soll die Realität möglichst unverfälscht dargelegt werden, um sie als Bürger*innen zu ermächtigen, gesellschaftliche Probleme durch demokratische Strukturen anzugehen. »Subjektive Wertungen in journalistischen Realitätsdarstellungen« (Mothes 2014: 54) sollen unterlassen werden. Stattdessen könnten Akteur*innen in den Artikeln kritisieren und bewerten. Neutralität wäre in diesem Sinne »lediglich eine sachliche und unpersönliche Darstellungsweise« (Voigt 2016: 53). Die Trennung von Nachricht und Meinung ist dann eher »als Trennung von eigenen und fremden Vermittlungszielen zu verstehen« (Schäfer-Hock 2018: 59).

Dabei lässt sich jedoch argumentieren, dass die Themenauswahl schon vor dem eigentlichen Bericht dem Ideal entgegensteht, ohne eigene Bewertung zu berichten. Eine neutrale Berichterstattung sei nicht leistbar, weil durch die »Selektions- und Relevanzproblematik« (Arnold 2009: 198) bereits subjektiv bewertet werde müsse. Wenn Journalist*innen sich eines Themas annehmen und dafür ein anderes nicht bearbeiten, bewerten sie dadurch die Relevanz. Trotzdem heißt es oft, Journalist*innen sollten zumindest Wertungen im Nachrichtentext unterlassen (Arnold 2009: 56).

Auf die Sprache fokussieren auch andere Analysen. So sei eine »sachliche und unpersönliche Sprache« (Fahr 2001: 25) ein Aspekt der Neutralität. Ihre Verletzung weise auf eine Tendenz hin, die dahingehend messbar sei, dass sie für oder gegen etwas spreche (Fahr 2001: 83). McQuail (1992: 233) argumentiert, dass Neutralität unter anderem bedeute, sensationsheischende Berichterstattung zu vermeiden und stattdessen »dispassionate, cool, restrained and careful« zu berichten. Sensationelle Darstellung, die auf Emotionen abziele, sei weit davon

entfernt. Dazu gehöre auch, Inhalte stark zu dramatisieren oder zu personalisieren. Darum stehe Neutralität der Notwendigkeit entgegen, die Aufmerksamkeit der Rezipient*innen zu erlangen. Das Ideal der Neutralität sei daher eher erreichbar, wenn den Journalist*innen bekannt ist, dass die Rezipient*innen bereits durch das Thema hoch motiviert sind (McQuail 1992: 233). In diesem Kontext seien Stereotype und Vergleiche besonders relevant. Zwar würden sie in kurzen Nachrichten auch zur Vereinfachung gebraucht (McQuail 1992: 234f.), mit ihnen würden aber positive oder negative Bilder assoziiert – ihre Verwendung gefährde daher immer in dieser Hinsicht Neutralität, da eine Wertung mitschwingt (vgl. auch Hooffacker/Meier 2017: 106).

4. Schwierigkeiten bei der Erhebung von Neutralität

Theoretisch ist die Trennung von Nachricht und Meinung leicht gefordert. Aber bei der konkreten Umsetzung und Erforschung zeigen sich Probleme. So schreibt beispielsweise Voigt (2016: 53) zwar, dass Neutralität simpel zu erfassen sei. Aber im von ihr beschriebenen Experiment, bei dem Neutralität lediglich einen von mehreren untersuchten Qualitätsaspekten ausmachte, fiel es den Teilnehmer*innen schwer, den als wertend eingestuften Artikel zu erkennen und entsprechend zu bewerten (Voigt 2016: 209). Die Befragten des Experiments wurden in zwei Gruppen eingeteilt und bekamen je einen Beitrag zum Thema »Erhöhung des Renteneintrittsalters auf 67 Jahre« (Voigt 2016: 163) vorgelegt, das im Erhebungszeitraum öffentlich diskutiert wurde. Die beiden Beiträge unterschieden sich hinsichtlich der Quellenausgewogenheit und darin, ob der Autor sich gegen die Erhöhung des Rentenalters aussprach (n=179) oder keine Wertung äußerte (n=169). Als Beispiel für die Bewertung im Artikel der ersten Gruppe nennt die Autorin die »Überschrift, in welcher er [der vermeintliche Autor des Beitrags] die Rente mit 67 als unfair und unrealistisch bezeichnet« (Voigt 2016: 163). Nachdem die Teilnehmer*innen den Beitrag gelesen hatten, sollten sie ihn anhand einer Reihe von Qualitätskriterien bewerten. Eines der Items lautete: »Der Artikel ist neutral geschrieben, d. h. der Journalist nimmt keine eigenen Wertungen des Geschehens vor« (Voigt 2016: 203). Die Auswertung ergab keinen signifikanten Unterschied zwischen den Neutralitätsbewertungen der beiden Gruppen. Allerdings zeigte sich, dass die Rezeptionsdauer einen Einfluss auf die Neutralitätsbewertung hatte. Je länger die Teilnehmer*innen sich für einen Beitrag Zeit nahmen, desto klarer unterschied sich die Bewertung und die aus der Gruppe mit dem wertenden Artikel gaben durchschnittlich einen geringeren Neutralitätswert an. Voigt folgert daraus: »Bei der Wahrnehmung der Neutralität einer Nachricht haben Rezipienten jedoch selbst bei deutlichen Qualitätsmängeln Probleme« (Voigt

2016: 209). Woran das im Experiment lag, ist unklar. Eine These könnte lauten, dass die Befragten die Wertung nicht wahrnahmen, weil sie diese als adäquate Beschreibung der Realität empfanden. Dies ließe sich in Anlehnung an den Hostile-Media-Effekt oder die Framing-Forschung begründen.

Als Hostile-Media-Effekt wird das Phänomen bezeichnet, dass Rezipient*innen »auch ausgewogene Zeitungsberichte [als] tendenziös« (Eberl 2020: 9) wahrnehmen. Nachgewiesen ist dabei, dass die politische Meinung eine Rolle spielt. Sind Rezipient*innen stark in ein politisches Thema involviert, tendieren sie dazu, journalistischen Beiträgen eine Unterstützung der Gegenseite zu unterstellen. Ebenso wie die politische Meinung könnten auch die persönlichen Werte-Prioritäten einen Einfluss auf die Wahrnehmung und Wirkung von journalistischen Beiträgen haben.

Folgt man der Framing-Forschung, lässt sich die Annahme, Fakten und Wertungen ließen sich trennen, nicht halten. Frames stellen demnach Interpretationsmuster dar, die gewisse Aspekte hervorheben und andere marginalisieren oder ignorieren. Die Aspekte bzw. Frame-Elemente werden in einer bestimmter Art miteinander verknüpft (Kühne 2014: 25). Frames bestehen dabei aus vier Elementen: (1) der Problemdefinition im Kontext gemeinsamer kultureller Werte, (2) der Ursachenzuschreibung, (3) der Bewertung von Ursachen und ihrer Auswirkungen und (4) der Lösungszuschreibung (Entman 1993: 52). Dabei kommt den »Begrifflichkeiten« (Brosius/Dan 2020: 267), die für die Frames verwendet werden, eine hohe Bedeutung zu. Problematisch für den Anspruch der Wertneutralität kann entsprechend die Sprache selbst gelten, die »niemals völlig neutral oder wertfrei« (Fischer 2020: 33) sei. Bei der »Lexikalisierung semantischer Inhalte« (Fischer 2020: 34) würden immer Bedeutungen und damit Wertungen zugeschrieben. Daraus ließe sich folgern, dass wertfreie Präsentation als solche auch in Nachrichten nicht möglich ist.

5. Werte im deutschen Mediensystem

Darüber hinaus stellt sich die Frage, ob eine Wertneutralität im deutschen Journalismus tatsächlich gewünscht ist. Arnold (2009) weist zum Beispiel darauf hin, dass es in Deutschland rechtliche Unterschiede zwischen den Medien gibt. Es gibt in Deutschland keine rechtliche Pflicht der Presse zur Neutralität im Sinne einer Trennung von Nachricht und Meinung. Auch eine berufsethische Pflicht dazu wird im Pressekodex nicht erwähnt. Lediglich die Sachlichkeit wird im Rahmen der Sorgfaltspflicht unter anderem durch die Landespressegesetze betrachtet, aber dabei solle eher »übertrieben sensationelle Darstellung« (Arnold 2009: 197) vermieden als Wertungen durch die Journalist*innen begrenzt werden. Hingegen gilt für die öffentlich-rechtlichen Medien durch die allgemeinen

Bestimmungen des Medienstaatsvertrags § 6, dass Nachricht und Kommentar zu trennen sind und die verfassende Person beim Kommentar namentlich genannt werden muss. Zudem sollen die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten »die Grundsätze der Objektivität und Unparteilichkeit der Berichterstattung, die Meinungsvielfalt sowie die Ausgewogenheit ihrer Angebote [...] berücksichtigen« (§ 26 Abs. 2 MStV). Doch obwohl der Medienstaatsvertrag mit den klassischen Qualitätskriterien des neutral informierenden Journalismus eine Trennung von Nachricht und Meinung vorgibt, fordert er zugleich von den öffentlich-rechtlichen Medien, gewisse Werte zu fördern. Für die Rundfunkangebote steht zum Beispiel im § 26 MStV nicht nur, dass sie das »internationale, europäische, nationale und regionale Geschehen« (§ 26 Abs. 1 MStV) darstellen sollen. Darüber hinaus besteht auch der Anspruch, die »internationale Verständigung, die europäische Integration und den gesellschaftlichen Zusammenhalt in Bund und Ländern« (§ 26 Abs. 1 MStV) zu fördern.

Ergänzend zum länderübergreifenden Staatsvertrag gelten noch spezifische Regelungen für die jeweiligen öffentlich-rechtlichen Landesanstalten der ARD. Sie enthalten ebenfalls unterschiedliche Werte, die sich unter anderem am deutschen Grundgesetz orientieren. So ist beispielsweise das Angebot des NDR an »die verfassungsmäßige Ordnung gebunden« (§ 7 Abs. 1 NDR-Staatsvertrag) und es gilt, »die Würde des Menschen zu achten und zu schützen« (§ 7 Abs. 2 NDR-Staatsvertrag). Daneben stehen in den Normen der Staatsverträge Werte wie Freiheit und Frieden. Zudem lassen sich überall Vorschriften finden, die internationale und regionale Bezüge festlegen. Ein großer Bereich des öffentlich-rechtlichen Angebots ist zwar unterhaltender Natur. Trotzdem gelten diese Ansprüche auch für die journalistischen Formate.

Allerdings ist fraglich, ob die vorgegebenen Werte tatsächlich Einfluss auf den Inhalt des Journalismus der öffentlich-rechtlichen Sender haben. Konkrete Forschung fehlt dazu bisher. Jedoch lässt sich Studien entnehmen, dass Medien bewerten und dabei auch bestimmte Werte im Blick haben (vgl. Scheufele/Engelmann 2013). Das ist auch nicht unbedingt eine neue Entwicklung. Schönbach (1977) untersuchte schon vor 45 Jahren, ob oder wie sich Medien in Deutschland an die Vorgabe der Trennung von Nachricht und Meinung halten (Schönbach 1977: 29). Dafür wurde analysiert, wie Zeitungen und Rundfunkanstalten über das damalige »Berlin-Problem« (Schönbach 1977: 33) berichteten und wie Kommentare mit dem nachrichtlichen Teil in Verbindung standen.

Für Schönbach besteht der Neutralitätsanspruch jedoch nicht nur darin, in Nachrichten keine Wertung einfließen zu lassen. Er argumentiert, der Neutralitätsanspruch lasse sich teilen, in (1) die explizite Vermischung von Nachricht und Meinung, wenn »wertende Formulierungen in Berichterstattung« (Schönbach 1977: 48) auftrete und in (2) die implizite Vermischung, wenn Nachrichten und Meinungen zwar in getrennten Texten erscheinen, aber in einem Medium

parallel verlaufen und die Berichterstattung dadurch verzerrt oder verkürzt wird (Schönbach 1977: 52ff.). Mit parallel verlaufend meint er dabei, dass die Berichterstattung der Kommentierung angepasst wird.

Als Annahme hinter seinem Argument beschreibt Schönbach, dass Redaktionen als Organisationen gewisse Normen vertreten, an die sich die Mitarbeiter*innen anpassen: die »redaktionelle Linie« (Schönbach 1977: 131). Sie sei durch soziale Mechanismen gesetzt, relativ stabil und dürfe oder solle den Meinungsteil eines journalistischen Mediums beeinflussen. Wenn allerdings die Nachrichtenauswahl mit den Argumenten aus der Kommentierung übereinstimmt, dann passe sich die Nachrichtenselektion der redaktionellen Linie im Meinungsteil an und die Berichterstattung sei verzerrt (Schönbach 1977: 132). Journalismus sei nur dann neutral, wenn er sich an allgemein anerkannten Selektionsmechanismen ausrichte, die durch Nachrichtenfaktoren definiert würden. Sie seien schließlich die Merkmale, die für die meisten Journalist*innen berichtenswert seien (vgl. Galtung et al. 1970: 259ff., zitiert nach Schönbach 1977: 140). Dass etwas berichtenswert ist, wird in der Sache jedoch lediglich von den Journalist*innen zugeschrieben.

Aus den Studienergebnissen lässt sich entnehmen, dass die redaktionellen Linien einen Einfluss auf die Berichterstattung hatten und die Trennung von Nachricht und Meinung in den untersuchten Medien »nicht normal« (Schönbach 1977: 114) war. Da sich die Ausgangssituation von Journalismus und Gesellschaft seit 1977 deutlich verändert hat (vgl. Steindl et al. 2017: 404ff.), wird hier davon ausgegangen, dass die konkreten Ergebnisse zu den einzelnen Nachrichtenmedien nicht auf die heutige Zeit übertragbar sind. Spätere Studien zeigen zudem, dass die Bewertung in den Artikeln durch zitierte Quellen, die »opportunen Zeugen« (Hagen 1992), eine Korrelation zur redaktionellen Linie aufweist (eine tabellarische Übersicht bei Bachl/Vögele 2013: 349). Andere Ergebnisse stellen hingegen in Frage, ob sich tatsächlich aus der redaktionellen Linie auf die politischen Bewertungen in der journalistischen Arbeit schließen lassen könne (vgl. u. a. Scheufele/Engelmann 2013: 544). Allerdings wurde dabei die redaktionelle Linie oft nur auf einer Links-Rechts-Dichotomie vollzogen. Neuere Studien könnten sich dem aber annehmen und den Verbindung von redaktionellen Werten und dem journalistischen Output gezielter untersuchen.^[2]

Es gibt jedoch auch die Argumentation, bewusste Bewertung im Journalismus könne unter Umständen nötig sein. Die Neutralitätsnorm beziehe sich selbst in den meisten Fällen auf demokratietheoretische Werte und diese müssten

2 Private Zeitungen und Onlinemedien schreiben sich selbst teilweise öffentlich Werte zu. Die könnten ein Ansatz für Analysen sein. So versteht sich die FAZ als »liberal-konservative Stimme in Wirtschaft, Politik und Kultur«, die *Süddeutsche Zeitung* proklamiert eine »klare Haltung gegen Ausbeutung, Unmenschlichkeiten und Intoleranz« und die rechte Wochenzeitung *Junge Freiheit* nennt »Nation«, »Freiheitlichkeit«, »Konservatismus« und »Christentum« als Werte, für die sie eintrete.

Journalist*innen verteidigen (Lilienthal 2020). Das Grundgesetz definiere ethische Grenzen und »es kann keine Neutralität geben, wo rote Linien überschritten werden« (Lilienthal 2020: 44). Brüggemann et al. (2022) sehen darüber hinaus sogar, dass Neutralität dem Anspruch im Weg stehen kann, Realität möglichst genau und objektiv abzubilden. Das zeigen sie am Beispiel der Klimakrise. Wenn Journalist*innen in Berichten über dieses Thema Positionen abbilden, die sich nicht auf empirische Befunde stützen, und die Journalist*innen sie als solche bewerten, können sich Rezipient*innen ein besseres Bild von der Lage machen. Diese Idee befürworte der transformative Journalismus, um für das »ultimate public good« (Brüggemann et al. 2022: 2; vgl. Krüger 2022) einzutreten: den Erhalt des ökologischen Gleichgewichts des Planeten.

Es zeigt sich also, dass völlig neutrale journalistische Arbeit ein Ideal darstellt, welches aus verschiedenen empirischen und erkenntnistheoretischen Gründen nicht völlig umsetzbar ist. Entsprechend wäre es nur wenig erkenntnisbringend, Neutralität als solche binär zu erheben. Um in der Diskussion über Neutralität und Werte im Journalismus weiterzukommen, wirkt es hingegen vielversprechend, sich mit dem Gegenteil zu beschäftigen und das Bewerten in der Präsentation journalistischer Berichte zu erforschen, ohne es ausschließlich als Normverstoß zu betrachten. Hierbei sind weitere Differenzierungen nötig, denn offenbar ist Bewertung nicht gleich Bewertung. Auch hängt Bewerten zwar mit Werten zusammen, aber die Verbindung ist bisher diffus. Selbst der Begriff von Werten ist kein eindeutiger (vgl. Kjellberg/Mallard 2013). Allerdings finden sich in der »Soziologie des Wertens« Ansätze, die auch für weitere Studien in der Journalistik von Vorteil sein könnten.

6. Wie sich Wert, Werte, Werten und Bewerten unterscheiden

Für die Analyse von empirischen Wertzuschreibungs- und Bewertungsphänomenen empfehlen Krüger und Reinhart (2016) zwei begriffliche Trennungen. Erstens sollten die Prozesse des Wertens – im Sinne des Wertzuschreibens – und des Bewertens bewusst voneinander getrennt werden. Zweitens sollten das auch die theoretischen Konzepte der gesellschaftlichen Werte und des Werts eines Gegenstands.

Der Wert (Singular) beschreibe demnach die Kategorisierung bestimmter Merkmale von Personen, Praktiken und Objekten als wertvoll oder wertlos und bilde die Basis für Abwägungen und Vergleiche (Krüger/Reinhart 2016: 497). Er sei »zentral für die sinnhafte Deutung von subjektiven Erfahrungen« (Krüger/Reinhart 2016: 490) und liege nicht in den Objekten, Personen oder Prozessen selbst, sondern werde ihnen zugeschrieben. Um das oben bereits erwähnte Experiment von Voigt (2016) als Beispiel aus dem Journalismus zu

nehmen: Wenn der Autor den Plan einer Rente ab 67 als »unfair« (Voigt 2016: 163) bezeichnet, schreibt er bei diesem Plan der Fairness Bedeutung zu und kategorisiert die Fairness als Merkmale für die Abwägung – also als Wert. Wie andere greift dieser Wert dabei auf weitergehende soziale Konzepte zurück, um zur Deutung beizutragen. »Vorstellungen darüber, was konkret wertvoll ist, entstehen immer im Kontext gesellschaftlicher Werte« (Krüger/Reinhart 2016: 491). Obwohl so ein untrennbarer Zusammenhang zwischen dem Wert (Singular) und den Werten (Plural) besteht, handle es sich dabei um zwei unterschiedliche Konzepte.

In Abgrenzung zum Wert lassen sich gesellschaftliche Werte definieren, als »ideelle Gebilde, denen eine besondere Geltungskraft für das Handeln zugeschrieben wird« (Krüger/Reinhart 2016: 490). Die Werte könnten als Maßstäbe für Handlungen gesehen werden. Das Problem für die Erforschung von Werten ist dem der Neutralität ähnlich: Auch sie sind als konstruierte, ungegenständliche Phänomene nicht intersubjektiv erfahrbar und es muss abgesteckt werden, worum es sich bei Werten handelt (Fornoff 2018: 67).

Auch andere Autor*innen verstehen Werte als »die allgemeinsten Grundprinzipien der Handlungsorientierung« (Schäfers 2016: 39). Dabei wird oft auf die Annahme Max Webers zurückgegriffen, nach der sich menschliches Handeln an Werten orientiert (Weber 1904: 25f.). Die Werte dienen der Rechtfertigung: In einer Zweck-Mittel-Relation sind sie der Zweck, der bestimmt, wie angemessen die Mittel – also Handlungen – sind. Damit Werte jedoch gesellschaftliche Bedeutung erlangen und menschliches Handeln rechtfertigen können, müssen sie erst sozial anerkannt werden. Denn theoretisch lässt sich einiges als Werte konzipieren (vgl. Joas 1999). »Faktische Werte im Sinne eines sozialwissenschaftlichen heuristischen Konzepts sind [aber erst] Werte, die in einer Gemeinschaft anerkannt wurden oder werden und durch diese Abhängigkeit von einer historischen Gesellschaft prinzipiell veränderlich, relativ und partikulär sind« (Fenner 2020: 191).

Im Alltag konkretisieren sich Werte meist durch Normen (Schäfers 2016: 39). Diese können als Handlungsregeln und -standards verstanden werden, die »den Anspruch auf eine allgemeine Verbindlichkeit haben« (Fenner 2020: 190). »Während den Werten eine allgemeine Orientierungsfunktion zukommt, leiten die Normen zur konkreten Umsetzung der abstrakten Werte an« (Fenner 2020: 191). Im Gegensatz zu Normen, die durch soziale Sanktionen gesichert sind (Popitz 1980: 21), ist bei bloßen Werten eine »Übertretung« (Fornoff 2018: 68) und Ahndung nicht möglich. So lässt sich auch das Verständnis nachvollziehen, von Werten als »Vorstellungen des Wünschenswerten, also Ideen oder Ideale[n], die der Beurteilung von Wünschen dienen und nicht mit den erstrebten Objekten gleichzusetzen sind« (Reinhardt 2016: 98).

Es gibt die verbreitete Annahme, dass es in einer Gesellschaft eine vorherrschende Werteordnung gibt, welche »das Grundgerüst der Kultur« (Schäfers 2016: 39) stellt. Dem entgegen steht die Vorstellung, dass in einem System mehrere Werteordnungen miteinander konkurrieren und zum Teil in einem konflikthaften Verhältnis zueinanderstehen (Neuberger 2020: 49). Das Verhältnis ist jedoch schwer zu fassen, weil Werte vor allem immaterielle Konstrukte sind. Sie beeinflussen aber unbestritten, wie Menschen die Realität wahrnehmen. Oder auf philosophische Weise ausgedrückt: »Wir brauchen Werte, weil sie an sich nichts sind, uns jedoch alles (Mögliche) sein können. Werte sind nicht gegeben. Werte sind gemacht. Von uns, für uns« (Sommer 2016: 163). Wenn Werte gemacht sind, können sie Veränderungen unterliegen. Sie »wandeln sich in der Interaktion von Gruppen und Individuen« (Sommer 2016: 171), und sind auch vergänglich (Sommer 2016: 165). Zugleich verdeutlicht das, dass sich Werte einer Gruppe oder Gesellschaft durch ihre Geschichte und mehr oder minder zufällige Ereignisse gebildet haben können.

So gesehen überrascht es nicht, dass in verschiedenen Wertekatalogen einige Werte übereinstimmen und andere nicht. Bei McQuail (2013: 67) gelten »freedom; justice/equality; order/solidarity« beispielsweise als die essenziellen Werte einer »western society« (McQuail 2013: 54). Doch die finden sich bei einer Studie von Scheufele und Engelmann (2013) so nicht wieder. Höchstens das »Solidaritätsprinzip« (Scheufele/Engelmann 2013: 539) lässt sich bei ihnen übereinstimmend finden. Allerdings beziehen sie ihre Werte auch konkreter auf politische Felder wie Finanzen, Wirtschaft, Arbeit und Soziales. Als spezifische Werte zählen sie unter anderem: Ökologische Nachhaltigkeit, Marktliberalismus oder auch Frieden/Pazifismus (vgl. Scheufele/Engelmann 2013: 539). Neuberger stellt hingegen sieben Werte auf, um mit ihnen die Qualität demokratischer Öffentlichkeit zu bewerten. Neben den bereits von McQuail genannten gesamtgesellschaftlichen Werten Freiheit und Gleichheit benennt Neuberger Vielfalt, Machtverteilung, Kritik und Kontrolle, Integration und Sicherheit. Zusätzlich hält er die kommunikationsspezifischen Werte Informations- und Diskursqualität für relevant in der Bewertung der demokratischen Öffentlichkeit (Neuberger 2019: 437, 2020: 42). Beide leitet er aus der Deliberationstheorie ab. Er gibt bei seinem Wertekatalog jedoch an, dass es sich zwar um keine abschließende Systematik handle, er aber seinem Anspruch genüge (Neuberger 2020: 41).

Gerade in modernen Demokratien lässt sich annehmen, dass es verschiedene Perspektiven auf Werte gibt, beziehungsweise unterschiedliche Werteordnungen, welche gleichzeitig gelten. Denn obwohl Werte ihre Wirkung im gesellschaftlichen Kontext entfalten, »haftet dem Begriff des ›Werts‹ unauslöschlich ein Bezug zum Subjekt des Wertens an« (Joas 1999: 39). Viele Subjekte ergeben viele Perspektiven. Daraus kann auf der einen Seite folgen, dass der demokratische Staat nur »einen Minimalkonsens über demokratische Werte

«einfordern» (Neuberger 2020: 3) darf, um den erwünschten Wertpluralismus legitim zu gestalten.

Neben der Differenzierung zwischen Wert und Werten, unterscheiden Krüger und Reinhart (2016: 492) auch zwischen den Prozessen des Wertens und Bewertens. Das Werten ist dabei als die Zuschreibung von Wert zu verstehen. Durch diesen Prozess werden Objekte, Personen oder Prozesse zunächst »als potenziell wertvoll oder wertlos definiert« (Krüger/Reinhart 2016: 497). Das schreibe ihnen auf der einen Seite Bedeutung innerhalb der komplexen Realität zu. Dadurch könne die Wertzuschreibung als »konstitutiv für jegliche soziale Ordnung und die soziale Konstruktion von Wirklichkeit« (Krüger/Reinhart: 487) gesehen werden. Hierdurch ginge es »immer auch um Fragen der Generierung von Deutungsmacht« (Nicolae/Endreß/Berli/Bischur 2019: 14).

Auf der anderen Seite ermöglicht die Zuschreibung dann den zweiten Prozess: die Bewertung. Darunter lassen sich Abwägungen verstehen, »durch die Objekte, Praktiken und Personen vergleichend nach bestimmten Kriterien als besser oder schlechter beurteilt werden« (Krüger/Reinhart 2016: 497). Die Unterscheidung zwischen den beiden sozialen Prozessen sei aber vor allem analytischer Natur. Empirisch seien sie »praktisch unauflöslich miteinander verbunden« (Krüger/Reinhart 2016: 494). Das lässt sich wieder am bereits bemühten Beispiel des unfairen Renten-Plans zeigen. Während der Autor dem Plan den Wert der Fairness zuschreibt, führt er gleichzeitig die Bewertung durch, welche einen Vergleich mit anderen Plänen zulässt.

7. Ausblick und Resümee

Die analytische Trennung dieser beiden Prozesse wie auch der beiden Begriffe Wert und Werte könnten dazu beitragen, Wertungen im Journalismus, ihre Unterschiede und ihre Folgen besser zu begreifen. Damit ließe sich differenziert erfassen, wer Wert zuschreibt und wer die Personen, Objekte oder Sachverhalte bewertet. Damit ließe sich der Anspruch prüfen, dass Journalist*innen lediglich Bewertungen von Akteur*innen in ihren Beiträgen vorkommen lassen sollen (Voigt 2016: 53). Die Wirkung auf Rezipient*innen könnte dabei ebenfalls in den Blick genommen werden.

Unter der Annahme, dass Bewertungen unterschiedlich wahrgenommen werden, wäre interessant zu ergründen, ob sich dabei Gesetzmäßigkeiten bezüglich der Werte hinter der Wertung finden lassen. Wenn sich aus dem Wert, welcher die Grundlage der Bewertung darstellt, auf die dahinterstehenden Werte schließen lässt, dann wäre hierbei eine Differenzierung möglich. Dabei ließe sich zum Beispiel die These prüfen, dass (Be-) Wertungen nicht als solche wahrgenommen werden, wenn sie auf Werten beruhen, die von den Rezipient*innen

geteilt werden. Denn in diesem Fall könnten diese sie als selbstverständliche und adäquate Realitätsbeschreibung wahrnehmen. Hierbei wäre interessant, ob es Unterschiede zwischen Gruppen gibt. Allerdings ist selbst mit dieser Differenzierung der Schluss vom Wert auf die Werte keine einfache Sache. Zwischen ihnen besteht ein »schwer zu bestimmender Zusammenhang« (Krüger/Reinhart 2016: 490). Darauf lassen auch andere Studien schließen, die sich mit Werten beschäftigen. Scheufele und Engelmann (2013: 563) untersuchen auf eine vergleichbare Art »Value-Frames«. Die Reliabilität beim Codieren der Werte lag bei dieser Untersuchung bei nur 67 Prozent – wobei dies in der Studie aber als akzeptabel angenommen wurde, mit folgender Begründung:

»Denn erstens ist der hohe Abstraktionsgrad der Kategorie zu beachten, so dass keine so hohen Werte zu erwarten sind wie bei simplen Themenanalysen. Zweitens erkannten die Codierer nicht völlig andere Werte (z. B. Freiheit statt Solidarität), sondern oft Werte mit ähnlichem Gehalt (z. B. Gleichheit statt Gerechtigkeit). Drittens werden diese Fälle bei der Auswertung durch Bündelung der Werte kompensiert. Viertens war die Reliabilität nicht geringer als in vergleichbaren Studien (vgl. Eilders/Lüter 1998: 59f.; Voltmer 1997: 181)« (Scheufele/Engelmann 2013: 539).

Krüger und Reinhart (2016: 495) verweisen zudem darauf, dass der Ursprung der Wertzuschreibung ebenfalls ein relevanter Aspekt für die Sozialforschung sein könnte. Sie nehmen an, dass dabei Emotionen eine besondere Rolle zukommt, welche bisher vernachlässigt worden sei. Dieser Ansatz müsste jedoch zunächst weiter elaboriert werden. Dabei ließe sich untersuchen, wann Journalist*innen eine Bewertung für angemessen halten und, ob die Zuschreibung von ihnen ausgeht oder sie diese von anderen übernehmen.

Werte beeinflussen die alltägliche Kommunikation und darüber auch den Journalismus. Der Einfluss zeigt sich unter anderem in dem Wert, den Journalist*innen Personen, Prozessen oder Objekten in ihren Arbeiten zuschreiben, oder ihn dort für Abwägungen nutzen. Wie dieser Beitrag darstellt, kann eine konzeptionelle Differenzierung zwischen eben jenem Wert und gesellschaftlichen Werten dazu beitragen, neue Perspektiven in der Journalistik einzunehmen. Darüber hinaus ermöglicht es die Unterscheidung zwischen der Wertzuschreibung und der Bewertung, Studien zu entwickeln, mit denen die Wirkung von wertendem Journalismus auf neue Weise erfasst werden könnte: Warum werten Journalist*innen wie und mit welcher Wirkung? Weshalb werden bestimmte Wertungen offenbar akzeptiert und andere nicht? Darüber ließe sich dann auch mehr über den Einfluss gesellschaftlicher Werte auf den Journalismus erfahren. Denn aus der Bewertung durch Journalist*innen lässt sich auf gesellschaftliche Werte schließen. Bisher ist der Ansatz jedoch noch sehr theoretischer Natur und müsste für empirische Untersuchungen weiter konkretisiert werden. Dabei bleibt vor allem auszuarbeiten, welche Werte betrachtet werden.

Die erwähnten Wertekataloge bieten dabei einen Ansatz, aber auch sie sind keine vollständig ausgearbeiteten Systeme.

Dann könnte allerdings bei der Analyse journalistischer Arbeit der gesellschaftliche Werte-Kontext mit einbezogen werden. Journalismus könnte so differenzierter betrachtet werden – insbesondere Bewertungen in journalistischer Präsentation. Damit trägt der Ansatz den realen Gegebenheiten Rechnung. Wie dargestellt kann bewertender Journalismus dazu beitragen, Realität genauer zu beschreiben und damit dem normativen Ziel der Objektivität eher zu genügen, als wenn sich Journalismus in kompletter (Wert-) Neutralität übt. Da diese aus den dargestellten Gründen nicht vollständig umsetzbar ist, erscheint es zudem sinnvoller, davon abzurücken, Neutralität binär zu erheben. (Be-) wertenden Journalismus stattdessen differenziert und vor dem Hintergrund der demokratietheoretischen Ansprüche zu untersuchen, könnte hingegen auch zur Diskussion beitragen, inwiefern Werten und Bewerten als spezifische Qualitäten im Journalismus gesehen werden.

Über den Autor

David Muschenich (*1996) ist zurzeit Volontär der *taz*. Er hat an der Universität Leipzig Journalismus und an der Staatswissenschaftlichen Fakultät der Universität Erfurt Sozial- und Wirtschaftswissenschaften studiert.

Die englische Version dieses Artikels wurde übersetzt von Sophie Costella.

Literatur

- Arnold, Klaus (2008): Qualität im Journalismus – ein integratives Konzept. *Publizistik*, 53(1), S. 488-508. <https://doi.org/10.1007/PL00022233>
- Arnold, Klaus (2009): *Qualitätsjournalismus*. Die Zeitung und ihr Publikum. Konstanz: UVK.
- Arnold, Klaus (2016): Qualität des Journalismus. In: Löffelholz, Martin; Rothenberger, Liane (Hrsg.): *Handbuch Journalismustheorien*. Wiesbaden: Springer VS, S. 551-563.
- Bachl, Marko; Vögele, Catharina (2013): Gutenbergs Zeugen? Eine Replikation und Erweiterung von Hagens (1992) »Die opportunen Zeugen« anhand der Berichterstattung über Karl-Theodor zu Guttenberg im Kontext der Plagiatsaffäre. In: *Medien/Kommunikationswissenschaft*, 61(3), S. 345-367. <https://doi.org/10.5771/1615-634X-2013-3-345>

- Barfuss, Thore: Journalismus sollte immer neutral sein. In: *Welt*, 16.06.2020.
Verfügbar unter <https://web.archive.org/web/20200630141443/https://www.welt.de/debatte/kommentare/article209709283/Medien-Journalismus-sollte-immer-neutral-sein.html> (08.05.2022)
- Beisch, Natalie; Schäfer, Carmen (2020): Internetnutzung mit großer Dynamik. In: *Medien, Kommunikation, Social Media. Ergebnisse der ARD/ZDF-Onlinestudie 2020*. In: *Media Perspektiven*, (9), S. 462–481.
- Benham, Janelle (2020): Best Practices for Journalistic Balance: Gatekeeping, Imbalance and the Fake News Era. In: *Journalism Practice*, 14(7), S. 791-811.
DOI: 10.1080/17512786.2019.1658538
- Bilke, Nadine (2008): *Qualität in der Krisen- und Kriegsberichterstattung. Ein Modell für einen konfliktsensitiven Journalismus*. Wiesbaden: Springer VS.
- Boykoff, Maxwell. T.; Boykoff, Jules. M. (2004): Balance as bias. Global warming and the US prestige press. In: *Global Environmental Change*, 14(2), S. 125-136.
DOI: 10.1016/j.gloenvcha.2003.10.001.
- Brosius, Hans-Bernd; Dan, Viorela (2020): Framing im Nachrichtenjournalismus. In: Köhler, Tanja (Hrsg.): *Fake News, Framing, Fact-Checking: Nachrichten im digitalen Zeitalter*. Bielefeld: transcript-Verlag, S. 265-282.
- Brüggemann, Michael; Engesser, Sven (2017): Beyond false balance: How interpretive journalism shapes media coverage of climate change. In: *Global Environmental Change* 42, S. 58-67. DOI: 10.1016/j.gloenvcha.2016.11.004
- Brüggemann, Michael; Frech, Jannis; Schäfer, Torsten (2022): Transformative Journalisms: How the ecological crisis is transforming journalism. In Hansen, Anders (Hrsg.): *The Routledge Handbook of Environment and Communication* (2. Auflage). New York: Routledge. Preprint DOI: 10.31219/osf.io/mqv5w
- Eberl, Jakob-Moritz (2020): Medienbias. In: Borucki, Isabelle; Kleinen-von Königslöw, Katharina; Marschall, Stefan; Zerback, Thomas (Hrsg.): *Handbuch Politische Kommunikation*. Wiesbaden: Springer VS, S. 1-14. https://doi.org/10.1007/978-3-658-26242-6_32-1
- Entman, Robert M. (1993): Framing: Towards Clarification of a Fractured Paradigm. In: *Journal of Communication*, 43(4), S. 51-58.
- Fahr, Andreas (2001): *Katastrophale Nachrichten? Eine Analyse der Qualität von Fernsichtnachrichten*. München: R. Fischer.
- Fenner, Dagmar (2020): *Ethik. Wie soll ich handeln?* (2., vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage). Tübingen: Narr Francke Attempto Verlag.
- Fischer, Carolin (2020): Die Flüchtlingsflut in unseren Köpfen: Metaphorisches Framing von Geflüchteten im deutschen Zeitungsdiskurs. In: *Journalistik*, 3(1), S. 33-48. <https://doi.org/10.1453/2569-152X-12020-10310-de>
- Fornoff, Roger (2018): *Migration, Demokratie Werte: Politisch-kulturelle Bildung im Kontext von Deutsch als Zweitsprache*. Göttingen: University Press.

- Frankfurter Allgemeine Zeitung: Porträt der F.A.Z. In: *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 22.06.2017. <https://verlag.faz.net/unternehmen/ueber-uns/portraet/portraet-der-f-a-z-wissen-fuer-kluge-koepfe-11090906.html> (08.05.2022).
- Geuß, Annika (2018): *Qualität im Journalismus. Eine Synopse zum aktuellen Forschungsstand*. Bamberg: University of Bamberg Press.
- Hagen, Lutz (1992): Die opportunen Zeugen. Konstruktionsmechanismen von Bias in der Zeitungsberichterstattung über die Volkszählungsdiskussion. In: *Publizistik*, 37(4), S. 444-460.
- Herrmann, Ulrike (2021): Medien und Neutralität: Neutralität gibt es nicht. In: *taz, die Tageszeitung*, 14.10.2021. <https://web.archive.org/web/2021102023447/https://taz.de/Medien-und-Neutralitaet/!5804654/> (08.05.2022).
- Hoofacker, Gabriele; Meier, Klaus (2017): *La Roches Einführung in den praktischen Journalismus: Mit genauer Beschreibung aller Ausbildungswege Deutschland · Österreich · Schweiz* (20. Aufl.). Wiesbaden: Springer VS. <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-658-16658-8>
- Hopmann, David N.; Van Aelst, Peter; Legnante, Guido (2011): Political balance in the news: A review of concepts, operationalizations and key findings. In: *Journalism*, 13(2), S. 240-257. <https://doi.org/10.1177/1464884911427804>
- Joas, Hans (1999): *Die Entstehung der Werte*. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Junge Freiheit: Leitbild der JF. 17.07.2019. <https://assets.jungefreiheit.de/2019/07/17-Leitbild-der-JF.pdf> (08.05.2022).
- Kjellberg, Hans; Mallard, Alexandre (2013): Valuation Studies? Our Collective Two Cents. In: *Valuation Studies*, 1(1), 11-30. <https://doi.org/10.3384/vs.2001-5992.131111>
- Krüger, Anne K.; Reinhart, Martin (2016): Wert, Werte und (Be-)Wertung. Eine erste begriffs- und prozesstheoretische Sondierung der aktuellen Soziologie der Bewertung. In: *Berliner Journal für Soziologie*, 26(3-4), S. 485-500. <https://doi.org/10.1007/s11609-017-0330-x>
- Krüger, Uwe (2021): Geburtshelfer für öko-soziale Innovationen: Konstruktiver Journalismus als Entwicklungskommunikation für westlich-kapitalistische Gesellschaften in der Krise. In: Borchers, Nils S.; Güney, Selma; Krüger, Uwe; Schamberger, Kerem (Hrsg.): *Transformation der Medien – Medien der Transformation. Verhandlungen des Netzwerks Kritische Kommunikationswissenschaft*. Frankfurt/M.: Westend, S. 356-380. (Open Access), DOI: <https://doi.org/10.53291/SDTM5470>
- Krüger, Uwe (2022): Transformativer Journalismus: Ein neues Berichterstattungsmuster für das Anthropozän. In: KLIMA° vor acht e.V. (Hrsg.): *Medien in der Klimakrise*. München: oekom, S. 161-171.
- Kühne, Rinaldo (2014): *Emotionale Framing-Effekte auf Einstellungen: Eine theoretische Modellierung und empirische Überprüfung der Wirkungsmechanismen*. Baden-Baden: Nomos. <https://doi.org/10.5771/9783845259383>

- Lilienthal, Volker (2020): Rechtspopulismus als Herausforderung für die Medien: Die Medienkritik der AfD und der journalistische Umgang mit der Partei. In: Grimm, Petra; Zöllner, Oliver (Hrsg.): *Digitalisierung und Demokratie: Ethische Perspektiven*. Stuttgart: Franz Steiner Verlag, S. 37-51.
- Loosen, Wiebke; Reimer, Julius; Hölig, Sascha (2020): *Was Journalisten wollen und sollen: (In-)Kongruenzen zwischen journalistischem Rollenselbstverständnis und Publikumserwartungen* (Projektbericht Nr. 49). Hans-Bredow-Institut.
- Maurer, Marcus; Jost, Pablo; Haßler, Jörg; Kruschinski, Simon (2019): Auf den Spuren der Lügenpresse. In: *Publizistik*, 64(1), S. 15-35. <https://doi.org/10.1007/s11616-018-00466-y>
- Matzat, Lorenz: Thesen zum Transformativen Journalismus. In: *Das Klimathema*, 01.02.2022. <https://das-klima-thema.de/thesen-zum-transformativen-journalismus> (08.05.2022).
- McQuail, Denis (1992): *Media performance. Mass communication and the public interest*. London: Sage.
- McQuail, Denis (2013): *Journalism and society*. Los Angeles: Sage.
- Meier, Klaus (2018): *Journalistik* (4. überarbeitete Auflage). Konstanz: UVK.
- Mothes, Cornelia (2014): *Objektivität als professionelles Abgrenzungskriterium im Journalismus. Eine dissonanztheoretische Studie zum Informationsverhalten von Journalisten und Nicht-Journalisten*. Baden-Baden: Nomos.
- Neuberger, Christoph (2019): Öffentlich-rechtlicher Rundfunk und Qualitätsdiskurs: Substanzielle und prozedurale Bestimmung des gesellschaftlichen Mehrwerts. In: *Media Perspektiven*, (10), S. 434-443.
- Neuberger, Christoph (2020): *Funktionale und defekte Öffentlichkeit in der Demokratie: Analyse und Anwendung am Beispiel der Schweiz*. Wissenschaftliche Studie im Auftrag des Bundesamtes für Kommunikation BAKOM, Abteilung Medien. https://www.bakom.admin.ch/dam/bakom/de/dokumente/bakom/elektronische_medien/Zahlen%20und%20Fakten/Studien/analyse-und-anwendung-am-beispiel-der-schweiz.pdf.download.pdf/2020_Gut_BAKOM_Funktionale_und_defekte_%C3%96ffentlichkeit_Neuberger.pdf (08.05.2022).
- Nicolae, Stefan; Endreß, Martin; Berli, Oliver; Bischur, Daniel (2019): Soziologie des Wertens und Bewertens. Zur Einführung in die Reihe »Sociology of Valuation and Evaluation«. In Nicolae, Stefan; Endreß, Martin; Berli, Oliver; Bischur, Daniel (Hrsg.): *Soziologie des Wertens und Bewertens*. Wiesbaden: Springer VS, S. 3-20.
- Newman, Nic; Fletcher, Richard; Schulz, Anne; Andi, Simge; Robertson, Craig. T.; Nielsen, Rasmus K. (2021): *Reuters Institute Digital News Report 2021*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Ojala, Markus (2021): Is the Age of Impartial Journalism Over? The Neutrality Principle and Audience (Dis)trust in Mainstream News. In: *Journalism Studies*, 22(15), S. 2042-2060, DOI: 10.1080/1461670X.2021.1942150

- Popitz, Heinrich (1980): *Die normative Konstruktion von Gesellschaft*. Tübingen: J. C. B. Mohr (Paul Siebeck).
- Pöttker, Horst (2010): Der Beruf zur Öffentlichkeit. In: *Publizistik*, 55(2), S. 107-128. <https://doi.org/10.1007/s11616-010-0083-4>
- Rusch, Roman (2017): Erfolgreich mit Konstruktivem Journalismus?! Ergebnisse einer Zuschauerbefragung im öffentlich-rechtlichen Magazinjournalismus. In: *ComSoc*, 50(4), S. 509-520. DOI: 10.5771/0010-3497-2017-4-509
- Reinhardt, Sibylle (2016): Wertorientierte Demokratiepoltik. In: Friedrichs, Werner; Lange, Dirk (Hrsg.): *Bürgerbewusstsein. Demokratiepoltik: Vermessungen - Anwendungen - Probleme - Perspektiven*. Wiesbaden: Springer VS, S. 95-109.
- Schäfer-Hock, Christian (2018): *Journalistische Darstellungsformen im Wandel. Eine Untersuchung deutscher Tageszeitungen von 1992 bis 2012*. Wiesbaden: Springer VS.
- Schäfers, Bernhard (2016): Soziales Handeln und seine Grundlagen. Normen, Werte, Sinn. In: Korte, Hermann; Schäfers, Bernhard (Hrsg.): *Einführungskurs Soziologie. Einführung in Hauptbegriffe der Soziologie* (9. Aufl.). Wiesbaden: Springer VS, S. 23-48.
- Scheufele, Bertram; Engelmann, Ines (2013): Die publizistische Vermittlung von Werthorizonten der Parteien. Normatives Modell und empirische Befunde zum Value-Framing und News Bias der Qualitäts- und Boulevardpresse bei vier Bundestagswahlen. In: *Medien/Kommunikationswissenschaft*, 61(4), S. 532-550. <https://doi.org/10.5771/1615-634x-2013-4-532>
- Schönbach, Klaus (1977): *Trennung von Nachricht und Meinung. Empirische Untersuchung eines journalistischen Qualitätskriteriums*. Freiburg [Breisgau], München: Alber-Broschur.
- Schultz, Tanjev (2021): Der Reporter-Blick von nirgendwo? Journalismus in der Spannung zwischen Objektivität und Subjektivität. In: *Publizistik*, 66(1), S. 21-41. <https://doi.org/10.1007/s11616-020-00624-1>
- Schwiesau, Dietz (2016): Faszination Nachricht. In: Schwiesau, Dietz; Ohler, Josef (Hrsg.): *Nachrichten – klassisch und multimedial. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis*. Wiesbaden: Springer VS, S. 1-10.
- Sommer, Andreas U. (2016): *Werte. Warum man sie braucht, obwohl es sie nicht gibt*. Berlin: J.B. Metzler.
- Steindl, Nina; Lauerer, Corinna; Hanitzsch, Thomas (2017): Journalismus in Deutschland. Aktuelle Befunde zu Kontinuität und Wandel im deutschen Journalismus. In: *Publizistik*, 62(4), S. 401-423. <https://doi.org/10.1007/s11616-017-0378-9>
- Süddeutsche Zeitung: SZ-Wertepapier. Unser Wert, unsere Werte. In: *Süddeutsche Zeitung*, 24.01.2020. [https://projekte.sueddeutsche.de/artikel/verlag/sz-wertepapier-unser-wert-unsere-werte-e766877/\(08.05.2022\)](https://projekte.sueddeutsche.de/artikel/verlag/sz-wertepapier-unser-wert-unsere-werte-e766877/(08.05.2022)).
- Voigt, Juliane (2016): *Nachrichtenqualität aus Sicht der Mediennutzer. Wie Rezipienten die Leistung des Journalismus beurteilen können*. Wiesbaden: Springer VS.

- Weber, Max (1904): Die »Objektivität« sozialwissenschaftlicher und sozialpolitischer Erkenntnis. In: *Archiv für Sozialwissenschaft und Sozialpolitik*, 19(1), S. 22-87. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ss0ar-50770-8>
- Weischenberg, Siegfried; Malik, Maja; Scholl, Armin (2006): Journalismus in Deutschland 2005. Zentrale Befunde der aktuellen Repräsentativbefragung deutscher Journalisten. In: *Media Perspektiven*, (7), S. 346-361.
- Welchering, Peter (2020): Gesinnung oder Haltung: Klärung in einer journalistischen Werte- und Erkenntnisdebatte. In: *Journalistik*, 3(3), S. 234-249.
- Westerståhl, Jörgen (1983): Objektive News Reporting. General Premises. In: *Communication Research*, 10(3), S. 403-424.