

4 Journalistischer Katastrophenhype? Wie Medien über Gesundheitskrisen berichten

Daniel Nölleke



- *Trotz der mit ihnen einhergehenden Unsicherheiten sind Gesundheitskrisen für Journalismus ein prädestinierter Berichterstattungsgegenstand.*
- *Da sich Medien in ihrer Berichterstattung oft an anderen Medien orientieren, entstehen sogenannte Medien-Hypes. Dies betrifft nicht nur die Themen, über die in zunehmender Intensität berichtet wird, sondern auch die zu Wort kommenden Experten, von denen einige wenige den medialen Diskurs dominieren.*
- *Medien tendieren dazu, unsichere wissenschaftliche Evidenzen als gesichertes Wissen zu präsentieren. Allerdings sind mediale Sicherheitsverweise meist Ergebnis eines journalistischen Prüfprozesses, der im Medienprodukt selbst nicht thematisiert wird.*
- *Da sich Gesundheitskrisen rasant entwickeln und wenige Journalisten über spezielles medizinisches Wissen verfügen, sind Medien in solchen Situationen in besonderem Maße auf Informationen von Gesundheitsorganisationen bzw. Medizinwissenschaftlern angewiesen.*
- *Dass die Berichterstattung oft als Panikmache wahrgenommen wird, ist zum einen auf Prinzipien der Berichterstattung (Orientierung an anderen Medien, Emotionalisierung und Dramatisierung) zurückzuführen, zum anderen auf die Informationspolitik der Gesundheitseinrichtungen. Journalismus reflektiert seine Berichterstattung über Gesundheitskrisen jedoch intensiv und setzt dem Schüren von Hysterie (etwa durch den Pressekodex) Grenzen.*

4.1 Einleitung

Wenn die Krise abebbt und die Öffentlichkeit zur Ruhe gekommen ist, dann beginnt in den Medien der Prozess der Selbstreflexion. Auf den Medienseiten der großen Tageszeitungen, in den Medienmagazinen der Rundfunksender und in den Fachzeitschriften der Medienbranche lässt man die Berichterstattung Revue passieren und diskutiert gemeinsam: Was lernen wir daraus? Doch spätestens, wenn das nächste ‚Unheil‘ vor der Tür steht, ist von einem Lerneffekt kaum etwas zu spüren: Dann wird mit dramatischen Schlagzeilen erneut die Krise ausgerufen und eine Katastrophe heraufbeschworen. Ob Ebola, EHEC, die ‚Schweinegrippe‘ H1N1, die ‚Vogelgrippe‘ H5N1, Sars oder BSE – geradezu genüsslich scheinen Journalisten Panik in der Öffentlichkeit zu schüren. In der Nachbetrachtung spricht man wahlweise von einem „Katastrophenhype“ (das NDR Medienmagazin ZAPP über die EHEC-Berichterstattung) oder einer „Medienhysterie“ (*Spiegel Online* über die Berichte zur Schweinegrippe). Dass sich diese Vorwürfe stets wiederholen, mag einerseits als Hinweis auf die fehlende Lernfähigkeit von Medien verstanden werden. Anders formuliert ist diese Beobachtung aber auch Beleg dafür, dass sich in den Medien bestimmte Funktionsprinzipien etabliert haben, die nicht von Situation zu Situation veränderbar sind. Diese spezifische Funktionsweise von Journalismus – bzw. die Medienlogik – ist ein Forschungsgebiet der Journalismusforschung. Aus eben jener Perspektive systematisiert und beschreibt der vorliegende Beitrag die Prinzipien des journalistischen Umgangs mit (Gesundheits-)Krisen. Jenseits normativer Vorwürfe einer inadäquaten, Panik schürender Berichterstattung soll so ein Verständnis für die Funktionsweise von Journalismus geschaffen werden, das gleichzeitig Ansatzpunkte für die medienbezogene Öffentlichkeitsarbeit in Krisensituationen liefert.

4.2 Das journalistische Interesse an Krisen

Dass sich Journalisten überhaupt für Krisen interessieren, ist nicht so selbstverständlich, wie es beim Blick in die Berichterstattung den Anschein hat. Denn das zentrale Merkmal von Krisen ist die mit ihnen verbundene Unsicherheit: Der Ausbruch einer Krise ist nicht planbar, der Verlauf einer Krise ist ungewiss und ihr Ende ist nicht zu prognostizieren. Da von Journalismus allgemein erwartet wird, dass er über verifizierte Fakten berichtet (Scholl 1997), könnte man Krisen also für ungeeignete Berichterstattungsgegenstände halten. Das führt offensichtlich aber nicht dazu, dass Journalisten Krisen in ihrer Berichterstattung meiden würden. Über Krisensituationen wie sportliche Talfahrten, Insolvenzen, Naturkatastrophen, Terroranschläge und kriegerische Auseinandersetzungen berichten Medien ausführlich. Trotz ihres ungewissen Charakters verfügen Krisen für Journalismus augenscheinlich über eine enorme Anziehungskraft. Hierfür kennt die Journalismustheorie abstraktere und konkretere Gründe. Abstrakt formuliert

verfügen die meisten Krisen über ein hohes gesellschaftliches Irritationspotenzial. Finanzkrisen haben ihren Ursprung zwar im Wirtschaftssystem, ihre Folgen bleiben aber nicht auf Wirtschaftsakteure beschränkt. Politische Krisen beginnen zwar im politischen Kontext, davon betroffen sind letztlich aber weitaus mehr gesellschaftliche Teilbereiche. Gleiches gilt für Gesundheitskrisen, deren Relevanz weit über den Gesundheits- bzw. Medizinbereich hinaus reicht. Die (systemtheoretisch geprägte) Journalismusforschung versteht diese soziale Relevanz von Themen als ein zentrales Aufmerksamkeitskriterium von Journalismus (Görke 1999). Journalismus beobachtet Vorgänge in gesellschaftlichen Teilbereichen und stellt der Gesellschaft jene Beobachtungen in Form von Medienangeboten zur Verfügung. Dies tut er aber nur, sofern die Vorgänge über den entsprechenden Bereich hinaus relevant sind. Diese Perspektive attestiert Journalismus den Status eines eigenständigen gesellschaftlichen Teilbereichs. Sie erkennt an, dass er in der Regel andere Themen für relevant hält, als dies innerhalb der Teilbereiche Wissenschaft, Politik, Recht etc. der Fall ist, und dass er anders darüber kommuniziert, als dies innerhalb der entsprechenden Bereiche geschieht. Damit geht nicht die Auffassung einher, dass Journalismus uniform und Berichterstattung unabhängig vom Medium, Journalisten oder Themenbereich stets identisch wäre. Argumentiert wird stattdessen, dass es einen kleinsten gemeinsamen Nenner gibt, auf den sich alle journalistische Kommunikation bringen lässt. Schon auf dieser abstrakten Ebene erklärt sich das journalistische Faible für Krisensituationen: Da Krisen für weite Bereiche der Gesellschaft potenziell relevant sind, darf Journalismus diese Situationen gar nicht ausblenden. Sonst würde er seine gesellschaftliche Funktion nicht erfüllen.

Die Journalismusforschung hat konkrete Kriterien (sog. Nachrichtenfaktoren) identifiziert, die für Journalismus den Informationswert einer Nachricht ausmachen (vgl. Maier et al. 2010). Solche Nachrichtenfaktoren sind etwa die Prominenz der beteiligten Personen oder die Nähe des Geschehens. Auf eine einfache Formel gebracht: Je prominenter die beteiligten Personen, desto größer die Wahrscheinlichkeit, dass Medien über ein Ereignis berichten. Oder: Je näher das Geschehene, desto eher berichten Medien. Da Krisensituationen eine Vielzahl dieser journalistischen Aufmerksamkeitskriterien erfüllen, sind sie für Journalismus ein prädestinierter Berichterstattungsgegenstand. Krisen kommen *überraschend*, haben *negative* Auswirkungen und sind meist *konfliktbehaftet*. Diese Merkmale wecken in besonderem Maße die Aufmerksamkeit von Journalisten. Unter den Krisen sind Gesundheitskrisen bzw. potenzielle Pandemien ein besonders prädestinierter Berichterstattungsgegenstand. Sie erfüllen journalistische Aufmerksamkeitskriterien wie Überraschung (unerwarteter Ausbruch), Konsonanz (Pandemien sind grundsätzlich erwartbar; man hat mit so etwas „gerechnet“), Intensitätszunahme (steigende Zahl an Ansteckungen bzw. Todesfällen), Negativität (Gefahr einer Katastrophe), Relevanz (jeder ist potenziell betroffen), Eindeutigkeit (mit dem Begriff ‚Krankheit‘ kann jeder etwas anfangen), Kontinuität (stän-

dig neue Nachrichten) und Unvorhersehbarkeit (unklar, wie sich Situation entwickeln wird) (Vasterman u. Ruigrok 2013). Wenn noch weitere Faktoren hinzukommen – wie geographische und kulturelle Nähe oder die Prominenz der betroffenen Personen –, dann macht dies Krisensituationen für Journalismus umso attraktiver. So intensivierte sich 2014 die Berichterstattung über Ebola in dem Moment, in dem Patienten auch in Deutschland behandelt oder Ansteckungen in Europa bekannt wurden (geographische Nähe). Auch einem Todesfall in den USA (kulturelle Nähe) wurde besondere Beachtung geschenkt.

4.3 Die Logik der Krisenberichterstattung

Die Debatte rund um die journalistische Krisenberichterstattung dreht sich weniger darum, dass Medien *überhaupt* über eine Krise berichten, als um die Art und Weise, *wie* sie darüber berichten. Hinsichtlich der grundsätzlichen Thematisierung von Krisensituationen stößt einzig deren Auslöser mitunter auf Unverständnis. So berichten Medien über Gesundheitskrisen in der Regel ereignisbezogen (Maurer u. Reinemann 2006) und nehmen insbesondere Todesfälle zum Anlass ihrer Berichterstattung. Während sich Kritiker eine kontinuierlichere Thematisierung von gesundheitsrelevanten Themen wünschen und eine Fokussierung auf Ereignisse beklagen, versteht die Journalismusforschung eine solche Fokussierung als Teil der spezifischen Funktionsweise von Journalismus. Da es Aufgabe von Journalismus ist, zeitlich aktuelle Informationen zur Verfügung zu stellen (z.B. Scholl 1997), richtet er seine Aufmerksamkeit insbesondere auf Themen mit Neuigkeitswert. Dies sind vor allem (überraschende) Ereignisse. Journalismus tendiert daher dazu, eher ereignisbetont denn prozessorientiert zu berichten. Die Kritik am *Auslöser* für Berichterstattung stößt in das gleiche Horn wie die – lauter vorgetragene – Beanstandung der journalistischen *Präsentation* von Gesundheitskrisen. Grundlage ist jeweils der normative Anspruch, dass Medien sachlich und objektiv – also: richtig – zu berichten hätten. Journalismus hat in dieser Sichtweise die Funktion eines passiven Vermittlers ‚richtiger‘ Informationen. Der eigenständige Umgang mit Themen seitens des Journalismus wird als unzulässige Verzerrung von Wirklichkeit verstanden. Solche Verzerrungsvorwürfe sind durchaus üblich und längst nicht auf Gesundheitsthemen beschränkt. Beschwerden über inakkurate Berichterstattung äußern regelmäßig auch Sportler, Politiker, Kirchenvertreter, Wirtschaftsakteure etc.

Die (systemtheoretisch geprägte) Journalismusforschung versteht Journalismus dagegen als eigenständigen gesellschaftlichen Teilbereich, der mit Themen auf journalismusspezifische Weise umgeht. Journalismus berichtet dieser Sichtweise zufolge nicht passiv über eine objektiv existierende Wirklichkeit, sondern konstruiert Realität anhand eigener Prinzipien. Im Gegensatz zur normativen Sichtweise fragt diese analytische Perspektive



Abb. 1 Die Struktur von Journalismus

nicht danach, ob Journalismus richtig oder falsch, gut oder schlecht berichtet. Sie fragt neutraler, *wie* Journalismus berichtet und *warum* er so berichtet, wie er berichtet. Mithilfe sozialwissenschaftlicher Methoden analysiert sie die Prinzipien journalistischen Arbeitens. Das Modell der journalistischen Struktur (vgl. Abb. 1) ist ein Versuch, diese Logik des Journalismus zu systematisieren. Das Modell unterscheidet zwischen den Merkmalen des journalistischen Arbeitsprozesses (journalistische Programme) von der Recherche über die Selektion bis zur Präsentation, den journalistischen Organisationen und den journalistischen Rollen. Während die Programme beschreiben, wie Journalismus arbeitet, beschreiben Merkmale von Organisationen und Akteuren die Einflüsse auf das journalistische Arbeiten und können erklären, warum sich journalistische Produkte voneinander unterscheiden, obwohl sie grundsätzlich anhand gleicher Prinzipien agieren.

4.4 Prinzipien des journalistischen Arbeitsprozesses

Die Aufgabe von Journalismus besteht darin, Informationen aus den gesellschaftlichen Teilsystemen in seiner Umwelt zu sammeln, auszuwählen, zu bearbeiten und der Gesellschaft als Medienangebote zur Verfügung zu stellen (Weischenberg 1992). Aus diesem Aufgabenprofil lassen sich unterschiedliche Stufen des journalistischen Arbeitsprozesses (sog. ‚Programme‘) identifizieren, die jeweils nach spezifischen Mustern ablaufen:

1. die Recherche von Informationen (Rechercheprogramme),
2. die Auswahl von Themen für die Berichterstattung (Selektionsprogramme) und
3. die Präsentation dieser Themen im Medienangebot (Darstellungsprogramme).

Im Folgenden werden die zentralen Mechanismen dieser journalistischen Tätigkeiten im Hinblick auf Krisenberichterstattung thematisiert (vgl. Abb. 2).



Abb. 2 Merkmale des journalistischen Arbeitsprozesses

4.4.1 Rechercheprogramme

Themen und Informationen findet Journalismus über die Routine der Recherche. Insbesondere aufgrund von ökonomischen Zwängen und technologischen Veränderungen (s. Kap. 4.5 „Journalistische Organisationen“) wenden Journalisten immer weniger Zeit für die Recherche auf (Weischenberg et al. 2006). Sie sind immer seltener in der Lage dazu, Informationen aktiv und eigenständig zu sammeln. Stattdessen gewinnen passive Recherchemethoden an Bedeutung: So spielt heutzutage einerseits die Pressearbeit von Organisationen eine wesentliche Rolle bei der Themenfindung, andererseits die Berichterstattung anderer Medien. Solche externen Kommunikationsangebote haben bei der Berichterstattung über Gesundheitskrisen insofern eine besondere Bedeutung, als es hier neben Zeit und Geld oft auch an Wissen für eine kompetente, eigenständige Recherche mangelt (s. Kap. 4.6 „Journalistische Rollen“) (Ungar 2008). Hinsichtlich der Relevanz von Öffentlichkeitsarbeit herrscht in der Journalismusforschung Konsens, dass PR-Aktivitäten Einfluss auf Journalismus haben. Wie groß dieser Einfluss ist, wird von verschiedenen Studien allerdings unterschiedlich beantwortet. Offenbar zeigt er sich jedoch weniger in der direkten Übernahme von Pressemitteilungen, sondern vielmehr darin, dass Journalismus Themen aufgreift, die durch PR-Maßnahmen auf die Agenda gesetzt wurden, oder darin, dass er sich an Ansprechpartner wendet, auf die in der Pressearbeit verwiesen wurde. Da sich Krisensituationen typischerweise schnell entwickeln und für Journalisten oft undurchsichtig bleiben, sind solche Ansprechpartner hier besonders wertvoll.

Neben der Berücksichtigung von PR-Angeboten ist die Orientierung an der Berichterstattung anderer Medien eine zweite passive Recherchemethode, die für (Krisen-)Journalismus typisch ist. Medienangebote können es sich unter Konkurrenzdruck nicht leisten, wichtige Themen zu verpassen. Daher schauen sie, was andere Medien machen. Das entlastet davon, Themen

selbstständig recherchieren zu müssen; man verlässt sich auf die Selektionsentscheidungen der Konkurrenz. Es findet ein „Quasi-Outsourcing von Recherche- und Publikationsentscheidungen“ (Reinemann u. Huismann 2007: 480) statt. Die zunehmende Medienbezüglichkeit führt dazu, dass unterschiedliche Medien verstärkt die gleichen Themen behandeln. Es kommt zu einer Selbstverstärkung von Beachtlichkeit. Dieser Mechanismus ist die Erklärung für Medien-Hypes, die es anlässlich von Gesundheitskrisen immer wieder zu beobachten gibt (vgl. zu Medien-Hypes bei der Berichterstattung über die ‚Schweinegrippe‘ Vasterman u. Ruigrok 2013). Dabei tendieren Medien dazu, sich in ihren Krisenszenarien zu überbieten; es entsteht der Eindruck von Panikmache bzw. medialer Hysterie. Dieses Prinzip ist nicht auf die Themenauswahl beschränkt. Journalisten suchen in anderen Medien auch nach Expertenquellen für die eigene Berichterstattung (Nölleke 2012). Wer also einmal medialen Expertenstatus erlangt hat, der hat gute Aussichten, diesen Status auf lange Zeit zu halten und auf zahlreiche Medien und sogar Zuständigkeitsbereiche auszuweiten. Dies führt gerade in Krisensituationen, in denen Journalisten auf Expertenquellen angewiesen sind, dazu, dass der öffentliche Diskurs durch eine geringe Zahl an Stimmen dominiert wird (vgl. z.B. Ungar 2008).

Neben diesen eher passiven Recherchewegen betreiben Journalisten freilich nach wie vor aktiv Recherche. Hier zeigen Ergebnisse der Journalismusforschung, dass dabei Suchmaschinen im Internet (insb. Google) eine wichtige Rolle spielen (Neuberger et al. 2008; Machill et al. 2008). Journalisten haben darüber hinaus Routinen etabliert, wie sie trotz des oftmals fehlenden Spezialwissens in der Lage sind, die Korrektheit von Informationen zu überprüfen. Indizien für die Seriosität einer Quelle sind dabei deren Titel, die Reputation der entsprechenden Forschungseinrichtung oder das Renommee der Fachzeitschriften, in denen ihre Arbeiten publiziert wurden. Journalisten haben also Strategien entwickelt, wie sie mit Ressourcenmangel und ggf. fehlendem Spezialwissen umgehen, sodass sie sich nicht blind auf PR-Angebote, die Berichterstattung anderer Medien oder Trefferlisten von Google verlassen müssen.

4.4.2 Selektionsprogramme

Anhand von Selektionsprogrammen entscheidet Journalismus, über welche Themen er in welcher Intensität berichtet. Es ist bereits erläutert worden, warum Krisen den journalistischen Aufmerksamkeitskriterien in hohem Maße entgegenkommen. Die Auswahlentscheidungen von Journalisten sind jedoch nicht auf die Berichterstattungsthemen beschränkt. Journalisten müssen darüber hinaus entscheiden, welche Quellen sie in ihrer Berichterstattung zu Wort kommen lassen. In Krisensituationen stellt sich insbesondere die Frage, welche Experten öffentlich Gehör finden. Vorgeworfen

wird Journalismus in diesem Kontext, dass er nicht die fachlich maßgeblichen Experten zu Wort kommen lasse und stattdessen Akteure zitiere, die in dem betreffenden Bereich über keine relevante Expertise verfügen. In der Tat haben Studien aus analytischer Perspektive Kriterien identifiziert, die für die journalistische Expertenselektion mindestens ebenso relevant sind wie das spezifische Fachwissen (Nölleke 2009): So spielt die wahrgenommene Sachkompetenz zwar durchaus eine Rolle; die Einschätzung einer solchen Sachkompetenz beruht jedoch auf leichter einzuschätzenden Kriterien wie Status und Organisationszugehörigkeit. Neben dieser Sachkompetenz ist für Journalisten Medienkompetenz von herausragender Bedeutung: Experten sollten Medienerfahrung haben, sich prägnant artikulieren können, bereit sein zu polarisieren und vor allem für Journalistenanfragen erreichbar sein. Darüber hinaus ist es für Journalisten relevant, ob Sie die Tendenz der Expertenaussagen im Vorhinein antizipieren können. Denn mitunter suchen sie nicht offen nach einer Experteneinschätzung, sondern das Statement, das in die intendierte Dramaturgie bzw. Tendenz des Beitrags passt (Kepplinger 2011). Dies führt zum dritten Aspekt des journalistischen Arbeitsprozesses – zu den Prinzipien der Darstellung von Krisenthemen.

4.4.3 Darstellungsprogramme

Krisensituationen zeichnen sich durch die mit ihnen verbundene Unsicherheit aus. Diese Ungewissheit rund um den Auslöser und Verlauf von Krisen kommt in der Berichterstattung mehrheitlich allerdings nicht zum Ausdruck. Inhaltsanalysen zeigen, dass Journalismus überwiegend dazu tendiert, unsichere Sachverhalte als sicher darzustellen. Dies gilt – wie im Fall von EHEC – insbesondere für Informationen über die Auslöser von Krankheiten. Eine US-amerikanische Studie zeigt zudem, dass amerikanische Medien in ihrer Berichterstattung über die Schweinegrippe (nur) in 38% aller Fälle auf die Unsicherheit der tatsächlichen Bedrohung und in 18% auf Unsicherheiten bezüglich möglicher Lösungen hingewiesen haben (Goodall et al. 2012). Die Vernachlässigung der unsicheren Befundlage findet am intensivsten in Überschriften statt. Während in Artikeln durch Modaladverbien oder Konjunktive oft zumindest implizit auf die Unsicherheit wissenschaftlichen Wissens hingewiesen wird (Blöbaum u. Nölleke 2011), erscheinen Informationen in Überschriften meist als gesicherte Information. Insbesondere in hoch relevanten Krisensituationen tendieren Medien dazu, dem Publikum eindeutige Informationen zur Orientierung zu liefern. Solche handlungsrelevanten Orientierungsangebote mögen sich im Nachhinein zwar als falsch herausstellen, doch lenken sie die Aufmerksamkeit auf das entsprechende Medienangebot. Während Inhaltsanalysen eine solche Transformation von Unsicherheit in Sicherheit nahelegen, deuten Interviews mit Gesundheitsjournalisten darauf hin, dass dies mit Bedacht erfolgt. So geben Journalisten an, dass sie Strategien entwickelt haben, um die Sicherheit von entsprechen-

den Informationen vor der Veröffentlichung zu evaluieren. Hierzu zählt die Recherche bei zuständigen Einrichtungen und Behörden. Und so passt es ins Bild, dass im Fall von EHEC die eindeutigen Warnungen von Seiten der Behörden kamen und in den Medien nur gespiegelt wurden (Walter 2011). Auch bei der Schweinegrippe wurde der WHO mindestens genauso stark vorgeworfen, Alarmismus betrieben zu haben, wie den berichtenden Medien (Münchenberg 2010). Die mit Krisensituationen einhergehende Unsicherheit bleibt in der Berichterstattung allerdings nicht völlig unsichtbar. Wenn Unsicherheit thematisiert wird, dann jedoch nur selten als typisches und legitimes Merkmal von Gesundheitskrisen. Stattdessen tendieren Medien dazu, diese Unsicherheit zu skandalisieren, indem sie sie als Disput unter Wissenschaftlern darstellen (Stocking 1999) oder beklagen, dass Forscher ‚noch immer‘ keine Lösung für das Problem gefunden haben.

Die geschilderten Prinzipien des Umgangs mit Unsicherheit sind Ausdruck einer zunehmenden Publikumsorientierung im Journalismus. Um sich im publizistischen Wettbewerb um Aufmerksamkeit durchzusetzen, richtet Journalismus die Gestaltung von Inhalten verstärkt an den Wünschen des Publikums aus. Die Journalismusforschung konstatiert in diesem Zusammenhang eine Boulevardisierung von Berichterstattung, die sich in einer zunehmend emotionalen, dramatischen und personalisierten Aufbereitung von Inhalten zeigt. Gesundheitskrisen eignen sich idealtypisch für die Verwendung dieser Stilmittel. In ihrer Berichterstattung zur Schweinegrippe H1N1 haben Medien etwa das Risiko einer Erkrankung mit Todesfolge deutlich übertrieben und damit dramatisiert (Goodall et al. 2012). Ein ähnliches Muster konnte in der Berichterstattung über BSE bzw. CJK identifiziert werden, in der das (extrem geringe) Risiko einer Erkrankung an CJK kaum thematisiert wurde (Kepplinger 2011).

Es lässt sich festhalten, dass Medien auf eine spezifische Weise über Gesundheitskrisen berichten, die sich von der wissenschaftlichen Kommunikation über Krisen deutlich unterscheidet. Journalisten berichten demnach eher über punktuelle Ereignisse (Todesfälle, Ansteckungen) als über langwierige Prozesse; sie stellen ungewisse Informationen tendenziell als sicher dar (wobei sie Routinen entwickelt haben, um den Grad der Sicherheit eigenständig zu evaluieren) und sie orientieren sich an den Aufmerksamkeitskriterien des Publikums, was tendenziell zu einer dramatisierenden, emotionalen und personalisierten Darstellung von Inhalten führt. Einschränkend ist jedoch darauf hinzuweisen, dass die Berichterstattung über Krisen in Zyklen verläuft, in denen sich der Tenor der Berichterstattung verändert (Ungar 2008). Wie in den nächsten Kapiteln skizziert wird, macht es zudem einen Unterschied, welches Medium und welcher Journalist über die Krisensituation berichtet.

Schließlich ist anzumerken, dass die journalistische Publikumsorientierung nicht schrankenlos ist, dass Journalismus also nicht willkürlich aus jeglicher Information dramatisierende Schlagzeilen macht, um Interesse zu wecken.

Einerseits widerspräche dies der grundsätzlichen Orientierung an Fakten. Andererseits setzt sich Journalismus in ethischen Grundsätzen selbst solche Grenzen. So untersagt Ziffer 14 des Pressekodex bei medizinischen Themen eine übertriebene Darstellung, die „unbegründete Befürchtungen und Hoffnungen (...) erwecken könnte“. Außerdem reflektieren Journalisten ihre Berichterstattung. So nahm die Branchenzeitschrift *Medium Magazin* die Berichterstattung über EHEC zum Anlass, anhand von Gesprächen mit Journalisten „10 Regeln für Krisenberichterstattung“ zu formulieren: Einordnung, sorgfältige Expertenauswahl, Sorgfaltspflicht, Verwendung absoluter Zahlen, Faktentreue, Vernetzung der berichtenden Journalisten eines Medienunternehmens, Transparenz, Besonnenheit, Orientierung an üblichen journalistischen Standards, Aufklärung statt Sensation.

4.5 Journalistische Organisationen und Krisenberichterstattung

Die beschriebenen Arbeitsprozesse laufen in der Regel in journalistischen Organisationen ab. Mit welchen Methoden nach Themen recherchiert wird, anhand welcher Kriterien Informationen ausgewählt werden und wie Nachrichten schließlich im Medienangebot dargestellt werden, gestaltet sich von Organisation zu Organisation unterschiedlich. Als übergeordnete Einheit fungieren hier die Medienbereiche, die sich in erster Linie durch technologische Rahmenbedingungen unterscheiden: Es ist etwas anderes, ob über eine Krise durch ein Printmedium, einen Online-Anbieter oder einen Rundfunksender berichtet wird. Der Bedarf nach guten O-Tönen ist in Audiomedien größer als in Printmedien. Auf Ereignisse können (und müssen) 24/7-Medien wie der Rundfunk oder das Internet schneller reagieren als Printmedien mit einem festen Redaktionsschluss. Mit der Möglichkeit, Nachrichten permanent zu aktualisieren, geht freilich der Anspruch des Publikums einher, ständig – quasi live – über die aktuelle Situation informiert zu werden. Diese Tyrannei der Echtzeit vermindert die Zeit für die sorgfältige Recherche und Einordnung von Informationen. Journalisten stehen unter ständigem Nachrichtendruck, haben selbst kaum Zeit, Informationen zu überprüfen, und sind daher auf Experten aus dem Medizinbereich angewiesen.

Innerhalb der Medienbereiche sind Medienunternehmen zu verorten, die unter verschiedenen wirtschaftlichen Bedingungen arbeiten. Die von der Journalismusforschung konstatierte Ökonomisierung des Mediensystems trifft die verschiedenen Medien also in unterschiedlicher Intensität. Inhaltlich führt der Trend der Kommerzialisierung – abhängig vom Medium – zu einer stärkeren Publikumsorientierung der Berichterstattung (s.o.); strukturell bedeutet der ökonomische Druck, dass journalistische Aussagen verstärkt unter Effizienzgesichtspunkten entstehen. Dies führt zu einer Kürzung der personellen und finanziellen Ausstattung in Redaktionen, was wiederum zulasten einer intensiven, eigenständigen Recherche und kompetenter Be-

richterstattung über komplexe Sachverhalte geht. Redaktionen können sich schlichtweg immer seltener Experten für die unterschiedlichsten Spezialgebiete leisten, die aufwändig nach Informationen recherchieren.

Innerhalb der Medienunternehmen existieren Redaktionen, die wiederum in Ressorts wie Politik, Wirtschaft und Sport unterteilt sind. Ressorts sind Ausdruck einer Institutionalisierung bestimmter Themenzuständigkeiten. Hier sammelt sich das Spezialwissen einer Redaktion zum entsprechenden Themenbereich. Dass es für die Themen Gesundheit bzw. Wissenschaft in vielen Medienunternehmen kein eigenes Ressort gibt, deutet darauf hin, dass das Spezialwissen zu diesem Bereich in unterschiedlichen Medienangeboten unterschiedlich ausgeprägt ist. Der Charakter der Berichterstattung über Gesundheitskrisen wird demnach auch davon beeinflusst, ob Krisenjournalismus in einem Spezialressort wie „Wissenschaft“ betrieben wird oder ob beispielsweise das Politik- oder Panoramaressort zuständig ist. Aus Kostengründen können sich viele Medienunternehmen kein eigenes Wissenschaftsressort leisten (Blöbaum 2008).

4.6 Journalistische Rollen und Krisenberichterstattung

Einfluss darauf, wie die journalistischen Programme umgesetzt werden, hat nicht nur die Medienorganisation, sondern auch der einzelne Journalist. Für den konkreten Umgang mit Themen macht es einen Unterschied, wie groß sein Vorwissen in dem entsprechenden Themenbereich ist, welche persönliche Einstellung er zum Gegenstand hat oder was er selbst für seine journalistische Aufgabe hält. Diese individuelle Rollengestaltung determiniert die journalistische Arbeit nicht, sie kann sie aber durchaus prägen. Deshalb interessiert sich die Journalismusforschung auch für Merkmale einzelner Journalisten. Allerdings liegen keine Studien vor, die sich explizit mit den Journalisten beschäftigen, die über Gesundheitskrisen berichten. Die repräsentative Journalistenbefragung von Weischenberg, Malik und Scholl (2006) differenziert zwar nach Journalisten aus verschiedenen Ressorts, doch kann die Berichterstattung über Krisen – wie beschrieben – nicht exklusiv einem Ressort zugeordnet werden. Es scheint aber die Annahme plausibel, dass in den (wenigen) Medien, die sich ein Wissenschaftsressort leisten, die Berichterstattung über Gesundheitskrisen vor allem von Wissenschaftsjournalisten geleistet wird. Die Journalistenbefragung von 2005 zeigt, dass es Wissenschaftsjournalisten in vergleichsweise hohem Maße als ihre Aufgabe verstehen, dem Publikum komplexe Sachverhalte zu erklären (Blöbaum 2008). Dies korrespondiert mit der Beobachtung, dass Wissenschaftsjournalisten ihrem Berichterstattungsgegenstand vergleichsweise unkritisch gegenüber stehen (Schäfer 2011). Es gibt jedoch deutliche Indizien, dass sich dieses Selbstverständnis zuletzt gewandelt hat und auch Wissenschaftsjournalisten deutlich kritischer beobachten. Dies können sie verstärkt auf einer Kombination von

Fachwissen und Vermittlungskompetenz tun. So existieren mittlerweile verschiedene Studiengänge, die einerseits Verständnis für (natur- bzw. lebens-) wissenschaftliche Prinzipien schaffen und gleichzeitig vermitteln, wie Journalismus arbeitet. Zu berücksichtigen bleibt freilich, dass über Gesundheitsthemen nur zu einem geringen Teil Wissenschaftsjournalisten berichten. Krisenjournalismus wird nicht nur von der Ausbildung und dem Rollenselbstverständnis geprägt, sondern auch von der persönlichen Einstellung zu einem Thema. Bei der Berichterstattung über Schweinegrippe machte es etwa einen Unterschied, ob der jeweilige Journalist gegenüber Impfungen grundsätzlich eher kritisch oder positiv eingestellt war (Holland et al. 2013).

4.7 Zusammenfassung

Journalismus wird regelmäßig vorgeworfen, indäquat oder gar verantwortungslos über Gesundheitskrisen zu berichten. Dieser Beitrag hat es sich zur Aufgabe gemacht, abseits solcher normativen Urteile ein Verständnis für die grundsätzliche Funktionsweise von Journalismus zu schaffen und dabei spezifische Merkmale von Gesundheitsberichterstattung zu fokussieren. Ziel des Beitrags war es, aus analytischer Perspektive Hinweise zu liefern, *wie* Journalisten über Gesundheitskrisen berichten und *warum* sie so berichten, *wie* sie berichten. Die Unterscheidung von journalistischen Programmen, Organisationen und Rollen wurde dabei als Schablone genutzt, um die Aufmerksamkeit auf jene Aspekte zu lenken, die für die Entstehung journalistischer Medieninhalte relevant sind. Die Unterscheidung dieser Elemente ist freilich eine rein analytische und stellt sich in der journalistischen Praxis als ein komplexes Netzwerk aus Einflussstrukturen dar. Inhaltlich lässt sich festhalten, dass Journalismus spezifische Mechanismen etabliert hat, wie er mit Gesundheitskrisen umgeht: Er nimmt insbesondere negative Ereignisse wie Todesfälle zum Anlass, über Gesundheitskrisen zu berichten; in seiner Berichterstattung orientiert er sich an anderen Medien und ist gleichzeitig auf die PR-Angebote von wissenschaftlichen Einrichtungen und Behörden angewiesen. Hier spielen Experten eine große Rolle – die wählt Journalismus aber nicht alleine aufgrund ihres Spezialwissens aus, sondern auch wegen ihrer Medienkompetenz. In der medialen Präsentation von Krisen kommt die unsichere Befundlage kaum zum Ausdruck; typisch ist zudem, dass Medien sich an Einzelschicksalen orientieren (Personalisierung), dass sie emotionalisieren und dramatisieren. Wie exakt aber die Berichterstattung ausfällt, hängt auch vom berichtenden Medium und dem zuständigen Journalisten ab. Für die Krisenkommunikation von Gesundheitseinrichtungen ist es hilfreich, all diese Elemente der journalistischen Logik im Blick zu haben. Um seine Kommunikationsangebote erfolgreich vermitteln zu können, sollte man wissen, wie der journalistische Arbeitsprozess abläuft; man sollte aber auch wissen, unter welchen unterschiedlichen organisatorischen Imperativen verschiedene Medien arbeiten und mit wem man es auf Journalistenseite zu tun hat.

Literatur

- Blöbaum B, Nölleke D: Journalism and Scientific Evidence. Paper Presented at the 61st Annual ICA Conference, Boston 2011.
- Blöbaum B: Wissenschaftsjournalisten in Deutschland. Profil, Tätigkeiten und Rollenverständnis; in: Wissens-Welten. Wissenschaftsjournalismus in Theorie und Praxis; Hrsg.: Hettwer H, Lehmkuhl M, Wormer H, Zotta F; Gütersloh 2008, 245–260.
- Clarke CE: A Question of Balance: The Autism-Vaccine Controversy in the British and American Elite Press; in: Science Communication, 30(1)/2008, 77–107.
- Dixon GE, Clarke CE: Heightening Uncertainty Around Certain Science: Media Coverage, False Balance, and the Autism-Vaccine Controversy; in: Science Communication, 35(3)/2012, 358–382.
- Goodall C, Sabo J, Cline, R, Egbert N: Threat, Efficacy, and Uncertainty in the First 5 Months of National Print and Electronic News Coverage of the H1N1 Virus; Journal of Health Communication, 17/2012, 338–355.
- Görke A: Risikojournalismus und Risikogesellschaft. Opladen 1999.
- Görke A: Zwischen Selbstbehauptung und Vereinnahmung. Strukturen und Funktionen journalistischer Krisenkommunikation; in: Krieg als Medienereignis II. Krisenkommunikation im 21. Jahrhundert; Hrsg: Löffelholz M; Wiesbaden 2004, 121–144.
- Holland K, Sweet M, Blood RW, Fogarty A: A Legacy of the Swine Flu Global Pandemic: Journalists, Expert Sources, and Conflicts of Interest; in: Journalism, 15(1)/2013, 53–71.
- Kepplinger HM: Der Umgang der Medien mit Ungewissheit; in: Realitätskonstruktionen; Kepplinger HM; Wiesbaden 2011, 99–116.
- Machill M, Beiler M, Zenker M: Journalistische Recherche im Internet. Bestandsaufnahme journalistischer Arbeitsweisen in Zeitungen, Hörfunk, Fernsehen und Online. Berlin 2009.
- Maier M, Stengel K, Marschall J: Nachrichtenwerttheorie. Baden-Baden 2010.
- Maurer M, Reinemann C: Medieninhalte. Eine Einführung. Wiesbaden 2006.
- Münchenberg I: Zwischen Alarmismus und Wirklichkeit: Eine Bilanz zur Schweinegrippe. Hörfunkbeitrag gesendet im Deutschlandfunk am 21.03.2010; http://www.deutschlandfunk.de/zwischen-alarmismus-und-wirklichkeit.724.de.html?dram:article_id=99775 (abgerufen am 31.05.2016)
- Neuberger C, Nuernbergk C, Rischke M: „Googlesierung“ oder neue Quellen im Netz? Anbieterbefragung III: Journalistische Recherche im Internet; in: Journalismus im Internet. Profession – Partizipation – Technisierung; Hrsg: Neuberger C, Nuernbergk C, Rischke M; Wiesbaden 2009, 295–334.
- Nölleke D: Die Konstruktion von Expertentum im Journalismus; in: Spezialisierung im Journalismus; Hrsg: Dernbach B, Quandt T; Wiesbaden 2009, 91–110.
- Nölleke D: Experten im Journalismus. Systemtheoretischer Entwurf und empirische Bestandsaufnahme. Baden-Baden 2012.
- Reinemann C, Huismann J: Beziehen sich Medien immer mehr auf Medien? Dimensionen, Belege, Erklärungen; in: Publizistik, 52(4)/2007, 465–484.
- Schäfer, MS: Sources, Characteristics and Effects of Mass Media Communication on Science: A Review of the Literature, Current Trends and Areas for Future Research; in: Sociology Compass, (5–6)/2011, 399–412.
- Scholl A: Journalismus als Gegenstand empirischer Forschung. Ein Definitionsvorschlag, in: Publizistik, 42(4)/1997, 468–486.
- Stocking SH: How Journalists Deal with Scientific Uncertainty; in: In Communicating Uncertainty. Media Coverage of New and Controversial Science; Hrsg: Friedman SM, Dunwoody S, Rogers CL; Mahwah 1999, 23–41.
- Ungar S: Global Bird Flu Communication: Hot Crisis and Media Reassurance; in: Science Communication, 29(4)/2008, 472–197.
- Vasterman P, Ruigrok N: Pandemic Alarm in the Dutch Media: Media Coverage of the 2009 Influenza A (H1N1) Pandemic and the Role of the Expert Sources; in: European Journal of Communication, 28(4)/2013, 436–453.
- Walter K: Der mediale Krankheitskeim; in: Medium Magazin, (7–8)/2011, 36–37.
- Weischenberg S, Malik M, Scholl A: Die Souffleure der Mediengesellschaft. Report über die Journalisten in Deutschland. Konstanz 2006.
- Weischenberg S: Journalistik. Band 1: Mediensysteme, Medienethik, Medieninstitutionen. Opladen 1992.