

Evelyn Engesser

# Journalismus in Fiktion und Wirklichkeit

Ein Vergleich des Journalistenbildes in  
literarischen Bestsellern mit Befunden der empirischen  
Kommunikatorforschung

Herbert von Halem Verlag

## 1. EINFÜHRUNG

Journalistisch tätige Schriftsteller gibt es viele, und groß ist auch die Zahl der Journalisten mit schriftstellerischen Ambitionen (BLÖBAUM/NEUHAUS 2003: 8). Umso bedauernswerter ist die Tatsache, dass Journalismusforschung und Literaturwissenschaft offenbar nur schwer zueinander finden, wie Blöbaum (2003: 26) als Mitherausgeber eines aktuellen Forschungsüberblicks beklagt: »Die moderne Journalismusforschung blendet das Verhältnis von Literatur und Journalismus weitgehend aus, und auch aus der Perspektive der Literaturwissenschaft ist Journalismus offenbar kein relevanter Bezugspunkt.« Zum Ausgleich dieses Defizits will die vorliegende Untersuchung beitragen. Ihr Interesse gilt der Frage, wie fiktionale Werke – Romane, Satiren, Erzählungen, Novellen – Journalisten und deren Arbeitsbedingungen darstellen. Nicht nur die Person des Journalisten ist daher untersuchungsrelevant, sondern auch das komplette journalistische System – seine gesellschaftlichen Rahmenbedingungen, seine historischen und rechtlichen Grundlagen, seine ökonomischen Zwänge und professionellen Standards. Nur durch die Einbeziehung dieser Faktoren gelingt es, ein möglichst umfassendes Bild vom Journalismus in der Literatur zu zeichnen.

Journalismus ist ein Thema in der Literatur, seit es »berufliche Vermittler von Nachrichten und Meinungen gibt« (LILIENTHAL 1984a: 27). Neben einer Vielzahl unbedeutender Autoren haben sich auch namhafte Literaten in Poesie und Prosa mit den Medien und ihren Vertretern beschäftigt, darunter Goethe, Schiller, Kleist, Heine, Böll und Grass, Balzac und Maupassant, Dickens, Shaw, Cooper und Twain, Dostojewski und Gogol, Strindberg, Hamsun und Ibsen. Diese Aufzählung macht

deutlich: Journalismus in der Literatur ist ein internationales Phänomen – dies gilt es in einer Analyse zu berücksichtigen.

Noch immer gehören fiktionale Darstellungen »zu den ungehobenen Schätzen der Journalismusforschung«, wie Weischenberg (1995a: 391) schon vor Jahren feststellte. Die Beschäftigung mit ihnen ist für die Publizistikwissenschaft aber äußerst lohnend. Welchen Wert literarische Werke für die Journalismusforschung haben, wird im zweiten Kapitel dieser Arbeit ausführlich dargelegt. So kann man annehmen, dass Literatur die soziale Wirklichkeit in gewissem Maße reflektiert. Dies vorausgesetzt, lassen sich Rückschlüsse vom fiktionalen Bild auf das tatsächliche Berufsbild ziehen und literarische Werke als sozialgeschichtliche Dokumente interpretieren, die Auskunft über die Vergangenheit geben. Man kann weiterhin annehmen, dass Literatur die Gesellschaft auch prägt. Folglich ist davon auszugehen, dass sich Journalisten an fiktionalen Vorbildern orientieren und dass literarische Darstellungen das Journalistenbild des Publikums beeinflussen.

Fiktionale Darstellungen sind natürlich nur eine der Quellen, aus denen sich das Journalistenbild des Publikums und das Selbstbild von Journalisten speisen. Welche Funktion Selbst- und Fremdbilder im Kommunikationsprozess haben, wie sie entstehen, wie sie wirken und wie sie aussehen, wird im dritten Kapitel dieser Arbeit erläutert. Das vierte Kapitel widmet sich bisherigen Untersuchungen zum Journalistenbild in der Literatur, bevor im fünften Kapitel mit methodischen Überlegungen der Grundstein für eine eigene Analyse gelegt wird. Diese verfolgt im Wesentlichen zwei Ziele: die Erfassung des fiktionalen Bildes mittels einer qualitativen Inhaltsanalyse und den Vergleich der fiktionalen Darstellung mit der Realität. Als Realitätsindikatoren dienen Berufsstatistiken, Erkenntnisse aus der Redaktionsforschung und Ergebnisse von Journalistenbefragungen. Die Analyse konzentriert sich auf Werke, die massenhafte Verbreitung gefunden haben und denen daher eine besondere Wirkung zugesprochen werden kann. Das Untersuchungsmaterial, das im sechsten Kapitel kurz vorgestellt wird, bilden 73 Texte, die zwischen 1970 und 2000 auf der Bestsellerliste des *Spiegel* standen und Journalisten thematisierten. Die Länge des Untersuchungszeitraums erlaubt es, sämtliche Fragestellungen im Zeitverlauf zu analysieren. Da die Werke nicht nur von deutschen Autoren stammen, ergibt sich zudem ein international vergleichender Ansatz. Das Hauptaugenmerk liegt dabei auf Deutschland, Großbritannien und den USA, also den Ländern, aus denen die meisten *Spiegel*-Bestseller stammen.

Das Bild, das die Bestseller vom Journalismus zeichnen, wird mit Hilfe eines Leitfadens erfasst, der in Anlehnung an das Journalismustheoretische Modell der Einflussphasen von Frank Esser (1998) entwickelt wurde. Dieses Modell – eine Weiterentwicklung des »Zwiebel-Modells« von Weischenberg (1990b, 1992) – unterscheidet vier Sphären, in denen journalistisches Handeln beeinflusst wird: die Gesellschaftssphäre, die Medienstruktursphäre, die Institutionssphäre und die Subjektsphäre. Wie die Häute einer Zwiebel umhüllen diese Sphären einander. An dieser Anordnung orientiert sich auch die Präsentation der Ergebnisse im siebten Kapitel: Reale Gegebenheiten und fiktionalen Bild werden von außen nach innen, also von der historisch-kulturellen Rahmenebene bis hin zur Individualebene einander gegenübergestellt.