

BEITEN BURKHARDT

und

GALERIE VON
&VON

Medien - Wächter oder Schlächter?

Unterscheidungen

von

Bodo Hombach

Nürnberg, 26. September 2014

Sehr verehrte Damen und Herren,

Ein Freund sprach in China über Pressefreiheit. Der Dolmetscher wollte blockweise übersetzen. Er hat je zehn Minuten gesprochen. Nach dem ersten Block sagte der Dolmetscher einen Satz. Nach dem zweiten einen Satz. Nach dem dritten und nach dem letzten Block wieder nur einen Satz.

Der Redner fragte einen Sprachkundigen, was der Dolmetscher von dem, was ihm so wichtig war, übersetzt hätte. Der gab Auskunft: „Nach dem ersten Block sagte er: ‚Der hat nichts Neues gesagt.‘ Nach dem zweiten: ‚Der hat wieder nichts Neues gesagt.‘ Nach dem dritten: ‚Ich glaube nicht, dass der noch was Neues sagen wird.‘ Am Ende sagte er: ‚Ich hatte Recht.‘“

Im Verhältnis mit und zu Medien habe ich alles erlebt. Ich habe skandalisiert und wurde skandalisiert. Als Wahlkämpfer ist man nicht begierig, Journalisten die Wahrheit zu erzählen. Ich habe Jahre durch Instanzen prozessiert, bis klar war: Über Monate gegen mich veröffentlichte Vorwürfe waren falsch. Ich trug zehn Jahre als Verlagschef Verantwortung. Nun schreibe ich selbst.

Meine Erfahrung: „Kants kategorischer Imperativ – die Frage: „Was ist, wenn es alle tun?“ – ist mir in der Politik nicht begegnet.“ Macht und Mächtige fürchten weniger das Gesetz, sondern die Enthüllung von dem, was sie geheim halten wollen. Der kategorische Imperativ der Mediengesellschaft ist die Frage „Was ist, wenn es rauskommt?“

Presse – mit verbrieften Rechten - gilt als „vierte“ Macht im Staat. Sie bestimmt mit, was auf die Agenda kommt, und wie es die Leute sehen werden. Das bedingt Verantwortung und Verpflichtung. Die dürfen wir einfordern.

Lange war eine Zeitungslizenz Gelddruckmaschine. Die Medienkultur war Teil der nationalen Erfolgsgeschichte. Sie profitierte vom Aufstieg der breiten Bevölkerung. Am Abend war die Zeitung voll. Redakteure gaben beim Pförtner den Schlüssel ab. Das Internet ist unersättlich. Es füllt sich nicht. Es ereignet sich rund um den Globus, rund um die Uhr. Journalisten werden nicht gewählt oder abgewählt. Ihre einzige Legitimation ist das Vertrauen der Leser. Treue zu ihnen scheidet schnell und schmerzfrei. Es gilt das Zerrütungsprinzip.

Unser politisches System hat jedem Erwachsenen ein „Kreuzchen“ auferlegt, - spätestens in der Wahlkabine.

Wer an öffentlichen Dingen teilhaben und einwirken will, ist auf Medien angewiesen. Freie Presse ist nicht eine Veranstaltung für die Gesellschaft. Sie ist eine Veranstaltung der Gesellschaft

Für Jürgen Habermas ist Öffentlichkeit kein vorhandener Raum. Öffentlichkeit entsteht, wenn die Gesellschaft sie beansprucht. Wo man sich Verlautbarungen der Obrigkeit ohne Widerworte unterwerfen muss, verschwindet sie ins Hinterzimmer. Da bleibt man nicht unbespitzelt.

Autokratische Systeme haben es eilig, unabhängigen Journalismus aus- oder gleichzuschalten. In Echtzeit erreichen uns Nachrichten vom anderen Ende der Welt. Die sind für unsere Lebensrealität selten relevant. Aber sie bewegen uns.

Im Faust ließ Goethe sagen:

*„Nichts Bessers weiß ich mir an Sonn- und Feiertagen
als ein Gespräch von Krieg und Kriegsgeschrei,
wenn hinten, weit, in der Türkei
die Völker aufeinander schlagen.“*

Wir erwarten, dass uns von Schauplätzen, Personen und Vorgängen berichtet wird, die uns selber unzugänglich sind. Wir wollen wenigstens sekundär erfahren, was wir primär immer seltener erleben. Wir bezahlen Journalisten für die Fähigkeit und Bereitschaft, uns ein korrektes Bild der Wirklichkeit zu liefern. In der Ukraine-Krise hat dieser Versuch früh kapituliert.

Auch staatliche Spindoktoren vermehren sich rasant. Allein in Berlin gibt es mehr berufliche Journalisten-Beeinflusser als Journalisten. Wer Teil des Geschehens ist, kann es nicht objektiv betrachten. Im Hollywoodstreifen „Reporter des Satans“ spielt Kirk Douglas einen Reporter. Der legt das Feuer, über das er berichtet.

„Dabei sein, aber nicht dazugehören“, verlangte Hanns Joachim Friedrich von guten Journalisten. Vielleicht ist der Redakteur klug genug, kein Parteibuch zu haben. Vielleicht ist er charakterfest genug, sich Einflüsterungen zu entziehen. Aber: Er ist Subjekt mit individuellem Charakter. Er wählt aus, was er für berichtenswert hält. Hoffentlich hat er Maßstäbe, die das Licht nicht scheuen. Im Dschungel aufgedrängten Informationsüberflusses ist Vorauswahl Vertrauenssache.

Wir wissen nicht, was wir nicht erfahren. Der Kommentator muss anderen erklären, was er selbst nicht ganz versteht.

Agenda Setting ist eine sich verfeinernde Kunst. Kaiser Wilhelm II. tat noch alles, „Der Große“ genannt zu werden. Erfolglos, wie man weiß.

Medien machen nicht das Ereignis. Aber Betonung, Häufigkeit, Priorität der Berichte prägen den Eindruck.

Wenn Macht ihren Missbrauch impliziert, dann gilt das auch für die „vierte“ Macht. Objektiver Journalismus ist Theorie. Auch der Konsument ist Subjekt. Seine Wahrnehmung ist „Wahr-Nehmung“ eines Menschen mit Eigenschaften.

Bestätigung nimmt er lieber als Belehrung. „Für mein Geld kann ich erwarten, dass man meine niedrigsten Instinkte anspricht.“ Kognitive Informationen überleben schwer das Kurzzeitgedächtnis.

In den Vordergrund drängen sich Affekte. Die Vergessenskurve sachlicher Information sinkt nach dem Empfang rapide ab. Emotionale Botschaften prägen sich ein. Manche sind Anschaffung fürs Leben.

Die Natur der Medien war immer ambivalent. Sie sind Faktum und Faktor zugleich. Sie bilden den Zustand der Gesellschaft ab und wirken zugleich auf ihn ein. Sie können aufklären. Sie können vernebeln. Sie können nichtlegitimer Macht entgegenreten. Sie können sich ihr auch andienen und unterwerfen. Qualitätsjournalismus recherchiert sorgfältig, prüft die Quellen und untersucht die Relevanz der Ereignisse. Er gibt sie in größtmöglicher Nähe zu den Tatsachen an Leser und Zuschauer weiter.

In der Sensationspresse tummeln sich Glücks- und Raubritter der Branche. Die Relevanz der Nachricht steht oft in umgekehrtem Verhältnis zum Fettanteil der Schlagzeile. Das bewirkt auch bei der Personalgewinnung eine Negativauslese. Der schnelle Hüpfen will sich seine Story nicht durch gründliche Recherche verderben. Wenn andere abschreiben, glaubt man an das Gerücht, das man selbst erfunden hat.

Die Übergänge sind fließend. Auch die wichtige Nachricht hat Unterhaltungswert. Ihre Dramatik bewirkt Spannung und Erregung wie eine „Bühnenaktion“. Es gibt Schurken und Heilige, Täter und Opfer, spannende Zuspitzungen und Wendepunkte, Triumphe und Niederlagen.

Sender oder Zeitung agieren nach dramaturgischen Konzepten. Jeder kennt das Nachrichten-Verkaufs-Marketing durch die Design-Wechsel der Tagesschau. Die Talkshow simuliert Arena und den Kampf von Gladiatoren. Die Teilnehmer sind nach Unterhaltungswert ausgesucht. Der Moderator will keine differenzierten Antworten.

Die digitale Revolution ermöglicht eine Diversifizierung der Geräte, Verfahren und Erscheinungsformen. Vergleichbarer Informationsstand ist Vergangenheit. Internetbewohner könnten Inforiesen und Wissenszwerge werden.

- Ereignis und Bericht fallen zeitgleich zusammen. Die nützliche Knautschzone des Nachdenkens und Abwägens entfällt.
- Dänische Regionalzeitungskarikaturen haben in Pakistan gewalttätige Demos ausgelöst.
- Das Medium ist gigantischer Markt. Wettbewerber ringen erbittert und auch skrupellos um Anteile an unserer Lebenszeit.
- Unbeschränkte Interkommunikation erzeugt ein anarchisches Tummelfeld von Meinungen und Aktionen, die sich der Regelung entziehen.
- Die neue Öffentlichkeit geht einher mit einer neuen Anonymität. Menschenverachtende und kriminelle Absichten lassen sich verbergen.

Wenn Nachrichten und Berichte überwiegend Ware sind, hat das Folgen:

- Schnelligkeit vor Sorgfalt,
- Sensationslust vor Authentizität,
- Personalisierung vor Strukturanalyse,
- Polarisierung vor abgewogener Argumentation,
- Massenwirkung vor individuellen Schutzrechten.

Verbraucherschutz für Medienkonsumenten gibt es nicht. Aber: Qualitätsanspruch beim Medienverbraucher vermuten nicht einmal die Öffentlich-Rechtlichen. Wir erleben eine Entsakralisierung der Medien. Verkünden und Erziehen ist vorbei. Einschaltquote, Auflage und vor allem Klickzahl sind die Handelsgrößen.

Der Presse liebste Kind ist der Skandal. Der wirft ein Blitzlicht auf den Zustand einer Gesellschaft. Er beleuchtet auch den Zustand der Medien.

Ich beobachte einen zunehmenden strukturellen und habituellen Zynismus in Teilen der Branche. „Skandalon“ nannte man das Stelhölzchen einer Tierfalle. Wenn man's berührt, fällt's zu.

Skandale sind nicht nur Ereignis sondern auch Methode. Diktaturen unterdrücken sie. In der freien Gesellschaft werden sie auf offenem Markt ausgetragen. Das gibt ihnen den Anschein von größerer Häufigkeit. Wo es mehr Freiheiten gibt, gibt es öfter deren Missbrauch.

Es zeigen sich Verfallssymptome. Es geht um die Art und Weise, wie Gesellschaft und Presse damit umgehen.

- Skandale beanspruchen einen unangemessenen Raum der öffentlichen Wahrnehmung.
- Medien blähen im Konkurrenzkampf um Zuschauer und Leser minimale Sachverhalte auf.
- Sie neigen zu Kampagnen- und Jagdverhalten. Die Presse tut sich meutenhaft zusammen. Auf Selbstkontrolle wird in Jagdzeiten verzichtet.
- Zu oft wird Skandal-Berichterstattung zum Selbstzweck. Zur Steigerung von Auflage und Einschaltquote.
- Ein Betroffener hat kaum Chancen, sich zu wehren. Sogar Verteidigung gilt als weiterer Schuldbeweis. Medien interessiert Anklage und Verurteilung, nicht der Freispruch. Übrigens: Das Publikum will den nicht.
- Medien sind selten fähig und bereit, eigenes Fehlverhalten kritisch zu reflektieren.
- Ermittlungsbehörden der Justiz wahren zu häufig nicht den gebührenden Abstand.

Medien sind im Bestreben, der Schnellste und Grellste zu sein, auf dem Wege berufsethische Standards aufzugeben. Die wirtschaftliche Lage ist angespannt. Es gibt noch den Abonnenten, der aus der Fassung gerät, wenn morgens im Briefkasten die Zeitung fehlt. Das werden weniger, die Bindung bröckelt. Früher antwortete der Verlag einem empörten Leser: „Dann lesen Sie doch eine andere Zeitung.“ Heute: „Bitte geben Sie uns noch eine Chance.“

Fehlentwicklungen in den Medien sind nicht persönliche Charakterschwäche einzelner Macher. Soziologen unterscheiden zwischen „Schuldgesellschaft“ und „Schamgesellschaft“.

In ersterer gilt: „Üb Treu und Redlichkeit!“ Die Leute respektieren Recht und Gesetz aus der inneren Überzeugung. Sie empfinden Empathie mit Opfern krimineller Handlungen. Sie agieren tendenziell so, dass sie mit ruhigem Gewissen schlafen können. Auch wenn ihnen schuldhaftes Verhalten Vorteile brächte, unterlassen sie es. Sie wollen mit Schuld nicht leben.

In der primitiveren „Schamgesellschaft“ gilt als gut oder böse, was mir und meiner Sippe nützt. Das Gewissen spielt keine Rolle. Man bestiebt die Allgemeinheit. Man manipuliert. Man entwertet die Würde des Amtes. Und schläft gut dabei. Man fürchtet nur, dass es herauskommt – oft nicht wegen der Immoralität des Handelns, sondern wegen seiner Erfolglosigkeit.

Das Publikum protestiert, ist aber kaum besser. An der theatralischen Häme seines Aufschreis ist zu erkennen, dass es nicht moralisch erschüttert ist. Neidhammel tanzen um den Sündenbock.

Wenn Medien zur Hatz auf einen Bundespräsidenten blasen und sich dabei als heldenhafte Verteidiger der Pressefreiheit aufspielen, wird Possenhaftes sichtbar. Von Skandalpresse zum Presseskandal ist es nicht weit.

Wenn sich jemand durch leichtsinnige Nähe zum Boulevard in eine Gefahr begibt, in der er umkommt, steht das auf einem anderen Blatt.

Dass von vielen Skandalen juristisch nichts übrigbleibt, liegt in der Natur der Sache. Wenn ein Staatsanwalt das nicht wahrhaben will und jenseits der Angemessenheit strafrechtliche Korinthen sucht, wird daraus ein von Medien durchaus gern geschriebener Justizskandal.

Es ist ein Strukturproblem der Gesellschaft, wenn „Skandalieren“ zur zynischen Dauer- methode wird. In Amerika hat das mitgewirkt, die Gesellschaft zu polarisieren. Wenn Menschen den Kopf deutlich über die Masse heben, haben sie im Journalistendeutsch: die richtige Fallhöhe.

Sind Medien nun Wächter oder Schlächter?

Dass das Wort Schlächter (mit ä) sich überhaupt anbietet, zeigt: Medien laufen Gefahr, schlechter (mit e) zu werden.

Die konstitutive Bedeutung freier Presse für Demokratie habe ich betont. Ohne enthüllungsfähigen Qualitätsjournalismus keine Kontrolle der Macht. Aber ständig skandalisierender Schlichtjournalismus verliert die Glaubwürdigkeit, tatsächlichen Frevel aufzudecken und abzustellen. Die „vierte Gewalt“ demontiert so die eigene Autorität. Die Medien selbst sind unschuldig. Entscheidend ist immer der Mensch, der sie bedient. Der ist – das wusste schon Pascal – ein Zwitterwesen (heute hätte er gesagt ein „Twitter-Wesen“) zwischen Engel und Teufel.

Es bedarf der Regeln und gesetzlicher Rahmungen. Die sind ambivalent. Sind sie zu locker, laden sie schwache Charaktere zum Missbrauch ein. Sind sie zu streng, würgen sie bürgerliche Freiheiten ab. Klar ist: Das Netz darf kein rechtsfreier Raum bleiben. Ein Netz kann auffangen oder einfangen.

Zu lange hat Politik den dramatischen Einfluss der neuen Technik verschlafen. Sie beginnt, sich zuständig zu fühlen, weil der Leidensdruck wächst. Von Zuständigkeit zur Kompetenz ist es noch ein langer Weg.

„Wo Gefahr ist, wächst das Rettende auch.“ (Hölderlin)

- Die Lebenszeit des Menschen ist nicht beliebig zu verlängern. Wir lernen wieder, mit dieser kostbaren Ressource sorgfältiger umzugehen.
- Das unvergorene Meinungsgewächs inkontinenter Blogger erzeugt Überdross. In Deutschland gibt es noch Reserven gegen Brandstifter. Man ist ein gebranntes Kind.
- Die Argumentationsarmut und das allgemeine Grundrauschen wecken den Bedarf an Professionalität und Orientierungshilfe. Das Kerngeschäft bleibt guter Journalismus. Die Auflage einiger Qualitätszeitungen steigt.
- Man erkennt, dass qualitativer Journalismus nicht ans Papier gebunden ist.

Für die Brost-Stiftung tragen die anwesenden Prof. Dr. Heit, Dr. Sacher und ich Verantwortung. Die finanziert gemeinnützig tätige Journalisten. Die fühlen sich der Aufklärung verpflichtet.

Informationen werden nicht nach den Regeln des Warenwertes erhoben und verbreitet. Nicht als Reservat – es soll Schule machen. In den USA funktioniert es als Gegenbewegung.

Für uns ist Investigation Methode – nicht Selbstzweck. Man kann auch unnütz enthüllen. Wir sagen nach Tucholsky: „Glaube jedem, der die Wahrheit sucht – glaube keinem, der sie gefunden hat.“

Die sozialpsychologisch interessante Heroisierung von Pfeifenbläsern kann ich nicht nachvollziehen. Anonyme Heckenschützen sind zu unglaublichen Gehässigkeiten, auch Lügen, in der Lage. Sie können aus der Deckung die angreifen, die sich mit Gesicht und Stimme zeigen. Die Blog-Kultur erinnert eher an die Toilettenwand der alten Universität.

Einige Zeitungen veröffentlichen im Netz nur noch Kommentare mit Klarnamen. – Ein gutes Signal. Im Internet stellt sich alles auf den Prüfstand, was bisher Medienrecht ist. Das neue Medium kommt mit der Unschuld einer Naturgewalt daher. Sein innerstes Gesetz ist enthemmte Grenzüberschreitung. Es ist nicht eine Variante der alten Medien. Es ist ein Experiment am lebenden Objekt der Weltgesellschaft.

Hätte Schiller „alle Menschen werden Brüder“ getwittert? Welchen Wert hat eine Beziehung, die man mit Mausklick beginnt oder beendet?

Es liegt noch in unserer Hand, ob wir das Netz zum Vorteil nutzen oder zum Werkzeug unserer zerstörerischen Kräfte machen. Ich gebe zu: Das ist mehr Appell als Interpretation.

Schon jetzt zeigt sich: Das Netz ist nicht der Traum von der Verfügbarkeit der ganzen Welt durch jedermann. Es ist zunehmend ein Albtraum von Verfügbarkeit in der Hand derjenigen, die die Welt nach ihren Interessen steuern können.

Sigmund Freud sprach von drei großen Kränkungen der Menschheit:

- Die erste sei die kopernikanische Wende. Die rückte unseren Planeten aus der Mitte des Weltalls.
- Die zweite war Darwins Entdeckung des Menschen als bescheidenes Derivat der Evolution.
- Die dritte besorgte Sigmund Freud selbst, indem er nachwies, dass wir nicht einmal Herr im eigenen Hause sind.
- Die vierte könnte das Internet werden, indem es uns zum naiven „Terminal“ von Dealern und Schnüfflern macht.

Dann werden sich die beschriebenen Erwägungen als Luxusprobleme herausstellen.

Die humane Spannkraft der Gesellschaft wird bis an den Bruchpunkt getestet.

Medien müssen sich entscheiden: Aufrichten oder niedermachen, verwirren oder aufklären, Ermutigung oder Apathie verbreiten. Zukünftig starke Kräfte und neue Ideen fördern – oder die Masse als willenlosen Schwarm an der Kasse vorbei lenken. Skandalisieren oder wirklichen Frevel aufdecken und abstellen. Auch Medienkonsumenten können den Entscheidungen nicht entkommen.

Ich schreibe ins Gästebuch:

Auch wenn große Ideale an den Menschen scheitern – Medien, die den Menschen nicht dienen, dienen zu nichts.

Eine Anekdote aus der alten Zeit: Friedrich Torberg erlebte sie als Mitarbeiter des „Prager Tagblatt“. Eines Tages erschien die Abordnung einer Partei in der Redaktion. Sie beschwerte sich beim Verleger über einen kritischen Artikel. Der hörte zu und antwortete: „Meine Herren, ich bitte um Nachsicht. An manchen Tagen geht es in der Redaktion drunter und drüber. Da kann es passieren, dass einer auch mal die Wahrheit schreibt.“

Viel Freude mit Medien.