

Zahlen statt Inhalte

Wie der Journalismus beschädigt wird

Die Grundideen des Journalismus waren:

1. Seine Meinung verbreiten (z.B. Görres - Rheinischer Merkur, Cotta - Augsburger Allgemeine, Hamburgische Correspondent, Kirchen-, Verbands- und Parteizeitungen)
2. Die Nutzer mit Neuigkeiten, Bildern oder Gedanken, die hilfreich erschienen, zu bereichern und im Gegenzug dafür Geld einzunehmen. (z.B. Das Morgenblatt für die gebildeten Stände).
3. (mit dem Aufkommen öffentlich rechtlicher Medien) alle Bürger mit möglichst guten, unparteiischen Nachrichten zu einem günstigen Preis versorgen (Bild heute 0,90 €; ARD nur 0,58 € pro Tag, bei wesentlich mehr Programmen).

Heute dagegen gilt in vielen Verlagen und Sendern: Mit möglichst wenig Aufwand die Seite, die Sendung füllen. Wenig Aufwand, weil es dann billiger wird und die Gewinnspanne wächst. Da aber nicht mehr die Qualität, oder eine bestimmte Meinung über die Inhalte entscheidet, sondern nur noch die betriebswirtschaftlichen Zahlen, ist das Ergebnis entsprechend minderwertig.

Der Vorgang erinnert an frühere Zeiten, als die Umwelt von der Wirtschaft als kostenlose Müllkippe betrachtet wurde und man für die dadurch entstehenden Schäden nicht mehr aufkommen wollte, bis die Staaten Gesetze gegen die Umweltverschmutzung erließen.

Es ist eingetreten, was kluge Köpfe schon bei der Einführung von Privatfunk und Privatfern sehen befürchteten: Nicht der mit dem besten Programm, macht die höchsten Gewinne, sondern der, der mit geringstem Aufwand einen gefälligen Klangteppich zu weben versteht, also mit wenig Personal, ein paar Computern die Hitparaden rauf und runter spielt und dazwischen ein paar Informationshäppchen liefert, die die Nutzer liefern, etwa Fotos, oder wo Blitzer stehen, oder von Agenturen, wie etwa das Wetter wird. Die eigene journalistische Leistung geht gegen Null, oder besteht im Umformulieren von angeliefertem Material.

Im Gegensatz zur zweiten Idee geht es nicht mehr darum dem Nutzer etwas zu bieten, was für diesen nützlich ist, sondern ihn zu befriedigen, indem man seinen Wünschen nach Unterhaltung nachkommt. Das betriebswirtschaftliche Kalkül fragt nicht nach Inhalten, sondern, ob die Seite, die Sendezeit gefüllt wurde. Damit nahm das Elend seinen Lauf und die Qualität der Medien sinkt seither in einem Maße, dass ernsthafte Journalisten sich andere Betätigungsfelder suchen, da sie einerseits für gute Arbeit nicht mehr Geld bekommen, als wenn sie rasch ein paar Fakten zusammenkleben, ohne Rücksicht, ob das logisch ist und auch einen tieferen Sinn ergibt.

Das merkt mittlerweile auch der Laie, wenn z.B. Die STNZ in Stuttgart im Internet Störungen bei der S-Bahn mit Fotos von Straßenbahnen bebildern, oder eine Störung einen Nebenstrecke der Bahn mit dem Foto eines ICE.

Beim Polizeibericht macht man sich schon lange nicht mehr die Mühe Fotos zu besorgen, die etwas mit dem Ereignis zu tun haben, sondern man zeigt Blaulicht, Polizeifahrzeug, Feuerwehr, Krankenwagen, Uniform, Handschellen, Absperrband, oder irgend etwas, was mit Polizei oder Unfall zu tun haben könnte. Aus der einst kleinen Rubrik „Polizeibericht“ wird so eine große blaue Strecke von Bildern mit relativ wenig Text und Information, die aber den Eindruck erweckt, dass es in Stuttgart furchtbar gefährlich wäre und ständig Verbrechen geschähen.

Kein Wunder, wenn immer mehr Menschen Angst haben, auch, wenn die Zahl der geschilderten Fälle natürlich auch von dem Gebiet abhängt, über das die Medien berichten. Bei einem Verbreitungsgebiet von ca. 2,5 Millionen Menschen gibt es natürlich mehr Unfälle und Verbrechen, als wenn man nur für einen kleinen Ort mit wenigen Tausend Bewohnern Zeitung machen würde. Da aber die STNZ, oder genauer die dahinter stehende Holding immer mehr kleine Blätter aufkauft, fällt deren Berichterstattung weg und der erwähnte falsche Eindruck wird stärker.

Da die Wirtschaft und deren Berater ihr Credo „Jede/r gegen jede/n!“ mittlerweile auch in die Sender hinein tragen konnte, weil deren Führung offenbar selbst nicht mehr weiß, was für den Sender gut ist und Berater von Außen holt, wandelte sich der Alltag in den Redaktionen vom kollegialem Teamwork zugunsten eines gelungenen Programms, hin zum Kampf um Aufmerksamkeit. Und die bekommt man am Ehesten (und damit den Auftrag zu berichten), indem man etwas übertreibt, oder dramatisiert. Auch das hört selbst der Laie in vielen Programmen, wenn die Sprechenden unnatürlich aufgekratzt oder aufgeregter reden, sei es um gute Laune zu verbreiten, oder sei es, um den Mediennutzer ans Programm, oder das entsprechende technische Vertriebsgerät (Radio, TV, Computer, Smart-Phone) zu fesseln. Das Programm ist längst kein wohl durchdachtes Angebot an die Nutzer mehr, sondern der Versuch diese, wie mit Fliegenleim, festzuhalten, damit man mehr an der Werbung verdient. Und das sagt man dem Nutzer auch klipp und klar: „SWR1 gehört gehört!“ Also: „Wehe Du schaltest nicht ein, oder gar ab!“

Damit hat sich auch das Verhältnis zum Mediennutzer gewandelt. Statt ihn ernst zu nehmen und mit möglichst guten Inhalten zu versorgen, werden jetzt die Inhalte so gewählt, dass der Nutzer „dran bleibt“. Im Idealfall macht man den Nutzer abhängig vom Medium, verhält sich also, wie ein Drogendealer, der seine Kundschaft süchtig zu machen versucht. Da steckt eine Menge Verachtung drin.

Die Missachtung des Mediennutzers äußert sich auch darin, dass man ihm immer kürzere Beiträge anbietet, weil man angeblich nicht länger als 3-5 Minuten konzentriert sein könne. Das stimmt sicherlich dann, wenn man keine Gelegenheit mehr hat längere Beiträge zu sehen, hören oder zu lesen. Sonderbar ist nur, dass im Parlament, bei Besprechungen im Beruf, oder bei Vorträgen, Konzerten und Theater die Menschen offenbar doch in der Lage sind längere Zeit aufmerksam zu folgen. Wieder scheinen die Zahlen wichtiger, als der Inhalt.

Wenn ich aber nichts zu sagen habe, dann sind auch 3-5 Minuten furchtbar lang. Wenn der Mediennutzer aber spürt, dass ihn der Beitrag bereichert, dann vergehen sie im Nu. Das heißt, die Länge von Beiträgen sollte sich am Gehalt und Inhalt orientieren, nicht nach Sendeschema- und Layout-Vorgaben. Solche Raster sind aber eben sehr bequem, weil sie mit ihren Zahlen scheinbar Sicherheit für die Macher versprechen. Manche meinen irrtümlich auch, dass es für die Unabhängigkeit und Gleichberechtigung spräche, wenn alle Beiträge gleich lang seien.

Wenn aber der Journalismus sich dahin gewandelt hat, dass nicht mehr die Inhalte, sondern Zahlen die Form und Länge von Beiträgen bestimmen, dann geht für den Mediennutzer die Orientierung verloren. Wenn zusätzlich solche Beiträge bevorzugt werden, die sich möglichst billig erstellen lassen, dann findet eine Auswahl statt, die der Betriebswirtschaft, aber nicht mehr den Grundideen des Journalismus folgt. Damit verliert der Journalismus aber auch seine Funktionsfähigkeit in einer Demokratie, in der er als Vermittler (zwischen allen Bürgern inklusive der Gewählten und der Parteien) fungiert und als Kontrolleur, der prüft, ob das, was versprochen wurde, auch gehalten wird, ob die Ziele, die man anstrebt vernünftig und realisierbar sind, oder ob es Nebenwirkungen gibt, die bisher in der demokratischen Diskussion übersehen wurden.

Aber wenn selbst der Intendant des Deutschlandradios, Stefan Raue, in einem [Beitrag](#) schreibt:

„Und vielleicht glauben wir in einem Winkel unseres Herzens wirklich an unseren angeblichen Auftrag als „Vierte Gewalt“. In unserer Verfassung ist davon keine Rede, die Presse- und Meinungsfreiheit ist kein Mandat für die Medien, eine gestaltende Rolle im Rahmen unserer Gewaltenteilung einzunehmen. Unser Anspruch, „Vierte Gewalt“ zu sein, ist hybrid und eine Grenzüberschreitung. Eine „Vierte Macht“ müsste sich übrigens auch in eine gesamtstaatliche Verantwortung einfügen, wie es für die drei anderen „Gewalten“ gilt. Wollen wir unsere Berichterstattung tatsächlich dieser Rolle, dieser Aufgabe und dieser Verantwortung unterwerfen?“

... dann muss man sich schon fragen, ob er der richtige Mann am richtigen Platz ist. Wenn auch nur ein geringes Maß an Kenntnis der Mediengeschichte vorhanden wäre, dann könnte man wissen, dass Napoleon den Autor Görres als „Fünfte Großmacht“ bezeichnete, dass es die Presse war, die wesentlich mit zur Demokratie beigetragen hat, weshalb sie auch im Dritten Reich „gleichgeschaltet“ also in den Dienst der Regierung gestellt wurde. Gerade deshalb und weil der Reichsrundfunk ein Sprachrohr des Führers war, entstand ja überhaupt auf Betreiben der Besatzungsmächte ein Öffentlich-Rechtlicher Rundfunk (und später auch Fernsehen). Die Idee war, dass die Öffentlich-Rechtlichen Medien den privatwirtschaftlichen Medien durch hohe Qualität Konkurrenz machen sollten, um die Privaten zu zwingen sich anzustrengen. So sollte insgesamt das Niveau hoch gehalten werden.

Da aber auch bei den privatwirtschaftlichen Medien die Betriebswirte und ihre Zahlen das Sagen bekamen, wurde 1984 bei der Einführung privater Radio- und Fernsehsender das Ziel der Besatzungsmächte auf den Kopf gestellt und die Öffentlich-Rechtlichen von der Politik aufgefordert, sie müssten sich jetzt auch an der Einschaltquote messen lassen. Nicht mehr Qualität, war das Ziel, sondern gut messbare Reichweite. Masse, statt Klasse war nun das Ziel! Zahlen statt viel schwerer zu beurteilende Qualität der Inhalte, sollten nun die Programme der Öffentlich-Rechtlichen leiten. Seither versuchen auch sie den Hörern und Zuschauern hinterher zu laufen, was schon Goethe kritisiert haben soll: Wer den Leuten nachläuft, sieht lauter Hinterteile vor sich!

Wenn jetzt der Facebook-Gründer Mark Zuckerberg die Nutzer zu Medienwächtern machen will, ist Vorsicht geboten. Dank eines US-Gesetzes haften Firmen nicht für die Inhalte, die andere auf ihren Servern speichern. Deshalb haben die so genannten sozialen Medien heute ein Problem, da sie zur Verbreitung von Fehlinformationen und Hass, aber auch zur Umgehung der Urheberrechte (youtube) benutzt werden. Im Gegensatz zu den USA hat man in Europa erkannt, dass man auf Marktplätzen auch jemand haben muss, der dafür sorgt, dass Anbieter und Kunden

fair handeln und sich an die Gesetze halten. Deshalb versuchen europäische Politiker und Gerichte jetzt die Anbieter von Speicherplatz im Internet zur Verantwortung zu ziehen und für Rechtsverstöße (z.B. Volksverhetzung) haftbar zu machen. Das stört natürlich das schöne Geschäft, denn nun muss man Filter schaffen und Leute einstellen, die kontrollieren, was sich da auf den Servern tut und beides macht Arbeit, kostet Geld und mindert den Gewinn.

Kein Wunder, dass Zuckerberg die Nutzer dazu bringen will ihm diese Arbeit abzunehmen. Er muss ja sonst so etwas, wie Redaktionen einführen, die für die Inhalte haften. Daran sieht man aber auch, wie wertvoll Medien sind, die sich in erster Linie an den Inhalten orientieren und erst in zweiter Linie an Auflage und Gewinnen. Wie aufwändig das ist, erlebten viele Medien, als es Mode wurde, die Internetseiten für Leserbriefe zu öffnen. Da man auch dafür Leserbrief-Redaktionen brauchte, weil man für das, was man veröffentlicht, haftet, merkte man schnell was für ein Aufwand das ist und verringerte die Möglichkeiten Leserbriefe online und anonym zu schreiben. Damit wurde – auch wegen des Missbrauches – aber eine eigentlich wünschenswerte Form des demokratischen Diskurses aus Kostengründen beseitigt.

Wer der Demokratie einen guten Dienst leisten will, der kommt nicht darum herum einen gewissen Aufwand zu treiben, vor dem sich diejenigen drücken, denen es nur um Zahlen, ums Geld geht. Wie sagt man in angelsächsischen Ländern:

„There is no such thing as a free meal!“

(Umsonst gibt es nichts!)