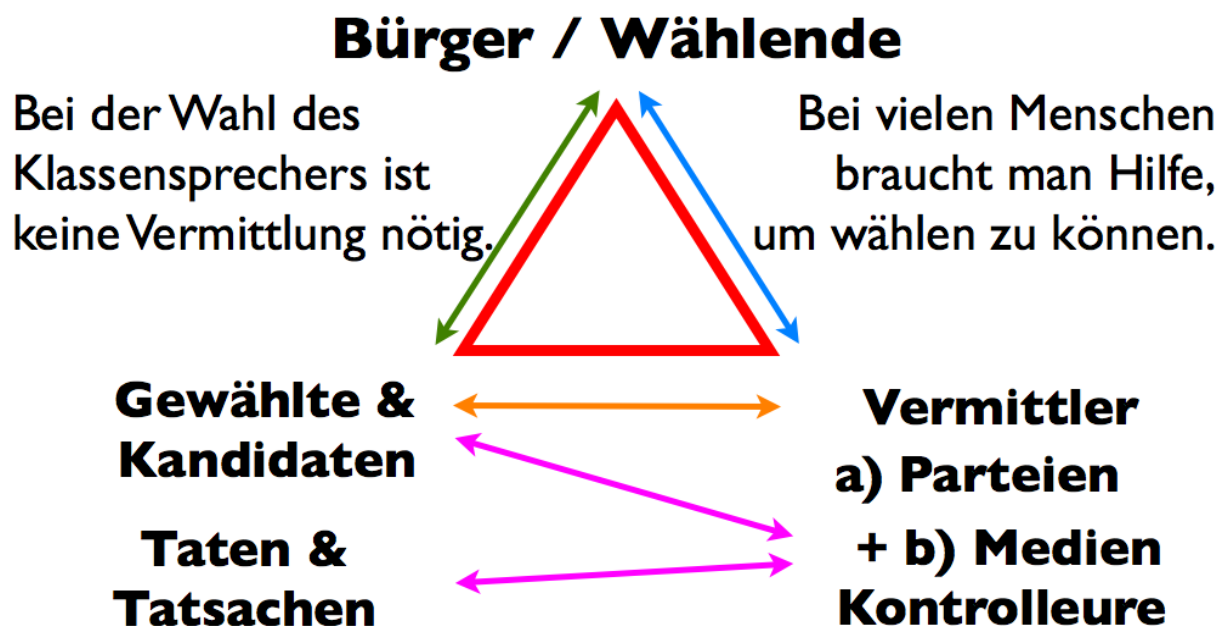


Demokratie braucht Journalisten

Journalisten brauchen gute Rahmenbedingungen

Die Demokratie im alten Griechenland funktionierte so, dass nur ein Teil der Bürger wahlberechtigt war und dieser Teil sich weitgehend kannte und daher beurteilen konnte, wen man wählen und das heißt, wem man vertrauen wollte. Man kann sich das so ähnlich vorstellen, wie bei der Wahl des Klassensprechers oder den Wahlen in einem kleineren Verein, in dem jede und jeder die Anderen mehr oder minder gut kennt. Also eine sehr direkte Form der Demokratie, die auf gegenseitiger Kenntnis beruht.

Sind jedoch so viele Menschen wahlberechtigt, dass sie sich nicht mehr aus dem Alltag kennen und einschätzen können, braucht es Vermittler zwischen denen, die sich als Gleichgesinnte zu einer politischen Gruppe (Partei) zusammen geschlossen haben und jenen, die wählen dürfen.



Was bei Wenigen möglich ist, wird bei Vielen unübersichtlich. Man braucht Hilfskonstruktionen. Parteien vermitteln, was eine Gruppe von Kandidaten will. Das genügt aber nicht, sondern man braucht auch unabhängige Informationen, also Medien. Erst so entsteht das Demokratie-Dreieck. Aber: Tun die Gewählten auch, was sie versprochen? Medien haben zusätzlich zur Transparenz die Aufgabe der Kontrolle. Nur dann kann der Bürger auf Grund von (durch Medien / Journalisten übermittelten) Tatsachen entscheiden, wen er wählen will. Weil Journalisten auch nur Menschen sind, benötigen Medien als Korrektiv Konkurrenz.

Die Grafik zeigt, dass zwischen allen Beziehungen bestehen:

- Ohne Wählende / Bürger gibt es keine Gewählten.
- Ohne Kandidaten, die sich zur Wahl stellen, gibt es keine Wahl.
- Ohne gegenseitige Kenntnisse gibt es keine Wahl.
- Die Wahl ist nötig, wenn es nicht mehr gelingt gemeinsam Dinge zu regeln, die geregelt werden müssen. Sei es, weil sie zu kompliziert erscheinen, sei es, weil keine Einigkeit besteht, sei es, weil sich nicht Alle um Alles kümmern können (z.B. weil sonst Arbeit, Haushalt und Familie leiden würden.).
- Wenn es zu wenig gegenseitige Kenntnis gibt, helfen sich die Gleichgesinnten, indem sie sich verbinden (Partei) und gemeinsam für einander werben.
- Die Wähler können sich dabei nicht darauf verlassen, dass Parteien neben ihren Stärken auch ihre Schwächen vermitteln werden, denn sie wollen ja möglichst gut dastehen, um gewählt zu werden. Also braucht es unabhängige Dritte, die Vor- und Nachteile aller zur Wahl stehenden beschreiben.
- Und nach der Wahl? Da braucht es jemanden, der kontrolliert, ob das, was vor der Wahl versprochen wurde, auch in die Tat umgesetzt wird, damit man bei der nächsten Wahl weiß, ob man den Versprechen glauben schenken darf, oder besser nicht.
- Die Aufgabe der Medien ist also eigentlich als eine Art unparteiischer Schiedsrichter zu beobachten, ob Versprechen und Taten überein stimmen, ob die Spielregeln eingehalten werden und ob das, was mit der Wahl angestrebt wurde, auch erreicht wird. Man nennt das auch das Wächteramt der Medien.
- In der Praxis waren viele Medien von Anfang an auf zwei Dinge aus: Umsatz durch reißerische Darstellungen (vom Flugblatt mit Holzschnitt bis zum Video) und Verbreitung der eigenen Ansichten (Görres, 1814 Gründer des „Rheinischen Merkur“, wurde von Napoleon die 5. Großmacht genannt). Pressefreiheit - lautet ein böses, aber nicht völlig falsches Bonmot - sei die Freiheit einiger reicher Leute in ihren Zeitungen das schreiben zu lassen, was sie für richtig hielten.
- Es gab ja auch Kirchen oder Parteizeitungen, also Blätter, die einerseits der inneren Debatte dienten und andererseits der Vermittlung der Kirche / Partei nach Außen. Und in Diktaturen werden die Medien „gleichgeschaltet“, das heißt sie müssen im Sinne der Machthaber schreiben.
- Weil Medien, die in erster Linie dem Geld-verdienen oder dem Verbreiten der eigenen Ansichten dienen, kaum unparteiische Dritte sind, entstanden die öffentlich-rechtlichen Anstalten, zunächst als Rundfunksender, dann auch als Fernsehsender. Sie sollten durch Unabhängigkeit und hohe Qualität den privaten Medien Konkurrenz machen, um so auch deren Qualität anzuheben und so der Demokratie zu dienen.
- Die Ziele Unabhängigkeit und Qualität waren den Mächtigen stets ein Dorn im Auge, so dass bereits Konrad Adenauer (CDU) versuchte neben ihnen einen Staatsrundfunk, so

ähnlich, wie der Reichsrundfunk unter Hitler, als Stimme der Herrschenden aufzubauen, was gerichtlich verboten wurde.

- Diese Ziele wurden erst 1984 bei der Einführung privater Sender von der Politik erneut in Frage gestellt, als man forderte, die öffentlich rechtlichen Sender müssten sich nun auch der Bewertung stellen, wobei als Maß die Einschaltquote gelten sollte. Dass diese den kleinsten gemeinsamen Nenner darstellt und so das niedrigste Niveau am meisten belohnt wird, war das Absicht, oder Dummheit? Kabarettist Matthias Richling spottete daher, es handle sich um eine Einfaltsquote und er ließ offen, ob er das auf die bezog, die die Einschaltquote gefordert hatten, oder auf das Ergebnis dieser Forderung. Seither gilt: Masse, statt Klasse.
- Die Einschaltquote dient eigentlich dazu festzustellen, wie viele Menschen ein Medium nutzen, um daraus dann den Preis für Werbung in diesem Medium zu berechnen. Sie sagt nichts über die Qualität des Mediums aus.
- So gelang es der Politik doch noch über den Umweg Einschaltquote die Ziele Unabhängigkeit und Qualität bei den öffentlich-rechtlichen Sendern (ARD, ZDF und DLF) auszuhebeln, was zu vielen Programmreformen führte, die vor allem zum Ziel hatten Hörer anzulocken und durch ihre Lieblingsmusik bei Laune zu halten, so dass sie nicht abschalteten, also die Einschaltquote hoben. Journalismus, Informationen und Meinung blieben dabei auf der Strecke, oder landeten abgedrängt auf Sendeplätzen, die nur wenige Menschen nutzen konnten, z.B. spät in der Nacht.

Es war also die Politik selbst, die aus Dummheit, oder in unredlicher Absicht die Qualität der Medien senkte, indem sie Masse, statt Klasse forderte, was der Demokratie dauerhaften Schaden zufügte, wie man am Erstarken von Populisten erkennen kann.

Dass viele Journalisten, vor allem Freie, die vom Verkauf ihrer Arbeit leben, mehr oder minder freiwillig mit gemacht haben, zeigt, dass auch Journalisten nur Menschen sind, denen das Essen, oder das Wohl ihrer Familie im Zweifelsfall näher ist, als ihre Auftrag im Sinne der Demokratie. Warum soll man auch von ihnen mehr erwarten dürfen, als von den Gewählten?

Daraus kann man ableiten, dass auch Journalisten (in der Regel, denn es gibt lobenswerte Ausnahmen) nur so gut sein können, wie es die Rahmenbedingungen zulassen. Wenn Redaktionen ausgedünnt oder aufgelöst werden, dann sorgt das nicht nur bei den Betroffenen für Ängste und manchmal auch Not, sondern es beraubt die Demokratie einer Gruppe von Menschen, die sich Gedanken über all das machen, was im Lande vor sich geht. Die Qualität der Informationen und damit der Diskussionen sinkt.

Ein alter DDR-Witz macht das anschaulich: Ein Gast bestellt Hasenbraten. „Hamm wr nicht.“ informiert der Ober. Das wiederholt sich bis der Gast entnervt fragt, warum das denn alles auf der Karte stünde, wenn es doch nur ein Gericht gäbe. Worauf der Ober antwortet: „Na wr müssen den Gästen doch etwas Auswahl bieten.“

Bezogen auf die Medien ist das wie bei Stuttgarter Zeitung und Stuttgarter Nachrichten, die einst nur eine gemeinsame Vermarktung ihrer Anzeigen einführen durften, weil sie hoch und heilig versprochen, dass die Redaktionen getrennt bleiben würden. Heute ist das längst vergessen, viele

Redaktionen sind zusammen gelegt und viele gute Leute entlassen. Ja, seit die dahinter stehende Südwestdeutsche Medien Holding GmbH auch die Süddeutsche kaufte, finden sich manchmal sogar deren Artikel ein paar Tage später in den Stuttgarter Blättern.

Das Beispiel zeigt, wie die Informations- und Meinungs-Vielfalt schrumpft, weil vor allem in privatwirtschaftlichen Medien die Betriebswirtschaft als viel wichtiger angesehen wird, als der Dienst der Medien für die Demokratie.

Mit der sinkenden Qualität und Vielfalt in privatwirtschaftlichen Medien, für die man als Ausrede gerne das Internet anführt, sank auch die Konkurrenzfähigkeit gegenüber den öffentlich-rechtlichen Sendern. Deshalb unternehmen die Firmenleiter viel, um der ARD das Leben schwerer zu machen. Zum Beispiel wurde bemängelt, dass die Sender, die Skripte ihrer Sendungen ins Internet stellen, dadurch eine Art Zeitung schaffen würden und damit den Privaten das Wasser abgraben täten. Unerwähnt bleibt dabei, dass viele Zeitungen längst auch Privatradios betreiben und auf ihren Webseiten Videos und Podcasts bereit stellen.

Der Versuch die Öffentlich Rechtlichen schlecht zu machen, oder aber ihnen bestimmte Formen zu verbieten, während man anders herum ungeniert in deren klassischen Formen wildert, hängt mit der Werbung zusammen. Man hat Sorge, dass anspruchsvolle Werbung, die viel Geld bringt zu den Medien abwandern könnte, die noch halbwegs seriös sind, während man selbst darauf Wert legt immer billiger zu produzieren, um die Rendite hoch zu halten. Dabei geht der Löwenanteil (über 3 Mrd. €) der Werbung in die Privatwirtschaft und nur etwa 10 % landen bei den Öffentlich-Rechtlichen Sendern.

Da auch in der Politik das Wissen um das deutsche Zwei-Säulen-Modell (beabsichtigte Konkurrenz zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Medien) verloren ging, versteht man nicht mehr, was man anrichtet, wenn man die gewollte Balance beschädigt. Im Gegenteil, man hat durch die Vorgabe „Masse, statt Klasse!“ eine Abwärtsspirale der Qualität angestoßen und merkt nicht, dass man damit auf Dauer die öffentlich-rechtlichen Sender ruiniert und damit die gewollte Konkurrenz abschafft.

Es ist scheinheilig, wenn ahnungslose Politiker, Forderungen aufstellen, die zu sinkender Qualität führen, oder, wie einst Günter Oettinger (CDU) die ARD auf eine reine Informationsaufgabe reduzieren wollen, während alles, was Geld bringt die Privatwirtschaft machen sollte. Das würde das Zwei-Säulen-Modell und die Qualität ruinieren.

Heute merkt man bereits wohin es führt, wenn jede und jeder sich berufen fühlt die Welt aus seiner Sicht zu erklären: Gerüchte, Falschmeldungen, Alternative Fakten, Fake News, Kampagnen, die von Software-Robotern angefeuert werden, Hasskommentare, Gier nach Aufmerksamkeit, all das führt zu Orientierungsverlust und Unsicherheit.

Nichts gegen die Teilnahme am demokratischen Diskurs und das Äußern der eigenen Meinung. Aber das ist noch lange kein Journalismus, wird aber oft mit dem verwechselt, vor allem von Suchmaschinen. Also, was ist guter Journalismus, bzw. was sollte er sein?

- Guter Journalismus veröffentlicht nur, was von zwei unabhängigen Quellen bestätigt wurde.
- Gibt es die nicht, muss die Nachricht als „ungesichert“ gekennzeichnet werden.

- Guter Journalismus prüft die Seriosität der Quellen.
- Guter Journalismus arbeitet sich in Themen ein, ehe darüber berichtet wird, und kann sie daher besser einordnen und erklären.
- Guter Journalismus wählt die Themen nach der Bedeutung für Leser, Hörer oder Zuschauer aus, nicht nach eigenen Interessen.
- Guter Journalismus fragt mindestens den Urheber eines Ereignisses (75 % der Berichterstattung geht auf Pressemitteilungen zurück), aber auch die davon Betroffenen, sowie Fachleute, etwa Wissenschaftler, um die Stichhaltigkeit der Argumente zu prüfen.
- Guter Journalismus rechnet nach, ob die genannten Zahlen stimmen können. Er erklärt auch, wie die Zahlen zustande kamen und wie verlässlich sie sind.
- Guter Journalismus – der all das tut – kann gar nicht so schnell sein, wie eine Gerüchteschleuder.
- Guter Journalismus macht durch verschiedene Formate klar, ob etwas nur ein Augenschein ist (Reportage), oder ob es sich um eine Faktensammlung handelt (Bericht) oder ob der Beitrag das Ergebnis ausführlicher Recherchen und ausgiebigen Nachdenkens über das Thema ist (Hintergrundbericht, Essay).
- Guter Journalismus erwähnt, wenn es ernstzunehmende andere Sichtweisen gibt, oder bedenkenswerte Gegenargumente.
- Guter Journalismus verfolgt Themen, die es wert sind, auch über längere Zeiträume.

Der von den Suchmaschinen und so genannten sozialen Medien angeheizte Wettlauf als Erster irgend eine Meldung zu bringen, geht zwangsläufig zu Lasten der Qualität.

Aber was Menschen heute eigentlich brauchen, auch, wenn sie es vielleicht am falschen Ort (Suchmaschinen und soziale Medien) suchen, ist Richtigkeit und Verlässlichkeit. Das hängt damit zusammen, dass man etwas Neues, das einen bewegt, gut merkt. Wenn das später korrigiert wird, bekommt man das oft nicht mit und tut sich obendrein schwer das Gemarkte im Gehirn durch die neue (nun richtige) Information zu ersetzen. Die digitale Gerüchteschleuder führt also gerade zur Unsicherheit und Verwirrung, die guter Journalismus verringern würde.

Guter Journalismus (und noch einmal: Auch Journalisten sind nur Menschen und nie völlig fehlerfrei!) dient der Demokratie und zugleich seinen Nutzern, indem er möglichst nah an den Tatsachen und der Wirklichkeit bleibt, die er zwangsläufig verkürzend (die Nutzer haben ja nicht beliebig viel Zeit) darstellt. Er ist Augen- und Ohrenzeuge im Auftrag und Interesse der Nutzer. Aber er beobachtet auch, was in der Gesellschaft vorgeht und erhebt bei Bedarf warnend seine Stimme, indem er vernachlässigte Themen aufgreift.

Dazu braucht er aber auch Rahmenbedingungen, die ihn seine Aufgabe erfüllen lassen. Wenn für Fotos nichts, oder nur wenige Euros bezahlt werden, wenn die Zeit zur gründlichen Recherche fehlt, oder das Honorar die geleistete Arbeit nicht anerkennt, dann muss auch der neugierigste, redlichste und engagierteste Journalist irgendwann einsehen, dass seine Arbeit der Gesellschaft nicht mehr so viel Wert ist, wie er zum Leben braucht.