

Ohne Kritik kein Journalismus

Wir Journalisten sind ganz miese Typen. Das zumindest glaubt die Bevölkerung. Wir sind beim Volk in etwa so beliebt wie Offiziere, Politiker und Gewerkschaftsführer – dass heißt, unsere Sympathiewerte tendieren gegen Null.

Und was noch schlimmer ist, unser Sozialprestige hat sich in den letzten zwölf Jahren fast halbiert. Das hat der Medienwissenschaftler Siegfried Weischenberg in einer aktuellen Studie für Deutschland herausgefunden. (Ich befürchte aber, dass Sie in der Schweiz kaum besser dastehen.) Wahrscheinlich hat nur noch der Gerichtsvollzieher größere Prestigeprobleme als wir.

Mit dieser frohen Botschaft, meine Damen und Herren, bedanke mich für die freundliche Einladung zur Herzberg-Tagung und begrüße Sie herzlich zum Thema „Ohne Kritik kein Journalismus“.

Ich werde mich bei meinem Vortrag an sechs Stichpunkten orientieren:

- Kritikfunktion
- Praktisches Handeln
- Selbstkritik
- Medienschelte
- PR und Werbung
- Entgrenzung

Zur Kritik:

„Was wir über unsere Gesellschaft, ja über die Welt, in der wir leben, wissen, wissen wir durch die Massenmedien.“ Dieser Satz stammt von Niklas Luhmann und er verweist nicht nur auf die öffentliche Aufgabe der Medien, sondern auch auf ihre Verantwortung. Schlicht gesagt: Wenn uns die Massenmedien schon etwas über die Welt erzählen, sollte sich diese Welt möglichst irgendwo wiederfinden. Es geht also auch um so etwas wie Wahrheit.

In pluralistischen Systemen wird erwartet, dass Massenmedien Leistungen für die Gesellschaft erbringen. Sie haben die Aufgabe zu informieren, zu kritisieren und zu kontrollieren, sie sollen Bildung und Kultur vermitteln, eine Sozialisations- und Integrationsfunktion übernehmen und nicht zuletzt sollen sie unterhalten und als Werbeträger dienen.

Auf diesem Wege wirken Medien entscheidend mit an der politischen Meinungs- und Willensbildung der Gesellschaft.

Nun gibt es sicher viele verschiedene Journalisten in der Welt. In der einen Welt mögen auch Figuren wie Ex-Verona Feldbusch als Journalistin zählen, weil sie mal Leute interviewt hat.

Doch in meiner Welt gehört die Informations-, sowie die Kritik und Kontrollfunktion zweifellos zu den wichtigsten Aufgaben von Journalismus. Denn gerade diese Aufgaben sind für die Meinungs- und Willensbildung unverzichtbar.

Der Kommunikationswissenschaftler Heinz Pürer sieht die Informationsfunktion untrennbar mit Kritik und Kontrolle verbunden. Er spricht von einer „Rundumkontrolle“, bei der die Massenmedien an Normenfindung und Normenkontrolle in der Gesellschaft mitwirken.

Zitat: „Kritik und Kontrollfunktion können durch die Massenmedien auf unterschiedliche Weise ausgeübt werden: Einerseits, indem Dritte die Möglichkeit erhalten, mit Kritik- und Kontrollaussagen

zu Wort zu kommen...Andererseits indem die Medien selbst diese Aufgabe wahrnehmen und Journalisten Mißstände in Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Kultur öffentlich bekannt machen“ sowie sie „beurteilen und bewerten“.

Klingt prima, die Frage ist nur was wir, die Medienmacher, davon halten. Und was wir in der Praxis daraus machen. Und da kommt es zu einer interessanten Diskrepanz: Während in der Medientheorie Kritik und Kontrolle auf der Prioritätenliste weit oben rangieren, möchte sich der real existierende Journalist gern von dieser Bürde befreien. Zumindest ein großer Teil der Kollegen.

Die bereits zitierte Studie von Weischenberg hat nämlich herausgefunden, dass sich nach wie vor die deutliche Mehrheit der Journalisten zwar den Standards der Informationsvermittlung verpflichtet fühlt. Sie wollen mit den Mitteln des Journalismus „die Realität“ abbilden und glauben, dies auch zu schaffen.

Kritik und Kontrolle allerdings hat für die Befragten nur nachrangige Bedeutung. Nur jeder dritte Journalist zählt Kontrolle zu seinen Aufgaben, also etwas mehr als dreißig Prozent. Weniger als 30 Prozent wollen sich für Benachteiligte einsetzen. Und Kritik an Missständen üben wollen knapp 60 Prozent.

Mal abgesehen davon, dass ich nicht weiß, wie man kritisieren kann ohne zu kontrollieren – denn kontrollieren wollen ja nur 30, kritisieren aber 60 Prozent – und abgesehen davon, dass ich nicht weiß, ob man bei Kritik nicht auch immer die Schwächeren und Benachteiligten im Blick haben muss – also von diesen zweifelhaften Kunststücken einmal abgesehen, zeigt diese Untersuchung m.E., dass es finster steht um das journalistische Selbstverständnis.

Mehr noch: Wenn tatsächlich nur gut die Hälfte der Journalisten Kritik üben wollen, ist ihr berufliches Selbstbild m.A. nach schlicht skandalös – auch unter demokratietheoretischen Gesichtspunkten. Darüberhinaus entzieht es uns Journalisten an entscheidenden Punkten die Existenzberechtigung.

Der Anspruch, nur Realität abzubilden und über sie zu informieren ist ja schön und gut, aber doch wohl viel zu wenig. Damit machen es sich Journalisten wunderbar bequem. Und offenbaren, dass sie sich eigentlich raushalten wollen aus dem schwierigen Prozeß der Meinungs- und Willensbildung.

Denn was heißt Kritik? Das griechische „Krisis“ bedeutet Entscheidung, Urteil, Verurteilung. Das Verb „krino“ scheiden, sondern, sichten, unterscheiden, entscheiden, urteilen.

Das klingt nach mühsamem Prozess und viel, viel Arbeit. Stimmt! Jeder Journalist, der Kritik als seine Aufgabe begreift, darf eben nicht nur Informationen über die Welt liefern, sondern muss sich anstrengen, die Geister zu scheiden. Muss die Realität auf ihre Bedeutung, Wertigkeit und Wahrheit hin abklopfen und prüfen.

Doch das gehört dazu, wenn Journalisten Öffentlichkeit herstellen wollen. Und da sie das Grundrecht der Informations- und Meinungsfreiheit stellvertretend für die Bürger wahrnehmen, dürfen sie sich nicht faul und schnöde vor dieser Verantwortung drücken.

Kein Wunder, dass die Bevölkerung unserem Stand so wenig Achtung entgegenbringt, wenn wir uns auf eine Aufgabe beschränken, die jeder kompetente Internet-User meint, für sich in Anspruch nehmen zu können.

„Das Recht der Menschen **auf** Öffentlichkeit,“ schreibt Theodor W. Adorno, „hat sich verkehrt in ihre Belieferung **mit** Öffentlichkeit; während sie deren Subjekte sein sollten, werden sie zu deren Objekten.“ Und die eben zitierten Berufskollegen beteiligen sich m.E. an dieser Zurichtung.

Wenn Sie sich jetzt über meine Vehemenz wundern – wahrscheinlich bin ich schwer taz-infiziert. Wie sie vielleicht wissen, wurde die taz 1979 als Organ der Gegenöffentlichkeit gegründet. Täglich eine linke, radikale und auch satirische Zeitung, so war das Motto.

Die taz sollte dem linksalternativen Milieu eine Stimme geben, da sich die sogenannten bürgerlichen Medien weigerten, die sich verändernde Republik wahrzunehmen.

Über keine der großen sozialen Bewegungen – Frauen-, Friedens-, oder Anti-Atom-Bewegung – wurde angemessen berichtet. Bei allem, was die RAF betraf, übten die deutschen Medien Selbstzensur und hielten sich duckmäuserisch an die Nachrichtensperre der Regierung.

Kritik an den herrschenden Zuständen verstand also der tazler – und die tazlerin – als vornehmste Pflicht. Verbunden mit dem linken Anspruch, die Leser zum politischen Handeln zu befähigen und damit die Verhältnisse nicht nur zu beschreiben, sondern sie auf diesem Weg zum Bessern zu wenden.

Deshalb war es für die taz Ehrensache, dass sie als einzige deutsche Zeitung die satanischen Verse von Salman Rushdie veröffentlichten – trotz Fatwa und trotz der Angriffe aus den Reihen der anderen deutschen Medien.

Ebenso war es Ehrensache, die dänischen Karikaturen zu zeigen, die den Propheten verspotteten. Nicht, weil die Zeichnungen so toll waren, sondern weil wir Veröffentlichung für die richtige Reaktion auf Veröffentlichungsverbote und Drohungen halten.

Unkritische, affirmative Berichterstattung ein kleiner Tod für jeden tazler. Im redaktionellen Alltag schlägt sich diese Haltung in ausgeprägtem Misstrauen gegen Macht- und Würde-träger nieder. In ausgedehnten Diskussionen darüber, was denn an einem Thema der taz-Dreh ist, wenn wir mal nicht zu bekritteln haben. Und dass wir uns, wenn schon nicht kritisieren, wenigstens lustig machen wollen. Trotz dieser grundkritischen Haltung schleicht sich Kritiklosigkeit natürlich manchmal trotzdem ins Blatt oder die Kritik verkommt ab und an zur Attitüde

Manchmal ist vor unserer Kritik oder unserem Spott – ich muss es selbstkritisch sagen – nichts und niemand sicher. Ich könnte ihnen Berge von Briefen zeigen, in denen sich prominente Menschen beschwerten, dass sie doch immer Unterstützer der taz gewesen seien und warum wir sie dann trotzdem in die Pfanne hauen.

Auch unsere Leser finden unsere Kritikkultur meist nur so lange gut, bis sie selbst davon betroffen sind. Zu den Beschwerdebriefen von Prominenten kann ich deshalb weitere Berge von beleidigten Lehrern, Pfarrern und Gewerkschaftern hinzufügen.

(Und wenn Sie mal bei unserer täglichen Blattkritik dabei wären, die jeden Morgen die Redaktionskonferenz eröffnet, könnten sie - obwohl wir Gott sei Dank nicht mehr der klassisch linken, gnadenlosen Kritikkultur frönen – in Bezug auf harte, manchmal unangemessene Selbstkritik wahrscheinlich auch noch was lernen.)

Zum praktischen Handeln

Was passieren kann, wenn die Kritik im Journalismus verludert, zeigt die Berichterstattung zur deutschen Bundestagswahl im vergangenen Jahr. „Der Journalismus als Wille und Wahn“ – das wäre der rechte Titel für das Stück, das die Medien aufführten.

(Das Beispiel zur Bundestagswahl ist zwar nicht ganz aktuell. Ich habe es trotzdem gewählt, weil sich hier Medienversagen samt anschließender medialer Selbstkritik und Einfluss auf die weitere Berichterstattung wunderbar aufzeigen lassen. Und weil dieses Beispiel auch für jemanden nachvollziehbar ist, der mit den innerdeutschen Verhältnissen vielleicht nicht ganz so vertraut ist.)

Schon bevor Kanzler Schröder im Mai 1996 Neuwahlen ankündigte, hatten die meisten Medien Rot-Grün längst abgeschrieben.

Doch als feststand, dass Rot-Grün das Handtuch schmeißt, ging die Schlacht richtig los. Ziel: Rot-Grün runter-, Schwarz-Gelb hochschreiben. Ob Spiegel, Focus, Stern, FAZ oder Bild - alle sogenannten Leitmedien drehten am Strick für Rot-Grün und entdeckten ihre verschämte Liebe zu Angela Merkel.

Auch meine eigene Zeitung beteiligte sich bedauerlicherweise an dieser Offensive. Zwar haben wir weiß Gott nicht Angela Merkel gehuldigt, aber deutlich unsere Wut und Enttäuschung über das, was wir einmal das rot-grüne Projekt nannten, kundgetan. Wir waren - wie ich gestehen muss - fast die ersten, die Rot-Grün jagten.

„Raus hier aber dalli!“ schleuderten wir Schröder auf der Seite 1 entgegen. (In Anlehnung an seinen legendären Ruf vor dem Kanzleramt „Ich will hier rein!“)

Und sein Vizekanzler Joschka Fischer bekam mit der Schlagzeile „Fischer ist Geschichte!“ auch sein Fett weg.

Im Sommer titelte der Spiegel: „Die veruntreute Zukunft. Wie der Staat Milliarden verschwendet und sich immer weiter verschuldet.“ Gezeigt wurde eine durch unendlich viele Stellen vor dem Komma schier unlesbare Computerzahl: die Gesamtverschuldung der BRD.

Im Text hieß es: „Die rot-grüne Regierung legt ihren vermutlich letzten Haushalt vor - er ist eine Farce und zugleich ein Dokument des Scheiterns.“

Kaum aber tauchte Paul Kirchhof auf, der Kandidat Merkels für das Finanzministerium, schnurrte der Spiegel vor Begeisterung. „Kirchhof ist anders als die Politiker, die die Leute aus dem Fernsehen kennen. Sie freuen sich über ihn, weil sie finden, dass sich generell etwas ändern muss im Staat, in der Politik, in den Parteien, vielleicht sogar in ihrer Einstellung gegenüber dem Gemeinwesen. Sie merken, dass dieser Professor leiser, ernsthafter und verbindlicher ist, dass er den Gegner nicht attackiert, sondern mit Argumenten zu gewinnen versucht.“

Ulrich Jörges, Vizechef des Magazins Stern, trieb es in seiner berühmt-berüchtigten Kolumne 'Zwischenruf' besonders tendenziös: Er wußte angeblich genau, dass „die Menschen die Nase voll“ hatten von Rot-Grün und dringend „Wahrhaftigkeit, Ehrlichkeit, Verlässlichkeit und Fleiß“, brauchten, die „zu einem Strauß von Tugenden gebunden werden“ könnten. In der schwarz-gelben Regierung, versteht sich.

Ohne Scheu vor Politkitsch wanzte sich Jörges an Angela Merkel ran: „Angela Merkel könnte, wenn sie ihre sorgsam kontrollierte Biografie öffnete und die weichen Stellen hinter der gepanzerten Fassade freilegte, der einzige Charakter der neuen Regierung sein. Ihr Seelchen.“

(Spätestens seit dieser Kolumne gab es in Berlin das böse Gerücht, Jörges wolle der künftige Regierungssprecher werden.)

Der Berliner Tagesspiegel stellte in einer Serie die Programme der Parteien vor und ließ die einzelnen Politikbereiche in einem Ranking bewerten. Motto: Wer hat das beste Programm? Die Juroren waren aber nicht etwa Politikwissenschaftler, Personen des öffentlichen Lebens oder Normalbürger - sondern Wirtschaftsinstitute. Die durften dann eben auch ihre Präferenzen in der Familien-, Bildungs- und Entwicklungspolitik verkünden.

Und dreimal dürfen Sie raten, wer bei diesem Ranking - quasi als Wahlempfehlung - an der Spitze stand? Die wirtschaftsliberalste Partei der Republik selbstverständlich - die Freien Demokraten.

Der Focus zeigte eine richtig hübsche, herausfordernde Angela Merkel auf der Titelseite mit der Frage „Was macht sie besser?“ Die rhetorische Frage hätte sich das Blatt sparen können. Angesichts der Texte im Blatt hätte es am besten gleich getitelt. „Sie macht es besser.“

Apropos hübsche Bilder: Kaum war Angie Kanzlerkandidatin der Union, gab es bei ihr keine heruntergezogenen Mundwinkel mehr. In der Realität natürlich schon, aber nicht mehr auf Bildern. So übel ihr die Medien jahrelang mitgespielt hatten, wenn es um ihr Äußeres ging, so weichgezeichnet präsentierten sie jetzt die künftige Kanzlerin. Das ging so weit, dass ihr bei einem Foto von den Wagnerfestspielen in Bayreuth die Schwitzflecken unter dem Arm wegretuschiert wurden.

Für die Medien war die Wahl – bereits Monate vor dem Urnengang - längst gelaufen. Die CDU stand in den Umfragen prächtig da, die SPD dümpelte unter 30%. Kein Journalist kümmerte sich um das, was die Demoskopien darüber hinaus erfragt hatten.

Die hatten nämlich herausgefunden, dass es so viele unentschiedene Wähler gab wie nie zuvor bei einer Bundestagswahl. Und: dass über 70% der Befragten über Monate immer wieder zu Protokoll gaben, dass eine schwarz-gelbe Regierung es nicht besser machen würde als die Rot-Grüne.

Beides wären Anhaltspunkte gewesen, weniger siegessicher in der Berichterstattung zu sein. Aber die Journalisten schauten und hörten nicht hin. Statt die Verhältnisse zu beschreiben, statt der Stimmung in der Bevölkerung nachzuspüren und diese zu analysieren, statt Distanz und kritische Haltung zu wahren, kreierte sie ihre eigene Welt.

„Wählervergessene Berichterstattung“ nennt der Medienwissenschaftler Siegfried Weischenberg dieses Phänomen. Und sein Kollege Ralf Hohlfeld spricht von „journalistischer Selbstkonditionierung“, durch die „eine zweite, von der politischen Realität entkoppelte Wirklichkeit konstruiert“ werde.

Wie konnte das passieren? Ein Grund liegt sicher darin, dass die Berliner Republik ein selbstreferentielles System ist. In diesem System orientieren sich Journalisten an Journalisten, statt den Blick raus ins richtige Leben und zu den normalen Menschen zu wagen.

Zum anderen lohnt es sich vielleicht einen Blick auf den Begriff der „Schweigespирale“ zu werfen. Sie kennen sicher die Theorie von Elisabeth Noelle-Neumann. Sie versucht zu erklären, wie eine Position öffentlich an Boden gewinnt, so dass sich ihr immer mehr Menschen anschließen.

Das Szenario funktioniert folgendermaßen: Da gibt es die Befürworter einer Position. Die fühlen sich stark, weil sie von der öffentlichen Meinung getragen werden. Je mehr öffentlichen Zuspruch sie

erfahren, desto stärker werden sie, denn sie repräsentieren die Sieger - und auf der Seite der Sieger will jeder sein.

Gleichzeitig werden die Vertreter der anderen Positionen immer vorsichtiger und schweigsamer, weil sie öffentlich nicht bekennen wollen, auf der Verliererseite zu sein. Das setzt sich fort, bis sie ganz Verstummen und ihre Position aus dem öffentlichen Diskurs verschwindet.

Folgt man dieser Theorie, wird es verständlich, warum sich kritische Journalisten erst nach der Wahl wieder lautstark zu Wort meldeten. Und warum auch die Demoskopen so wenig vom wirklichen Wählerwillen mitbekamen. Erst in der Anonymität der Wahlkabine haben sich die Schweiger wieder auf ihre Überzeugung besonnen.

Seinen absurden Höhepunkt erreichte das mediale Dauerfeuer nach dem berühmten Duell, zu dem Angela Merkel und Gerhard Schröder im Fernsehen antraten. Ich war nie ein Schröder-Fan. Doch kein Zuschauer, der ganz bei Trost war, konnte behaupten, Angela Merkel sei aus der Diskussion als Siegerin hervorgegangen. Die normalen Fernsehzuschauer taten das auch nicht: Die Hälfte der 21 Millionen hielt den Kanzler für den klaren Gewinner, nur ein Viertel die Kandidatin.

Aber was schert machtvergessene Journalisten der Plebs und der gesunde Menschenverstand? Unmittelbar nach dem Duell lobhudelten prominente Vertreter der Branche der künftigen Kanzlerin so schamlos, dass man sich fragte, welche Angela Merkel sie eigentlich gesehen hatten. In der *Bildzeitung* bejubelten die bekanntesten Chefredakteure der Republik mehrheitlich das tapfere Frauchen.

Und der Chef des Meinungsforschungsinstitutes Emnid erfand eine ganz neue Kategorie: Nach dem Duell kürte er Angela Merkel in einer erstaunlichen Umwertung der Begriffe zur „relativen Siegerin“. Begründung: Sie sei schließlich nicht so schlecht gewesen, wie alle erwartet hatten.

Kurz vor der Wahl, als die SPD sich in den Umfragen langsam erholte, versuchten die schwarz-gelben Mehrheitsbeschaffer ein letztes, um ihr Ziele zu erreichen.

Der uns inzwischen bekannte Ulrich Jörges schrieb im Stern: „Je näher der Wahltag rückt, desto vernehmbarer raschelt sie, die Fama von den sagenhaft vielen unentschlossenen Wählern, die im letzten Moment noch für ein Wunder sorgen könnten. Die Wende. Den Sieg. Zwei, drei Wochen war sie aufgeblüht in oberflächlichen Analysen, in vertrauensseligen Leitartikeln, in glaubensstarken Wochenmarktparolen.“

Wer hier die Parolen verbreitet ist allerdings die Frage. Denn genau die von Jörges verspotteten, unentschiedenen Wähler haben über deren Ausgang entschieden und damit den Medienmachern und Demoskopen ein sagenhaftes Glaubwürdigkeitsproblem beschert.

„Nicht vergessen sollte man den Vertrauensverlust, den auch die Medien nach diesem Wahlkampf erlitten haben“, schrieb schweizerisch nüchtern die NZZ. „Denn das Wahlergebnis hat die zahllosen Analytiker und Leitartikler düpiert, die seit Wochen das Resultat zu kennen glaubten und ihren Lesern Kabinettslisten einer neuen schwarz-gelben Koalition präsentierten.“

Doch wie auch immer motiviert – bekanntlich hat die ganze Propaganda ja nicht viel gefruchtet. Die Wähler und Wählerinnen waren nicht das dumme Stimmvieh, zu dem wir Journalisten sie degradieren wollten. Sie haben sich mehrheitlich gegen Medienmacht und Meinungsforscher entschieden. Und damit ein erfreuliches demokratisches Zeugnis geliefert.

Was hat den Journalismus in diese Glaubwürdigkeitsfalle gelockt? Warum haben die Medien sich so fahrlässig ihrer Hauptaufgabe – aus der professionellen Distanz heraus ihre Kritikfunktion wahrzunehmen – warum haben sie sich dieser Aufgabe so schnöde entledigt?

Das hat u.a. etwas mit der Nähe zur Macht zu tun. In der Berliner Republik - und das ist im politischen Journalismus wohl nirgendwo anders - sind Journalisten die ständigen Begleiter von Politikern. Es gibt Kollegen, die beobachten eine Partei und ihre Protagonisten seit 20, 30 Jahren. Wie soll da keine Nähe entstehen?

Die Nähe aber fördert nicht nur das Wohlverhalten gegenüber Politikern. Sie führt auch dazu, dass sich Journalisten als Teil des Systems begreifen. Als Vertreter der politischen Klasse verstehen sie sich als Elite, die über den Kontakt mit der Politik selbst Teil hat an der Macht. Im schlechtesten Fall erklären dann Politik und Medien gemeinsam dem dummen Volk, was es zu tun und zu denken hat.

Und eine weitere Verlockung ist mit dieser Nähe verbunden: Politik nicht mehr nur zu begleiten und zu beschreiben, sondern selbst Politik zu machen. Viele politische Journalisten verstehen sich als politische Einflüsterer, Politikberater oder gar gleich als Politiker - auch wenn sich diese Jobbeschreibung in keinem journalistischen Lehrbuch findet.

Zur Selbstkritik:

Kaum war aber die Wahl gelaufen, und Medien und Meinungsforschung blamiert, setzte ein erstaunlicher Prozess der Selbsterkenntnis ein. Wie in den USA, wo sich 2004 führende Medien – allen voran die New York Times – für ihre falsche, regierungsgläubige und von Hurrah-Patriotismus getragene Berichterstattung zum Irak-Krieg öffentlich anklagten, grenzte es auch in Deutschland an journalistischer Selbstdenunziation.

„In Wahrheit haben die Medien die Wahl verloren,“ hieß es in der SZ. Die Frankfurter Rundschau schrieb, die Medien seien von „Akteuren der Machtbeobachtung zu solchen der Mitwirkung am Machtkampf“ geworden. Und die taz-Kollegin aus dem Medienressorts kritisierte, dass sich die Medien „als Macher, statt als Mittler“ verstanden hätten und forderte „eine neue Äquidistanz der Medien zur Politik und Bevölkerung“.

„Die Riege der politischen Kommentatoren verdammt sich in einem bislang unbekanntem Maß,“ schreibt der Kommunikationswissenschaftler Ralf Hohlfeld. „Selten zuvor gab es derart zornige Tiraden der Selbstbezeichnung.“

Grundsätzlich ist Selbstkritik ja prima und der erste Weg zur Besserung, würde ich als katholisch erzogene Linke mal behaupten.

In diesem Fall bin ich allerdings gespalten. Denn mit Blick auf die Zeit danach – also den Umgang mit der großen Koalition nach der Wahl – hatten offenbar viele Kollegen das vorausgegangene Problem nicht richtig verstanden.

Statt dem Kampagnenjournalismus die substanzielle Kritik folgen zu lassen, wandelten sich die früheren Kampagneros in Hätscheljournalisten, die mit artiger Geste niemandem weh tun, sondern der großen Koalition generös eine Chance einräumen wollten.

Erst in den letzten Monaten scheint sich das Pendel zwischen professioneller Beobachtung und leidenschaftlicher Kritik wieder einzuschwingen.

Für den Berliner Medienwissenschaftler Norbert Bolz befinden sich die Medienmacher in einer Endlosschleife: „Am Automatismus des Hinterfragens“ lasse sich erkennen, schreibt er, „dass sich Konformismus als sein Gegenteil tarnt: als Kritik. So geht es also nicht mehr weiter – beziehungsweise in den Medien: endlos weiter.“

Das bezieht Bolz zwar auf die mediale Kritik, es läßt sich meiner Meinung nach aber ebenso auf die mediale Selbstkritik anwenden. Ein System, das sich durch Kritik und Selbstkritik am Leben hält, ohne dass sich tatsächlich irgendwann etwas ändert. Eine gruselige Analyse - wenn sie denn stimmt.

Zur Medienschelte:

Ausgerechnet unser Alt-Medienkanzler Schröder betätigte sich nach der Wahl im letzten Jahr als herausragender Medienkritiker. „Medienmacht und Medienmanipulation haben das demokratische Bewußtsein nicht erschüttert“, verkündete er in einer Mischung aus Großspurigkeit und Opfergestus.

So kennen wir unsere Politiker: Ständig versuchen, mit den Medien zu kungeln und sie für die eigenen Zwecke einzuspannen, aber jammern, kaum dass ihnen etwas nicht paßt.

Damit Sie mich nicht falsch verstehen: Ich glaube durchaus, dass sich die politische Klasse manchmal zu Recht über die Medien beschwert (s. das vorangegangene Beispiel). Und manchmal man sich als Journalist auch der eigenen Kaste, angesichts des üblen Spiels, dass manche Kollegen vom Boulevard mit Politik und Prominenten treiben.

Aber in vielen Gesprächen mit Politikern habe ich feststellen müssen, dass diese Berufsgruppe manchmal ein erstaunlich rudimentäres Verständnis von Pressefreiheit hat. Deshalb ist es auch gar nicht weiter erstaunlich, dass ausgerechnet Politiker die reine Informationsvermittlung oft als die vornehmste Aufgabe der Medien betrachten.

Vor einiger Zeit habe ich eine Aktion initiiert, die sich gegen den Mißbrauch von autorisierten Interviews richtete und an der sich alle großen deutschen Printmedien beteiligten. Wir alle litten darunter, dass sich Politiker Interviews zur Autorisierung vorlegen lassen und sie dann häufig genug komplett umschreiben oder Aussagen ins Gegenteil verkehren.

Auch bei dieser Aktion war ich ziemlich erschrocken, wie selbstverständlich Politiker die Medien als ihr Sprachrohr begreifen und keinen Sinn für deren Kritikfunktion haben. Aber ist das - angesichts des Selbstverständnisses vieler Kollegen - von uns nicht auch mitverschuldet?

Zu Werbung:

„Die freie Presse ist das überall offene Auge des Volksgeistes, das verkörperte Vertrauen eines Volks zu sich selbst, das sprechende Band, das den Einzelnen mit dem Staat und der Welt verknüpft.“ Um dies zu verwirklichen müsse „die erste Freiheit der Presse darin bestehen, kein Gewerbe zu sein.“

Unter aufklärerischen Gesichtspunkten hat er Recht, der alte Marx, von dem dieses Zitat stammt. Nur leider sieht die Realität anders aus. Medien unterliegen, wie andere Lebensmittel auch, den Bedingungen des Marktes. Mit ihnen wird Geld verdient, journalistische Produkte werden als Ware gehandelt.

Und je knapper die Ressourcen werden, desto mehr verändern sie das Selbstverständnis der Branche. Selbst in seriösen Medien wird Werbung inzwischen gegen wohlwollende Berichterstattung verhandelt. Wird wortwörtlich als Artikel ins Blatt genommen, was als Pressemitteilung ins Haus geflattert kam.

Ist das redaktionelle Umfeld häufig nicht mehr von Anzeigen zu unterscheiden. In den Bereichen Reisen, Motor und Gesundheit kann man inzwischen durchaus von struktureller Korruption reden.

PR-Strategen und Journalisten kommen sich immer näher. Und es liegt ganz im Interesse von Pressesprechern und Öffentlichkeitsarbeitern die Grenzen zwischen Journalismus und PR aufzuweichen. Sie verstehen sich gerne als „Medienpartner“, wo sie doch eigentlich Gegner sind.

Dabei geht es inzwischen längst nicht mehr nur um platte Produkt-PR. „Wir liefern Ideen und richtige Geschichten“, berichtet Wolfgang Hünnekens, ein bekannter PR-Branchenprofi.

(Als ich auf einem Kongress einmal darauf bestand, dass sich Journalismus und PR fundamental unterscheiden – u.a. in der Verpflichtung zur Wahrheit – waren die Sprecher und Öffentlichkeitsarbeiter weidlich empört. Allen Ernstes behaupteten sie, auch sie wären schließlich zur Wahrheit angehalten.

Lobbyismus gleich Wahrheit? Wir sind doch hier nicht bei Aldous Huxley.)

Es gibt immer weniger Journalismus, aber vieles, was sich als solcher tarnt, dabei aber nichts anders ist als PR oder Unterhaltung. Das ist eine Gefahr, die man gar nicht laut genug beschreiben kann und zum Glaubwürdigkeitsverlust unseres Berufes weiter beiträgt.

Und gerade ein Journalismus, der sich auf seine Informationsfunktion zurückzieht und dabei Kritik und Kontrolle aus den Augen verliert, hat dieser Gefahr viel zu wenig entgegenzusetzen.

Entgrenzung:

Lassen Sie mich zum Schluss noch ein paar Worte zur Entgrenzung des Journalismus verlieren. Dieser Begriff stammt von Siegfried Weischenberg und ich will ihn mir in Bezug auf Weblogs und Amateurjournalisten anschauen.

Blogs sind absolut hip in den USA. Sie werden als alternatives Konzept zum etablierten Journalismus gefeiert, als Forum der Gegenöffentlichkeit und zusätzliche Informationsquelle, als demokratisches Instrument, das jedem Schreibwilligen und -wütigen offen steht.

Und was die Kritik angeht, haben Blogs als Medienwächter schon erstaunliches erreicht. Zum Beispiel der Internet-Unternehmer Robert Cox, der der New York Times schlampiges Handwerk nachwies und sie mit Hilfe der Internet-Gemeinde zwang, ihre Kommentarregeln zu ändern.

„Blogger sind die Barbaren vor den Toren“, schreibt eben dieser Robert Cox. Und da ist sicher was dran.

Doch selbst wenn man wie ich ein großer Fan einer unzensierten, demokratischen Öffentlichkeit ist – Blogs als den neuen Journalismus zu feiern, der uns Profis überflüssig macht, halte ich für kompletten Unsinn.

Kein Blogger ist irgendeinem Standard oder Ethos verpflichtet. Er nimmt auch keine öffentliche Aufgabe wahr, die seine Pflichten regelt. Und eine wirkliche Selbstkontrolle gibt es im Netz auch nicht.

Selbstverständlich können Blogs eine wichtige demokratische Funktion erfüllen und Öffentlichkeit herstellen. Das hat aber noch nichts mit den vielen bereits angesprochenen Funktionen des Journalismus zu tun. Deshalb sollten Redaktionen auch tunlichst vermeiden, Informationen aus Blogs

ihren Lesern ohne Hinweis auf die Quelle zu präsentieren oder Blogger als Journalisten auszugeben. Es handelt sich um konsequent zu unterscheidende Dimensionen von öffentlicher Kommunikation.

Dasselbe gilt für Amateurjournalismus. Das südkoreanische Net-Medium OhmyNews zum Beispiel, hat nur rund 40 Festangestellte aber bereits 40.000 Amateurreporter weltweit. 100.000 sollen es noch werden.

OhmyNews hat unglaubliche Klickraten – was angesichts der Mediendürre in Südkorea auch nicht verwunderlich ist. Und es ist gar nichts dagegen einzuwenden, dass Freizeitreporter und -fotografen aus jeder Ecke eines jeden Kontinents für OhmyNews berichten.

Mit Journalismus hat auch das aber nur bedingt zu tun. Hier gelten die selben Einschränkungen wie bei den Blogs. Deshalb ist es medienethisch mehr als fragwürdig, wenn inzwischen auch deutsche Zeitungen – allen voran das Boulevard – Amateure dazu aufrufen, Prominenten zwecks Artikeln und Fotos hinterherzuspähen und die Beute in die Redaktion zu schicken.

Die Selbstverpflichtung zur Kritik und Kontrolle bleibt nun einmal ein Essential unseres Berufs.
Kritik im Journalismus ist nicht alles. Aber ohne Kritik ist alles nichts.

Vielen Dank