

Journalismus unter Druck

Über die bleibende Bedeutung der öffentlichen Kommunikation für unser Gemeinwesen

Von Prof. Dr.
Alexander Filipovic

Block, Bleistift, Schreibmaschine und ein Telefon – das waren bis vor kurzem noch die wichtigsten Dinge, die ein Journalist zum Arbeiten brauchte. Die Digitalisierung aber hat auch diesen Beruf verändert: Smartphone mit Aufnahme-App und ein Notebook mit Internetzugang sind die modernen Requisiten. Redaktionsräume heißen jetzt Newsrooms und der Redaktionsschluss entfällt ganz: Websites der journalistischen Medien werden laufend aktualisiert, notfalls von den Kollegen in Australien. Statt Informantengesprächen beobachtet man die Twitter-Timeline, und ob der Artikel gut ist, verraten einem die Klickzahlen.

Die Veränderungen des Arbeitsalltags dieses Berufsstandes sind ein erster Hinweis darauf, wie sehr sich der Journalismus verändert hat. Die Veränderungen gehen aber weit darüber hinaus: Denn sie betreffen die gesellschaftliche Kommunikation, den Dialog von Mensch zu Mensch. Dieses gemeinsame Gespräch ist für das Gemeinwesen so wichtig wie das Miteinanderreden für die Familie und für eine Freundschaft. Und die Sorge lautet, dass die Veränderungen im Zuge des digitalen Umbruchs dazu führen, dass der Journalismus diese wichtige Funktion nicht mehr erfüllen kann. Gerät der Journalismus unter Druck – dann gerät auch unser Gemeinwesen unter Druck.

Menschenwürde, Freiheit und Gerechtigkeit

Ist diese Sorge wirklich berechtigt? Und kann der Journalismus diese Erwartung überhaupt erfüllen? Welche moralischen Kriterien sollen und können wir an den Journalismus heute anlegen? Das Internet zwingt uns dazu, neu über den Journalismus nachzudenken. Das ist eine medienethische Aufgabe.

Journalismus brauchen wir notwendiger denn je. Augenfällig wird das an den Kriegen und anderen humanitären Katastrophen unserer Zeit: Der Journalismus hat die Aufgabe, uns mit Nachrichten aus diesen Gebieten und über die Geschehnisse zu versorgen und Hintergrundinformationen zu recherchieren, auszuwählen und verständlich zu präsentieren. Wir denken dabei an unsere Tageszeitung in Print- oder Onlineform, an die Tagesschau und an den Hörfunk.

Aber warum hat er eigentlich diese Aufgabe? Der Journalismus hat diese Aufgabe, weil wir der Überzeugung sind, dass wir die politischen und gesellschaftlichen Probleme dieser Zeit, die durch neue Kriege und Auseinandersetzungen gekennzeichnet sind, nur dann lösen können, wenn wir gut informiert sind – sowohl in aktueller Hinsicht als auch im Hinblick auf die tieferen Zusammenhänge.

Wenn wir diesen Anspruch an gute Nachrichten und Informationen haben, dann merken wir dabei vielleicht gar nicht, dass wir damit ziemlich starke und gewichtige Normen in Anschlag bringen. Denn „die politischen und gesellschaftlichen Probleme lösen“ bedeutet doch letztlich, sich für eine gerechtere, friedlichere und freiheitlichere Welt einzusetzen. Wir erwarten vom Journalismus keine Politik und kein Eingreifen, aber wir erwarten, dass er durch seine Leistungen den de-



Immer up to date: Mitarbeiter des Nachrichtensenders N24 im Newsroom in Berlin.

Foto: Bernd von Jutrczenka/dpa

mokratischen Prozess und eine gesellschaftliche Debatte ermöglicht, die an den moralischen Zielen Gerechtigkeit, Freiheit und menschenwürdige Lebensbedingungen ausgerichtet ist.

Mit dem Blick auf das gegenwärtige Leid in unserer Welt zeigt sich also die grundlegende moralische Orientierung, mit der wir den Journalismus beurteilen sollten. Es geht beim Thema Journalismus um nichts weniger als um unser aller gutes und gerechtes Leben: Menschenwürde, Freiheit, Gerechtigkeit – das sind die Normen für den Journalismus, heute wie zu seinen Anfängen. Und daran, also an der Gültigkeit dieser Normen, ändert auch der digitale Umbruch nichts.

Dass der Journalismus an diesen hohen Zielen auch immer wieder scheitert, ist nichts Neues und ist auch nicht unbedingt mit der Digitalisierung verknüpft. Aber die Schilderungen eines Fotojournalisten vor einigen Wochen über die aktuelle Medienberichterstattung der Situation in Syrien weist auf eine moderne Entwicklung hin: Timo Vogt, ein Fotoreporter, sprach im Bayerischen Rundfunk von „Geschichten, die in die Welt müssen“.

Er macht keine Fotos von der Kriegfront, sondern dokumentiert den Alltag in den Kriegsgebieten. Dieser Alltag der Zivilbevölkerung ist weniger spektakulär, aber das Leid der Menschen spielt sich in diesem Alltag ab, etwa durch Hunger oder durch die Zerstörung der Wohnung oder der Schulen. Er schilderte seine Schwierigkeiten, diese Bilder überhaupt in den west-

lichen Medien unterzubringen. Es verkaufe sich nur das Spektakuläre, die Explosionen und die Kämpfer mit martialischen Waffen. Alltagsgeschichten, die das wahre Leid zeigen könnten, könne er nicht mehr verkaufen. Das ist ein erster Hinweis darauf, dass durch größeren Konkurrenzdruck wirkliche Hintergrundgeschichten immer weniger ein Publikum bekommen.

Ist Qualitätsjournalismus heute noch finanzierbar?

Das Internet war von Anfang an mit der Hoffnung auf mehr Demokratie und eine bessere Welt verbunden. Aber das Internet als Meinungsschleuder und Empörungsverstärker trägt aus sich heraus zur Lösung gesellschaftlicher und politischer Probleme nichts bei. Das wurde in den letzten Jahren immer deutlicher, denn die großen Hoffnungen auf eine freiheitliche und gerechte Welt gerade durch das Internet wurden enttäuscht.

Unter diesen Umständen braucht es eher mehr professionellen Journalismus – egal, ob in traditionellen Zeitungen oder in Internetmagazinen. Aber das Zeitungsterben der letzten Jahre, die Schrumpfung der Redaktionen und die immer dünneren Ausgaben lassen hier wenig Hoffnung zu. Vor allem der Zeitungs- und Magazinjournalismus steht unter massivem ökonomischen Druck. Durch die alternativen Werbemärkte des Internets brechen Werbekunden weg. Auch deutliche Erhöhungen der Verkaufspreise können das nicht auffangen und

Online-Bezahlschranken werfen noch nicht genug ab. Auch wenn es hier Ausnahmen gibt: Qualitätsjournalismus, egal, ob gedruckt oder online, wird immer schwieriger zu finanzieren.

Hinzu kommt: Ein guter Journalismus wird auch jenseits der Finanzierungsfrage zunehmend herausfordernder. Mit der Schnelligkeit von Twitter und den Social Media kommt der Journalismus kaum mehr mit. Wegen der Vervielfältigung der Kanäle und Angebote muss man Leser durch spektakuläre Schlagzeilen anlocken. Es entsteht ein landesweiter Wettlauf um Leser durch den spektakulärsten Aufmacher und die lauteste Empörung.

Natürlich muss der Wandel als Gestaltungsaufgabe begriffen werden. Die Gesellschaft kann es sich jedenfalls nicht leisten, dem Journalismus beim Sterben zuzuschauen. Über eine steuerliche Entlastung der Zeitungsverlage und Sender wird mittlerweile nachgedacht. Und es wird diskutiert, wie man Journalismus etwa durch Stiftungsmodelle alternativ finanzieren kann. Man muss sich bei diesen Gestaltungsaufgaben zuallererst von den moralischen Orientierungen leiten lassen, die wir an den Journalismus anlegen wollen.

Ohne Leser allerdings, die diese Ansprüche auch tatsächlich haben und einfordern, wird es einen solchen Journalismus nicht mehr geben. Menschen, die sich nicht für eine Verbesserung unserer Lebensverhältnisse interessieren und einsetzen, benötigen keinen gesellschaftlich und politisch orientierten

Qualitätsjournalismus. Ihnen reicht die Wettervorhersage, Ratgeberseiten und Unterhaltung wie Sport, Gesellschaftsratsch und Skandale.

Doch ein Journalismus, den keiner liest, hört oder sieht, ist kein Journalismus. Es geht immer auch um die Popularisierung und das Verständlichmachen dessen, was zum Guten und Gerechten beiträgt. Aber auch unter Berücksichtigung dieser Regel bleibt die Frage interessant: Kann der gute und niveauvolle Journalismus sich seinen eigenen Markt schaffen? Dass die Unterhaltungsformate das können, ist klar: Was unterhält, worüber man lachen oder sich empören kann, verkauft sich mit einiger Sicherheit von selbst.

Die Basis für soziale Verständigung schaffen

Der Qualitätsjournalismus funktioniert aber nur unter Voraussetzungen, die er selber nicht oder nur unvollständig herstellen kann: soziales Verantwortungsgefühl, Mitleid und Solidarität, Gerechtigkeitsgefühl, Gemeinsinn, Gemeinwohlorientierung, Freiheitspathos, Empathie. Nur wenn man solche Eigenschaften besitzt, wird man den Leitartikel über die Terrorgruppe Islamischer Staat durchlesen, die NSA-Dokumentation oder den Weltspiegel anschauen. Und dies lernen wir wohl vor allem in der Familie, in der Schule, im Freundeskreis, also an den Orten des Aufwachsens und Lernens im Kinder- und Jugendalter.

Die Neu- und Umgestaltung des Journalismus in Rundfunkanstalten, Zeitungen, Verlagen, Sendern usw. ist notwendig, muss sich aber von den großen Werten leiten lassen und ist auch auf ein einigermaßen hohes moralisches Niveau von Lesern, Hörerinnen und Zuschauern angewiesen. Der Journalismus ist bedeutsam für unser Gemeinwesen, denn ohne Nachrichten, Recherche und Kritik kommen wir gesellschaftlich und politisch nicht aus.

Die Verantwortung für einen solchen gemeinwesenrelevanten Journalismus haben aber auch wir selber. Ihr können wir gerecht werden, indem wir ihn durch unsere Nachfrage honorieren und von der Politik eine entsprechende Medienpolitik einfordern. Wir können ihr auch gerecht werden, indem wir uns mit unseren Kommentaren in Online-Foren und auf Websites zurückhalten und einen respektvollen und gemäßigten Ton anschlagen. Vor jeder Journalistenschelte sollten wir uns unserer eigenen Verantwortung für die Verständigung in unserem Gemeinwesen bewusst sein.

Aus dieser Haltung heraus können wir dann aber auch den Journalismus kritisieren, den wir nicht haben wollen. Wir wollen keinen Empörungswettkampf im Blätterwald oder in den Talkshows, wir wollen den Journalismus nicht als Meute, die den Verfehlungen von Personen hinterherhetzt. Wir wollen weder, dass Politiker durch „Bild“ nach oben, noch nach unten katapultiert werden. Denn eine moralisierende, auf Empörung setzende öffentliche Kommunikation kann keine gemeinschaftliche Verständigung herstellen. Und diese soziale Verständigung brauchen wir in Deutschland, Europa und der Welt. Und zwar mehr denn je. Dazu kann und soll der Journalismus seinen Beitrag leisten. Dass er das auch in Zukunft noch kann – das ist unser aller Aufgabe.