Unerwünschter Rat an Journalisten: Macht einfach euren Job.

12/03/2018 17:47

Die Verunsicherung von professionellen Leitmedien-Schreibern und -Machern durch das kuriose „Lügenpresse“-Syndrom greift weiter um sich. Die resultierende anhaltende Selbst-Infragestellung im vermeintlich authentisch-direkten „Austausch“ mit „den Lesern“ ist aber gerade in diesen Zeiten geistiger Verwirrung unnötig und kontraproduktiv. Es geht hier nicht um „Wahrheit“, sondern um richtig verstandene Professionalität.

Haben Sie es auch bemerkt? Die direkte Leser-Kommunikation auf der Beurteilungs-Metaebene ist seit Jahren schwer in Medien-Mode. Vorletzte Woche erst nahm unser allerliebstes Leitmedium „Der Spiegel“ erneut einen langen Anlauf, druckte einen etwas verdrucksten Artikel zum Thema „Medien-Vertrauen“, der auf genau zwei(!) Gesprächen mit etwas willkürlich ausgewählten Lesern beruht und am Ende dazu aufruft, die Leser mögen massenhaft ihre Meinung zum Thema an die Autorin senden. Von den aktuell rund 730.000 (Kauf-) Lesern schickten 2500 (0,34 %) ihre Meinungssätze, das aktuelle Heft veröffentlicht ein Dutzend davon, von denen ein paar wenige grundlagenkritisch tun. – Und man ist ratlos wie zuvor. Da wird auch die geplante Riesen-Leser-Konferenz nicht helfen. Die kleine Leserbrief-Minderheit der Aus-dem-Bauch-Meckerer bringt einfach niemanden voran.

Wer seit vielen Jahren Medienarbeit von der PR-Seite her macht, fragt sich wieder mal: Warum machen die das bloß? Soll dieses Metakommunikationsspiel von irgendwas Tiefgreifenderem ablenken? Haben die einfach zu viel Zeit und zu wenig relevante Themen? Ich glaube, nein. Dieser Rummel um so gut wie nichts spiegelt nur das tatsächlich ganz unnötigerweise mangelhaft ausgeprägte professionelle Selbstbewusstsein der Verantwortlichen und Schreiber in vielen Medien-Unternehmen. Darum erinnere ich die Kollegen und uns alle als Medien-Mitverfolger (um nicht zu sagen „Konsumenten“) heute mal daran, was wir nie vergessen sollten:

Wir haben in Deutschland insgesamt die vermutlich beste, vielfältigste, unabhängigste und professionellste Medienlandschaft weltweit!

Der vom „Lügenpresse-Mainstream“ faselnde Ahnungslose kann aus professioneller Sicht schulterzuckend hingenommen werden. Wenn er wider Erwarten doch irgendwie denken kann, möge er sich selbst fragen: Wie kann man Nachrichten für ein Millionenpublikum besser und gerade auch „objektiver“ darstellen als in der Fast-immer-auf-den-Punkt-Tagesschau um 20 Uhr? Wie faktenreiche Meinungen in Magazinform genauer aufbereiten und nachvollziehbarer anbieten als im Heute-Journal oder eben auch im „Spiegel“? Ganz zu schweigen von der Möglichkeit, sich aus einer riesigen Auswahl an freien Medien und ihren durchaus unterschiedlichen Perspektiven informatorisch und meinungstechnisch zu bedienen...

Um es deutlich zu sagen: Es liegt am offensichtlich medientheoretisch und medienpraktisch nicht ausreichend vorgebildeten Leser, der nachplappert, was er bei radikalen Ideologen aufschnappt, weil es so schön einfach ist, wenn er sinnlos von „Lügenpresse“ schwafelt – und einfach die banale Grundlage des

ganzen (Medien-) Spiels nicht versteht: Es gibt auf dieser Welt nicht „die Wahrheit“ (blöder Verkaufsslogan übrigens, lieber Spiegel: „Keine Angst vor der Wahrheit“ spielt den Feinden der „Mainstream-Medien“ psychologisch nur in die Hände). Es gibt „nur“ (oder glücklicherweise) viele Interpretationen und Zusammenhangskonstruktionen, damit „müssen“ oder wollen wir leben (da hatte die gute, die blinden Ideologien relativierende, von Nicht-Mitspielern heute gern missverständlich beschimpfte „Postmoderne“ der 90er Jahre ja schlicht recht).

Der Maßstab zur mediengemachten Strukturierung des Diskurses bleibt aber – jedenfalls im aufgeklärten und demokratischen Abendland – ein grundlegender, vorauszusetzender Geltungsanspruch der menschlichen und bürgerlichen „Vernunft“. Diese kann beispielsweise auf Methoden gebaut und so ihrerseits begründet werden (im Journalismus: Faktenrecherche-Techniken, Erzählungsbildung, notwendige Reduktion von Komplexität etc.). Oder sie kann auf eine Verallgemeinerbarkeitsregel aufsetzen (etwa: „Mit diesem beschriebenen Bild aus dem angenommenen/gefundenen Datenmaterial kann man so leben, dass es zu den Daten nicht in Widerspruch gerät und daher prinzipiell Anspruch auf korrekte Abbildung von ‚Wirklichkeit‘ erheben kann.“) Es gibt einige weitere Methoden der vernünftigen Begründung, gern an anderer Stelle zu erörtern. Für den Journalismus ist wichtig: seiner Verantwortung vor dem „Gerichtshof der Vernunft“, wie Immanuel Kant gern gesagt hat, gerecht zu werden, am besten nach den eigentlich bekannten, eingeübten Regeln dieser Profession der Vermittler und Bewerter.

Für mich bleibt er schon seltsam, dieser in der kräftezehrenden Hyperaktivität im Leserkontakt aufscheinende Verlust des journalistischen Selbstbewusstseins selbst dort, wo eigentlich für die beteiligten Individuen genug Geld im Umlauf und genug persönliche Sicherheit vorhanden ist. Vermutlich steht dann doch auch hier eine dem Social-Media-Sturm nicht gewachsene Vor-Bildung im Hintergrund, wie auch an anderen Stellen der mancherorts diagnostizierten Angst-Gesellschaft des fortschreitenden, digitalisierten Kapitalismus. Eine „sichere“ Bildung für Journalisten müsste bewusst hintergründig-prinzipiell darauf zielen, Inhalte und Prozesse des gesellschaftlichen Lebens vor allem so schlüssig zu erarbeiten, dass konstruktive Welt-Bild-Zusammenhänge im realisierten öffentlichen Sprechen erkennbar werden können, was überhaupt erst so etwas wie „Begründung“ (und also Argumentation) ermöglicht. Keineswegs geschieht das anstrengungslos von allein, wenn man angeblichen Twitter-Trend-Themen hinterherhechelt. Es geht um (zunächst auch abstrakte, möglicherweise sogar auf eine jeweils eigene „Agenda“ zielende) geistige Anstrengungen aller verantwortlich Beteiligten, um eine nicht nur routinemäßige Bewusstheit des eigenen Tuns. Auf das eigene Denken kommt es gerade heute wieder an. Zum Glück kann man daran ja arbeiten und seine Sache immer wieder einfach gut machen, in der Nachrichten-/Themen-Auswahl nach den uralten Kriterien von Relevanz und Aktualität und in der gelassenen Auseinandersetzung mit verschiedenen Ansichten.

Also: Traut euch, ihr Schreiber! Ihr müsst gar nicht immerzu flott, unterhaltsam, „interessant gemacht“ oder gar provokativ arbeiten. Es darf auch mal einfach klassisch-ernst und verhältnismäßig ruhig sein, auch wenn das Rechercheaufwand kostet und später auf Spiegel-Online nicht so zündet. (In diesem Zusammenhang: Danke an Markus Feldkirchen für sein großartiges Porträt von Martin Schulz!) Wenn ihr aber doch eine etwas banal-doofe Botschaft meint haben zu müssen (wie häufig beim Springer-Verlag), sendet sie ruhig, aber lügt nicht direkt. Das wird übrigens auch dem dümmsten Leser irgendwann einfach langweilig und er bleibt dann lieber gleich bei Facebook, wo es abwechslungsreichere Dummheiten gibt. Oder wenn ihr Eliten-Welterklärung ohne Risiko machen wollt (wie in der ZEIT), dann macht es ruhig – und bleibt trotz relativ hoher Auflage weiterhin auf eine kleine Wohlfühlszene beschränkt und demokratiepolitisch völlig unwirksam. So oder so: Die verlegerische Stärke macht in Deutschland Vielfalt möglich, das schadet nicht, sondern ermöglicht Demokratie als Diskurs. Das ewig falsch gebrauchte „Mainstream“-Wort schenken wir mal einfach den Feinden der Demokratie und des Denkens überhaupt, mein Rat: Einfach nicht (mehr) verwenden! Wie gesagt: An so was müsst ihr euch gar nicht abarbeiten, sondern einfach euren Job gut machen. Viel Erfolg dabei!

(tldr, I know)