

Risse im Medien-Fundament der Demokratie

Anmerkungen zu Ursachen und Folgen einer krisenhaften Entwicklung. *Von Michael Rutz*

Abstract Der rasche Wandel der Medienlandschaft bringt Folgen hervor, die die notwendige Informationsbasis einer Demokratie gefährden. Das macht es nicht nur notwendig, entschiedene medienpädagogische Maßnahmen zu ergreifen. Man muss darüber hinaus auch über breite und tiefe Informationsangebote im Bereich Print und Online nachdenken, die über eine öffentlich-rechtliche Verfasstheit ähnlich dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk subventioniert werden könnten.

Was braucht man, um einen Staat zu begründen? Dreierlei, sagt die Staatslehre: Ein Staatsgebiet, die Staatsgewalt und ein Volk. Das Volk wiederum definiert sich zunächst auf formalrechtliche Weise durch die Ausgabe einer Staatsbürgerschaft, die ansonsten unverbundene Menschen zu einem Verbund zusammenschmiedet. Sie müssen, damit die Sache auch funktioniert, allerdings miteinander in Beziehung treten, also eine Kommunikationsbasis finden. Das ist umso wichtiger, je demokratischer das System ist, in dem sie leben wollen. Denn Demokratie lebt von ständig neuen Entscheidungen der Bürger, denen jeweils neue sachbezogene Information vorausgehen muss.

Was aber, wenn diese Information notleidend ist? Die Entwicklungen, die wir in unserem Mediensystem gegenwärtig erleben, lassen nichts Gutes ahnen. Da bekanntlich die jeweiligen Alterskohorten ihr einmal eingeübtes Medienkonsummuster später nicht mehr ablegen, lässt sich heute schon absehen, wo die Medienlandschaft in wenigen Jahrzehnten stehen wird: Sie wird, jedenfalls auf dem Feld der – im weitesten Sinne – politischen Information, vollends webbasiert sein.

Auf den ersten Blick scheint das nicht nur kein Problem zu sein, sondern sogar eine Chance. Denn tatsächlich eröffnet das Internet eine Welt unbegrenzter Information, die nicht nur zahlenmäßig alle Maße sprengt, sondern auch keine nationalen Grenzen kennt. Darin liegen für Ideologie-Exporteure ungeahnte

*Prof. h. c. Michael Rutz
ist geschäftsführender
Gesellschafter der Prof.
Rutz Communications
GmbH in Berlin.
Er war zuvor in
leitenden Positionen
beim „Bayerischen
Rundfunk“, bei
„SAT. 1“ und bei
der Wochenzeitung
„Rheinischer Merkur“
tätig.*

Chancen, weshalb der Kampf um die technische Basis des Weltinformationssystems, seine Kontrolle und seine Inhalte vielstellige Summen bei Regierungen, Unternehmen und wertgebundenen Institutionen bindet. Der Dschihad im Netz ist also Alltag.

Nimmt man das Kommunikationsbedürfnis einer Demokratie und gar einer Kulturnation zum Maßstab, werden die Nachteile offenkundig überwiegen.

Probleme durch die digitale Informationslandschaft

1. Da sind im Bereich Print zunächst die wachsenden *Schwierigkeiten der Finanzierung von Qualitätsjournalismus*. Die sinkenden Auflagen der Tageszeitungen haben das Verhältnis von Werbefinanzierung zu Vertriebserlösen dramatisch verändert. Steigende Copypreise haben den Trend zur Abbestellung verstärkt. Zugleich eröffnet die Abwanderung der Rezipienten zu Internetangeboten keine kompensierenden Einnahmemöglichkeiten. Die wesentlichen Angebote, die heute an der Spitze der Nutzung stehen, existieren, weil sie durch Printmedien oder aus anderen Verlagsgeschäften querfinanziert werden. Eingeführte Bezahl-schranken haben daran nicht viel ändern können. Das ist auch nicht verwunderlich, da die schiere Masse der im Netz verfügbaren Informationen die Gratsimentalität befördert. Und daran wird sich auf Dauer nichts ändern.

Während die einen journalistischen Qualitätsofferten im Online-Bereich auf Querfinanzierungen beruhen, halten andere ihr Erscheinen durch Selbstaussbeutung aufrecht. Da die technischen Möglichkeiten das hergeben und es sich beim Journalisten ja um keine geschützte Berufsbezeichnung mit qualifizierter Ausbildung handelt, werden journalistische Internetseiten zum Zweitberuf oder zu Äußerungsplattformen für jene Journalisten, deren extrovertierter Grundcharakter und leidenschaftlicher Äußerungswille mit dem Erreichen der Pensionsgrenze nicht abgestorben sind und die durch starke Meinungen, aber in der Regel schwache, weil kostenintensive Recherchen, ihre Präsenz auf dem Meinungsmarkt aufrecht erhalten wollen.

2. Zugleich verlangt das Internet nach einem anderen, *verkürzten journalistischen Stil*. Er ist die Konsequenz der Erkenntnis aus Neuro- und Sozialwissenschaften, dass Digital Natives ein anderes Lese- und Mediennutzungsverhalten aufweisen als Nutzer ohne digitale Kinderstube. Sie scannen Texte eher als sie vertiefend zu lesen. Darauf muss bei der Abfassung von Texten, die für die Inter-

netnutzung vorgesehen sind, Rücksicht genommen werden, wenn man erfolgreich sein will, denn die Texte müssen selbst auf dem Display eines Smartphones noch übersichtlich bleiben.

In eigenen Kursen wird Volontären deshalb heute beigebracht, wie das kurze und knackige Formulieren für Internetangebote funktioniert. Da aber mit der technischen Konvergenz der Medien auch die inhaltliche Konvergenz einhergeht und diese in gemeinsamen Content-Redaktionen für die verschiedenen Verteilungswege Print oder Online ihren Ausdruck findet, schlägt der kurze Stil durch die Mehrfachnutzung der Texte direkt auf die Printmedien durch. Denn Online hat Vorrang, dieser Verteilungsweg erhöht die im Anzeigenmarketing nutzbare Reichweite eines Titels, während die Printauflagen überall kontinuierlich zurückgehen.

Die kulturellen Folgen dieses verkürzten, spannenden Lesens sind dramatisch. Wer nicht gründlich liest, weiß nicht, wie man etwas schreibt. Er wird sich mit allen anderen, denen es genau so geht, in regelmäßigen Abständen zusammenfinden im Ruf nach einer neuen Runde der Rechtschreibreform. Die praktischen Auswirkungen dieser Umstände lassen sich heute bereits an den Hochschulen besichtigen, die zu einem nicht geringen Teil von Studenten bevölkert sind, die des konzentrierten Lesens längerer Texte, ihrer inhaltlichen Verarbeitung sowie des Schreibens nicht mehr mächtig sind. Da aber – wie die Pisa-Studie zur Lesekompetenz das zu Recht festgestellt hat – „Lesen [...] eine universelle Kulturtechnik [ist] und die Teilhabe am sozialen und kulturellen Leben einer modernen Gesellschaft“ (Deutsches Pisa-Konsortium 2001, S. 78) erst ermöglicht, beschränken sich Menschen ohne entsprechende Lesekompetenz selbst in ihren Rechten und Pflichten als Staatsbürger.

3. Hinzu kommt eine *Verflachung der Inhalte*. Sie hat zunächst mit dem Personalabbau zu tun, der in früher gut ausgestattete Redaktionen Einzug gehalten hat. Die Zeit zur Recherche schwindet, zugeliessene Texte werden oft ungeprüft ins Blatt gehoben, was sich vor allem in lokalen und regionalen Bereichen feststellen lässt. Die prekären Beschäftigungsverhältnisse im Bereich der Hospitanten nehmen dort zu, Medienrezipienten werden unter dem Vorwand *demokratischer Nutzerbeteiligung* in die redaktionelle Wertschöpfung integriert, ohne dass daran besondere Qualitätsmaßstäbe angelegt würden. Zugleich steigt die Konformität überregionaler Inhalte durch die Einrichtung von kostensparenden Zentralredaktionen für eine Vielzahl von Kopfblättern.

Die Verflachung der Inhalte wird zugleich wesentlich durch eine veränderte Nachrichtenselektion befördert. Wer in der Vielzahl der Internet-Offerten auf dem Informationsmarkt erfolgreich bleiben will, der muss sich einer boulevardesken Nachrichtenselektion bedienen. Was es damit auf sich hat, kennen wir nicht erst seit der Auflistung der Selektionskriterien für Nachrichten durch Niklas Luhmann. Die Selektoren sind markante Diskontinuität, Konflikte, Quantitäten, lokaler Bezug und Normverstöße.

Die in diesem Sinne möglichen Lese-Reize werden zunehmend sich gegenseitig überbietend genutzt. Sachbezogene Diskussionen des öffentlichen Diskurses finden sich in den Medien kaum wieder, wenn sie nicht mindestens einen Konflikt hergeben, der dem Journalisten emotionale Aspekte, Seriencharakter und einen Sieger und Besiegten verspricht.

Aus markanten Diskontinuitäten werden – vor allem im ökologischen Zusammenhang – umstandslos Horrorszenarien und Weltuntergangsprognosen abgeleitet, auf die später – wenn sie nicht eingetreten sind – niemand

Sachbezogene Diskussionen finden sich kaum in den Medien, wenn sie nicht einen Konflikt hergeben, der einen Sieger und einen Besiegten verspricht.

mehr zurückkommt. Waldsterben, Ozonloch, Robbensterben in der Nordsee, Schweinegrippe, Rinderwahn, Vogelgrippe, auch die aktuelle Klimadiskussion haben einen hysterischen Journalismus erlebt, der von den Notwendigkeiten einer gründlichen Recherche und einer skeptisch-distanzierten Berichterstattung weit entfernt ist, der aber von den zunehmend höheren Reizschwellen der Informationsrezipienten befördert wird.

4. Entsprechend gestaltet sich auch die *mediale Wahrnehmung von Prominenz als Negativfolie*. Normabweichungen, vor allem bei moralischen Normen, die früher hingenommen oder beschwiegen worden wären, gelangen heute schnell als Skandal an die Öffentlichkeit. Vor Vorverurteilungen und Häme, wie beispielsweise im Fall Christian Wulff oder im Fall des Bischofs Tebartz-van Elst, schrecken die Medien bis hin zur „Frankfurter Allgemeinen Zeitung“ nicht zurück. Vermutungen werden rasch als Tatsachen verkauft, Privatleben wird rücksichtslos öffentlich gemacht, geringste Normabweichungen durch Veröffentlichung skandalisiert. Die angelegten Beurteilungsmaßstäbe an Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens, zumal an Politiker, sind dabei oft so rigoros, dass sie von kaum einem Sterblichen – schon gar nicht von den Journalisten selbst – erreicht oder eingehalten werden wollen. Die Folge ist ein sich verbreitender Unwille, sich

angesichts einer solchen Medienlandschaft, die sich täglich neue Schlachtopfer sucht, in öffentliche Ämter zu begeben – ein direkter Schaden für die Demokratie.

5. Die mit den Online-Medien und den Informationsangeboten im Internet einhergehende Atomisierung der Medienlandschaft führt direkt zu einer *Erosion der Kommunikationsplattform einer Demokratie*. Wo früher die Vermittlung auch komplizierter Zusammenhänge an eine hinreichend große Wählerschaft über das Printmedium Zeitung möglich war, verliert sich diese Möglichkeit im Dschungel heutiger Informationsangebote.

Da die größte Zahl von Medienkonsumenten über das Medium Fernsehen erreicht wird – der Trend zu steigender Fernsehnutzung ist ungebrochen –, greifen die politischen Protagonisten intensiv auf die verschiedenen Talkshow-Formate zurück. Dort aber wird die politische Botschaft Opfer der Dramaturgie des Fernsehens, die auf kurze Statements und vom Moderator beförderte offene Konflikte in einer Sendung setzt. Auf diese Weise wird die Fähigkeit eines Politikers, inmitten solcher Debatten für ihn positive Emotionalisierungseffekte zu setzen, zum Ersatz der gründlichen Argumentation, auf die es im Fernsehen gar nicht mehr ankommt.

Dieser Mechanismus wird gefördert durch die Erkenntnis, dass die Informationen aus einer Fernsehsendung vom Zuschauer rasch vergessen, die Richtung der mit Botschaft und Protagonist einhergehenden Emotionen aber gemerkt werden. Da die wiederholte Wahrnehmung gleichgerichteter Emotionen zu dauerhaft verfestigten Überzeugungen führt, kann ein Absender einer Botschaft im Fernsehen gar nicht an einer diffizilen Botschaft interessiert sein: Wichtiger ist die Überlegung, welche Wirkung sein Botschaft erzielt und wie sich eine Botschaft auf einen emotionalen Grundgehalt simplifizieren lässt.

6. Schließlich ist der Umstand erheblich, dass dem Erreichen der Informationsmöglichkeiten des Internets zahlreiche *Hürden der Rezeption* gesetzt sind. Während eine Zeitung ein Push-Medium darstellt und sich nach dem Erwerb des lesekundigen Rezipienten wie eine Wundertüte auftut, benötigt man zur Information im Internet, einem Pull-Medium, sowohl technisches Gerät und das Geld dafür als auch die Fertigkeiten, diese Hard- und Software zu bedienen. Damit unterliegt die Nutzung der Internet-Information sowohl einer sozialen wie auch einer intellektuellen Differenzierung, die stärker sind als beim Konsum von Zeitungen.

Weiterentwicklung der Medienlandschaft

In dieser Situation die weitere Entwicklung der Landschaft nicht sich selbst und damit dem Markt zu überlassen, ist nicht nur eine politische Notwendigkeit, sondern auch eine kulturelle Klugheit. Denn in diesem Falle lebt eine Demokratie von Voraussetzungen, die sie selbst schaffen kann und zu ihrem Selbsterhalt auch schaffen muss. Die Möglichkeit des massenkommunikativen Austausches und auch die Fähigkeit dazu sind Grundkonstanten eines offenen Gesellschaftssystems. Um die Medienlandschaft weiterzuentwickeln, sind verschiedene Ansätze denkbar.

1. Unabdingbar ist die *Sicherung eines finanziell, technisch und hinsichtlich der Technikkompetenz barrierefreien Informationsangebots*, das die notwendige thematische Breite und eine dem jeweiligen Thema angepassten Tiefe aufweist. Dabei kann es sich nur um das Medium Zeitung handeln, das sich dem Lesekundigen einfach erschließt, das leicht auf händischem Wege und ohne komplizierte technische Abhängigkeiten – etwa dem Vorhandensein von mobilen Telefon- bzw. Internet-Netzen – verteilbar ist. Zudem weist die Zeitung die größte Rezeptionstiefe auf – Gelesenes wird bekanntlich intensiver erinnert als Gehörtes. Und schließlich ist die Zeitung ein Push-Medium: Sie kommt in den Briefkasten und auf den Tisch – mitunter sogar ohne dass man sie abonniert haben muss, wie etwa die kommerziell erfolgreichen, aber journalistisch meist katastrophalen Anzeigenblätter.

*Die Zeitung weist die größte
Rezeptionstiefe der Medien auf –
Gelesenes wird schließlich
intensiver erinnert als Gehörtes.*

Es ist das Medium Zeitung, das am ehesten die für das Zusammenwirken einer demokratischen Gesellschaft notwendige Informationsqualität sichern kann. Deshalb wird die Zeitung auch, nach allen Prozessen der Marktbereinigung, als Typus überleben. In der Bundesrepublik allerdings ist ein zögerliches verlegerisches Verhalten erkennbar, das nicht in die Stärken der Zeitung investiert, sondern dort die Budgets reduziert. Anglo-amerikanische Beispiele lehren den Erfolg der gegenteiligen Strategie: Die „New York Times“ hat erfolgreich in die journalistische Qualität des Print-Produktes investiert und hat die gewonnene Tiefe zugleich in webbasierte Angebote umgesetzt.

Solche Strategien müssen auch in Deutschland möglich sein, zuvorderst bei nationalen Tageszeitungen wie der „Frankfurter Allgemeinen Zeitung“ oder der „Süddeutschen Zeitung“. Kommt man allerdings zu der Überzeugung, dass die Finanzkraft der Verlage hier nicht ausreicht, ist es keine ordnungs-

litische Sünde, an dieser Stelle mit Subventionen anzusetzen. Einer öffentlich-rechtlichen Pressestiftung wäre es möglich, bei den Personal- und Ausbildungskosten printjournalistischer Produkte helfend einzugreifen (Wie dies im Übrigen jüngst in Nordrhein-Westfalen vorgeschlagen wurde), die Bezugspreise für den Leser zu bezuschussen und über breite Kampagnen junge Leser innerhalb und außerhalb von Schulen und Universitäten an das Medium Zeitung heranzuführen.

2. Dieser letzte Punkt verweist auf ein anderes Manko: das *Defizit in der Medienpädagogik*. Die Lehrpläne deutscher Grund- und Hauptschulen sowie der weiterführenden Schulformen sehen das Heranführen der Kinder an das Medium Zeitung nur unzureichend vor. Schule muss hier aber insoweit korrigierend eingreifen, als von den Elternhäusern die intensive erzieherische Befassung mit dem Thema Lesen nur noch in sehr beschränktem Maße zu erwarten ist. Die Generation der Fernseh-Kids, die heute selbst Kinder hat, wurde in ihrem Kindesalter mit dem Thema Lesen wenig sozialisiert und gibt diese erlernte Gewohnheit nun weiter. Den Niedergang stellen die sich wiederholenden Untersuchungen der „Stiftung Lesen“ eindrucksvoll dar.

Es hat Ansätze gegeben, dieses Defizit an Medienpädagogik zu beheben. So wurde in den Schulen Baden-Württembergs die tägliche verpflichtende Lesezeit eingeführt, um die Beherrschung der Kulturtechnik des Lesens zu fördern. Die Idee aber hat sich noch nicht bundesweit durchgesetzt und droht, im Konkurrenzkampf verschiedener Curricula-Inhalte unterzugehen. Medienpädagogik muss freilich auch eine stärkere Rolle in Bezug auf die computergestützten Informationsquellen spielen. So wichtig und vorrangig es ist, Kinder an das Lesen heranzuführen, so unerlässlich ist es auch, zum Zwecke der Chancengleichheit die Fähigkeiten zu trainieren, sich in der Informationswelt des Internets zu rechtzufinden. Richtiges Surfen ist insofern eine Kulturtechnik, die zum Grundverständnis eines Bildungskanons zählen muss.

3. Nun ist eine Entwicklung vorstellbar, in der der Markt kein bundesweit erreichbares, barrierefreies, einfach zu konsumierendes, in der Breite und Tiefe der Themen präsentables Informationsangebot mehr hervorbringt. Zugleich könnte sich die Atomisierung der Angebote im Netz fortsetzen bei gleichzeitig fortschreitendem Schwund der Zeitungsangebote. Auch wäre es denkbar, dass die finanziellen Barrieren für den Medienzugang über hohe Copypreise oder hohe Internetgebühren ein Niveau erreichen, das zu einer

Chancenungleichheit der Partizipation in einer Demokratie führt. Dann wäre ein Punkt erreicht, an dem man über ein *öffentlich-rechtliches Zeitungs- und Online-Medienangebot* nachdenken muss.

Befürchtungen hinsichtlich politischer Einflussnahme lassen sich entkräften unter Hinweis auf die öffentlich-rechtliche Rundfunkidee. Sie soll für den Verteilungsweg Rundfunk ein grundständiges und qualitativ hochwertiges journalistisches Angebot von Information und Kultur sichern, das frei ist von politischem und kommerziellem Einfluss. Der Blick in die Wirklichkeit zeigt, dass dies eindrucksvoll gelungen ist. Verwerfungen im System und sein politischer Missbrauch wurden in vielen Verfassungsurteilen korrigiert, was für eine funktionierende Selbstreinigungskraft der öffentlich-rechtlichen Grundkonstruktion spricht.

Diese Idee eines *Informationsangebots der Gesellschaft*, kommerziell und politikunabhängig, ist also ohne Weiteres auf den Bereich Print und Online zu übertragen. Auch hier kann gelten, dass die Freiheit des Marktes, bestimmte Informationsangebote anzubieten oder dies auch zu unterlassen, nur so gesichert werden kann, dass man sein öffentlich-rechtlich verfasstes Gegenüber zum Angebot solcher Grundversorgung der Information zwingt und ihm die entsprechenden Verteilungswege sichert.

Eine leichte Aufstockung der bisherigen Haushaltsgebühr würde reichen, um auch bei Print und Online die informationelle Grundversorgung zu sichern.

Das gibt dann auch Maßstäbe für die Finanzierung. So, wie für die Sicherung der Informationsbasis über den Rundfunk eine Haushaltsgebühr erhoben wird, kann dies auch im Falle einer Grundversorgung bei Print- und Online-Information geschehen. Die Aufstockung der bisherigen Haushaltsgebühr um einen im Vergleich zum Aufwand bei Hörfunk und Fernsehen geringen Betrag würde reichen, um auch in den Bereichen Print und Online die informationelle Grundversorgung zu sichern.

Das Ziel

Ziel ist es, die Risse im Medienfundament unserer Demokratie zu sanieren. Die Schäden sind bereits abzusehen. Daher ist eine vorausschauende Medienpolitik notwendig. Wenn sich die Funktionen des Medienbetriebs verändern, muss die Politik folgen und zur Sicherung der Demokratie auch zu Maßnahmen greifen, die jenseits des Marktmechanismus liegen. Denn Freiheit braucht offensive Verteidigung.

Literatur

Deutsches PISA-Konsortium (2001): PISA 2000. Band 1. Opladen.