

Ruß-Mohl, Stephan (2017): *Die informierte Gesellschaft und ihre Feinde. Warum die Digitalisierung unsere Demokratie gefährdet.* Köln.

Sahlender, Anton (2018): *Leseranwalt.* www.mainpost.de/leseranwalt. Website Vereinigung der Medien-Ombudsleute VDMO. <https://vdmo.de>.

Alle Internetquellen zuletzt aufgerufen am 5.12.2018.



Matthias Daniel ist seit 2007 Chefredakteur des Medienmagazins „journalist“.

Medienmagazin „journalist“. Stimme des unabhängigen Journalismus. Von Matthias Daniel

Der „journalist“ ist eines der wichtigsten und traditionsreichsten Medienmagazine in Deutschland. Ein analytischer und kritischer Blick auf aktuelle Entwicklungen im Journalismus gehört für die Redaktion zur täglichen Arbeit. Somit ist der „journalist“ ein Medienmagazin, dem es nicht um kurzatmige News geht, sondern um Hintergrund, Analyse, Verlässlichkeit und Beharrlichkeit – und wo nötig um eine kritische Sicht. Die Redaktion nimmt dabei das gesamte Spektrum des Journalistenberufs in den Blick. Das Magazin richtet sich an Journalist_innen und Medienmacher_innen aller Fachrichtungen und Mediengattungen – ob Social-Media-Redakteur_in oder TV-Journalist_in, ob Volontär_in oder Chefredakteur_in, ob Lokalzeitung, öffentlich-rechtlicher Rundfunk oder Content-Marketing-Agentur. Auch Medienmanager_innen, Medienwissenschaftler_innen und Nachwuchsjournalist_innen gehören zur Zielgruppe des Magazins.

Medienselfkritik mit Tradition

Dabei schaut das Medienmagazin auf eine lange Geschichte zurück: Gegründet wurde es im Jahr 1951 und steht heute für exklusive Recherchen, lange Magazingeschichten, tiefgehende Marktanalysen, praxisnahe How-tos sowie hintergründige Porträts und Interviews – alles rund um Journalismus und Medien. Der Deutsche Journalisten-Verband (DJV) setzt sich als Herausgeber nicht nur für die Unabhängigkeit der Berichterstattung ein, sondern stellt auch den größten Teil der Leserinnen und Leser. Der „journalist“ erscheint monatlich in einer Auflage von 35000 Exemplaren. Die Redaktion sitzt mit einem kleinen Team in Bonn und arbeitet mit einem festen Stamm an freien Autor_innen zusammen, die einen Großteil der Beiträge zuliefern. Die Redaktion begleitet die Recherchen der Autorinnen



Abbildung 3:
Cover des Medienma-
gazins „journalist“.

und Autoren intensiv. Dazu gehört auch ein Faktencheck aller Beiträge, die von außen kommen. In Zeiten, in denen Journalist_innen zunehmend Angriffen und Anfeindungen ausgesetzt sind, in denen demokratiefeindliche Gruppen versuchen, die Glaubwürdigkeit und Freiheit der Medien zu untergraben, ist die Stimme eines solchen unabhängigen Journalismus wichtiger denn je. Nur sie macht glaubwürdige Selbstkritik möglich. Der „journalist“ will eine dieser Stimmen sein.

Kritischer Blick auf Populismus und Medien

Mit dem Erfolg der AfD und rechten Gruppierungen wie Pegida in den vergangenen Jahren wurden auch Lügenpresse-Unterstellungen lauter. Journalist_innen sind zunehmend Angriffen ausgesetzt. Ist die Presse bedroht, ist es letztlich auch die Pressefreiheit. Journalist_innen müssen in ihrem Arbeitsalltag immer häufiger die Frage beantworten, wie sie mit populistischen Themen umgehen, aber auch, wie sie auf populistische Angriffe und Avancen reagieren. So war es das Thema „Medien und Populismus“, das im Jahr 2018 für die größte Resonanz im „journalist“ gesorgt hat. In der August-Ausgabe stellten wir in einem Titelschwerpunkt die selbstkritische Frage: Haben wir Medien das Maß verloren?

In den vergangenen Wochen und Monaten hatte sich die Frage förmlich aufgedrängt, betrachtete man die Aufmachung vielbeachteter Publikationen auf dem deutschen Pressemarkt: Wie kann es sein, dass der „Stern“ ein Cover druckt („Das zerrissene Land – Der Mordfall Susanne F. und das Ende von Merkels Flüchtlingspolitik“), das an ein AfD-Wahlplakat erinnert? Wie kann es sein, dass der „Spiegel“ auf seinem Titel Schwarz, Rot, Gold zerfließen lässt und in Endzeitstimmung fabuliert: „Es war einmal ein starkes Land“? Wie kann es sein, dass die „Zeit“ ein Pro&Contra zur

Rettung von Flüchtlingen veröffentlicht, bei dem man annehmen muss, die Menschenwürde sei ein verhandelbares Gut?

„Populistische Magazin-Cover und lustvoller Krisensound – das erzählt viel darüber, wie der Rechtspopulismus hierzulande wirkt“, schreibt der „journalist“-Autor Michael Kraske in unserem Titelstück. Sein Eindruck: Rechtspopulismus breitet sich nicht nur in Europa und in der CSU aus, sondern führt auch zunehmend Journalist_innen in Versuchung. Eine selbstkritische Debatte unter Medienmacher_innen ist überfällig. So war es Ziel unseres Titelkomplexes, eine Diskussion darüber loszutreten, wie Medien mit dem Thema Flüchtlinge und Populismus umgehen. Selten erhielt die Redaktion auf einen Beitrag so viele Reaktionen wie hier, besonders über die Sozialen Netzwerke. Bemerkenswert dabei: Eine Debatte ist hieraus trotzdem nicht entstanden. Entweder positionierten sich Leser_innen sehr eindeutig auf Seiten des „journalists“, schrieben Zeilen wie: Vielen Dank, dass dies endlich gesagt wurde. Oder wir wurden für unsere Position hart, nicht selten unsachlich und aggressiv kritisiert.

Aber wie reagiert man auf Zuschriften wie „Es muss die Hitze gewesen sein, die bei Ihnen alle Sicherungen haben durchschmoren lassen“ oder Beschimpfungen wie „Meinungs-KGB!“? Ich habe mir angewöhnt, auf so viele Zuschriften wie möglich zu antworten, selbst wenn der Ton der Absender etwas rauer war. Und ich stelle fest, dass auf meine Antworten häufig erneut eine Reaktion kommt, die in der Regel deutlich sachlicher, manchmal sogar freundlich ist – auch wenn man inhaltlich meist nicht auf eine Linie kommt.

Zuhören, transparent sein, Fehler benennen

Das populistische Lamento von einer sogenannten Lügenpresse darf nicht dazu führen, dass ernsthafte, konstruktive, auch harte Kritik an den Medien nicht mehr stattfindet oder nicht mehr wahrgenommen wird. Der Journalismus braucht Kritik, er braucht Selbstkritik. In dieser Rolle sieht sich auch der „journalist“. Dabei sind es ganz unspektakuläre und vermeintlich selbstverständliche Eigenschaften, die Journalist_innen in diesen Zeiten auszeichnen sollten:

- ▶ Zuhören. Das ist oft anstrengend, kostet Zeit und Geduld. Aber es zahlt sich aus. Selbst wenn am Ende eines Austauschs die Erkenntnis bleibt, unterschiedlicher Meinung zu sein: Journalist_innen müssen sich der Diskussion mit ihren Leser_innen stellen. In den allermeisten Fällen lohnt sich das.

- ▶ **Transparenz:** Journalist_innen müssen erklären, wie sie arbeiten. Sie müssen offenlegen, was sie wissen und was sie nicht wissen. Und sie müssen zeigen, warum Themen aufgegriffen werden oder eben nicht.
- ▶ **Fehler benennen und korrigieren:** Fehler passieren. Jeden Tag. Wir werden aber nicht zur „Lügenpresse“, weil wir Fehler machen. Wir wären Lügenpresse, wenn wir diese Fehler nicht mehr benennen würden und daraus lernten.

Medienmagazin „Zapp“. Die Chance, zu lernen.

Von Annette Leiterer

Kurz vor Weihnachten 2018 befand sich die gesamte „Zapp“-Redaktion im Urlaub, als der „Spiegel“ offenlegte, jahrelang von seinem Redakteur Claas Relotius betrogen worden zu sein. Dieser habe Interviews verändert, Protagonisten sowie Details in den Geschichten schlichtweg erfunden. Mitarbeiter von „Zapp“ telefonierten, schrieben, kommentierten möglichst schnell und gründlich. Denn der Fall Relotius berührt in besonderer Weise ein Thema, das uns bei „Zapp“ seit mehreren Jahren intensiv beschäftigt: Vertrauen in die Medien – als Grundlage für die Funktion von Journalismus in Demokratien. Kurz davor hatten uns die Ausschreitungen und Angriffe auf Medienvertreter in Chemnitz beschäftigt, sowie die Sprache der AfD und das Verhältnis des US-Präsidenten zu den Medien. Immer wieder ringt die Redaktion bei diesen Themen um die richtigen Fragen. Im Fall Relotius entschieden wir uns u. a. für die Fragen: In welchen Momenten stehen Printjournalisten überhaupt vor der Versuchung, einen Text unlauter zu schönen? Welche systemischen Zwänge stehen dahinter? Auf der anderen Seite transportiert „Zapp“ immer wieder den Wert von unabhängigem Journalismus. Dafür berichten wir z. B. auch über einen Radiosender wie „Vijaya.FM“ in Nepals Region Gaidakot, der der Region durch eine bessere Vernetzung der Bewohner Fortschritt bringt.

Unser Ziel besteht darin, dass interessierte Beitragszahler Einblicke in die vielfältige Medienwelt bekommen, mediale Systemzwänge kennenlernen, in die Lage kommen, selbst PR-Aussagen zu hinterfragen und den Wert von handwerklich sauberem Journalismus schätzen zu lernen. Wir bei „Zapp“ wissen



Annette Leiterer leitet seit 2016 das Medienmagazin „Zapp“.

Zuvor hat sie u. a. für „Panorama“, „Visite“ und „markt“ im NDR Fernsehen gearbeitet.