

Lügenpresse?

Zehn Thesen zur Situation des Journalismus heute.

Von Horst Pöttker

1. Die notwendige Zurückweisung des politischen Kampfbegriffs „Lügenpresse“ darf den Journalismus nicht davon abhalten, seinen aktuellen Problemen ins Auge zu sehen.¹

„Lügenpresse“ ist ein Begriff, der seit Mitte des 19. Jahrhunderts benutzt wird, um die Glaubwürdigkeit der Medien politischer und weltanschaulicher Gegner zu diskreditieren. Besonders extensiv wurde er von NS-Medien gegen die „Systempresse“ der Weimarer Republik geschleudert, was Exilzeitungen mit dem gleichen Vorwurf zurückgewiesen haben. Aber es genügt nicht, den Kampfbegriff mit Hinweis auf seinen NS-Hintergrund abzutun. Seine Renaissance fordert dazu heraus, aktuellen Problemen des Journalistenberufs nachzugehen.

2. Infolge des digitalen Medienumbruchs steckt der Journalistenberuf wegen des Schwunds der Werbeeinnahmen in einer bedrohlichen wirtschaftlichen Krise, die auch die gesellschaftliche Selbstregulierung durch Öffentlichkeit gefährdet.

Bei Annoncen können Internet-Firmen Anbieter und Nachfrager passgenau miteinander verbinden, Werbung für Massenkonsumgüter wird durch digitale Netzwerke erfolgreich verbreitet. Querfinanzierung durch Werbeeinnahmen als traditionelle Finanzierungsgrundlage des Journalistenberufs schrumpft. Hinzu kommt eine technologisch getriebene Beschleunigung und

Prof. i.R. Dr. Horst
Pöttker lehrte bis 2013
Journalistik an der TU
Dortmund und ist seit
2015 Seniorprofessor
an der Universität
Hamburg. Er war 2004
(Mit-)Gründer des
„Vereins zur Förderung
der publizistischen
Selbstkontrolle“ und
von 2002 bis
2014 Geschäftsführer
der „Initiative Nach-
richtenaufklärung“.

1 Der Autor trug die Thesen am 4. September 2017 bei einer vom „Haus der Pressefreiheit“ (www.hausderpressefreiheit.de) und dem VDZ Nord gemeinsam veranstalteten Podiumsdiskussion in Hamburg vor.

Vermehrung journalistischer Kommunikationsprozesse. Wenn aber der Journalistenberuf seine Aufgabe, möglichst vielen Menschen möglichst richtige und wichtige Informationen zu vermitteln, nicht (mehr) erfüllen kann, ist die gesellschaftliche Selbstregulierung durch demokratische Wahlen, aber auch durch andere Mechanismen wie Warenmärkte oder (internationale) Solidarleistungen gefährdet.

3. Die Krise mit ihrer ökonomischen Enge gefährdet gründliche Recherche, Respekt vor der Privatsphäre und andere Elemente journalistischer Professionalität.

Journalistische Professionalität bedeutet verlässliche Orientierung an der Aufgabe Öffentlichkeit und an darauf zugeschnittenen Qualitäten: gründliche Recherche, Quellentransparenz, Zuverlässigkeit der Informationen, Respekt vor der Grenze zwischen Öffentlichkeit und Privatsphäre. Recherche braucht Zeit, die durch Kostendruck ausgedünnten Redaktionen – zumal angesichts der Beschleunigung und Vermehrung ihres Kommunikationsaufwands – fehlt. Die Finanzenge verlockt, schwindende Einnahmen durch Inszenieren von Skandalen und das voyeuristische Eindringen in die Privatsphäre von Prominenten zu kompensieren: In der Krise ist journalistische Professionalität gefährdet.

5. Guter Lokaljournalismus kann am längsten ein Alleinstellungsmerkmal des Informationsberufs bleiben und durch seine Attraktivität für das Publikum helfen, Wege aus der Krise zu finden.

Lokalberichterstattung betrifft den vom Publikum selbst erfahrenen Alltag und kommt dem Bedürfnis nach Ortsbindung entgegen. Die Quantität und vor allem die Qualität der Lokalberichterstattung zu steigern, vermag Abonnent_innen zu halten und neue zu gewinnen. Und der Journalistenberuf darf hoffen, hier am längsten sein Alleinstellungsmerkmal als Informationslieferant gegenüber den global vernetzten Medien zu erhalten. Gerade im Lokalen, wo Medien den örtlichen Honoratioren besonders nah sind, kommt es darauf an, dass journalistische Information unterscheidbar bleibt von PR, um nicht den Vorwurf der Kumpanei mit Politik und Wirtschaftselite zu nähren. Nur wenn das Publikum aus eigener Erfahrung, die im Lokalressort wahrscheinlicher ist als bei anderen Ressorts, dauerhaft feststellt, dass es Informationen vertrauen kann, wird es dafür

bezahlen wollen. Lokaljournalist_innen müssen deshalb besonders unabhängig, fachlich versiert und gut ausgebildet sein.

6. Um Vertrauen des Publikums (zurück)zugewinnen und Missverständnissen vorzubeugen, müssen Journalist_innen mit unvermeidlichen Fehlern öffentlicher umgehen – kontinuierliche Korrekturspalten und Ombudsleute bieten sich an.

Journalist_innen sind auf Aktualität angewiesen. Irrtümer sind in ihrem Beruf unvermeidlich. Um dem Misstrauen des Publikums entgegenzuwirken, muss gerade hier das journalistische Grundprinzip Öffentlichkeit greifen. Kontinuierliche Korrekturen sind ein praktikabler Weg, um das Publikum vor falschen Erwartungen an den Journalismus zu bewahren und es über dessen Arbeitsweisen und Probleme praxisnah zu informieren. Ein anderer Weg, um mit möglichen Fehlern umzugehen und das Publikum über den Journalistenberuf aufzuklären, sind Ombudsleute auf lokaler und regionaler Ebene, die zeitnah, ortskundig, konkret und öffentlich, d. h. begründet durch Beiträge in dem betroffenen Medium, über Beschwerden entscheiden. Sie sind geeigneter als zentrale Institutionen der Selbstkontrolle, um Journalist_innen über Interessen des Publikums und das Publikum über Arbeitsweisen und Probleme des Journalistenberufs zu informieren und so Missverständnisse zwischen ihnen abzubauen.

7. Gegen die Entprofessionalisierung im Journalismus hilft öffentliche Berufsbildung, die Medien und Staat gemeinsam fördern sollten – auch, um die soziale Geschlossenheit der Branche zu lockern.

Es ist erstaunlich, dass ausgerechnet der Beruf, dem das Verfassungsrecht eine öffentliche Aufgabe zuweist, ohne öffentliche Berufsbildung auskommen soll. Auch wenn Art. 5 GG eine obligatorische Berufsbildung für den Journalismus ausschließt, spricht nichts dagegen, dass die öffentliche Hand umfangreiche Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten für Journalist_innen vorhält, wie sie es für andere Berufe auch tut. Auf den ersten Blick scheint das auf eine weitere Akademisierung des Journalismus hinauszulaufen, die die soziale Geschlossenheit des Berufsfeldes vertiefen müsste. Tatsächlich öffnet sich aber gerade hier eine Chance, den Journalistenberuf nach dem Muster des Arzt- oder Ingenieurberufs z. B. für Migrant_innen attraktiver zu machen. Über regulierte Zulassung zu öffentlichen Berufsbil-

dungsgängen lässt sich mehr soziale Vielfalt in die Medien bringen. Vor allem kann wissenschaftlich fundierte, von kurzfristigen kommerziellen Interessen unbeeinflusste Berufsbildung aber dazu beitragen, dass publizistische Professionalität nicht verloren geht, was langfristig auch dem ökonomischen Erfolg journalistischer Medien dient.

8. In der digitalen Medienwelt steht ein notwendiger Paradigmenwechsel vom Nachrichtenjournalismus zum orientierenden Journalismus bevor und hat bereits begonnen.

Knappe faktische Mitteilungen über jüngste Ereignisse („news“) werden heute von den Urheber_innen der Ereignisse selbst im Netz verbreitet. Sie dringen von allen Seiten gratis auf die Rezipient_innen ein. Die Nachrichtenfunktion kann deshalb nicht das Lebenselixier des Journalismus bleiben. Bisher nachrangig war, dem Publikum zum besseren Verständnis seiner komplexen Lebensumstände zu verhelfen. Journalismus, der das Publikum überzeugt, muss zum erklärenden Journalismus werden, der spezielles Sachwissen verlangt. Weil Journalist_innen die Mündigkeit ihres Publikums respektieren, kann erklärender Journalismus aber Orientierung nicht mit dem pädagogischen Zeigefinger bieten, sondern nur, indem er Alltagsverhältnisse transparent macht und den Rezipient_innen so zu einem eigenen Verstehen der Welt verhilft. In der Gerichtsberichterstattung kann das z.B. Hinwendung zum Zivilprozess bedeuten, dessen Durchleuchtung Orientierungshilfen bietet. Ein Anzeichen für den Wandel von der Nachrichten- zur Orientierungsfunktion ist, dass Zeitschriften und Wochenzeitungen in der Krise weniger Auflagenprobleme haben als Tageszeitungen.

9. Das absehbare Ende der Querfinanzierung des Journalismus durch Werbeeinnahmen bietet langfristig die Chance für Qualitätssteigerungen.

Länger als ein Jahrhundert wurde die Finanzierung von Zeitungen durch Werbeeinnahmen kritisch betrachtet, weil sie die journalistische Unabhängigkeit bedroht. Der digitale Umbruch hat die erschrockene Einsicht mit sich gebracht, dass diese Querfinanzierung die ökonomische Basis des Journalismus war. Die frühere Kritik ist deshalb aber nicht falsch gewesen. Die Krise hält auch Chancen für den Journalistenberuf bereit. Werbeeinnahmen sind nicht seine einzige Finanzierungsquelle.

Bei Abwanderung von Anzeigen müssen Informationsmedien zunehmend durch ihre Verkaufserlöse finanziert werden. Ob sie sich auf dem Markt behaupten, wird in wachsendem Maße von ihrer Vertrauenswürdigkeit und Verständlichkeit abhängen. Das bietet Journalist_innen die Chance, sich ganz auf diese professionellen Qualitäten zu konzentrieren. Journalismus wird dabei nicht teurer. Denn auch für den querfinanzierten Journalismus ist das Publikum bereits voll aufgekommen, indem es für die beworbenen Waren bezahlt hat. Es wird für das Publikum nur transparenter, ob und mit welchem Aufwand es sich professionelle Information leisten will. Eine Perspektive für den Journalismus in der Krise ist die Hoffnung auf einen kulturellen Lernprozess, bei dem das Publikum erkennt, was ihm verlässliche und verständliche Information wert ist und dass es schon immer dafür bezahlt hat. Journalist_innen können diesen Lernprozess durch Aufklärung über ihren Beruf selbst fördern.

10. Der unbeteiligte Beobachter hat ausgedient – Journalismus als Beruf muss sich fundamental verändern und das Publikum konkret über sich selbst informieren.

Journalistische Professionalität bedeutet nicht, sich an traditionelle Standards zu klammern, sondern verlässliche Orientierung an der Öffentlichkeitsaufgabe unter kulturell veränderlichen Bedingungen. Journalismus in der Mediengesellschaft wird selbst zur Ursache von Ereignissen und Zuständen, über die er nur zu berichten meint – bloß weil und darum er darüber berichtet. In einer Gesellschaft, in der Medien zentrale Faktoren der Realitätskonstitution geworden sind, muss das traditionelle Selbstverständnis des unbeteiligten Beobachters revidiert werden. Unabhängigkeit und Unparteilichkeit, nach wie vor entscheidend für Professionalität, dürfen nicht (mehr) mit Unbeteiligtsein verwechselt werden. Aufschlussreich ist das Bild des Schiedsrichters, der sich, gerade weil er weiß, dass er am Spielgeschehen beteiligt ist, davor hütet, einer Mannschaft Vorteile zu verschaffen. Korrekturspalten, Ombudsleute, Informationen über den eigenen Beruf, um den kulturellen Lernprozess in Richtung Wertschätzung und Zahlungsbereitschaft für das Gut der professionellen Information zu fördern: Das alles lässt sich nur realisieren, wenn Journalist_innen sich als Teil des Geschehens begreifen, über das sie berichten.

Unabhängigkeit und Unparteilichkeit – entscheidend für Professionalität – dürfen nicht (mehr) mit Unbeteiligtsein verwechselt werden.