

Peter Boudgoust

***„Gegen Entsolidarisierung und Ausgrenzung –
die Rolle der Medien in einer Bürgergesellschaft“***

Festrede

Journalistenpreis Bürgerschaftliches Engagement

Robert Bosch Stiftung

Sehr geehrte Damen und Herren!

Ich lege am besten gleich am Anfang ein Geständnis ab: Ja, ich auch! Auch ich habe ein iPhone – wie alle anderen Smartphones eine wunderbar schreckliche Zeitfress-Maschine. Ein voll ausgestattetes Büro mit mehr Fertigkeiten als die beste Bürokraft. Ein nicht leer zu kaufender Gemischt-Warenladen. Eine Musikbox, eine Bibliothek, schlicht: ein unendliches Universum auf 11 x 5,5 Zentimeter. Sogar meine Freunde sind in dieser Maschine drin. Sie sehen: „I'm addicted“.

Steve Jobs werden viele Heldentaten nachgesagt, manche mit Sicherheit gänzlich zu Unrecht. Zweifelsohne aber war es eine glänzende Idee, dieses Ding „iPhone“ zu taufen. Es ist ein Ich-Gerät – und damit das Symbol einer immer stärker ich-bezogenen Gesellschaft. Insofern ist die Welt, die Steve Jobs mit erschaffen hat, eine gänzlich andere als die von Robert Bosch.

Zu Zeiten von Robert Bosch brauchte es noch mindestens 80 Tage, um „um die Welt“ zu kommen. Jetzt geht das mit einem Klick. Ein Smartphone ermöglicht uns den direkten Zugriff auf alles, den sofortigen Kontakt zu jedem. Die Frage ist nur, was wir daraus machen: Findet tatsächlich eine Demokratisierung der Medien statt? Verbessert sich mit der bloßen technischen Machbarkeit auch automatisch die Qualität des Diskurses? Haben wir durch ein Mehr an Erreichbarkeit ein Mehr an Gemeinschaft? Ich gebe zu: Da habe ich manchmal meine Zweifel. (Erst Recht wenn ich gerade dabei bin, meine – wie Tim Bendzko singt – 148.713 Mails zu checken.)

Um es deutlich zu sagen: Ich bin alles andere als ein Kulturpessimist – eher Realist. Als Realist aber beobachte ich, wie der Narzissmus aufzublühen droht in unserer Gesellschaft. Heute braucht es kein Gegenüber mehr, niemanden außer mir selbst, um vorgeblich einen Dialog zu führen. Jeder will kommunizieren, am besten mit der ganzen Welt auf einmal. Viele brüllen dabei ihre Botschaft nach draußen – und wollen doch nur ihr eigenes Echo hören.

Das Globale lässt sich mittels „Gefällt mir“-Button sofort kategorisieren in gut. Der Rest ist schlecht und fällt unter den Tisch. Zwischentöne ermöglicht dieses binäre System nicht. Ein Common Sense des Gemeinwohls kann so ins Hintertreffen geraten, wirkt da plötzlich überholt und altmodisch. Vielleicht sogar verzichtbar.

Es entspricht aber meiner Überzeugung: Wir brauchen Differenzierung, wir brauchen mehr als die Nullen und Einsen der digitalen Welt – wir brauchen ein Universum an Ideen, Vorstellungen und Werten. Und dieses Universum sollte nicht nach 11 Zentimetern schon an seine Grenzen stoßen. Gerne erläutere ich Ihnen, was ich damit meine.

Gemeinwohl versus Individualisierung

Aufgrund der neuen technologischen Möglichkeiten prophezeiten viele Medienprofis eine neue Art des Journalismus, des Graswurzel-Journalismus nämlich: Jeder Bürger, so die Idee, soll mit ein paar Handgriffen im Internet etwa über Weblogs den gesellschaftlichen Diskurs mitbestimmen können.

Nun, Sie sind heute in die Geburtsstadt des Wutbürgers gekommen. Die Volksbefragung zu Stuttgart21 ist schon wieder Geschichte.

Ob das Ergebnis eine langfristig befriedigende Wirkung haben wird, bleibt abzuwarten. Eine abschließende Feststellung aber kann man jetzt schon treffen. In der hiesigen Mediengeschichte gibt es seit der Inkarnation des Wutbürgers zwei Zeitalter: die Zeit vor und die Zeit nach der Eskalation in Sachen Stuttgart21.

Auf den ersten Blick geht es ja nur um ein Infrastruktur-Projekt wie viele andere in der Republik, das normalerweise in der streng formalisierten und damit im Zweifel eher ermüdenden Routine von Planfeststellungsverfahren, öffentlicher Anhörung und Auslegung der Pläne niemanden vor dem Ofen hervorlockt.

Doch bei Stuttgart21 war eines anders: Es gab eine wachsende Zahl an Aktivisten, die sich effizient der digitalen Medien bedienten: Es entstanden Internetseiten, Blogs, Videokanäle. Netzwerke wurden so begründet, letztlich eine neue Form der öffentlichen Kommunikation. Die klassischen Medien wurden von der Schnelligkeit der Internetgemeinde fast überrannt, die Träger des Bahnhofprojektes ohnehin. Aber haben sich die idealistischen Erwartungen in Sachen Bürger-Journalismus bewahrt?

Um es klar zu sagen: Das Phänomen Social Media hat in der letzten Zeit viele Prozesse in Gang gebracht, die für Schlagzeilen gesorgt haben: von der Entlarvung mancher Möchte-Gern-Doktoren bis hin zum Sturz blutiger Diktatoren in Nordafrika. Von diesen digital vernetzten und selbstbewussten Welt-Bürgern können und müssen auch wir professionellen Medien und andere Institutionen lernen: zum Beispiel Offenheit, Transparenz und den direkten Dialog.

Allerdings: Die Blogs und Foren in Sachen Stuttgart21 befeuerten in aller Regel nur sehr bedingt den Grad der objektiven Informiertheit. Sie schürten vielmehr die Emotionen. Am Ende standen sich Befürworter und Gegner von Stuttgart21 in einer großen Propagandaschlacht unversöhnlicher als je zuvor gegenüber. Was wir hier in Stuttgart erlebt haben, war eher Graswurzel-Revolution denn Graswurzel-Journalismus.

Es ist das einfachste und grundlegendste journalistische Prinzip: „Audiatur et altera pars“ – man höre auch die andere Seite. Viele klassischen Medien haben sich daran gehalten, und gerieten bei parteiischen Blogs und Foren offenbar gerade deshalb regelmäßig unter den Generalverdacht der Manipulation, obwohl es nur darum ging, Informationen beider Seiten transparent oder verständlich zu machen.

Bitte missverstehen Sie das nicht als Lamento. Wir klassischen Medien müssen uns wohl oder übel darauf einstellen, als professioneller Anbieter von Information mit dem Aufkommen neuer „Online-Hybridmedien“ die alleinige Deutungshoheit zu verlieren – wenn es die je gab. Aber ich gebe zu bedenken, diese Plattformen liefern eben nicht zuvorderst Information, sondern Position: Den Stuttgart21-Blogs ging es eben nicht um Aufklärung, um das Abwägen von Argumenten. Hier war vielmehr Subjektivität Programm. Es ist verständlich, dass Gegner und Befürworter jeweils nur ihre Sicht der Dinge nach außen „verkaufen“ wollten, aber das ist eben das Gegenteil von Journalismus.

Um kurz pro domo zu sprechen: Der SWR-Staatsvertrag gibt uns zu Recht konkrete Programmgrundsätze vor:

Unsere Angebote sollen beispielsweise dazu beitragen, die Achtung vor der Meinung anderer zu stärken. Das Gesamtprogramm darf weder einseitig den Interessen einer Partei oder Gruppe noch Sonderinteressen gleich welcher Art dienen.

Das sind heute längst keine Selbstverständlichkeiten mehr. Manche Medien, selbsternannte oder tatsächliche Meinungsführer im Netz und darüber hinaus, setzen nicht zuletzt aus purem wirtschaftlichem Kalkül auf Ideologisierung, um unverwechselbar zu werden im unübersichtlichen Medienmarkt.

Im Großen lässt sich das beobachten bei Fox News in den USA: Ein Sender, der statt Nachrichten Parolen, ja Propaganda verbreitet, bewusst auf Einseitigkeit setzt und damit die politische Kultur einer ganzen Nation vergiftet. Und im Kleinen, bei der Debatte um Stuttgart21, beispielsweise an fluegel.tv: Auch hier gilt nur eine Meinung, nämlich die eigene. Aber „senden“ sollte nicht mit „Sendungsbewusstsein“ vermengt werden.

Die zentrale Frage aber ist, wie sich das auf die Nutzer auswirkt. Unübersehbar sind die Tendenzen, die es uns leicht machen, sich nur noch mit dem eigenen digitalen Gehege zu beschäftigen. Bei sozialen Netzwerken ist es möglich, eine Vorauswahl zu treffen: Mich erreichen dann nur noch Nachrichten der Absender, die mir ideologisch passen. Das führt aber zu einer gefilterten Wahrnehmung der Wirklichkeit. Wer nur noch nach dem „Gefällt mir“-Prinzip Nachrichten konsumiert, wird taub und blind für gute Gegenargumente. Dabei kann jede neue Information unser Weltbild schon morgen verändern. Letztlich ermöglicht das erst Fortschritt:

Es nur für einen Moment möglich zu halten, dass es auch anders sein könnte. Nur einen Moment lang zu glauben, dass man sich irren könnte.

Qualitätsmedien müssen sich daher an ihrer Ausgewogenheit und Sachlichkeit messen lassen oder anders gesagt, an ihrer Distanz zum Gegenstand. Wir dürfen uns eben nicht gemein machen, nicht zu Unterstützern oder gar Initiatoren einer bestimmten Weltsicht werden; auch nicht der, die wir teilen. Unsere Aufgabe ist es eben nicht, ein fertiges, ein vorgefertigtes Weltbild zu liefern. Wir müssen neugierig machen, nicht bevormunden.

Verkehrsplaner sind schon lange zu der Erkenntnis gelangt, dass immer breitere Straßen Wegstrecken nicht zwingend schneller machen müssen, im Gegenteil: Mehr Spuren ziehen im Zweifel noch mehr Verkehr an und produzieren erst Recht Stau. Analog könnte man auch sagen: Breitbandkabel und Datenautobahnen, der zunehmend einfache Zugang zu Informationen also, führen eben nicht automatisch zu besser informierten Bürgern, nein: Es braucht weiterhin klassische Medien als Erklärer und Vermittler, die Spreu von Weizen, Datenmüll von Information trennen. Medien und Journalisten werden nicht überflüssig.

In einer Welt ohne Journalisten

Diese Debatte findet aber natürlich nicht im luftleeren Raum statt. Wenn es also weiterhin Medien braucht als Lotsen durch das digitale Informationsuniversum, werden sie dieser Aufgabe gerecht? Viele Journalisten würden ja gerne, wenn sie nur könnten. Recherche ist teuer, für manche inzwischen offenbar zu teuer.

Entweder, weil große Medienkonzerne vorrangig auf Rendite schielen, oder weil vor allem für Regionalblätter und Lokalzeitungen vor Ort kaum noch Geld zu verdienen ist. Übrigens: Auch der öffentlich-rechtliche Rundfunk muss seit Jahren mit weniger Geld auskommen, und es ist schon jetzt absehbar, dass nach den „sieben mageren Jahren“ keine fetten kommen werden.

Dabei wird bisweilen fast hysterisch der Eindruck erweckt, beispielsweise die „Tagesschau“-App sei in der Lage, ganze Verlage in den Abgrund zu reißen, und alle privaten Sender gleich mit. Gleichzeitig lassen sich Springer und RTL von ihren Aktionären übrigens für Rekordergebnisse feiern. Was dabei geflissentlich übersehen wird: Internationale Riesen verändern die Rahmenbedingungen deutscher Medien weit mehr als die App der „Tagesschau“ das hiesige Nachrichtengeschäft. Im Schatten von Google, Facebook & Co. führen wir einen Schlagabtausch, der die eigentlichen Gegner des deutschen Qualitätsjournalismus unbehelligt lässt.

Das Teuflische daran: Diese neuen, marktbeherrschenden Player aus dem immer sonnenbestrahlten Silicon Valley kommen ausschließlich in frohen Farben daher. Und wir als Konsumenten stürzen uns arglos darauf. Das ist fast schon geschichtsvergessen, angesichts der Auseinandersetzungen um den Springer-Konzern, die im Deutschland der 60er Jahren zu bürgerkriegsähnlichen Straßenschlachten führte.

Google beispielsweise hat einen Algorithmus entwickelt, der offensichtlich vor allem mit Blick aufs Geld verdienen programmiert wurde. Google ist dabei ja längst mehr als nur eine Internet-Suchmaschine.

Allein auf der Google-Seite bietet der Konzern 30 weitere Dienste an, vom bloßen Kalender über einen Routenplaner bis hin zur Übersetzungsmaschine ist alles dabei. Unter anderem auch der Nachrichtendienst „Google News“.

Die Seite liefert rund um die Uhr Nachrichten zu allen Rubriken, aus Deutschland und der Welt, aber auch regional sortiert nach einzelnen Bundesländern. Ein sauberes redaktionelles Angebot, könnte man meinen. Aber die Seite aggregiert nur das neu, was Google beim Routine-Suchlauf über sämtliche Internetseiten weltweit so findet.

Vor einiger Zeit sorgte die Meldung einer Onlinezeitung für Turbulenzen: United Airlines stehe vor der Pleite, immerhin eine der größten Fluglinien weltweit. An der Börse ging der Kurs der Aktie von United Airlines sofort auf Sinkflug, das Unternehmen verlor 75 Prozent seines Wertes. Erst danach stellte sich heraus: Die Meldung vom Konkurs war sage und schreibe sechs Jahre alt und alles andere als aktuell. „Google News“ hatte die Archiv-Meldung fälschlicherweise wieder nach oben gespült, gänzlich automatisiert, und innerhalb weniger Minuten haben sich mehr als eine Milliarde hart erarbeiteter Dollar in Luft aufgelöst.

Das war nicht nur ein Computerfehler. Das war der Hinweis darauf, dass unserem Medienwesen der Systemausfall droht. Journalismus ohne Journalisten geht eben nicht. Wir haben sie nötiger denn je. Wir befinden uns in einer Phase globaler Ökonomisierung aller Lebensbereiche. Und zwar: einer krisenhaften. Ganze Volkswirtschaften sind von einer finanziellen Kernschmelze bedroht. Und die bürgerliche Gesellschaft befindet sich nicht nur in einer Wirtschafts- und Finanzkrise.

Ihr drohen angesichts dieser Gefahren und Unsicherheiten, auch die Werte abhandeln zu kommen.

Gerade jetzt braucht es Halt und Orientierung. Beides können Qualitätsmedien schaffen, wenn die Voraussetzungen dafür gegeben sind. Es ist Aufgabe der Politik, dazu ein zeitgemäßes Medienrecht zu entwickeln: Es muss öffentlich-rechtlichen wie privaten Häusern ermöglicht werden, am internationalisierten Markt wettbewerbsfähig zu bleiben. Das ist eine Aufgabe für die Gesellschaft: Gute Inhalte müssen etwas kosten dürfen. Und das ist auch eine Aufgabe für uns Medienvertreter: Wir müssen Allianzen schmieden für eine gemeinsame Phalanx zu Gunsten des Qualitätsjournalismus, anstatt uns in anachronistischen Gefechten zu verlieren oder in exegetischen Debatten darüber, wie nun der unbestimmte Begriffe presseähnlich zu interpretieren ist.

Gemeinwohl versus Ausgrenzung

Das sind die „äußeren Leitplanken“. Eine andere wichtige Frage ist die nach unserem „inneren Gelände“ als Journalist, als Medienschaffender, auch als Unterhalter der Massen. Wir müssen uns selbstkritisch der Frage stellen, ob wir unseren hehren Ansprüchen gerecht werden.

Man sagt ja, Deutschland sei ein Land mit gut 81 Millionen Fußball-Nationaltrainern: Jeder von uns glaubt, besser als Jogi zu wissen, ob Gomez oder doch Klose im Sturm spielen sollte. Wahrscheinlich sind wir auch ein Volk von 81 Millionen Intendanten: Beim Zappen weiß jeder von uns, was eigentlich samstagabends um 20:15 Uhr im Ersten laufen sollte – im Zweifel nie das aktuelle Programm.

Selbst mir als Intendant geht es ja da manchmal nicht anders bei einem Fernsehabend zu Hause, neben mir meine mit der Fernbedienung bewaffnete Frau als schärfste Programmkritikerin überhaupt. Aber der Grimme-Preis wird nur in einem Dutzend Kategorien verliehen. Selbst wenn wir uns also dazu entschließen würden, jeden Samstagabend nur noch Grimme-Preis-Programme zu senden – wir wären nach 12 Wochen durch ...

Massenmedien müssen bilden, informieren und unterhalten. Bei öffentlich-rechtlichen Sendern wie dem SWR ist das sogar der gesetzlich verankerte Auftrag. Neben dem „Wahren, Schönen, Guten“ braucht es also auch ein paar Schenkelklopfer, keine Frage. Aber, wie weit dürfen wir da gehen?

Kants „Kategorischer Imperativ“ reduziert es auf eine knappe Formel: „Handle nur nach derjenigen Maxime, durch die du zugleich wollen kannst, dass sie ein allgemeines Gesetz werde.“ (Sorry, aber einmal Kant pro Rede eines ARD-Vertreters muss sein.) Übersetzt in die real existierende deutsche TV-Casting-Gesellschaft müsste das erste Gebot für alle Fernsehmacher lauten: Entwickle keine Spielshow und schreibe keine Scripted Reality-Doku-Soap, in der Du nicht selbst mitwirken möchtest. Aber offenbar kennen immer weniger Produzenten weder Kant noch Mitleid. Das führt zu Sendungen, die mit zersetzender Wirkung wie Salzsäure stetig in die Gesellschaft einträufeln.

Fakt ist: Inzwischen verkommt Unterhaltung offensichtlich immer häufiger zu einem eigenartigen Jahrmarkt, der einer martialischen Ordnung gehorcht:

Die Protagonisten, wahlweise vermeintliche Superstars oder Supertalente oder im Dschungel recycelte Ex-Super-Star-Talente, hangeln sich von Peinlichkeit zu Peinlichkeit und sind sich dabei für keine Erniedrigung zu schade. Wenn sich quasi „Professionelle“ des Fernsehzirkus auf diese Arena einlassen, dann mag das noch erträglich sein. Viele, vor allem Teenager, wissen aber nicht, was sie um der berühmten 15 Minuten Ruhm willen alles opfern.

Unlängst hat die Rhein-Zeitung enthüllt, welchen Knebelverträgen sich Laiendarsteller unterwerfen müssen, wenn sie beispielsweise bei der Kuppel-Doku-Soap „Schwer verliebt“ von Sat1 mitwirken wollen. Der Vertragspartner müsse sich bewusst sein, dass er während der Dreharbeiten Situationen erlebe, die „psychisch und physisch“ belastend seien, heißt es in den bekannt gewordenen Geheimverträgen, und weiter: Die Mitwirkenden haben bei Dreharbeiten „etwaigen Anordnungen und Weisungen des Produzenten Folge (zu) leisten“. Sollte die Sendung Persönlichkeitsrechte der Laiendarsteller berühren, so gehen daraus entstehende Nutzungsrechte an den Produzenten über, „örtlich, zeitlich und inhaltlich uneingeschränkt“, lebenslänglich quasi. Sarkastisch könnte man sagen: Der einzige Unterschied zu Guantanamo besteht darin, dass die Laiendarsteller bei Sat1 eine pauschale Vergütung von 700 Euro bekommen. 700 Euro dafür, dass sich die Protagonisten dieser Kuppel-Show für Dickleibige vor einem Millionenpublikum der Lächerlichkeit preisgeben mussten mit Dialogen, die ihnen Autoren in den Mund gelegt haben.

Die Preisgabe von Persönlichkeit und Würde ist aber weder „oberhammergeil“, um einen maßgeblichen Protagonisten dieses Genres zu zitieren, noch hat das etwas mit Talent zu tun.

Dem zum Trotz besitzen zum Beispiel Castingshows einen ungebrochenen Reiz. Auch sie befriedigen zumindest scheinbar den Wunsch, und damit schließt sich der Kreis zum Anfang meiner Rede, das eigene Ich in den Mittelpunkt zu stellen, gemäß dem treffenden Werbeslogan „Unterm Strich zähl‘ ich“.

Aber wir können nicht eine ganze Alterskohorte dem Trash-TV und den Krawall-Shows überlassen. Wir müssen vielmehr mithelfen, dass gerade junge Menschen aus allen Schichten unserer Gesellschaft ankommen in dieser Gesellschaft. Sie dürfen sich nicht fortwährend an falschen Erfolgsmustern orientieren, nicht entweder zu gedemütigten Opfern oder zu hämischen Zuschauern zynischer Freak-Shows werden. Sonst ist es langfristig schlecht bestellt um eine um das Gemeinwohl bemühte Bürgergesellschaft.

Fazit

Sie, die Nominierten, muss ich davon nicht erst überzeugen. Sie führen mit Ihren Wettbewerbsbeiträgen ja selbst den Beweis, dass Medien gesellschaftliche Veränderungsprozesse erklären und begleiten, ein Seismograph für den Wandel sein können. Deshalb ist die Vergabe des Journalistenpreises der Robert-Bosch-Stiftung für Bürgerschaftliches Engagement ein wichtiges Signal: Hier stemmen sich Journalisten mit ihren Beiträgen gegen den Trend des Eigennützigens zugunsten der Verstärkung eines Echos für Taten, die über den Einzelnen hinausweisen. Das ist kein Preis für gehobenes Mitleid, denn die Reportagen, Berichte und Geschichten bieten keine Betroffenheitslyrik. Sie sind aufwändig recherchiert, beschäftigen sich mit sperrigen Themen und begegnen ihren Protagonisten mit Respekt. Die Beherrschung des journalistischen Handwerks unterscheidet sie vom Voyeurismus.

Ihnen allen würde man eine flächendeckende Verbreitung wünschen, ein Durchdringen des global village. Damit das „iPhone“ zum „wePhone“ wird.

Soweit sind wir noch nicht. Ausgrenzung und Entsolidarisierung greifen weiter um sich. Einige Medien sind Treiber dieser Entwicklung, anstatt ihr entgegenzuwirken. Das führt in letzter Konsequenz auch zur Diskreditierung des Gemeinwohls. Wenn aber jeder nur noch für sich selbst verantwortlich und der Schmied des eigenen Glücks ist, dann lassen sich alle Institutionen in Frage stellen, die dem Wohl aller dienen. Wer nur im Singular lebt, kann auf den Plural verzichten.

Darin sehe ich unsere Verantwortung. Es liegt an uns, eine „Welt im Plural“ zu verteidigen und alles dafür zu tun, eines der besten Mediensysteme der Welt zu erhalten – nicht um seiner selbst willen, sondern wegen dessen Bedeutung für unsere gesellschaftliche Entwicklung.

Was meine ich damit? Nach meiner Überzeugung können und müssen Qualitätsmedien ihren Auftrag als zivilisatorische Säule in einer Gesellschaft begreifen, die ständig und akut von potenziell zerstörerischen Entwicklungen bedroht ist: von Gier, von Entsolidarisierung, von Neid, zunehmender Geringschätzung geistiger Leistung und Gleichgültigkeit. Wir müssen den Zusammenhalt der Gesellschaft und die Integration fördern. Ob wir eine Tageszeitung, ein öffentlich-rechtliches Radioprogramm, einen privaten Fernsehkanal oder ein sozial denkendes Unternehmen vertreten, ist unerheblich. Es geht ums große Ganze, darum, das Allgemeine über das Besondere zu stellen.

Vielen Dank!