



Das macht das Netz mit uns

Neun Thesen zum Verhältnis von Internet und Medien. Diskussion im Medienhaus.

VON AMIEN IDRIES

So groß die Uneinigkeit darüber ist, was genau dieses Internet mit uns macht, so unstrittig ist wohl, dass es etwas mit uns macht. Mit uns als Einzelnen und – damit unmittelbar verbunden – mit uns als Gesellschaft. Negative Beispiele dafür gibt es viele: (nicht nur) Jugendliche, die kaum noch

hochschauen von ihren Smartphones; Innenstadtkonkulturen, weil Amazon halt so bequem ist; Taxisterben, weil Uber naht; steigende Mietpreise, weil die Grundidee der Urlaubsunterkünfte-Plattform Airbnb einfach unschlagbar ist. Ebenso zahlreich sind übrigens die positiven Beispiele, die aber derzeit keine allzu große Lobby haben: alte Freunde, die ein-

ander über Soziale Medien wiederfinden; Liebespaare, die sich ohne Internet nie kennengelernt hätten; punktgenaue Navigation für jedermann; Antworten auf so ziemlich alle Fragen des Lebens. Kurzum: Mit den Antworten auf die Frage, was das Internet mit uns macht, kann man viele Buch- oder wohl eher Webseiten füllen, weswegen wir die Frage hier genauer

stellen: Was macht das Internet mit den Medien? Was macht es mit uns als Journalisten, was mit Ihnen als Nachrichtenkonsumenten und – unmittelbar damit verbunden – auch mit uns als Gesellschaft? Auch diese Frage ist komplex genug, dass es nicht die eine Antwort gibt. Vielmehr werden an dieser Stelle neun Thesen formuliert, die versuchen, das Thema einzukreisen.

These 1

Jeder ist Sender

In den „guten alten Zeiten“ des Nachrichtengeschäfts waren Journalisten die Türsteher für Informationen. Wer die Öffentlichkeit über ein neues politisches Programm, den jüngsten Fußballer-Transfer oder den Zeitpunkt des nächsten Seniorenkaffees informieren wollte, war auf die klassischen Publikationsorgane Zeitung, Radio oder Fernsehen angewiesen. Der Journalist entschied darüber, wer „in die Zeitung“ kommt – das im besten Fall mithilfe journalistischer Kriterien wie Relevanz, im schlechtesten Fall nach Gutdünken. Diese außerordentliche Position in der Herstellung von Öffentlichkeit verlieh den Journalisten Macht, die der eine oder andere von ihnen sichtlich genoss und die den einen oder anderen Leser/Vereinsfunktionär/Politiker frustrierte.

Diese Zeiten sind weitgehend vorbei. Jeder kann Sender werden und seine „Message“ an die Frau oder den Mann bringen. Das gilt für die Polizei, Bürgerinitiativen, Lobbyorganisationen, politische Akteure, aber auch für Einzelpersonen, die zumindest theoretisch ein Milliardenpublikum erreichen können. Das hat zum einen zur Demütigung für die ehemaligen Türsteher geführt, zum anderen auch zu einer deutlich unübersichtlicheren Lage, weil die Sender im Dienste höchst unterschiedlicher Interessen stehen und sich nicht unbedingt an journalistische Standards halten.

Deshalb war die Pressekonferenz der Bayern-Bosse Uli Hoeneß und Karl-Heinz Rummenigge auch so ein Fanal. Was auf den ersten Blick wie eine normale Beschwerde über die journalistische Berichterstattung aussah, war in Wirklichkeit die Ansage: Entweder Ihr passt auf und berichtet weniger kritisch, oder wir werden Euch an der kurzen Leine halten. Die Bayern-Spieler reden dann nicht mehr mit dem „Kicker“ oder der ARD, sondern mit Bayern-TV.

Das ist wohl ein Problem derzeit: Fast alle singen das Hohelied auf die Pressefreiheit. Zumindest solange sie oder ihre Interessen nicht zum Gegenstand negativer Berichterstattung werden.

These 2

Der Blick auf den Journalismus hat sich verändert

Mit dem beschriebenen Zuwachs an Sendern hat sich der Blick auf den Journalismus verändert. Die Vielzahl der Sender bietet die Möglichkeit, sich seinen Favoriten auszusuchen. Ich bin Dortmund-Fan und mir gefällt die WDR-Kritik an meiner Mannschaft nicht? Dann höre ich die Live-Übertragung eben im BVB-Netradio mit garantiertem Jubel über den „grandiosen BVB“. Ich bin gegen die Abholzung des Hambacher Forstes und will nicht mit RWE-Mitarbeitern behelligt werden, die Angst vor ihrem Jobverlust haben? Dann (er-)spare ich mir die Berichterstattung in der Aachener Zeitung und folge unter #hambibleibt den Menschen, die genau meine Meinung teilen. Das „funktioniert“ übrigens auch, wenn man RWE-Mitarbeiter ist und nicht mit den Sorgen von Umweltaktivisten behelligt werden will.

Ein eindrückliches Beispiel aus unserer Region ist die Berichterstattung zu Tihange. Unsere Zeitung behandelt dieses Thema bereits seit Jahren und hat sich recherchieintensiv um einen hohen journalistischen Standard bemüht. Wenn es Studien gibt, die die Meiler als gefährlich ausweisen, müssen Journalisten ebenso darüber berichten, wie über Studien, die den Meilern attestieren, dass sie sicher sind.

Als im Juli 2018 die deutsche Reaktorsicherheitskommission die Riss-Reaktoren in Doel und Tihange in einer Studie als sicher auswies und unsere Zeitung darüber berichtete, brach ein Sturm der Entrüstung los. Die Vorwürfe an die zuständige Kollegin reichten von „Warum haben Sie das veröffentlicht? Das hätten Sie doch zurückhalten können.“ über „Sie fallen der Bewegung in den Rücken!“ bis zu „Sie sind die Gau-Leiterin des nuklearen Holocaust!“.

Hier offenbart sich ein seltsames Verständnis von Journalismus, der dann angenehm ist, wenn er die eigene Sicht auf die Welt bestätigt. Wenn er allerdings Dinge berichtet, die diese Sicht infrage stellen, ist er „tendenziös“.

In unserem Medienhaus arbeiten Menschen aus der Region, die im Falle einer Reaktorkatastrophe genauso betroffen wären wie alle anderen Menschen. Das darf aber nicht dazu führen, dass aus Journalisten Aktivisten werden. Weder für noch gegen Tihange. Weder für noch gegen RWE.

These 3

Eigentlich müsste jeder sein eigener Journalist sein

Nicht nur die Zahl der Sender ist gestiegen, sondern natürlich auch die Masse an Information. Schätzungen zufolge werden pro Minute 1,5 Millionen Songs beim Musikanbieter Spotify gestreamt, 400 Stunden neues Videomaterial auf Youtube hochgeladen, 160 Millionen E-Mails verschickt und 250 000 Fotos bei Facebook hochgeladen. Das alles und noch viel mehr geschieht wohlgemerkt innerhalb von 60 Sekunden. In dieser Flut muss jeder Mensch Informationen filtern. Was ist für mich relevant, interessant, amüsant? Aber auch: Was ist korrekt? Wessen Interessen stecken hinter diesem Tweet oder jenem Foto?

Dieses Filtern ist eine journalistische Kernkompetenz: auswählen, überprüfen, gewichten. Wer medienkompetent sowie quellenkritisch ist und über viel Zeit verfügt, kann das leisten; also sein eigener Journalist sein. Dann ist das Internet mit all seinen Möglichkeiten, seinen unterschiedlichen Perspektiven, seinen Informationen zu jedem noch so kleinen Nischenthema eine Erfindung, die eigentlich die schlaueste, aufgeklärteste Menschheit der Geschichte hervorbringen müsste. Offensichtlich war aber die Vorstellung, dass das Netz per se ein Aufklärungs- und Demokratisierungsinstrument ist, ein wenig naiv. Warum aber, funktioniert das Netz nicht automatisch aufklärerisch?

These 4

Intoleranz gegenüber anderen Meinungen und Weltansichten wächst

Es ist wohl eine Grundkonstante der Menschheit, dass jeder eher bereit ist, Informationen aufzunehmen, die dem eigenen Weltbild entsprechen, als solche, die ihm widersprechen. Wenn ich der Meinung bin, dass die Aufnahme von Flüchtlingen gut für Deutschland ist, werde ich jede Information, die diese Annahme bestätigt, bereitwillig aufsaugen, während ich gegenteilige Berichte eher negieren werde. Das gilt natürlich auch für die gegenteilige Meinung. Diese Tendenz zu einer Scheuklappensicht gibt es schon so lange wie die Menschheit, allerdings verstärkt das Netz zumindest tendenziell die Intoleranz gegenüber anderen Meinungen. Warum ist das so?

These 5

Die Kommunikation im Netz ist ein Emotionsverstärker

Der französische Autor Stéphane Hessel veröffentlichte vor ein paar Jahren den Essay „Empört Euch!“, mit dem er sich gegen den Finanzkapitalismus und für Pazifismus positionierte. Er forderte Widerstand gegen die Ungerechtigkeit in der Welt, so wie er als französischer Résistance-Kämpfer Widerstand gegen die Nazis geleistet hatte. Hessels Schlüssel dazu ist die im Titel beschriebene Empörung, zu der er auffordert.

Diese Nachricht ist inzwischen angekommen, aber vermutlich nicht so ganz in Hessels Sinne. Was mit den Wutbürgern begann, gehört inzwischen zum Einmaleins der Empörungsmaschine Internet. Kein Anlass, kein Zitat, keine Berichterstattung ist inzwischen nichtig genug, als dass sich nicht irgendwer irgendwo deswegen empören könnte. Dazu trägt die Anonymität des Internets bei, die Möglichkeit der sofortigen Reaktion per Mail, Tweet oder Kommentar, aber auch der mediale Reflex, die Aufmerksamkeit eher dem lautesten Schreihals zu schenken als dem leisen Denker.

Kurzum: An Empörung mangelt es derzeit nicht. Alle sind wegen irgendwas empört: wegen der Armut, der Flüchtlinge, der Rechten, der Mietpreise, der Linken, der Hambachaktivisten, der Braunkohle-Industrie, und so weiter. Und, wer sich wegen gar nichts empört, kann zumindest noch wegen der allgemeinen Empörung empört sein. Das Ergebnis ist ein allgemeiner Erregungszustand, der viel Emotion und wenig Ratio enthält, und bei dem es immer weniger Verständnis für den Anderen gibt.

These 6

Es herrscht mitunter ein krudes Verständnis von Meinungsfreiheit

Herrscht in Deutschland Meinungsfreiheit? Ja, aber diese Meinungsfreiheit hat ihre Grenzen, so wie sie in Artikel 5 Absatz 2 des Grundgesetzes festgehalten sind. Wer den Holocaust leugnet, zu einer Straftat aufruft oder andere Menschen verleumdet, übertritt diese Grenzen und muss mit Konsequenzen rechnen. Das ist richtig und wichtig, weil nur so ein gesellschaftliches Zusammenleben möglich ist. Wer dazu auffordert, die „Ökoterroren“ im Hambacher Forst zu töten, liefert keinen Meinungsbeitrag, der die gesellschaftliche Debatte befördert, sondern ruft schlicht zu einer Straftat auf. Hinzu kommt, dass Meinungsfreiheit häufig mit Meinungsheer verwechselt wird. Zur Meinungsfreiheit gehört selbstverständlich die Gegenmeinungsfreiheit. Wer meynungsstark ist, sollte auch stark genug sein, die andere Meinung zu hören und auszuhalten. Diese Bereitschaft ist in vielen politischen Lagern wenig ausgeprägt. Das gilt insbesondere für die Debatte um den Hambacher Forst, bei dem allein die Tatsache, dass andere Meinungen in unserer Zeitung veröffentlicht werden, als Beleg dafür genommen wird, dass wir wahlweise „von RWE bezahlt werden“ oder dem „Ökowahn anheingefallen sind“.

These 8

Die Art, wie wir Medien beurteilen, sagt häufig nicht nur etwas über die Medien aus, sondern auch über uns

Starten Sie einmal folgenden Selbstversuch: Stellen Sie sich die Frage, ob Ihrer Meinung nach deutsche Medien im Nahostkonflikt eher israelfreundlich oder israelkritisch berichten? Wenn Sie für sich eine Antwort gefunden haben, dann stellen Sie die Frage Freunden und Bekannten. Es ist sehr wahrscheinlich, dass es für jede der beiden Varianten starke Fürsprecher gibt. Sie können den Versuch auch noch einmal mit der Frage wiederholen, ob unsere Zeitung eher RWE-freundlich oder eher RWE-kritisch berichtet. Auch hier werden beide Varianten Fürsprecher haben. Da kein Leser über die Ressourcen verfügt, eine Datenanalyse zu betreiben, um die Frage objektiv beantworten zu können, vertraut er auf sein Gefühl. Und dieses Gefühl wird vermutlich ganz erheblich davon beeinflusst, wie seine Sicht auf den Nahostkonflikt ist. Wer Sympathien für die Palästinenser hat, wird eher dazu tendieren, die Berichterstattung als israelfreundlich zu beurteilen, und umgekehrt.

These 7

Skepsis wird mitunter als Einbahnstraße verstanden

Wie oben angedeutet, haben Journalisten durchaus mit ihrem Machtverlust zu kämpfen. Die Vielzahl an Sendern eröffnet Lesern alternative Möglichkeiten, sich zu informieren, was prinzipiell gut ist. Medienkompetente und skeptische Leser fordern etablierte Medien heraus und fördern die gesellschaftliche Debatte. Dies allerdings unter der Voraussetzung, dass die Skepsis gleichberechtigt verteilt wird. Nicht selten konfrontieren uns Leser mit ihrer Skepsis und belegen ihre alternative Sichtweise mit teilweise obskuren Quellen, die man mindestens ebenso skeptisch betrachten sollte. Die Königsdisziplin der Skepsis ist übrigens, auch gegenüber den eigenen Sichtweisen stets skeptisch zu sein. Stimmt das, was ich seit Jahren behaupte, überhaupt? Oder bin ich nur Opfer meiner jahrelang gepflegten Klischees? Das ist übrigens eine Skepsis, die in guten Redaktionen mit vielen verschiedenen gesellschaftlichen Blickwinkeln zum Tagesgeschäft gehört.

These 9

Wir brauchen differenzierte Medienkritik

Das Schlimme an dem undifferenzierten Lügenpresse-Geschrei ist, dass dadurch differenzierte Medienkritik untergeht. Und die ist durchaus notwendig, so wie sich jede Branche mit Kritik auseinandersetzen sollte. Zum Beispiel mithilfe solcher Fragen: Gibt es mancherorts eine zu große Nähe zwischen Journalisten und Politikern? Kann schon sein. Gibt es Versuche der Einflussnahme? Natürlich. Das übrigens schon, seit es Journalismus gibt. Gibt es durch das Netz eine zunehmende Getriebenheit der Berichterstattung? Die gibt es durchaus. Machen seriöse Medien Fehler? Natürlich. Im Gegensatz zu unseriösen korrigieren sie diese aber. Sie sehen, es gibt viel zu diskutieren. Also diskutieren Sie mit uns.

Liebe Leserinnen, lieber Leser,

das Thema Hambacher Forst ist für unsere Region von großer Bedeutung.

Kaum ein anderes Thema ruft bei unseren Lesern derart große Emotionen hervor.

Das erfahren auch wir als Journalisten, weil wir mitunter stark für unsere Berichterstattung zur Räumung des Forstes kritisiert werden.

Das nehmen wir zum Anlass, mit Ihnen ins Gespräch zu kommen.

> Wir laden Sie für kommenden Montag, den 3. Dezember 2018, zu einer Diskussion ins Medienhaus Aachen, Dresdener Straße 3, ein.

> Unser Chefredakteur Thomas Thelen, sein Stellvertreter Amien Idries, unsere Online-Chefin Nina Leßenich sowie unser Reporter Marlon Gego stellen sich Ihrer Kritik, beantworten Fragen und nehmen Anregungen entgegen.

> Die Veranstaltung beginnt um 19 Uhr, Einlass ist um 18.30 Uhr. Der Eintritt ist frei.

> Anmeldungen bitte per E-Mail mit dem Stichwort „Hambacher Forst“ und Angabe ihrer Kundennummer, Name, Adresse und Telefonnummer an anmeldung@azan-aboplus.de. Alle Gäste erhalten eine schriftliche Bestätigung. Das Kontingent ist begrenzt.

ABOPLUS



Vorteilsangebote für exklusiv Abonnenten