

Die Nachricht als Lebensgefühl

Von Klaus von Welser

Journalisten sind heute in einer prekären Lage. Ihre Medien driften auseinander, wie Eisschollen mit Eisbären. In ihrer Not erfinden sie einen „Qualitätsjournalismus“, der schon nostalgisch ist, bevor sie richtig untergegangen sind. Jeder ist gerührt, wenn er sieht, dass ein händeringender Satzanfang wie „Alle Qualitätsblätter, auch die *ZEIT* ...“ nirgendwo stehen könnte, außer eben in der *ZEIT* (10. 1. 2013). Doch Zeitungen benutzen die Bezeichnung „Qualitätsjournalismus“ keineswegs nur, um sich selbst anzupreisen, sondern vor allem, um sie anderen Zeitungen und Medien abzusprechen.

Es geht um's Geld. Die Presse kann ihre Artikel nicht einmal zum Herstellungspreis loswerden, sondern nur als Beigabe zu Anzeigen. Also ist ein gewisser Umfang nötig, damit es nicht nach reiner Reklame aussieht. Eine durchschnittliche *Frankfurter Allgemeine Zeitung* wäre als Taschenbuch gedruckt über 400 Seiten dick (ohne Anzeigen und Bilder). Niemand kann das jeden Tag lesen. Wollte man die Zahl der täglich gekauften, aber nicht gegessenen Frühstücksemmeln mit den gekauften aber nicht gelesenen Zeitungsartikeln vergleichen, müsste man Häppchen-Sucht als geistige Lebensform diagnostizieren. Die *ZEIT* kommt auf über 900 Seiten, ein Wochenwäzler gestreckter Essayistik. Wären dünnere Zeitungen vielleicht besser – und bessere?

Der Qualitätsbegriff ist schwammig. An prominenter Stelle, in einem Jubiläumsheft des Presseclubs in München (verteilt anlässlich einer Preisverleihung für vorbildlichen Journalismus), lautet der erste Satz: „Es ist 60 Jahre her seit der Gründung unseres Clubs und der ersten Aktivitäten.“ Hört niemand in diesem Kreis, wie die Grammatik stotzt und stolpert? Wieso wird man für derart schlechtes Deutsch nicht ausgelacht? Oder wird es gar mit Volksnähe verwechselt, die ja im mündlichen Journalismus für alles herhält?

Aber egal, seit Tageshektik als Ausrede fungiert, funktioniert diese auch ohne jene. Das Problem ist, dass der Journalismus Qualität für spartenspezifisch hält. Dass der Branche Qualität nichts Existentielles ist, hat sie in Verruf gebracht und die Existenzfrage mit heraufbeschworen.

Denn wie macht der Journalist aus den Verlautbarungen der Politik Nachrichten? „Wir haben hier ein gutes Programm ausgearbeitet, insbesondere was Zukunftsinvestitionen anbelangt ...“ sagt die Bundeskanzlerin auf einem EU-Gipfel 2012. Dem einen Journalisten gilt bloßes Abdrucken eines solchen Satzes bereits als Information; der andere findet sich schon kritisch, wenn er anmerkt, dass Vergangenheitsinvestitionen selten sind. Und wenn einer eines der Pakete der Finanzpolitik in Metaphern zerlegt, zum Beispiel: „Den zweiten großen Brocken des Wachstumspaketes soll die Europäische Investitionsbank anschieben“ (ARD, Tagesschau), dann hält er die angeschobenen Bild-Brocken für plastische Sprache. Es fehlt nicht viel, dass man die Stilblüte als Werkzeug der Aufklärung verkauft. Dann kann man z. B. das Urheberrecht ein Prinzip nennen, „ohne das das Land der Dichter und Denker langfristig stranden dürfte“ (*Süddeutsche Zeitung*, 29. 9. 2012). Land, ahoi!

Eine Insel der Seligen sind die gebührenfinanzierten Sender, die weder Nutzen noch Qualität beweisen müssen. Als Rechtfertigung reicht es, dass eine als kulturelle „Grundversorgung“ untaugliche Sendung als „marktgerecht“ deklariert wird. Das ist, wie wenn ein Papst einen Kreuzzug segnet, obwohl das fromme Heer zum Teil aus Raubrittern besteht, die aber Schlagkraft versprechen. Kein Wunder, dass die Konkurrenz den Staatlichen die Zerrüttung des „unabhängigen Journalismus“ vorwirft – pikanterweise der Springer-Konzern (ZDF 7. 1. 2013). Der Coup aber ist, dass sie neuerdings „nutzungsunab-

hängig“ sind (seit 1. 1. 2013). Das heißt, dass der Papst – um im Bild zu bleiben – nun pauschal alle segnet, um sein Kriegsgeld auch von Moslems, Juden und Atheisten einzutreiben. „Einfacher geht’s nicht“, sagt, zu Recht, ZDF-Chef Bellut. Kurzsichtiger freilich auch nicht.

Denn nun kommt erst recht das freie Internet ins Spiel, jenseits der Verlage und Sender und ihrer Webseiten. Auf unzähligen Plattformen tummelt sich ein kleinteiliger Spontanjournalismus, der die herkömmlichen TV-Sender langweilig findet, die klassischen Printmedien zur „Holzindustrie“ rechnet und sich zahlloser anderer Quellen bedient. Das böse Bann-Wort „selbsternannt“, das der Alt-Journalismus für unliebsame Kritiker parat hat – unter Do-it-yourself-Surfen hat es seinen Schrecken verloren. Aus deren Sicht sind die Selbsternannten gerade jene Systemjournalisten, die das Lied ihres jeweiligen Brotgebers singen (was ja auch die nahtlose Eingliederung der DDR-Journalisten in den Westjournalismus vorgeführt hat). Qualität ist hier, unter Beibehaltung der alten Kompetenz-Anmaßung, kein Thema, nach dem Motto: subjektiv können wir selber.

Um eine Vorstellung oder ein Modell davon zu bekommen, wie die Blöcke der Journalismen gegeneinander stehen und sich entwickeln, brauchen wir einen Zoom mit etwas Distanz. Den kann man finden in dem Buch der Historikerin Barbara Tuchman über das „dramatische 14. Jahrhundert“. Sie beschreibt ausführlich den Niedergang des Rittertums: wie aus der ursprünglich edlen Haltung (der wir noch heute den positiven Klang des Wortes „ritterlich“ verdanken) ein raubgieriges, blutrünstiges und schließlich selbstzerstörendes Verhalten geworden ist. Nach den hundert Jahren des Englisch-französischen Krieges (1337–1453), nach Kirchenzerfall und Großer Pest waren die Ritter nur noch Banden von Betrügern und Schlächtern. Am Ende nicht einmal mehr respektable Kämpfer, wurden sie von den neu aufkommenden, flexibleren Landsknechtshaufen geschlagen und entmachtet. Und da Tuchman ihrem Buch den Titel *Der ferne Spiegel* gegeben hat, ist

man aufgefordert, das entsprechende Spiegelbild in der Gegenwart zu suchen.

Eine Entsprechung findet sich im Niedergang des Journalismus. Aus einer ursprünglich der Aufklärung und dem mutigen Wort gegen Machtprivilegien verpflichteten Haltung ist eitler Stolz auf Einflussreichtum geworden. Nach hundert Jahren Pressefreiheit steht Information bloß noch, wie das ZDF formuliert, „neben der Unterhaltung“. Nur wenn Zensur oder Verlust von Privilegien drohen, wird das alte Demokratie-Pathos noch beschworen. Die Fähigkeit, das Wesentliche vom Unwesentlichen zu unterscheiden, fehlt. Das Stimmungsbild ersetzt die Analyse, und man prahlt „Wir spiegeln das Lebensgefühl“ (Reklame auf br.de 2013) – was eine literarische, keine journalistische Aufgabe ist und bei den meisten zur Entstehung von Kitsch führt.

Blogger & Co. geben die Landsknechte. Erst organisieren sie sich anlassweise, wie in jener Plagiatsschlacht am Guttenberg, wo die Horden den ersten Ritter vom Pferd zogen. Dann wird auch schon richtig Geld verdient. Aber sie bringen ihren eigenen Kult mit: Sie sind Algorithmus-Anbeter. Sie meinen, dass der Algorithmus Erkenntnis ersetzen, bzw. Menschenkenntnis aus Konsumgewohnheiten zusammensetzen könne. Sie ahnen nicht, dass die „Ähnlichkeiten“, mit denen der Algorithmus gefüttert werden muss, ihren eigenen Mangel an begrifflicher Trennschärfe systematisieren; so wie man einst nicht ahnte, dass die Ratten die Pest aus dem Unrat der Städte übertrugen. Obwohl die Programme nicht einmal die deutschen Silbentrennregeln beherrschen und die Fehlerquote der „gezielten“ Werbung, wie auch die der Drohnen, bei 25 Prozent liegt, glauben sie an den Mythos „Präzision“. Sie sind wie Kindersoldaten, denen man vergessen hat zu sagen, dass sie leben. Derzeit lernen sie, dass „Social Media“ ziemlich unsoziale Freunde sind; hoffentlich noch rechtzeitig, bevor die ganze Service-Kultur zu einer Abart von *friendly fire* verkommt und die Grenze von Krieg und Frieden gänzlich verwischt. 