

# Journalismus heute: ein enormer propagandistischer Ausstoß an Angst

Von *Dirk C. Fleck*.

Nie zuvor in der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland waren die Medien-Gaukler so ratlos unter der Zirkuskuppel wie heute. Soll man sich darüber freuen oder muss man Sorge tragen? Wohl beides. Freuen darf man sich darüber, dass ein verhängnisvolles Geschäftsmodell sich offensichtlich seinem Ende zuneigt. Wer der Meinung ist, dass das Mediengeschäft in erster Linie ein Geschäft ist und dass ein Verlag nicht anders geführt werden sollte als eine Schraubenfabrik, selbst wenn in ihr an den Stellschrauben unserer Gesellschaft gedreht wird, hat sich die aktuellen Umsatzeinbußen redlich verdient.

Die Ökonomisierung unseres Berufes durch viele Verlagsmanager, die sich ausschließlich an der Rendite messen ließen, war der Anfang einer Fehlentwicklung, die den Journalismus zum Konsumgut degradiert hat. Dumm nur, dass die Klientel im Zirkus Maximus, die man sich auf billigstem Unterhaltungsniveau herangezüchtet hat, inzwischen in arge Zahlungsschwierigkeiten geraten ist, was die werbetreibende Wirtschaft nun davon abhält, in gewohnter Weise in Anzeigen zu investieren. Betroffen sind in erster Linie die Printmedien. Da helfen den Zeitungen auch die zahlreichen Onlineangebote nicht weiter, die mit ihren niedrigen Einnahmen keine Ausfallbürgschaft antreten können. Ein Großteil des Werbekuchens wird inzwischen durch branchenfremde Akteure wie Suchmaschinen, Social Media und Telekommunikationsunternehmen abgezogen.

Wohl gemerkt, wir reden hier ausschließlich von der Krise des Informationsjournalismus, von der vierten Macht im Staate. Und da muss man sich in der Tat Sorgen machen. Schließlich lässt sich an den Geschäftsmodellen, die Dienstleistungen und Merchandising an journalistische Plattformen binden, eine höchst unerfreuliche Nebenwirkung ablesen: die Erosion der redaktionellen Unabhängigkeit. Ein hohes Gut in der Demokratie, dessen Zerfall von den Medien selbst betrieben wird. Durch den Abbau von Korrespondentennetzen und Ressorts zum Beispiel, durch die Schaffung sogenannter Zentralredaktionen für verschiedene Zeitungen, durch die Hörigkeit gegenüber der Marktforschung und nicht zuletzt durch eine „zielgerichtete“ Ausbildung des Journalistennachwuchses.

Harald Schumann vom Tagesspiegel bringt es auf den Punkt: *„Um der wirklichen Gefahrenlage, in der wir uns befinden, als Journalist gerecht zu werden, bräuchte es eine Form von innerer Unabhängigkeit, die die meisten Kollegen nicht haben. Auf den Nachwuchs braucht man nicht zu setzen. Der Zugang zum Journalistenberuf ist inzwischen so schwer geworden, dass die jungen Leute, die in den Beruf kommen, eine Orgie der Anpassung hinter sich haben, bevor sie das erste Mal einen festen Vertrag unterzeichnen dürfen“.*

Der Journalismus wird nicht mehr als kulturelle Leistung begriffen, auf die wir ein Anrecht haben, meint Klaus Liedtke, Ex-Chefredakteur von Stern und National Geographic. *„Die Menschen haben ein im Grundgesetz verbrieftes Recht auf Informationen, und die Medien stehen in der Pflicht, diese Informationen zu liefern. Wer sollte es sonst tun?“*

Der Schweizer Medienwissenschaftler Kurt Imhof hält diesen Anspruch für illusorisch: *„Mit der Kommerzialisierung des Medienwesens lassen sich die Qualitätsansprüche des professionellen Journalismus immer weniger erfüllen und damit auch nicht die notwendigen Leistungsfunktionen der politischen Öffentlichkeit – wir werden also ausgerechnet in der Globalisierung innenpolitisch dümmern“*. Dafür sieht er vor allem einen Grund: Der Informationsjournalismus ist der Transnationalisierung der Politik nicht nachgewachsen, d.h. es gibt keine europäische Öffentlichkeit, dafür aber mächtige transnationale politische Institutionen ohne Öffentlichkeit. Und diesen Rückschritt haben wir ausgerechnet in einer Zeit hinzunehmen, die nichts dringender braucht als eine funktionierende freie Presse, welche sich der seriösen Aufklärung verpflichtet fühlt.

Das kapitalistische Wirtschaftssystem und sein Finanzsystem konfrontiert gerade seinen eigenen Kollaps. Um die Massen unter Kontrolle zu bringen, bevor diese aufstehen, haben die Drahtzieher in Politik und Wirtschaft mit Hilfe der Medien eine globale Bedrohung inszeniert: das Coronavirus. Ein enormer propagandistischer Ausstoß an Angst lähmt zur Zeit jeden Widerstand. Ob das jedoch noch lange gut gehen wird, darf bezweifelt werden, wie die Demonstration in Berlin vom 1. August nahelegt. Während dort hunderttausende Menschen friedlich gegen die ihnen auferlegten Beschränkungen aufbegehrten, schalteten die sogenannten „Qualitätsmedien“ in ihrer Berichterstattung in den Lügenmodus, fuhren die Teilnehmerzahlen unisono auf 20.000 herunter und übten sich im Gleichschritt in einer gigantischen Diffamierungskampagne normaler Bürger. Hier wurde deutlich, wie sehr sich die Medien inzwischen von ihren Lesern entfernt haben. Die drastisch sinkenden Auslagenzahlen belegen das ebenfalls.

Ein weiteres, viel schlimmeres Indiz für den verträumten Journalismus unserer Tage ist der Umgang der Mainstreammedien mit der menschengemachten Ökokatastrophe, die unsere Lebensbedingungen dramatisch verändern wird. Der Klimawandel ist nur ein Aspekt, aber allein er wird in absehbarer Zeit enorme Auswirkungen auf unser politisches, wirtschaftliches, soziales und kulturelles Leben haben. Der rasante Ausverkauf der natürlichen Ressourcen, der durch den Wachstumsrausch in den ehemaligen Schwellenländern China, Indien und Brasilien noch extrem befördert wird, gibt ebenfalls zu größter Sorge Anlass. Ganz abgesehen von den „Kriegen gegen den Terror“, in die wir uns haben hineinziehen lassen und dem kriminellen Gebaren einer von Gier gesteuerten internationalen Finanzindustrie, welche die Werte der bürgerlichen Gesellschaft sukzessive zersetzt und uns die Demokratie aus der Hand zu nehmen droht.

Einem Großteil der etablierten Medien scheint das jedoch egal zu sein. Aber solange sie sich als Teil der Unterhaltungsindustrie verstehen und nicht als aufklärendes Instrument, ist ihr Einfluss auf die Gesellschaft ätzend und zersetzend. Wenn ZEIT-Chefredakteur Giovanni di Lorenzo

beispielsweise sagt, dass Begriffe wie Klimawandel oder Nachhaltigkeit selbst die Leser der ZEIT regelmäßig abzuschrecken scheinen, ist das ein erbärmliches Zeugnis für die Medien. Sie selbst haben sich ein derart desinteressiertes Publikum geschaffen. *„Woran liegt es, dass einige der wichtigsten Fragen der Menschheit auf ein so geringes Interesse stoßen?“* gibt sich di Lorenzo dennoch ratlos.

Dafür gibt es mehrere Ursachen. Während die Politik es noch immer als ihr erklärtes Ziel ansieht, Wachstumszahlen zu produzieren, wächst die Zahl der Menschen, die sich nach praktikablen Lösungsmöglichkeiten außerhalb des kollabierenden Systems sehnen, sprunghaft an. Die Kommunikation im Internet gibt darüber hinreichend Aufschluss. Inzwischen hat sich dort eine alternative Medienwelt herangebildet, die zunehmend mächtiger wird und der weit mehr Vertrauen entgegengebracht wird, als den Dickschiffen der großen Verlagshäuser. Es ist schon erstaunlich, wie unzureichend diese Aufbruchstimmung von den klassischen Medien erfasst wird. *„Die wirklichen Veränderungen in der Gesellschaft finden oft jenseits dessen statt, was wir im Print oder meinetwegen auch Online veranstalten,“* gesteht der Buchautor und ehemalige Chefredakteur des Stern, Michael Jürgs. *„Das sind alles Bewegungen, die nicht von uns bewirkt worden sind: Occupy, Attac, Anonymous, Wiki-Leaks. Diese Leute interessiert nicht mehr, was die klassischen Medien machen“.*

Wohl wahr. Die politische Demarkationslinie verläuft schon lange nicht mehr zwischen links und rechts, auch nicht zwischen oben und unten, sie verläuft mittlerweile zwischen zukunftsfeindlich und zukunftsfähig. Die Medien müssen sich fragen, ob es möglich ist, die Aufregung und das Aufregende unserer Zeit neu zu gewichten. Oder ob ihnen auf ewig die Hände gebunden sind in der gnadenlosen Gewinn- und Verlustrechnung unserer Tage. Aber wie immer man es andenkt, es bleiben Wunschträume. *„Medien sind nur dann Instrumente zur gesellschaftlichen Veränderung, wenn sich die Gesellschaft schon in einem Umbruch befindet. Wer diese Reihenfolge umdrehen will, hängt einem naiven Wunschtraum an,“* konstatiert Harald Schumann nüchtern.

Noch desillusionierender ist das, was Hans-Ulrich Jörges (Stern-Chefredaktion) sagt: *„Wenn wir über veränderte Medien reden, müssen wir zunächst einmal feststellen, dass die Unfähigkeit der Politik, die Welt und sich selbst zu erklären, noch nie so ausgeprägt war wie heute. Diese Aufgabe bleibt jetzt allein an den Medien hängen. Und die sind damit brutal überfordert“.* Na denn, lieber Leser, Bild dir deine Meinung! Am besten im Internet, wo sich die Informationen noch verifizieren lassen.

+++

*Danke an den Autor für das Recht zur Veröffentlichung.*

+++

*Bildquelle: ra2 studio / shutterstock*

+++

*KenFM bemüht sich um ein breites Meinungsspektrum. Meinungsartikel und Gastbeiträge müssen nicht die Sichtweise der Redaktion widerspiegeln.*

+++

*KenFM jetzt auch als kostenlose App für Android- und iOS-Geräte verfügbar! Über unsere Homepage kommt Ihr zu den Stores von Apple und Google. Hier der Link: <https://kenfm.de/kenfm-app/>*

+++

*Abonniere jetzt den KenFM-Newsletter: <https://kenfm.de/newsletter/>*

+++

*Jetzt KenFM unterstützen: <https://www.patreon.com/KenFMde>*

+++

*Dir gefällt unser Programm? Informationen zu weiteren Unterstützungsmöglichkeiten hier: <https://kenfm.de/support/kenfm-unterstuetzen/>*

+++

*Jetzt kannst Du uns auch mit Bitcoins unterstützen.*

**KenFM.de**

KenFM: Das freie und unabhängige Medienportal  
**Bitcoin Adresse:** 18FpEh19Dh83GXXGpRNqSoW5TL1z1PZgZK  
<https://kenfm.de>

---