

Alumni-Treffen am 22. April 2023

Michael Haller:

„Kritische Anmerkungen zum Zustand des deutschen Journalismus“

Zusammenfassung in fünf Thesen

1. Zu viel Stress

Die meisten Journalistinnen und Journalisten sind einem Stresstest ausgesetzt. Der redaktionelle Output hat an Umfang und Produktionsgeschwindigkeit zugenommen, das redaktionelle Personal hat abgenommen. Neuen Stress verursacht auch der vermeintliche Druck des redaktionellen Marketings, Nutzungsströmen zu folgen und zu verstärken (Marktanteilskämpfe, Clickbaiting, Zielgruppenfokussierung u.a.m.). Und Stress erzeugt der damit einhergehende Wettbewerb, im Medienmarkt von der Konkurrenz erfolgreich lancierte Inhalte zu beobachten und ggf. zu kopieren: der Hang zur Meute, zum WeToo, zur Selbstreferenz – zur Bubble.

2. Diener zweier Herren

Dem genannten Stress liegt der alte, in der Onlinewelt verschärfte Widerspruch der kapitalistischen Wettbewerbsgesellschaft zugrunde, sowohl eine aufgeklärte Öffentlichkeit, als auch marktgängige Reichweiten herzustellen. Die Journalisten der privatwirtschaftlichen Medien müssen im Medien- und Zielgruppenmarkt über Reichweitengenerierung für die Finanzierung ihrer Kosten sorgen – statt das zu tun, wofür es sie gibt: über das relevante aktuelle Geschehen zutreffend informieren, das Geschehen zu erklären und darin für eine informierte Öffentlichkeit zu sorgen.

3. Die KI bringt die Krise noch deutlicher ans Licht

Viele Medienmacher glauben, dass die fortschreitende Digitalisierung, insb. die Verwendung von KI zu einer Besserung führen werde, weil die Journalisten von den Routinen der Berichterstattung und des Textmanagements erlöst würden. Diese Hoffnung ist zu großen Teilen Wunschdenken. Zwar lassen sich viele Verarbeitungsroutinen automatisieren – bis hin zur lokalen Sportberichterstattung. Doch solche Dienstleistungen wird demnächst jedes KI-Labor anbieten und jeder Nutzer für kleines Geld (oder Werbung) abrufen können. Dasselbe gilt für die konfektionierten Erzählstücke: Diese können KI-basierte Textmaschinen produzieren und das klassische Feature und die teure Reportage verdrängen. Medienhäuser, die den Journalismus automatisieren, verabschieden sich von demselben.

4. Die klassischen Kernkompetenzen hervorholen

Um dieser Falle der Selbstabschaffung zu entgehen, sollte sich der Journalismus auf seine klassischen Kernkompetenzen besinnen, d. h. diese als sein USP entfalten: 1.) Präzise und zutreffend über das aktuelle Geschehen informieren; 2.) Bemerkenswerte Vorgänge und Per-

sonen ausleuchten und dem Publikum erzählend nahebringen, 3.) Mäuscheleien, Missstände und Machenschaften recherchierend aufdecken und beschreiben, 4.) Aktuelle Vorgänge und Ereignisse in den Zusammenhang stellen und mit Sachverstand beurteilen. Und wenn der Journalismus die Orientierungswünsche des Publikums versteht, diese cross- und multimedial aufgreift und in unterhaltsamer Weise erzählt: umso besser!

5. Wieder glaubwürdig werden und das Berufsbild darauf ausrichten

In der digitalen Onlinewelt verlieren diese Kernkompetenzen keineswegs an Bedeutung, im Gegenteil: Die zunehmend unübersichtliche, viele Menschen irritierende Informationslawine, verstärkt durch die Flut an Selbstdarstellungen und Trivialgeschichten (Storytelling!) hat bei einem Großteil der Bevölkerung viel Medienskepsis evoziert. Diese Skepsis lässt sich nicht mit rhetorischen Qualitätsbeteuerungen, nicht mit redaktionellem Marketing und nicht mit Gimmicks in Vertrauen verwandeln. Auch nicht mit einer moralisch begründeten sogenannten „Haltung“. Sie kann nur abgebaut werden, wenn die Ursachen diagnostiziert und therapiert werden.

Tatsächlich mangelt vielen Nachwuchsjournalistinnen und -journalisten ein Bewusstsein über die Berufsrolle des Journalismus in dieser desorientierten Gesellschaft. Um es zuge-spitzt zu sagen: Journalismus ist kein Laufsteg für die Branche und keine Selfi-Knipsmaschine für das eigene Ego. Und er ist auch keine moralische Wohlfühlanstalt für die Selbstgerechten. Die Berufsrolle (und darin auch das berufliche Selbstverständnis) wird in demokratisch organisierten, rechtsstaatlich verfassten Gesellschaften nicht von Journalistenpreisen oder den Medienbesitzern, sondern durch die im Grundgesetz, dem Pressekodex und den Landesmediengesetzen festgeschriebenen und durch jahrzehntelange Rechtsprechung konkretisier-ten Normen bestimmt. Hinweis: Diese sind keine Ist- sondern Sollbeschreibungen!

Die drei vielleicht wichtigsten und massiv missachteten Normen lauten: Wahrhaftigkeit, Transparenz und Unabhängigkeit - unabhängig von den Durchsetzungsinteressen Dritter, egal, ob Staat, Wirtschaft, Religion oder die Weltverbesserungsideologie irgendeiner NGO.

Das mag derzeit unrealistisch und insofern konservativ klingen. Es ist indessen eine nach meiner Überzeugung ausgesprochen progressive, weil zukunftsichernde Sicht, die das Fundament auch der künftigen Journalistenausbildung ausmachen sollte.