

Medien & Ethik

Kommunikation verändert sich



Klaus Beck (FU Berlin) mahnte die Journalistinnen und Journalisten zu mehr Rollendistanz.



Mehr Freiräume für die Kreativität von Journalisten forderte Johann Michael Möller.



Vertrauen ist die Währung des Erfolgs von sozialen

24. Apr. 2010 – Die Fragestellung der Veranstalter nach Öffentlichkeit, Gegenöffentlichkeit oder Kollaboration im Verhältnis von Medien und Demokratie war schon provokant. Gehen die Medien ein Bündnis mit "ihrem Feind", der Politik, ein, den sie eigentlich zu kontrollieren haben?

Diese und andere Fragen diskutierten heute Studierende, Lehrer und Journalisten im Erfurter Funkhaus des MDR. Der Befund von Prof. Klaus Beck (FU Berlin), dass eine sehr persönliche Beziehung zwischen Politikern, Pressesprechern, PR-Beratern und Journalisten existiert, wäre kaum erwähnenswert. Diese hat immer bestanden. Heute würde das Vertrauensverhältnis jedoch durch Alltagsnormen bestimmt. Mit moralisierender Berichterstattung könne der Journalismus seinen Auftrag in der Demokratie nicht erfüllen. Seiner Wahrnehmung nach würden die professionellen Eigenschaften des Journalismus mehr und mehr ausgeblendet, wodurch eine Distanz zwischen Politikern und Journalisten kaum noch existiert. An die Adresse der Politiker gerichtet, forderte Beck eine Zurückhaltung bei der Darstellung ihrer Privatheit. Sie könne politische Botschaften nicht ersetzen. Ökonomisches Marketing-Denken kontaminiere die Politik und die Publizistik. Selbstbestimmung müsse an die Stelle der Zweckrationalisierung treten, was nichts anders bedeutet als die Selbstunterwerfung der Journalisten, ihren vorausseilenden Gehorsam, zu beenden [mehr](#).

Als grundsätzliche Herausforderung für die repräsentative Demokratie und den Journalismus bezeichnete Johann Michael Möller, Hörfunkdirektor des MDR, die durch das Internet bewirkten Veränderungen in der Kommunikation. Mit deutlichen Worten kritisierte er das Denken und Handeln in den Chefetagen der Medienbetriebe. Gespart wird an journalistischer Qualität, dem Ast, auf dem die Branche sitzt. Journalisten würden zu Content-Produzenten umfunktioniert, deren Kreativität auf 70 cm Tischkante, wie in einer Legebatterie sitzend, reduziert wird. Als crossmedial verkaufe man, was häufig als Überforderung bezeichnet werden muss. Die Dominanz der Kosten über die Kreativität lässt eine Viertelstunde Nachdenken über die richtige Überschrift nicht mehr zu.

Netzwerken, leitete Anna Kuhn-Osius aus dem Internetwahlkampf von Barack Obama ab.



Für nichtkommerzielle Internetangebote müsse Rechtssicherheit geschaffen werden, verlangte Sven Oelsner von der Politik.



Mit der Hoffnung auf mehr Glaubwürdigkeit des Journalismus im Interesse der politischen Kultur endete die Diskussionsrunde des 5. Thüringentags Medien & Ethik. (Fotos: Rainer Aschenbrenner)

Auch an die Journalisten gerichtet, stellte er die Frage, woher künftig das Neue noch kommen soll? Der praktizierte Sekundärjournalismus, die Weiterverarbeitung vorhandener journalistischer Produkte, habe mit Meinungsbildung und Meinungsvielfalt recht wenig zu tun. Recherche wird heute mit googeln verwechselt. Was die Agenturen noch nicht gemeldet haben, wird nicht geschrieben oder gesendet [mehr](#).

Das Kontrastprogramm dazu lieferte Anna Kuhn-Osius (freie Journalistin), die den Internetwahlkampf von Barack Obama analysiert hat. Viele Zahlen verdeutlichten den Unterschied in der Herangehensweise der drei Kandidaten, John McCain, Hillary Clinton und Barack Obama, und die Wirkung ihrer Onlineaktivitäten. Was blieb, war nicht nur die Frage, ob 770 Millionen an Spenden, wie für Barack Obama, in Deutschland überhaupt denkbar sind. Angesichts der unterschiedlichen politischen Systeme bleiben Zweifel, obwohl der Bundestagswahlkampf und auch der in einigen Bundesländern vordergründig personalisiert geführt wurde. Eine Chance für die Demokratie, so Anna Kuhn-Osius, sind die sozialen Netzwerke allemal. Auch wenn der User weiß, dass der Politiker kaum selbst antwortet.

Sven Oelsner, FSU Jena und nach eigenem Bekunden zu 90 Prozent die Thüringer Blogzentrale, sprach über Gegenöffentlichkeit im Bundestagswahlkampf. Blogs sind keine Rechteverwerter und verbreiten auch nicht vordergründig Informationen. Sie dienen der

Meinungsbildung. Die Politiker haben Twitter, Facebook und YouTube zwar für sich entdeckt, aber selten für sich nutzbar gemacht. Das Video von Christoph Matschie auf YouTube wurde im Landtagswahlkampf nur rund 200 Mal angeklickt.

Den Abschluss des 5. Thüringentags bildete eine von Martin Debes (TA) moderierte Diskussion, in der Sven Oelsner das Fehlen von politisch interessierten Bloggern in Thüringen beklagte. Wer sich in diesem Raum bewegt, ist meist schon in irgendeiner Weise politisch angebunden.

Nach Ansicht von Prof. Beck muss der Gesetzgeber beim Leistungsschutzrecht etwas tun. Insbesondere die riesige Verwertungsmaschine Google nutze urheberrechtlich geschützte Werke kostenlos. Zweifel äußerte er an Stiftungsmodellen bei den privat organisierten Medien. Zwar gibt es in den USA solche Modelle, die investigativen Journalismus fördern, auf Deutschland sei das aber schwer übertragbar.

Eine zunehmende Delegitimierung der drei Staatsgewalten und der Medien sieht Johann Michael Möller. Zwar werden soziale Netzwerke die Massenmedien nicht ersetzen. Die Abkopplung vom politischen Geschehen und dessen Reflektion sowie kritische Begleitung in den Medien wirkt sich jedoch auf die demokratisch verfasste Gesellschaft aus.