

Die Hoffnung auf die Öffentlichkeit stirbt zuletzt

Von Hans-Jürgen Arlt und Wolfgang Storz

Etwas anderes als ihre Öffentlichkeit hat eine Gesellschaft nicht, um sich über sich selbst aufzuklären, über ihre guten und ihre schlechten Seiten, über ihre Freuden, ihre Risiken und ihre Katastrophen.

Dass Werbung, Öffentlichkeitsarbeit und Unterhaltung in der öffentlichen Kommunikation inzwischen ein deutliches Übergewicht haben, ist eine andere Geschichte. Wir fragen nach der Qualität des Journalismus, der - offline und online - für die „breite Öffentlichkeit“ die Informations- und Orientierungsleistungen erbringen soll.

Konkret analysiert haben wir in unserer Studie „Wirtschaftsjournalismus in der Krise“ einen kleinen Teil der Berichterstattung über die globale Krise der großen Spekulation, die den Finanzmarkt und damit ganze Gesellschaften zwischen 2007 und 2009 an den Abgrund geführt hat und für die bis heute noch keine Lösung gefunden ist. Unser Befund: Der tagesaktuelle deutsche Wirtschaftsjournalismus stand dem globalen Finanzmarkt gegenüber wie ein ergrauter Stadtarchivar dem ersten Computer mit einer Mischung aus Ignoranz und Bewunderung, ohne Wissen, wie er funktioniert, ohne Ahnung von den folgenreichen Zusammenhängen, die sich aufbauen; im Zweifel schloss man sich der vorherrschenden Meinung an. Die Risiken ignorieren und auch diejenigen, die auf die Risiken hinweisen, beschönigen und beruhigen statt aufklären und realitätsnah informieren - darin bestand im Kern die Fehlleistung des Wirtschaftsjournalismus. Und trotz dieser Versäumnisse, es gibt wir keine andere Möglichkeit, als sich für einen leistungsfähigen kritischen Journalismus stark zu machen.

Es fällt auf, dass der Journalismus seine Themen immer häufiger als Krisen-Themen

modelliert. Ob in der Wirtschaft, der Bildung, der Politik, der Gesundheit oder sogar dem Sport, ständig und überall geht es inzwischen um Krisen. Aufschlussreich wäre, einmal zu erforschen, welche Krisen von den Medien ‚hochgezogen‘ und stark dramatisiert werden, wie etwa die Schweinegrippe, und welche Krisen möglichst lange ausgeblendet und ‚kleingeschrieben‘ werden, wie lange Zeit die drohende Finanzmarktkrise und deren vielen Vorboten.

Eindeutig scheint uns zu sein, dass es Risiken und Krisenpotentiale gibt, deren öffentliche Darstellung deshalb unterbelichtet ist, weil der Weg in die Krise an Geld- und Machtgewinne einflussreicher Akteure gebunden ist. Die Beschäftigungskrise zum Beispiel, die seit mehr als 30 Jahren alleine in Europa Millionen von Menschen dauerhaft in die Arbeitslosigkeit zwingt, wird zwar regelmäßig statistisch aufbereitet und es wird darüber auch berichtet, aber ein allgemeines nachhaltiges Drängen auf eine Lösung findet seit der ersten Aufregung in den 80er Jahren des vorigen Jahrhunderts kaum noch statt. Der ökologische Protest gegen die Zerstörung der Lebensgrundlagen auf der Erde war im Vergleich dazu publizistisch erfolgreicher, aber am fatalen Gang der Dinge und den damit verbundenen globalen Bedrohungen konnte er noch nichts Grundlegendes ändern.

Die Entscheidungen, die in den Unternehmen und Verbänden, in den Regierungen und Parteien getroffen werden, sind das eine; das andere sind die journalistischen

Informationen und Deutungen, die zur Bewusstseins- und Meinungsbildung der Menschen beitragen. Inwieweit die konkreten wirtschaftlichen und politischen Entscheidungen sich von der öffentlichen Kommunikation beeinflussen lassen – und umgekehrt – darüber kennen wir kein zuverlässiges Wissen. Nicht zu bezweifeln ist unseres Erachtens, dass die Öffentlichkeit die einzige kritische Instanz ist, die bleibt, wenn in den großen und kleinen Organisationen, sozusagen von Siemens bis zum SPD-Ortsverein, der Loyalitätsdruck übermächtig wird, die Schweigespirale voll durchschlägt und die Realitätsverluste überhand nehmen. Zufall ist es nicht, dass die Geschichtsschreibung der Öffentlichkeitsarbeit gerne mit der Erinnerung an den Fluch eines amerikanischen Unternehmers beginnt: „the public be damned“.

Die Sonnenseite der dunklen Krisenthematik ist der Nachhaltigkeitsdiskurs. Er eröffnet die Perspektive auf die Möglichkeiten, wirtschaftliche und politische Entscheidungen zu treffen, die sich an Kriterien der Ressourcenschonung, der vielseitigen Abhängigkeiten und der Gerechtigkeit orientieren. Der Respekt vor den anderen und die Verantwortung für die anderen bilden die Leitgedanken der Nachhaltigkeit. „Vor der Frage: Was können wir tun? muss der Frage nachgegangen werden: Wie müssen wir denken?“, hat Joseph Beuys gesagt. Deshalb heißt die Frage und die Aufgabe, wie kann dieses nachhaltige Denken zum Mainstream der öffentlichen Kommunikation werden.

Wenn es stimmt, dass man von schlechten Beispielen mehr lernen kann als von schönen Erfolgen, dann ist die massenmediale Kommunikation über die große Krise der globalen Spekulation ein gutes Beispiel. Es ist ja keineswegs so, dass alle gleichermaßen gewinn gierig und bedenkenlos auf den Spekulationszug aufgesprungen sind, von dem bis heute nicht klar ist, ob sein tatsächlicher Endbahnhof nicht doch eine globale Katastrophe sein wird. An kompetenten und prominenten Gegenstimmen, an weitsichtigen Analysen und klaren Beschreibungen der Zusammenhänge hat es nicht gefehlt. In einem umfangreichen Literaturbericht stellt unsere Studie solche Stimmen und Quellen vor. Die globalen Handelsungleich-

gewichte – als langjähriger Exportweltmeister ist Deutschland hier Täter, nicht Opfer –, der einseitig verteilte riesige private Reichtum und als sein Schatten die wachsende Armut, die organisierten Verantwortungslosigkeiten der Finanzindustrie, über all das stand und steht umfangreiches Wissen zur Verfügung. In die tagesaktuelle journalistische Arbeit fand es kaum Eingang und findet es immer noch zu wenig Eingang. Das Bewusstsein dafür zu schärfen und diejenigen, die das ebenso wie wir ändern möchten, zu ermutigen, sprechfähiger und argumentationsstärker zu machen, wäre eine gute Wirkung unserer Studie.

Es ging uns zu keinem Zeitpunkt um eine Journalistenbeschimpfung, sie ist genau so wenig sinnvoll wie die Herabwürdigung irgendeiner anderen Berufsgruppe. Aber wie jede andere gesellschaftliche Arbeit hat sich auch die journalistische der öffentlichen Debatte zu stellen. Erst die Kontrolle der Kontrolleure schließt den demokratischen Kreislauf und stellt so sicher, dass sich niemand der kritischen Beobachtung entziehen kann. In diese kritische Beobachtung müssen die Arbeitsbedingungen einbezogen werden. Deshalb fragen wir als eine Konsequenz unserer Untersuchungen: Hat der Journalismus in der Breite die Arbeitsbedingungen, die es ihm erlauben, möglichst sogar erleichtern, seine Arbeit gut zu machen? Wie können Redaktionen ihre Sensoren und Sensibilitäten so ausbauen, dass begründetes kritisches Wissen in den Routinen des redaktionellen Alltags wahrgenommen und geprüft wird? Und wie können Redaktionen überhaupt eine demokratische öffentliche Diskussion befördern, deren interne Arbeitsprozesse selbst geprägt sind von Hierarchien, Kostendruck, unsicheren Beschäftigungsbedingungen, Personalabbau und einem vermachteten, teilweise höfischen Meinungsklima? Wir brauchen eine öffentliche Debatte über die Produktionsbedingungen der veröffentlichten Meinung.

Dr. Hans-Jürgen Arlt war bis 2003 Leiter der Öffentlichkeitsarbeit beim DGB.

Dr. Wolfgang Storz war 2002 bis 2006 Chefredakteur der Frankfurter Rundschau.

