

„Das große Rauschen“

Zur Aktionswoche „Demokratie braucht viele Stimmen“ fragt der Medienwissenschaftler Bernhard Pörksen: Welche Zukunft hat Journalismus in einer zunehmend journalismusfeindlichen Welt? In einem Essay entwirft er die Vision einer medienmündigen Gesellschaft.

VON BERNHARD PÖRKSEN

Optimismus, so hat der aphoristische Weisheiten hervorknurrende Dramatiker Heiner Müller einmal gesagt, ist ein Mangel an Information. Pessimismus, so könnte man ihm entgegnen, ist ein Mangel an Ideen. Und doch: Wenn man sich klar macht, was die laufende Medienrevolution für den unabhängigen Journalismus bedeutet, dann ist es schwer, aktuell nicht in die ohnehin verbreiteten Untergangsgesänge einzustimmen, nicht einfach nur weiterhin die Narrative des Niedergangs zu bedienen. Denn Fakt ist: Aufklärerischer Journalismus entsteht heute in einer zunehmend journalismus- und aufklärungsfeindlichen Welt.

Im Hintergrund wirken drei große Trends. Politisch erleben wir in vielen Ländern Europas und in den USA den Aufstieg von Populisten und Extremisten, die unabhängige Medien nach Kräften dämonisieren. Technologisch ist die KI-Revolution längst allgegenwärtig. Die Folge: Gerade noch funktionierende Geschäftsmodelle unabhängiger Medien kollabieren über Nacht. Und gigantische Mengen von KI-Müll in Form von Fake-Videos und Fake-Texten fluten das Netz, erschweren die Orientierung. Ökonomisch trocknen die Big-Tech-Unternehmer die Werbemärkte, einst eine zentrale Finanzquelle des Journalismus, aus.

Bildung für digitale Zeiten

Nur eine einzige Zahl: Im letzten Jahr haben drei Unternehmen – Google, Meta und Amazon – im digitalen Markt mehr als die Hälfte aller Werbeeinnahmen weltweit für sich verbucht. Hinzu kommt, dass viele Menschen im allgemeinen Krisentumult unter einer Überdosis Weltgeschehen leiden. Sie wenden sich ab, klinken sich aus, suchen – mal verzweifelt, mal genervt – nach Digital-Detox-Rezepten und den Oasen einer nachrichtenfernen Seelenpflege. In Zeiten einer allgemeinen Zukunftsunru-

he ist das absolut verständlich, aber doch fatal. Denn wie soll ein echter Skandal noch zünden, wenn vor lauter Krisenangst und Bullshit-Ekel niemand mehr hinschauen mag?

Und doch: Pessimismus ist Zeitverschwendung. Und es braucht – gerade jetzt, gerade heute – eine Vision der Medienmündigkeit, die in einem dreifachen Kraftakt besteht, so meine These. Nötig ist, erstens, eine Bildungsanstrengung auf der Höhe der digitalen Zeit. So wie in den 1970er Jahren



Der Medienwissenschaftler Bernhard Pörksen arbeitet an der Universität Tübingen und forscht intensiv im Silicon Valley. Foto: Peter-Andreas Hassiepen

das Umweltbewusstsein entstanden ist, sollte sich (und das geht nur als gemeinsame Initiative von Schulen, Hochschulen, Volkshochschulen) heute als Reaktion auf die Vermüllung und Ausplünderung der publizistischen Außenwelt eine Art Öffentlichkeitsbewusstsein entwickeln, ein Gespür für den Wert und die Schutzbedürftigkeit von Öffentlichkeit, verstanden als geistiger Lebensraum einer liberalen Demokratie.

Plattformen in die Pflicht nehmen

Unerlässlich ist, zweitens, eine unterschiedene Regulierung großer Plattformen. Die verschiedenen EU-Initiativen wie etwa der Digital Services Act, die Plattformen zu einer effektiveren Desinformationsbekämpfung drängen, gehen durchaus in die richtige Richtung. Fraglich ist nur, ob sie im Zuge der geopolitischen Verwerfungen und der Entfremdung zwischen den USA und Europa auch durchgesetzt werden können.

Schließlich und drittens sollte sich auf dem Weg in die medienmündige Gesellschaft auch der Journalismus ändern. Ich behaupte: Der aufklärerische Journalismus der Zukunft wird dialogisch und transparent sein – oder er wird nicht sein. Leserinnen und Leser sind in einer tatsächlich medienmündigen Gesellschaft noch viel stärker als bisher, Komplizen, Kritiker, Gefährten, Dialogpartner auf Augenhöhe. Sie sind Anreger in einem großen, pulsierenden, niemals endenden Gespräch zwischen der Redaktion und denjenigen, die man früher, in einer vergangenen Medienepoche, das Publikum genannt hätte. Und die heute lange schon selbst senden, posten, publizieren.

Ein neuer Pakt mit dem Publikum

Mein Punkt ist: Es braucht – im Widerstand gegen Big-Tech-Giganten, zum Schutz unabhängiger Berichterstattung, im Bemühen um Medienmündigkeit in der

Breite der Gesellschaft – einen neuen Pakt zwischen der vierten Gewalt des klassischen professionellen Journalismus und der fünften Gewalt der vernetzten Vielen, dem medienmächtig gewordenen Publikum. Es braucht stabile Vertrauensbeziehungen, wechselseitige Anregung und Transparenz, auch indem Redaktionen in Berichten und Debatten, in Blogs und der direkten Begegnung noch viel stärker als bisher über ihre Arbeit aufklären. Das heißt, dass man die Kosten und Fallstricke einer Enthüllungsforschung benennt. Es bedeutet, dass man eigene Fehler offenlegt, aber doch auch grundsätzlich verdeutlicht: Ohne einen vitalen Journalismus steigt die Korruption in einem Gemeinwesen, nimmt das zivilgesellschaftliche Engagement nachweislich ab, werden die populistischen Vereinfacher mächtiger.

Und wenn es doch schiefgeht, wenn das große Rauschen und der synthetische Lärm der KI-Videos die Vielstimmigkeit authentischer Medien und echter Menschen überdröhnt? Dann hat der Aufklärungsoptimist und Verteidiger einer demokratischen Öffentlichkeit, bis es wirklich so weit ist, immerhin das bessere Leben gehabt und das eigene Engagement zumindest nicht vorschnell im allgemeinen Pessimismus ertränkt. Und das ist doch auch ein Wert, oder?

Aktionswoche der Medien

Die Medienkampagne „Demokratie braucht viele Stimmen“ macht vom 14. bis 19. September deutschlandweit auf die Bedeutung von professionellem Journalismus aufmerksam. Ein breites Bündnis journalistischer Medien und ihrer Verbände trägt die Initiative. Auch unsere Zeitung beteiligt sich daran. Die gemeinsame Aktion möchte eine öffentliche Debatte über die Zukunft der demokratischen Öffentlichkeit anstoßen.