

Matthias Daniel / Stephan Weichert (Hrsg.)

Resilienter Journalismus

Wie wir den öffentlichen Diskurs
widerstandsfähiger machen

HERBERT VON HALEM VERLAG

Bibliografische Information der Deutschen Bibliothek

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation
in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte
bibliografische Daten sind im Internet über
<http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Matthias Daniel / Stephan Weichert (Hrsg.)

Resilienter Journalismus.

Wie wir den öffentlichen Diskurs widerstandsfähiger machen

Köln: Halem, 2022

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme (inkl. Online-Netzwerken) gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

© 2022 Herbert von Halem Verlag, Köln

ISBN (Print) 978-3-86962-630-7

ISBN (PDF) 978-3-86962-631-4

ISBN (ePub) 978-3-86962-632-1

Den Herbert von Halem Verlag erreichen Sie auch im

Internet unter <http://www.halem-verlag.de>

E-Mail: info@halem-verlag.de

Dieses Buch wurde auf FSC®-zertifiziertem Papier gedruckt.

SATZ: Herbert von Halem Verlag

LEKTORAT: Julian Pitten

DRUCK: docupoint GmbH, Magdeburg

GESTALTUNG: Claudia Ott, Düsseldorf

Copyright Lexicon ©1992 by The Enschedé Font Foundry.

Lexicon® is a Registered Trademark of The Enschedé Font Foundry.

Inhalt

STEPHAN WEICHERT / MATTHIAS DANIEL Vorwort	11
STEPHAN WEICHERT Apocalypse how? Plädoyer für einen resilienten Journalismus in der Krise	14
MAREN URNER Fragen, was wirklich wichtig ist	28
WOLFGANG BLAU Jeder wird bald Klimareporter sein	34
ANNA PAARMANN Viel konsequenter digital ausrichten	42
CHRISTIAN MEIER Lob des Zweifels	50
BARBARA HANS Von Mut, Macht und Vertrauen	56

MARK HEYWINKEL	67
Wenn das neue Format am Ende der Topfpflanze Nora doch nicht gefällt	
NICOLA KUHRT	74
Rettungsboot Wissenschaftsjournalismus – und was uns nach der Pandemie erwartet	
STEPHAN ANPALAGAN	81
Wie fühlt es sich an, wenn man Sayed, Alaa oder Ahmad heißt?	
ASTRID CSURAJI	91
Mit Hoodie in die Zukunft	
CHRISTIAN SAUER	96
Auf dem Weg Richtung New Work	
SOPHIE BURKHARDT	104
Vertraut eurem Publikum!	
PETER TURI	111
Die Journalistin* der Zukunft baut der Community eine Bühne (*Männer sind mitgemeint)	
NICOLE DIEKMANN	118
Wir dürfen Twitter und Facebook nicht dem Mob überlassen!	
STEPHAN LAMBY	124
Journalismus als Waffe – ein Frontbericht	
STELLA MÄNNER	131
Hört auf mit den Stereotypen!	

DANIEL MOSSBRUCKER	139
Recherchevorteil IT-Sicherheit	
TANJA KRÄMER	145
Warum wir mehr guten Umweltjournalismus brauchen	
LEIF KRAMP / STEPHAN WEICHERT	152
Nicht für jedes Problem eine Lösung	
RONJA VON WURMB-SEIBEL	160
Wie wir die Welt sehen	
CARSTEN FIEDLER	169
Zahlen lügen nicht	
VERENA LAMMERT	176
Ein Plädoyer fürs Community-Management	
JAMILA (KI) / JAKOB VICARI (MENSCH)	182
Wie ich einmal mit einem Menschen einen Text schrieb	
MARIANNA DEINYAN	188
Balance zwischen Empathie und Distanz	
FELIX FRIEDRICH / DARIO NASSAL	194
Haltet durch!	
INGRID BRODNIG	201
Im Zweifel für den Zweifel	
BJÖRN STASCHEN	207
Der Info-Link zur Demokratie	

TANJA KÖHLER	213
Guter Journalismus braucht Diversität – auch in der Sprache	
CHRISTIAN LINDNER	220
Das Ende von »mehr, mehr, mehr«	
MEENA STAVESAND	226
Für die Mutigen	
ALEXANDER MARINOS	232
Schmid oder Schmidchen?	
JON MENDRALA	239
Schneise der Verwüstung	
ANKE VEHMEIER	246
Die Stunde des Lokalen	
DENNIS BALLWIESER	252
In der Ruhe liegt die Kraft	
STEPHAN RUSS-MOHL	261
Mutationen des Journalismus	
ISA SONNENFELD	271
Stütze der informierten Gesellschaft	
PAUL HAASE	280
Einfach mal machen	
MARC RATH	287
Die Wiederentdeckung des Lokaljournalismus	

FRAUKE HAMANN	293
Der Sogkraft widerstehen	
MAXIMILIAN ROSCH	299
Kuration als Schlüssel zum langsamen Netz	
LEIF KRAMP / ALEXANDER VON STREIT/ STEPHAN WEICHERT	307
Digitale Resilienz	
Autorinnen und Autoren	330
Herausgeber	341

»In die aktuelle Ad-hoc-Politik mit erratisch anmutenden Entscheidungen mischt sich in Krisenzeiten der aktivistische Twitter-Sound vieler Medienmacher: es wird skandiert, gemutmaßt und insinuiert.«

STEPHAN WEICHERT

Apocalypse how? Plädoyer für einen resilienten Journalismus in der Krise

Trägt Twitter eine Mitverantwortung für eine digitale Öffentlichkeit, die rassistische und sexistische Debattenbeiträge duldet? Wie gehen Medienschaffende mit den uns umtreibenden Krisen um? Und was können wir tun, damit die Grenze zwischen Meinungsstärke und Hassrede nicht verschwimmt?

Erving Goffman hat in den 1950er-Jahren daran gearbeitet, zwischenmenschliche Interaktionsrituale zu ergründen: Interessiert hat den kanadisch-amerikanischen Soziologen vor allem, wie manche Zeitgenossen ein gewisses Bild von sich vermitteln, um andere zu beeindrucken: Diese emotionale gezielte Beeinflussung der Wahrnehmung durch andere bezeichnete Goffman als ›Impression Management‹, sinngemäß: ›Eindruckssteuerung‹.

Goffman wurde spätestens zu seiner Zeit als Professor im kalifornischen Berkeley zur soziologischen Kultfigur, seine Bücher gehören

zu den Klassikern der modernen Gesellschaftstheorie. Der Sohn ukrainischstämmiger jüdischer Einwanderer hat sich zeitlebens damit beschäftigt, wie es Menschen gelingt – oder misslingt –, einen Eindruck von sich vorzutäuschen und daran festzuhalten. Ob gegenüber Freunden, Vorgesetzten, Familie oder unter Kollegen: Goffman konnte in seinen Studien nachweisen, dass wir in sozialen Kontakten »alle Theater spielen« – so behauptet der Titel seines 1962 erschienenen Klassikers – und stets eine Maske tragen, um unsere Handlungen wechselseitig zu beeinflussen und zu rechtfertigen.

Illusionierung und Desillusionierung im Digitalen

Goffman, der in diesen Tagen 100 Jahre alt geworden wäre, aber bereits 1982 mit nur 60 Jahren an einer schweren Krebserkrankung in Philadelphia/USA verstarb, hätte der modernen Mediengesellschaft viel zu sagen gehabt. Und sie hätte wahrscheinlich viel von ihm lernen können – etwa, dass Menschen in ihrer Selbstdarstellung gefangen sind, weil ihr Medienpublikum es von ihnen erwartet.

Nun muss man keine soziologischen Hauptseminare besucht haben, um zu verstehen, dass die unzähligen Möglichkeiten der Selbstdarstellung in einer digitalen Kommunikationslandschaft drastische Wesenszüge und Verhaltensmuster hervorbringen können und diese durch die Interaktionsdynamik der sozialen Medien nachhaltig verstärkt werden. Natürlich muss es jeder und jedem völlig unbenommen sein, die Freiheitsgrade der Digitalität zu nutzen und selbst zu wählen, wie man sich präsentieren will. Jedoch hat das digitale »Impression Management« dort Grenzen, wo ein begründeter Manipulationsverdacht besteht.

Als Teil des Social-Media-Geschwaders fällt es selbst Journalisten schwer, sich der opportunen Wahrheitsfindung und kollektiven Normenzuschreibungen zu entziehen. Beides scheint in vielen kontroversen Debatten inzwischen zum guten Ton zu gehören. Goffman hat dafür in seinen späteren Forschungsjahren die Begriffe »upkeying« und »downkeying« eingeführt, die mit »Illusionierung« und »Desillusionierung« ins Deutsche übersetzt werden: Gemeint ist, dass Kommunikationsbeteiligte, z.B. durch zielgerichtete Ironisierung, Irritation oder

Verunglimpfung, sozialen Austausch zum eigenen Vorteil nutzen. In der Erzähltheorie spricht man von Narrativen oder Deutungsmustern, die bestimmten Sachverhalten einfach übergestülpt werden, um die eigene Argumentation zu stützen. Das gilt im Analogen und erst recht im Digitalen.

Digitale Resilienz – für beide Seiten

Eine solche breite Auslegung des journalistischen Selbstverständnisses hat gravierende Auswirkungen auf die publizistische Öffentlichkeit und damit Folgen für die Aufmerksamkeitsökonomie. Kurt Kister hat in einem lesenswerten Essay mit den Lesern der *Süddeutschen Zeitung* seine subjektive Einschätzung geteilt, dass die »Suche nach Schuld und Schuldigen in der gesellschaftlichen Auseinandersetzung deutlich intensiver« werde.

Nach Kisters Beobachtung gelinge es durch die Zersplitterung in viele kleinteilige Milieus immer weniger, über den Gegenstand zu streiten als vielmehr zuallererst und besonders scharf darüber, *wer* streiten dürfe und über die Art *wie* gestritten werde: Solche »säurehaltigen Metastreits« führten dazu, dass zielführende Debatten kaum mehr möglich seien.

Es gibt dafür unzählige Indizien, an denen sich derartige Phänomene in den digitalen Medien beobachten und beschreiben lassen: Corona, der Ukraine-Krieg, Flüchtlinge und die Klimakrise sind nur die auffälligsten Themen, an denen sich emotionale Debatten entzünden. Tagtäglich lässt sich in unterschiedlichen Filterblasen der sozialen Medien beobachten, wie eine »moralische Ereiferung« zuweilen abstruse Formen annimmt und sich viele Menschen deartig gefärbten Debatten entziehen. Auch wenn die Digitalkommunikation nicht schuld sei an dieser Zerstrittenheit, schreibt der ehemalige Chefredakteur der *Süddeutschen Zeitung*, so sind doch deren Wirkmechanismen für dieses Dilemma – sich in einer Demokratie streiten zu wollen, aber keine gemeinsame Ausgangsposition zu finden – mitverantwortlich.

Auch wenn es legitim sein mag, auf Stimmenfang in eigener Sache zu gehen oder eigene Beiträge zu vermarkten: Die Verantwortung des Journalismus hat sich in diesen krisenschweren Zeiten verschoben. Jour-

nalisten müssen davon ausgehen, dass Meinungsstärke zunehmend als Bevormundung ausgelegt wird und die Menschen sich scharenweise von etablierten Medien abwenden.

Das Rad, das sich durch die Scheiße dreht

Ein solches Berufsrisiko lässt sich minimieren, wenn wir eine Resilienz-bezogene Perspektive einnehmen – uns also die digitalen Bühnen mit ihren immergleichen Hauptrollen und Nebendarstellern, ihren Requisiten, der vereinnahmenden, teilweise wirren Dramaturgie und natürlich ihr Publikum genauer anschauen würden. Dass viele Entscheidungen vor allem durch die Regeln opaker Algorithmen provoziert werden, hat sich inzwischen auch unter Fünftklässlern herumgesprochen. Allerdings bleibt die Frage, was sich gezielt dagegen unternehmen lässt – und vor allem: wie.

Im Twitter-Theater wird seit jeher gepöbelt, genörgelt, gegängelt. Viele werfen sich Unverschämtheiten an den Kopf oder lassen sich zu charakterlosen Aussagen verleiten, die sie ihren Mitmenschen niemals in Gesicht sagen würden. Im schlimmsten Falle zieht dies mit zunehmender Regelmäßigkeit Konsequenzen in der realen Welt nach sich, etwa depressive Verstimmungen bei den Betroffenen, Nachstellungen im realen Leben oder die Beeinflussung juristischer Verfahren (wie im Falle von Amber Heart vs. Johnny Depp).

Kister sieht kaum Chancen, den ›Sumpfköpfen‹, die sich regelmäßig in sozialen Medien ausmären, den Hahn abzudrehen – und hier sind, auch wenn Kister das nicht explizit schreibt, offenkundig etliche Berufskolleg:innen mitgemeint. »Ein Rezept für die große Versöhnung der Gesellschaft gibt es nicht«, schreibt er resignierend und rät stattdessen zum Verzicht: »Bewusster Verzicht kann das Klima retten, auch das eigene Mikroklima.« Nicht gleich auf jede Provokation antworten, einige Tage mal keinen Tweet absetzen oder Verlautbarungen retweeten, irgendwann sogar den eigenen Account löschen – das kann Wunder bewirken und würde schon einiges zur Diskurshygiene und zur Entemotionalisierung unserer kaputten Debattenkultur beitragen.

»Twitter ruft das schlechteste in uns Menschen hervor« – so begründete der Publizist Jakob Augstein die Entscheidung, seinen Twitter-

Account mit rund 265.000 Followern zu löschen.¹ Eine saloppe Äußerung bei Twitter hatte ihm einen Shitstorm eingebracht. »Man kann bei Twitter ein großes Rad drehen, aber es ist eben eines, das sich dauernd durch die Scheiße dreht«, merkte Augstein damals gegenüber dem Branchendienst *Medieninsider* an.² In den sozialen Medien verbreitete Inhalte oder Nachrichten seien gerade in der Corona-Krise durch »eine Mischung aus Dummheit, Aggression und Mangel an Fantasie« aufgefallen. Das liege auch an einem egomanen Reiz-Reaktionsschema, auf das sich inzwischen nicht gerade wenige Journalisten eingelassen haben.

System von ungleichen Machtverhältnissen

Dass viele Journalisten Twitter als strategischen Kanal aus eigennützligen Motiven nutzen, ist nicht das eigentliche Grundproblem. Auch nicht, dass diese Art der Kommunikation vermutlich weiter an Relevanz gewinnen wird. Entscheidend ist vielmehr, dass die Verschiebung der Machtverhältnisse im Netz in Richtung eines »mob- und botgesteuerten Gruppendenkens« begünstigt wird, wie es der Tech-Journalist und Meinungskolumnist der *New York Times*, Farhad Manjoo, beschrieben hat.

Sich nicht als Steigbügelhalter abseitigen Gruppendenkens zu verdingen, zugleich aber nicht den Anschluss an das Weltgeschehen zu verlieren, wie es sich für die Meinungseliten auf Twitter darstellt – in diesem professionellen Dilemma stecken die Journalisten spätestens seit den öffentlichen Manipulationsversuchen von Donald Trump.

Mehr Selbstkritik im professionellen Journalismus ist auch deshalb wünschenswert, weil in den sozialen Medien immer mehr ein System von ungleichen Machtverhältnissen sichtbar wird: Seine – im Vergleich zu Facebook, YouTube oder Instagram – erheblich geringere Popularität macht Twitter durch ein algorithmisches Belohnungssystem wett, das vor allem diejenigen honoriert, die eine Bearbeitung ihrer Themen mit besonderem moralischem Eifer betreiben. Der Hang zur Selbstdar-

1 Vgl. <https://www.welt.de/kultur/medien/article234865702/Jakob-Augstein-ueber-Corona-Journalismus-Podcast.html> [23.06.2022]

2 <https://medieninsider.com/weshalb-jakob-augstein-jetzt-social-media-aussteiger-ist/2775/> [23.06.2022]

stellung ist so gefährlich, weil die Macht, die damit einhergeht, so verführerisch ist. Experten wie der us-Informatikprofessor Cal Newport von der Georgetown University erkennen bei Twitter ein »Überwachen-und-Strafen-Prinzip«: Ein Algorithmus sorgt dafür, dass diejenigen abgestraft werden, die nicht regelmäßig twittern. Die Reichweite ihrer Tweets wird reduziert. Es profitieren wiederum diejenigen, die ihre Meinungen, reflektiert oder nicht, mehrmals am Tag hinausposaunen. Dafür gibt es dann einen Orden in Form eines blauen Häkchens. Erst durch eine Abwendung von diesem Prinzip lässt sich in Netzdiskursen Schlimmeres vermeiden.

Es ist nicht von der Hand zu weisen, dass bei Twitter aktivistische Tendenzen sichtbar werden. Dort, wo journalistische Neutralität geboten ist, können die Medien im Spannungsfeld zwischen Politik, Wissenschaft und Gesellschaft leicht zermalmt und vereinnahmt werden. Allein der Verdacht, dass dort »in erster Linie gefühlte, aber nur selten strukturelle Ungerechtigkeiten verhandelt werden«, wie Andrian Kreye in der *Süddeutschen Zeitung* bemerkt, muss als heikel gelten.

*Mehr Respekt, Demut und Wertschätzung –
wie soll das gelingen?*

Kaum wurde Trump abgewählt und der Plattform für freie Meinungsäußerung verwiesen, hat die Diskussion inzwischen durch ein weiteres Ereignis Fahrt aufgenommen: den beabsichtigten Kauf von Twitter durch Elon Musk. Als im April 2022 öffentlich wurde, dass der Multimilliardär und Tesla-Gründer Twitter für 44 Milliarden Dollar erwerben wolle,³ ging durch die Medien- und Tech-Branche ein lautes Seufzen und ein Raunen.

Geseufzt haben diejenigen, die Musk nicht für einen größenwahnsinnigen Kapitalisten, sondern für den genialsten Pionier der Digitalära halten. Geraunt haben diejenigen, die der Kritik an Musk nicht müde werden und in der waghalsigen Aktion einen Verrat an der freien

3 <https://www.tagesschau.de/wirtschaft/musk-twitter-103.html> [23.06.2022]

Meinungsäußerung im Internet (t)witterten. Schlagabtausch gab es anlässlich der bizarren wochenlangen (und noch laufenden) Übernahmeschlacht jedenfalls von beiden Seiten zuhauf, in denen es um Streitigkeiten und allerlei Unterstellungen zu falschen Zahlen und gefälschten Twitter-Bot-Accounts ging.⁴

Äußerst hart gingen vor allem diejenigen mit Twitter (und Musk) ins Gericht, denen die Social-Media-Plattform spätestens seit den Schockwellen um Donald Trumps Wahlsieg oder schon zuvor durch die Brexit-Stimmungsmache suspekt wurde. Christopher Lauer warnte gar vor dem »größten anzunehmenden Internet-Unfall«. In der *FAZ* bemerkte der ehemalige Chef der Piratenpartei spitz: »Politik und Datenschützer könnten ja auch mal die Frage stellen, wie es sein kann, dass eine Plattform wie Twitter, die private Daten und Nachrichten von 200 Millionen Nutzerinnen und Nutzern speichert, einfach so den Besitzer wechseln kann.«

Es sei eine »äußerst schlechte Idee, eine Plattform wie Twitter privatwirtschaftlich zu betreiben«: Einerseits, so Lauer, sei »Twitter eine Infrastruktur, welche den Dienst bereitstelle, Nachrichten verfassen und lesen zu können«. Andererseits bestimme Twitter, »wie man die Welt wahrnimmt, indem es einem bestimmte Tweets zeigt und andere vorenthält.«⁵ (Anmerkung: Twitter ist auch jetzt schon in privater Hand.)

Wie Ex-Pirat Lauer zeigten sich etliche andere besorgt, dass weitreichende Entscheidungen in Bezug auf eine der wichtigsten digitalen Kommunikationsplattformen künftig von jemandem getroffen werden könnten, der in Deutschland vor allem durch seine Presse-Feindlichkeit im brandenburgischen Grünheide aufgefallen ist, wo er sich unablässig zwischen Genie und Wahnsinn, Pioniergeist und Fettnäpfchen bewegte.

Seine misslungenen Einlassungen via Twitter, die forschen Aufrufe im Ukraine-Krieg (»Ich fordere hiermit Wladimir Putin zu einem

4 <https://www.welt.de/kultur/medien/article238806153/Twitter-Kauf-Elon-Musk-und-die-dunkle-Seite-des-Regelbruchs.html> [23.06.2022]

5 <https://www.faz.net/aktuell/feuilleton/debatten/elon-musks-twitter-kauf-ist-eine-katastrophe-17992725.html> [23.06.2022]

Kampf Mann gegen Mann heraus«)⁶ oder die tollkühnen PR-Stunts zum wirtschaftlichen Nutzen seiner Unternehmen – etwa seine nebulösen Tweets zu Krypto-Währungen⁷ –, lassen nichts Gutes erahnen. Die Zukunft von Twitter mit ›Elon‹ könnte ziemlich abenteuerlich werden. Es ist unklar, wie es mit so jemandem an der Spitze eines für die öffentliche Debatte so wichtigen Unternehmens gelingen soll, unsere Diskurskultur respektvoller, empathischer und wertschätzender zu gestalten.

Journalistische Mutationen

Einer der klügsten Kommentare zum geplanten Twitter-Deal stammen von Cal Newport: In dem mit *Unsere fehlgeleitete Besessenheit von Twitter* überschriebenen Essay für den *New Yorker* erklärt der 40-jährige Bestseller-Autor, Twitter sei zum »Spektakel« verkommen, »das von einer kleinen, nicht repräsentativen Gruppe von Eliten angetrieben« werde.⁸ Newport beruft sich in seiner Analyse etwa auf einen Artikel in der *New York Times* mit dem Titel *Twitter Under Elon Musk Will Be a Scary Place* von Greg Bensinger: »Twitter war noch nie ein Ort für rationale, nuancierte Rede. Erwarten Sie, dass es viel, viel schlimmer wird.«⁹ Jener wiederum zitiert die demokratische Senatorin Elizabeth Warren: »Dieser Deal ist gefährlich für unsere Demokratie.«

Rein ökonomisch betrachtet, meint Newport, seien solche Reaktionen allerdings übertrieben: »Twitter ist eines der am wenigsten erfolgreichen der großen Social-Media-Unternehmen mit Einnahmen, die im vergangenen Jahr mehr als zwanzigmal niedriger waren als das, was Mark Zuckerbergs Meta verdient hat«. Allerdings glaubt Newport auch: »Das Problem mit dieser Plattform ist momentan jedoch, dass zu viele Menschen in Machtpositionen von ihrer stilisierten Gewalt hyp-

6 <https://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/tesla-elon-musk-automobilindustrie-1.5552283> [23.06.2022]

7 <https://www.stern.de/wirtschaft/elon-musk-wird-50-jahre-alt--genie--wahnsinn--manipulation-30580674.html> [23.06.2022]

8 <https://www.newyorker.com/culture/cultural-comment/our-misguided-obsession-with-twitter> [23.06.2022]

9 <https://www.nytimes.com/2022/04/25/opinion/editorials/twitter-elon-musk.html> [23.06.2022]

notisiert bleiben.« Akademisches Führungspersonal, auch Wirtschaftsbosse würden beim geringsten Hinweis darauf, dass ihre Gegenspieler die digitalen Waffen zückten, umgehend bereit sein, »wilde Veränderungen in der Politik oder an ihrer Praxis vornehmen«, so Newport. Politiker schienen wiederum ihr Verhalten und manchmal sogar ihre Gesetzgebung so zu gestalten, dass sie nicht »ihren Wählern, sondern den radikalisierten Geschmacksmachern der Plattform gefallen«.

Und – natürlich – auch Journalisten spürten die Auswirkungen dieses Drucks: »Für diejenigen, die so viel Zeit ihres Lebens damit verbringen, Nachrichten online zu sammeln und zu teilen, liegt es einfach in der menschlichen Natur, Geschichten durch die Linse zu betrachten, welche Feierlichkeiten oder Verurteilungen sie im Internet erzeugen könnten.« Anders gesagt: Die journalistischen Mutationen lassen sich an den diskursfeindlichen Tendenzen sozialer Medien besonders gut beobachten, wenn tonangebende Selbstdarsteller bei Twitter vorrangig versuchen, die eigene steile These zu stützen.

Im Journalismus verhält es sich damit nicht anders als in anderen Bereichen des öffentlichen Lebens. In die aktuelle Ad-hoc-Politik mit teils erratisch anmutenden Entscheidungen mischt sich gerade in Krisenzeiten der aktivistische Twitter-Sound vieler Medienmacher: es wird skandiert, gemutmaßt und insinuiert – Hauptsache, es stützt die eigene Sichtweise auf die Welt. Es drängt sich der Eindruck auf, dass gerade Journalist:innen zu Höchstform auflaufen, wenn sie eigene Thesen über Social Media publikumswirksam verbreiten – und seien sie noch so meinungsschwer.

Eine gekaufte »Mediendiktatur« kann niemand ernsthaft wollen. Musk wird jedoch genau diese Ambivalenz verschärfen. Vor allem sein Geschäftsmodell lässt den Twitter-Kauf als problematisch erscheinen. Es wird an seiner Selbstvermarktung nicht nur deutlich, warum es riskant ist, wenn das für Journalisten wichtigste soziale Netzwerk in den Händen eines Privatiers wie Musk landet, auch weil die Regularien der Plattform plötzlich von den Launen dieser schillernden Persönlichkeit abhängen. Erstaunlich ist aber auch, dass sich nur ganz wenige Journalisten eingestehen wollen, dass der digitale Wanderzirkus schon seit Jahren dem beschriebenen Reiz-Reaktionsschema erlegen ist. In den

kurz aufeinander folgenden Krisen ist der Ton noch schriller geworden, die Agitation hat sich verstärkt. Das Niveau liegt irgendwo zwischen Echo- und Besenkammer.

Helpen Anstandsregeln fürs journalistische Personal?

Insofern ist es vielleicht beruhigend zu wissen, dass professionelle Fehltritte selbst in den besten Medienhäusern vorkommen und jetzt geahndet werden sollen: Auch der britische *Guardian* und die *New York Times* hatten in den vergangenen Jahren vielfach mit Fällen zu tun, in denen Top-Journalisten nach heftigen Social-Media-Querelen gekündigt wurde. Aus Angst vor einer Rufschädigung haben sich die beiden Qualitätszeitungen vor kurzem fast zeitgleich auf neue Anstandsregeln für ihr journalistisches Personal verständigt: Ihnen geht es darum zu vermeiden, dass die persönliche Meinungsäußerung Einzelner mit der offiziellen Position der Häuser verwechselt wird.

Ob Journalismus mit der Verhängung solcher Social-Media-Anstandsregeln nicht noch mehr zur Radikalisierung des gesellschaftlichen Diskurses beiträgt, weiß niemand so genau. Dass es der journalistischen Integrität abträglich sein könnte, ist wahrscheinlicher. Maßnahmen wie diese wecken jedenfalls Erinnerungen an den Ausstieg von Bari Weiss: Die Redakteurin der *New York Times* schmiss im Juli 2020 frustriert ihren Job hin, weil sie der Plattform so viel Einfluss zuschrieb: Twitter sei der »ultimative Herausgeber« der Zeitung geworden.¹⁰

In einem großformatigen Gespräch mit Axel-Springer-Boss Mathias Döpfner sprach die jüdische Journalistin in der *Welt am Sonntag* über ihre Bedenken hinsichtlich der journalistischen Moralisierung in der Corona-Krise.¹¹ Ob diese »bewusst helfende Haltung« von Journalist:innen, »besonders konstruktiv zu sein, Leben zu retten und offizielle Regierungsinformationen zu vermitteln« etwas seien, »das das Selbstverständnis des Journalismus langfristig verändern könnte«, wollte Döpfner von

10 <https://www.bariweiss.com/resignation-letter>

11 <https://www.welt.de/kultur/plus236587189/Bari-Weiss-im-Gespraech-Die-meisten-Menschen-haben-genug.html>

der 1984 geborenen Weiss wissen: »Gut, wir hatten eine historische Pandemie. Es wird eine weitere Pandemie geben, oder es wird etwas anderes geben, das diese Art von Notfallreaktion mit sich bringen wird. Es wird sich zeigen, ob Journalisten dennoch in der Lage sein werden, eine kritisch-distanzierte Rolle einzunehmen«, so Weiss.

Viele Journalist:innen sind seit dem Krisen-Durcheinander unsicher geworden, fühlen sich zugleich herausgefordert, nicht mehr nur zu sagen, was ist – sondern, darüber hinaus, auch was sie für richtig oder für falsch halten. Sich als moralische Instanz zu positionieren, hat sich gerade in diesen apokalyptischen Zeiten fortgeschrieben.

Man bekommt zuweilen den Eindruck, dass manche Medien nicht die Recherche von Sachverhalten in den Vordergrund stellen, sondern vielmehr bemüht sind, die Vorurteile ihres Publikums zu bedienen: Was für Medien zähle, sei »die Aufrechterhaltung des Narrativs«, sagt Weiss aus eigener Erfahrung. Es liege an jedem Verleger selbst zu sagen: »Ich will mich nicht an dem beteiligen, was so viel andere gerade machen, nämlich die eigenen Leser zu radikalieren«. Manche jüngeren Kollegen fühlten sich jedoch »unwohl mit Geschichten, die eine andere Sichtweise als die von ihnen intendierte befördern«.

Dass einige Journalisten selbst inzwischen solche Narrative prägen und zusätzlich Öl ins Feuer öffentlicher Debatten gießen, sollte zu denken geben. Der Online-Pranger hat sich zum Umschlagplatz für sogenannten Haltungsjournalismus entwickelt, in dem die eigene Meinung – gewollt oder ungewollt – zur journalistischen Eigenmarke, aber auch schnell als publizistisches Machtinstrument missbraucht wird. Besonders gut lässt sich an engagierten Netzdebatten über Positionen zu Antisemitismus, Rassismus, aber auch Metoo, Gendering und Klimakrise beobachten, wie zuverlässig sich selbst die fachorientierten unter den Journalisten zu emotionalen Schnellschüssen verleiten lassen.

Apocalypse how? Plädoyer für einen digitalen Minimalismus

So hat der Meinungs-austausch im Zeitalter digitaler Kommunikation viele Gesichter und sorgt für unterschiedliche Herausforderungen. Eigentlich benötigen wir wegen der substanzlosen Dialoge im Netz auch

so etwas wie eine ›Bullshit-Resilienz‹. Die Corona-Krise hat gezeigt, dass es Journalisten besonders in Ausnahmesituationen schwerfällt, in sozialen Netzwerken neutralen Boden zu wahren. Wo Distanz und Transparenz sinnvoll gewesen wären, haben einige Journalisten über das Regierungshandeln zeitweise zu unkritisch berichtet und die Corona-Politik zu wenig hinterfragt. Eine 2021 von der Rudolf Augstein Stiftung in Auftrag gegebene Studie bestätigt das.¹²

Die aufkommende Kritik lautet: Bis heute nehmen es viele Menschen den Medien übel, dass sie kaum Freiräume für offenen Meinungsaustausch geschaffen haben, dass Andersdenkende anscheinend ausgeblendet wurden oder sich kaum Gehör verschaffen konnten – dafür sprechen auch die Ergebnisse unserer Studie zu ›Digitaler Resilienz‹ (vgl. KRAMP/WEICHERT in diesem Band).

Mit Lippenbekenntnissen allein ist es nicht getan. Die Lehren aus den Krisen der Vergangenheit, vor allem aus der Corona-Pandemie, müssen tiefer gehen, grundsätzlicher. Der Journalist Georg Mascolo sagt, dass »Ungewissheit die verlässlichste Konstante in dieser Krise« sei. Journalisten müssten stets bereit sein, »zu korrigieren, Positionen zu verändern, auf schnelle Schlussfolgerungen zu verzichten« sei unbedingt notwendig. Mascolo macht dies unter anderem an der Diskussion über das Phänomen der ›False Balance‹ fest, die seit dem Impfgeschehen unter Fachleuten geführt wird. Es geht dabei um die Frage, ob die unterschiedlichen Positionen in einer wichtigen Frage *ausgewogen* in Mediendebatten vertreten sind oder ob abseitigen Einzelmeinungen eine zu große Bühne gegeben wird. Die – berechtigte – Sorge ist, dass eine falsche Gewichtung in den Medien die demokratische Meinungsvielfalt in Schieflage bringen könnte. Andererseits: Welches mediale Forum haben dann Minderheiten und Nonkonformisten noch?

Mascolo erkennt in dem tradierten Journalismusverständnis ein Gegengift gegen Social-Media-Plattformen. Diese hätten während Corona »für alle sichtbar ihre toxische Wirkung« entfaltet: »Die Weltkrise beweist bei allen Unzulänglichkeiten, wie unverzichtbar Journalismus

12 <https://rudolf-augstein-stiftung.de/follow-the-science/>

sein kann.« Mascolo plädiert für solides Handwerk und fordert einen verantwortungsvollen Journalismus: »Je verantwortungsvoller und selbstkritischer Journalistinnen und Journalisten mit ihrer Rolle in dieser Katastrophe umgehen, umso glaubwürdiger wird diese Arbeit sein, die nur der Journalismus zu leisten vermag.«

Im Weitwinkel betrachtet heißt das: Tagtäglich twittern die Eliten aus Politik, Wirtschaft, Kultur und Medien munter die Nachrichtena-genda, verhandeln dort gerne, was richtig ist, was wichtig werden soll. Das soziale Netzwerk bildet inzwischen ein Meinungskonglomerat, das die Frage, was heute demokratische Öffentlichkeit bedeutet, in neuem Licht erscheinen lässt. Vor allem bietet Twitter viel Potenzial zur Manipulation der öffentlichen Meinungsbildung. Wer den aktuellen Hype um NFTs und das Metaverse mitverfolgt, weiß wovon die Rede ist. Dass Twitter damit eine Mitverantwortung für eine digitale Teilöffentlichkeit trägt, in der Kriegstreiberei, Rassenhass und sexistische Mobilmachung vorkommen, darf nicht verschwiegen werden.

Robust durch schwierige Zeiten zu kommen, wird damit für Journalisten immer mehr zur professionellen Schlüsselkompetenz, aber eben auch zur Überlebensfrage. Wenn wir über die Neujustierung von Gesprächen im Netz sprechen, müssen wir, in erster Linie über die Notwendigkeit einer Resilienz der digitalen Gesellschaft nachdenken: Die negativen Effekte, die sozialen Netzwerke auf unseren Alltag, unsere Psyche und unseren gesellschaftlichen Zusammenhalt haben, sind nicht mehr von der Hand zu weisen. Sie sind auch Teil eines hausgemachten Problems der professionellen Medien, die diese Maschinerie befüttern. Deshalb ist ein beherzter ›Call to Action‹, eine echte Auseinandersetzung mit solchen gravierenden Fehlentwicklungen nötig.

Der Informatiker Cal Newport, der in TED Talks gerne über ›Digitale Entrümpelung‹ und ›Digital Detox‹ referiert, ist aus genannten Gründen zu einem von vielen Befürwortern des digitalen Minimalismus geworden: Ihn beschäftigt, wie man es in der durch Digitalisierung abgelenkten Welt schafft, zu arbeiten und bewusster zu leben. Ein verantwortungsbewusstes Handeln gelingt demnach am besten gemeinsam mit Nutzenden, die sich für eine digitale Nachhaltigkeitsbewegung wie der ›Time Well Spent‹-Initiative aus Kalifornien begeistern lassen.

In dieser Perspektive ist erkennbar, dass wir nichts dringender brauchen als eine Debatte über Digitale Resilienz, um die andauernden Krisen und damit zusammenhängende Herausforderungen der Digitalisierung in unserer Gesellschaft zu bewältigen. Es geht darum, kulturelle Mindeststandards für den zwischenmenschlichen Umgang zu finden, auch auf Machendenseite: die ethische Verantwortung und das normative Selbstverständnis der professionellen Medien, auf deren Basis eine menschenwürdige Kommunikation im digitalen Diskursraum gelingt, diese aber auch durch berufsethische Prinzipien wie das Neutralitätsgebot gefördert wird.

Auf Publikumsseite geht es, im Ganzen gesehen, dabei auch um die Anwendung eines digitalen Minimalismus, der mehr Sozialverantwortung, mehr Gemeinwohl und zugleich mehr Vereinfachung in die Dynamiken der Digitalisierung bringt. Darin mitgedacht sollten die Veränderungsprozesse der zurückliegenden Wendepunkte sein – ob nun Corona-Pandemie, der Krieg in der Ukraine, der drohende Klimakollaps oder die schon einige Jahre zurückliegende Finanz- und die Flüchtlingskrise.

Kurzum: Die Krise als neues Normal hat die Gesellschaft und ihre Medien nicht nur Nerven gekostet, sondern neue Energiereserven freigesetzt. Es ist Zeit für eine Medien-Inventur, ein radikales Umdenken. In dieses Nachhaltigkeitskonzept passt ein Journalismus, der den digitalen Minimalismus vorlebt. Dem es gelingt, die Nutzer:innen in der Krise zu Gestalter:innen zu machen, aber selbst nicht zum Gestalter wird. Es geht um nichts weniger als den Anspruch, dass es in der vernetzten Medienwelt weiterhin vorurteilsfreien Journalismus *und* freie Meinungsäußerung geben kann.