

„Haltung darf Handwerk nicht ersetzen“



Bernd Gäbler (Bild), Professor an der FHM Bielefeld und früherer Chef des Grimme-Instituts, hat für die IG-Metall-nahe Otto-Brenner-Stiftung die gerade veröffentlichte Studie „AfD und Medien. Erfahrungen und Lehren für die Praxis“ verfasst. Schon vor der Bundestagswahl 2017 hatte sich der Medienwissenschaftler mit Grundfragen der AfD im Verhältnis zu den Medien beschäftigt und die bereits gemachten Erfahrungen kritisch analysiert. Auch damals befragte textintern ihn zum medialen Umgang mit den Rechtspopulisten.

Welche gravierenden Veränderungen haben Sie im Vergleich zur Studie 2017 festgestellt?

Damals gab es im redaktionellen Alltag Unsicherheit, Ratlosigkeit und viel Empörung. Oft wurden nur einzelne Ereignisse abgebildet. Die Berichterstattung war teilweise sprunghaft, oft wurde unfreiwillig auf jeden von der AfD gesetzten Reiz reagiert. Dagegen wird heute kontinuierlicher berichtet und nicht auf jede Einzelheit reagiert. Stattdessen wird gründlicher überlegt, was berichtenswert ist und was nicht. Schlagwortartig könnte man das so zusammenfassen: Zum Glück herrscht mehr Reflexion als Reflex. Aber leider eben nicht immer.

In Ihrer Studie machen Sie Defizite vor allem in Lokal- und Regionalzeitungen aus. Gerade die leiden aber oft unter Sparzwang und sind personell ausgedünnt. Wo sehen Sie Möglichkeiten?

Mit 19 Millionen Exemplaren täglich sind die regionalen und lokalen Blätter das Rückgrat der Printlandschaft. Ich habe drei Monate lang die ‚Oberhessische Presse‘ aus Marburg und die ‚Nürnberger Nachrichten‘ verfolgt, da in beiden Bundesländern Landtagswahlen stattfanden. Es wurde durchaus über die AfD berichtet, vor allem im Mantelteil. Hingegen geht es im Lokalen oft recht unpolitisch zu. Zu oft werden nur Presseerklärungen der AfD wiedergegeben – nach dem Motto: Farbbeutel wurden auf unser Büro geworfen, AfD-Politiker als Nazi beschimpft.

Mein Hauptkritikpunkt lautet: Es gibt zu wenig Neugier, um die eigene Region zu erkunden. Leser erfahren zu wenig, was in ihrer Nähe los ist, welche Leute kandidieren, welche Sprache sie benutzen. Es gibt kraftvolle Kommentare, die sich aber zu wenig auf eigene Berichte stützen. Was die regionalen Zeitungen einst stark gemacht hat, im Kleinen das Große aufzuspüren, droht verloren zu gehen. Das hat natürlich mit der ökonomischen Krise der Zeitungen zu tun. Doch zugleich ist das eine existenzielle Krise, weil man die Zeitungen so nicht retten kann.

Letzteres tangiert nicht nur den Umgang mit der AfD. Beobachten Sie ein Gegensteuern?

Ich sehe zumindest das Potenzial in den Redaktionen. Man spürt, dass genügend Leute gut schreiben können und wortgewaltig kommentieren. Es gibt gute Autoren. Nur müssen die eigenen Ressourcen effektiv eingesetzt werden. Es wird viel zu häufig auf Agenturberichte zurückgegriffen. Hier wird aus meiner Sicht an der falschen Stelle gespart. Redaktionell geführte Medien müssen intern mehr diskutieren und entscheiden, was wichtig ist und was nicht, welche Themen langfristig verfolgt werden sollten und welche nicht.

Debattiert wird in diesem Zusammenhang immer wieder über das Stöckchen, über das nicht zu springen sei. Sind die Redaktionen in der Lage zwischen Stock und Stöckchen zu entscheiden?

Die Medien dürfen nicht unfreiwillig PR für die AfD machen. Was selbstverständlich nicht nur für die AfD gilt. Die Tatsache, dass AfD-Chef Alexander Gauland die NS-Zeit als ‚Vogelschiss‘ bezeichnet hat, ist kein Stöckchen, sondern der Auseinandersetzung wert. Hingegen halte ich die Debatte um die Plattformen, auf denen sich Schüler über politisch angeblich einseitige Lehrer beschweren können, eher für einen lächerlichen PR-Gag. Der ist nicht wert, dass die Tagesschau damit aufmacht. Aber darüber muss in den Redaktionen diskutiert werden, damit klug entschieden werden kann.

Sie hatten vor einem Jahr bemängelt, dass die Journalisten ebenso wie die AfD vereinfachen. Trifft das auch Ihre jetzige Beobachtung?

Das Problem besteht nach wie vor. In vielen schnell geschriebenen Artikeln beobachte ich eine oft unfreiwillige Übernahme vom Sprachgebrauch der AfD – etwa wenn von den ‚Altparteien‘ gesprochen wird – oder des AfD-Framings, wenn etwa die Flüchtlingsfrage vor allem im Zusammenhang mit Kriminalität vorkommt. Irreführend war auch, dass fast alle Medien von einem ‚linken‘ Rentenkonzept schrieben, als der AfD-Rechtsaußen Björn Höcke vorschlug, die Rente solle vor allem staatlich finanziert werden. Dahinter steckt eher die Ideologie einer Volksgemeinschaft. Um

das zu erkennen, braucht man Wissen und historische Bildung. Nur so können Journalisten auch den Geschichtsdeutungen und den Erbschleichereien der AfD entgegenreten – wenn diese etwa behauptet, Erbe des ‚Hambacher Festes‘, von Stresemann oder Bismarck zu sein.

Ein Problem besteht vielleicht in den Redaktionen darin, dass dort weniger Spezialisten und mehr Generalisten sitzen?

Ich beobachte bei den öffentlich-rechtlichen Sendern, dass Fachredaktionen aufgelöst werden. Andererseits gibt es Experten wie Karin Dohr bei der ARD, Maria Fiedler beim ‚Tagesspiegel‘, Justus Bender in der ‚FAZ‘ oder Melanie Amman beim ‚Spiegel‘, die sich kontinuierlich mit der Partei beschäftigen, die das sehr gut machen. Sie alle zeigen aber auch, dass man als Journalist unbedingt vor Ort bei Parteitagen oder Versammlungen gewesen sein muss, um gute Berichte verfassen zu können.

Die AfD hat den Journalisten immer wieder Nähe zur Macht vorgeworfen ...

Es ist eine ganz generelle Idee des Populismus, der behauptet: ‚Wir sind das Volk‘, dem wiederum korrupte, selbstsüchtige Eliten gegenüberstünden. Das hat Gauland sehr deutlich in einem Gastbeitrag in der ‚FAZ‘ unterstrichen, als er von den ‚globalisierten Eliten‘ schrieb. Wer so denkt, dem sind alle ‚Intermediären Instanzen‘ der Gesellschaft ein Dorn im Auge. Medien, die redaktionell geführt werden, also auswählen und entscheiden, erscheinen dann grundsätzlich als manipulativ und korrupt. Aber trotz dieser Generalkritik wollen AfD-Politiker unbedingt in der ‚Tageschau‘ oder in wichtigen Zeitungen vorkommen. Sie kritisieren, zu selten eingeladen oder befragt zu werden oder aber zu hart. Das ist weinerlich und als Systemkritik Quatsch. Aber es gibt immer wieder Fehler, in denen sich auch eine zu große Nähe zu den Mächtigen zeigt. Zuletzt war es so, als Ralph Brinkhaus für den CDU/CSU-Fraktionsvorsitz kandidierte. Unisono wurde geschrieben, er sei ein reiner Zählkandidat ohne Aussicht auf Erfolg. Es wurde nur ein allgemeiner Eindruck kollektiv wiedergegeben, der der Wirklichkeit nicht entsprach. Das müsste eine Lehre sein. Der einzige Hebel, um Qualität im Journalismus anzuheben, ist Recherche.

Steht nicht ein Ich-Journalismus solcher Recherche auch entgegen oder kann er hilfreich sein?

Ich habe in der Studie einige Beispiele eines zu großen Subjektivismus kritisiert. Ein Beispiel war der vom WDR ausgestrahlte Film ‚Ich und die AfD‘. Die Journalistin zeigt sich immer wieder im Bild, wie sie nachdenkt oder den Dialog mit AfDlern sucht. Am Ende stellt sie ganz erschöpft fest, sie habe so viel politisch diskutiert wie nie zuvor. Es waren aber keine Debatten, um Sachverhalte zu klären, sondern meist wurden nur Bekenntnisse gegenübergestellt. Hannah Arendt hat nach ihrem ersten Besuch bei den Deutschen nach dem Zweiten Weltkrieg erklärt, das Wichtigste für den mündigen Bürger sei das Auseinanderhalten von Meinung und Fakten. Allein mit Meinungsjournalismus kann man Dinge nicht wirklich widerlegen. Ich beobachte eine sehr große Sensibilität für kleine Unterschiede: Es wird betont,

ob jemand Hipster ist, junge Mutter, Start-up-Unternehmer oder Angehöriger der LGBTQ-Gemeinde. Das ist schön, aber man muss aufpassen, dass dabei die großen Unterschiede auf der Welt nicht aus dem Blickfeld geraten.

Vor einem Jahr hatten Sie kritisiert, dass Journalisten ihren eigenen Mut inszenieren. Beobachten Sie das heute auch noch?

Wenn der Dortmunder Redakteur Peter Bandermann, der kontinuierlich über Rechtsradikalismus berichtet, in der eigenen Zeitung seine Todesanzeige lesen muss und weitermacht, ziehe ich meinen Hut. Ich habe nur etwas dagegen, wenn sich Journalisten zu wohlfeil inszenieren. Es ist nicht mutig, wenn ich im Internet beschimpft werde und dann mit einem großen Kamerateam losziehe und den Absender zur Rede stelle, der aber vor dem ganzen Apparat erschrickt.

Eigentlich wird Haltung von Journalisten durchaus gefordert. Warum warnen Sie gleichzeitig davor?

Ich habe etwas dagegen, wenn Haltung gesagt wird, man eigentlich aber nur Meinung meint. Journalisten sollten sich auf das Handwerk besinnen. Haltung darf Handwerk nicht ersetzen. Wenn ich vom Parteitag der AfD berichte, muss ich erst beschreiben, was dort geschieht, bevor ich es deute. Auch beim Interview lasse ich das Gegenüber erst die Position darlegen, dann streite ich um die Interpretation der Position. Sicherlich gibt es dabei auch rote Linien, wenn jemand etwa die Gleichheit von Menschen in Zweifel zieht. Das Beschwören von Haltung ist mir im Moment einfach zu inflationär.

Sie bezeichnen die AfD als erste Internetpartei. Setzt sie mehr aufs Netz als auf eigene klassische Medien?

In der AfD machen viele Journalisten Karriere: der frühere Focus-Journalist Michael Klonovsky, der frühere ARD-Korrespondent Armin-Paul Hampel, der frühere Radiomoderator Leif-Erik Holm oder der frühere Springer-Journalist Nicolaus Fest. Oder Mario Hau, der mit einem Teil der Spenden an AfD-Chefin Alice Weidel aus der Schweiz ihr Facebook-Profil schärfen sollte. Er arbeitet am Ausbau des AfD-Newsrooms. Ich glaube tatsächlich, dass die AfD die erste Internet-Partei geworden ist, weil sie ein paar Medieneffekte ausnutzt. Der erste und einfachste: Facebook, YouTube und Twitter tun so, als wären sie gar keine Medien, sondern direkte Kommunikation. Sie werden aber von undurchschaubaren Algorithmen gesteuert. So kann eine kleine Zahl von Aktivisten durch viele Interaktionen den Eindruck erzeugen, hier sei eine große Masse aktiv. So entstehen Scheinriesen. Es gibt auch Schmetterlingseffekte: Infohäppchen, die sich ungeheuer schnell ausbreiten. Derzeit ist im Netz die Kampagne gegen den UN-Migrationspakt sehr erfolgreich. Beispielsweise mit der Behauptung, Medien würden verpflichtet, ausschließlich positiv über Flüchtlinge zu berichten. Oft werden einzelne Statements ohne jeden Kontext verbreitet. Spricht jemand von der AfD im Bundestag, werden bald darauf ein paar Sätze davon durch das Netz gejagt. Widerlegende Argumente finden nicht statt. So hilft die Vernetzung dabei, sich ständig bestätigt zu fühlen und die eigene Bedeutung zu vergrößern. (gp)