

48. Economic Conference

Zürich, 3. Mai 2019

«Kriselnde Medien – gefährdete Demokratie»

Vortrag von Frau Dr. Susanne Gaschke

Journalistin und Publizistin, Kiel

**Die Zukunft des Journalismus
und die Zukunft der Demokratie**

So lautet das ambitionierte Thema, über das ich heute zu sprechen habe. Da erscheint es naheliegend, zunächst eine Bestandsaufnahme zu versuchen, also einen Blick auf die Gegenwart des Journalismus zu werfen. Ich tue das aus deutscher Perspektive, weil mir die deutsche Situation am geläufigsten ist. Aber viele Trends und Fragen, mit denen wir uns auseinandersetzen, sind in der ganzen westlichen Welt aktuell.

Um das Thema zu systematisieren, möchte ich gern vier Bereiche betrachten: die Lage der **Branche**, das Verhalten der **Leser**, die Arbeit der **Journalisten** und den Zustand der **Öffentlichkeit**. In allen vier Bereichen werden ohnehin stattfindende Veränderungen durch das **Internet** enorm verstärkt.

Branche

Schauen wir zunächst auf die Branche. Dort haben wir es seit 20 Jahren mit Auflagen- und Reichweitenverlusten zu tun, mit Konzentrationsprozessen, mit schlechter Laune – und, so sehe jedenfalls ich die Dinge, mit den Folgen strategischer Fehlentscheidungen der Verlage. Um einmal die Verluste einiger Leitmedien zu nennen:

Die *Bild*-Zeitung verkaufte 1998 drei Millionen Exemplare, heute sind es noch 1,5 Millionen.

Der *Spiegel* verlor im gleichen Zeitraum knapp ein Drittel seiner Auflage und verkauft heute nicht mehr eine Million, sondern nur noch gut 700.000 Magazine.

Auf andere Probleme dieses „Sturmgeschützes der Demokratie“ (Rudolf Augstein) komme ich später noch zu sprechen.

Die Auflage der *Frankfurter Allgemeinen Zeitung* sackte von 400.000 auf 235.000 ab.

Eine Auflagensteigerung verzeichnete lediglich die Wochenzeitung *DIE ZEIT*. Deren verkaufte Auflage liegt heute bei 500.000 Exemplaren, das ist ein Plus von 50.000 über etwa zehn Jahre. Dieses Kunststück ist Redaktion und Verlag mit einer Öffnung des Intelligenz-

blattes für weichere gesellschaftspolitische Themen gelungen: Auch über Familie, Haustiere oder gar Yoga kann man mit Substanz schreiben.

Außerdem hat die ZEIT eine elaborierte Strategie zur Leser-Blatt-Bindung entwickelt (das Stichwort lautet „Interaktivität“) und die Marke insgesamt gestärkt. Das ist wichtig in Zeiten, in denen Anzeigenfinanzierung und Vertrieb wegbrechen und die Arbeit der Redaktion auf anderem Wege finanziert werden muss: in diesem Fall durch Nebengeschäfte wie Bucheditionen oder Reisen.

Von den Lokalzeitungen bleiben vor allem diejenigen erfolgreich, die, wie zum Beispiel der *Weser-Kurier* in Bremen, auf eine kluge, nicht-provinzielle Regionalisierung setzen.

Aber viele andere sind betroffen von drastischen Einsparungen und Zusammenlegungen von Mantelredaktionen, die nicht viel mehr liefern als Agenturzusammenfassungen.

Mit diesem reduzierten Angebot hält man vielleicht noch eine Zeit lang die Leser von Todesanzeigen bei der Stange – aber neue Leser, junge Leute, Auflage und Reichweite gewinnt man so nicht mehr.

Für den Lokaljournalismus, der früher einen bedeutenden Teil der deutschen Meinungsvielfalt sicherstellte, ist das eine bittere Entwicklung. Und für die demokratische Öffentlichkeit natürlich erst recht.

Ein Teil der Probleme mag daher rühren, dass sich die Verleger mit der berüchtigten deutschen Gründlichkeit auf das Internet geworfen haben – ohne damals, in den neunziger Jahren, ausreichend über die möglichen Konsequenzen nachzudenken.

Jeder wollte dabei sein, zur Not auch ohne tragfähiges Geschäftsmodell. Es war ein Fehler, den Nutzern die journalistischen Inhalte zunächst kostenlos anzubieten – bis heute fällt es schwer, sie nun nachträglich an ein Bezahlmodell zu gewöhnen. Aber seriöser Journalismus kostet nun einmal Zeit und Geld, ganz egal, in welcher Form er angeboten wird.

Torsten Löffler, der Vorsitzende des Verbandes Deutscher Bahnhofsbuchhändler, hat deshalb vor kurzem in einem *FAZ*-Interview kritisiert, wie manche Verleger ihre wertvollen journalistischen Inhalte mit Rabatt-Abos im Internet verramschen: „Man kann einen Markt auch von innen heraus zerstören“, sagt er: „Es gibt funktionierende Absatzzahlen für den Verkauf auf Papier. Denen nimmt man mit einem Angebot wie ‚Readly‘ von 1000 Zeitschriften für 9,99 Euro im Monat die Luft.“

Solch selbstzerstörerisches Verhalten lässt sich eigentlich nur dadurch erklären, dass die Verleger in Wahrheit gar nicht mehr an Print glauben. Wer gesehen hat, wie desinteressiert die Branche auf den Verkauf der DuMont-Zeitungen reagiert hat, konnte gar keinen anderen Eindruck bekommen.

Und hätten die Verleger nicht Recht? Ist die Zukunft nicht ohnehin digital? Ist es nicht völlig egal, woher ich meine Informationen bekomme?

Ich glaube, dass es zwei Argumente gegen diese Sichtweise gibt. Die Zeitung kommt ja als papierenes Bündel von Nachrichten und Meinungen daher, von denen eine (hoffentlich) kompetente Redaktion glaubt, dass sie relevant sind und die Öffentlichkeit, also im Prinzip jedermann, interessieren sollten. Eine Zeitung wird daher in aller Regel mit den Themen aufmachen, die die Redaktion für besonders wichtig hält.

Auch die Kommentierung der wichtigsten Ereignisse passiert meist auf den vorderen Seiten. Special-Interest-Angebote finden sich weiter hinten.

Wer die Zeitung durchblättert, kann also durch glücklichen Zufall auf Informationen und Meinungen stoßen, für die er sich noch nie interessiert hatte. Und der relevante, die Allgemeinheit interessierende Aufmacher, der den Leser vielleicht zum Kioskkauf motiviert hatte, quersubventioniert gewissermaßen den aufwendig recherchierten Artikel über die christliche Minderheit im Südosten der Türkei.

Schnürt man dieses Papierbündel digital auf, dann fallen Zufall und Quersubventionierung weg.

Natürlich kann ich auch im Internet faszinierende Zufallsfunde machen. Aber erstens sind die dann nicht durch eine (hoffentlich kompetente) Redaktion kuratiert. Und zweitens funktioniert das nur, solange nicht die Algorithmen zusammenstellen, was mich mutmaßlich interessieren könnte. Doch genau das tun sie, und zwar auf Grundlage dessen, was mich vorher schon interessiert hat.

So entstehen die gefürchteten Filterblasen, in denen vorhandene Meinungen nur verstärkt und nicht herausgefordert werden. So radikalisieren sich Gruppen in ihrer störungsfreien Selbstbestätigung.

Beides ist schädlich für die demokratische Öffentlichkeit – und in ihrer „entbündelten“ Form kann Presse damit auch nicht mehr wirklich dem umfassenden Auftrag nachkommen, der ihre Verfassungs-Privilegien rechtfertigt.

Bei der originären Online-Darbietung (die nicht nur ein exaktes Abbild des Print-Produktes ist) funktioniert auch die Quersubventionierung des Special-Interest-Themas durch den Aufmacher nicht mehr: Es geht ja im Gegenteil um die Optimierung der Klickzahlen.

Wenn man genau messen kann, wer wie lange welchen Text liest, wird man versuchen, nur noch Top-Klicker zu produzieren. Dieser Prozess ist schon heute im Gange.

Und obwohl Leser immer wieder betonen, wie gern sie positivere, weniger reißerische Geschichten läsen, so wissen wir eben dank digitaler Transparenz ziemlich genau, was sie sich tatsächlich online zu Gemüte führen: Crime, Sex und extreme Meinungen.

Irgendwann wird es nach dieser Logik nur noch Berichte über Vergewaltigungen durch Migrantenbanden geben, für aufwendige Reportagen über den Wahlkampf in Spanien oder Hintergrundberichte über die Zukunft des deutschen Handwerks wird niemand mehr Geld ausgeben.

Leser

Schauen wir uns nun einmal diese Leser an, die keine Zeitungen mehr kaufen wollen; die online vor allem auf die reißerischsten Überschriften klicken; die die Medien inzwischen gern als „Lügenpresse“ bezeichnen, sich aber selbst oft von *fake news* oder Verschwörungstheorien beeindrucken lassen.

Die repräsentative Mainzer „Langzeitstudie Medienvertrauen“ (2019) hat sich diesen Lesern, Zuschauern und Nutzern genähert. Sie stellt eine zunehmende Entfremdung fest.

2017 stimmten 18 Prozent der Deutschen der Aussage zu:

„Die Medien haben den Kontakt zu Menschen wie mir verloren.“ Ein Jahr später, 2018, meinten dies bereits 27 Prozent. Das ist eine dramatische Steigerung.

2017 stimmten 36 Prozent der Aussage zu: „In meinem persönlichen Umfeld nehme ich die gesellschaftlichen Umstände ganz anders wahr, als sie von den Medien dargestellt werden.“ 2018 waren es 43 Prozent.

Und nur 25 Prozent glauben, dass die mediale Berichterstattung zu Islam und Flüchtlingskriminalität den Tatsachen entspricht. Das heißt: Drei Viertel glauben dies nicht.

Zum Trost für alle Angehörigen traditioneller Medien:

Es halten auch nur 21 Prozent der Nutzer Internet-Suchmaschinen für glaubwürdig. Und nur vier Prozent glauben angeblich den Nachrichten, die sie aus sozialen Netzwerken beziehen.

Dafür entfalten diese sozialen Netzwerke allerdings eine erstaunliche Wirkung im realen Leben – egal, ob es um Wahlentscheidungen, Mobbing, Kampagnen gegen missliebige Journalisten und Wissenschaftler oder Straßenschlachten von verfeindeten Influencer-Fans geht.

Wir haben es zunehmend mit einer Gesellschaft zu tun, in der sich jeder seine eigene Wahrheit zurecht macht.

Diese radikale subjektivistische Wende geht einher mit einer sich vergrößernden Kluft zwischen Nicht-Politikern und Politikern. Kein Journalist sollte sich etwas vormachen: In den Augen der Enttäuschten und Mißtrauischen sind Medien und Politik nur die zwei Seiten derselben Medaille. Wir Journalisten werden als Teil der politisch-medialen Klasse wahrgenommen; rührt man noch die Hochschullehrer hinein, sind das „die Eliten“, gegen die Rechtspopulisten zu Felde ziehen.

(„I think the people in this country have had enough of experts. Of people from organizations with acronyms saying they know what is best and constantly getting it wrong“, Michael Gove, Conservative MP, July 2016)

Den Mitbürgern, Lesern, Zuschauern, Nutzern ist allerdings auch nur begrenzt zu trauen – jedenfalls ist ihnen kaum noch *zuzutrauen*, dass sie sich konzentriert und in die Tiefe gehend informieren.

Zweieinhalb Stunden am Tag halten erwachsene Deutsche den Blick auf ihre digitalen Endgeräte gesenkt.

Bei 18-Jährigen sind es viereinhalb Stunden täglich.

Das sind zwei bis drei Arbeitstage pro Woche
(Sebastian Markett, Hirnforscher HU Berlin).

In dieser Zeit wird zwar – zum Teil – auch etwas gelesen oder geschrieben, aber es sind eher Instagram-Botschaften als historische Abhandlungen. Mit dem „vertieften Lesen“, das nötig ist, um komplexe Sachverhalte zu verstehen, hat das oft wenig zu tun.

Die Folge ist klar: Das Lesen langer Texte wird zur Qual, und das gilt nicht nur für politische Artikel, sondern auch für Literatur. Eltern echauffieren sich, wenn ihre Kinder einen ganzen (!) Roman im Unterricht lesen sollen.

Der Buchmarkt im deutschsprachigen Raum ist in einer schweren Krise, worauf übrigens Daniel Keel, der Chef des Diogenes-Verlages, beherzt und als einer der ersten hingewiesen hat.

Gerade junge Leute fremdeln mit Büchern und Zeitungen. Vor diesem Hintergrund ist es nicht erstaunlich, dass die Interessen der 14- bis 29-Jährigen, die das Institut für Demoskopie Allensbach seit Jahren ermittelt, sich kontinuierlich verengen: nicht nur Politik und Wirtschaft stoßen auf wenig Neugier, auch Literatur, bildende Kunst und klassische Musik werden immer weniger wahrgenommen.

Womit man sich beschäftigt, das sind Fragen zu Familie und Partnerschaft, Selbstoptimierung und Karriere, Mode und Digitalthemen. Mit diesem Spektrum ist aber eine lebendige Demokratie nur schwer zu erhalten.

Insofern sind die Klima-Proteste der deutschen (und europäischen) Schüler trotz aller Einwände zu begrüßen: Immerhin geht es um ein politisches Thema, das über die eigene Person hinausweist. Immerhin kann man beim Protestieren auch das Argumentieren lernen. Vielleicht wird einigen Schülern so die Komplexität unserer Gesellschaft klar, vielleicht engagieren sich einige über die aktuelle Trendbewegung hinaus. Das wäre schon ein Gewinn.

Journalismus

Es gibt allerdings auch manche guten Gründe für das Publikum, dem Journalismus unserer Zeit mit Skepsis zu begegnen.

Unsinn sind dabei alle Verschwörungstheorien, die von einer Art „Gleichschaltung“ der Leitmedien zum Beispiel in der Flüchtlingsfrage ausgehen. Das ist ein Märchen.

Allenfalls gibt es eine generelle Tendenz zu einer Art Selbstgleichschaltung, weil die Auflagenangst der Chefredakteure zu einer Themenkonvergenz führt. So entsteht der Eindruck, dass alle das gleiche schreiben

Aber das eigentliche Problem liegt woanders:

Bei vielen Journalisten hat sich in den vergangenen 30 Jahren eine ungute Haltung herausgebildet, ein Hang zur Besserwisserei und zum hypermoralischen Schiedsrichtertum.

Ich halte das für eine Folge der Überwindung des Systemkonflikts. In den ideologischen Zeiten des

Kalten Krieges waren auch Journalisten oft politisch kenntlich und dem linken oder dem rechten Lager zuzuordnen.

Dem Leser oder Zuschauer traute man damals das Urteilsvermögen zu, die Qualität dieser politisch verortbaren Berichterstattung selbst zu bewerten und sie entweder zu mögen oder nicht zu mögen.

Doch mit dem vulgarisierten Neoliberalismus der neunziger Jahre und den Fantasien vom Ende der Geschichte machte sich die Fiktion von einer „objektiv richtigen“, quasi wissenschaftlich ermittelbaren Wirtschafts- und Sozialpolitik breit – und parallel dazu die Vorstellung, es gäbe einen „neutralen“, „objektiv richtigen“ Journalismus.

Das war natürlich eine falsche Annahme, denn (da lagen die Achtundsechziger einmal nicht verkehrt) jeder Mensch hat nun einmal erkenntnisleitende Interessen, die seinen Blick auf die Welt prägen. Und die dann eben auch mitbestimmen, welche Themen ein Journalist sich aussucht, mit wem er spricht, welche Fragen er stellt und wie er sein Material anordnet.

Doch die Journalisten fingen an, selbst an ihre vermeintliche Neutralität zu glauben – und in Verbindung damit entwickelte sich eine Überheblichkeit, die manchmal nur schwer zu ertragen ist.

Ich weiß nicht, ob die Anekdote erfunden ist, aber wenn ja, dann ist sie gut ausgedacht: Einem früheren Chefredakteur der Berliner Zeitung wird die launige Bemerkung zugeschrieben, die Medien seien ja die vierte Gewalt – doch was seien bitte nochmal die anderen drei?

Ich befürchte, diese latente Hoffart der ja nur selbst ernannten, demokratisch durch nichts legitimierten Schiedsrichter teilt sich dem Publikum mit – und hatte bereits angefangen, die Leute zu ärgern, bevor die Ankunft des Internets und die daraus folgenden Disruptionen die Journalisten in Panik und Existenzangst versetzten.

In kaum einem anderen Berufsstand gibt es eine so schlechte Fehlerkultur, eine so unterentwickelte Fähigkeit zur Selbstkritik, eine solche Mimosenhaftigkeit und einen derartigen Korpsgeist, wenn ein Medium angegriffen wird.

Journalisten, die fast die Existenz von Menschen vernichten – ich denke zum Beispiel an den ehemaligen Bundespräsidenten Christian Wulff – entwickeln Herzrhythmusstörungen, wenn der Chefredakteur sie schief anguckt.

Der *Spiegel*, in vielerlei Hinsicht eins der weniger subtilen deutschen Blätter, hat das gerade im Fall Wulff exemplarisch vorgeführt.

Dass man sich mit keinem Wort für die weitgehend substanzlose Berichterstattung entschuldigte, versteht sich von selbst – das haben die wenigsten Redaktionen getan.

Doch auch als Wulffs Buch „Ganz oben, ganz unten“ erschien, in dem er, wie ich finde: ziemlich zurückhaltend die brutale Skandalisierung seiner Person schildert, sah beim *Spiegel* niemand Anlass zur Nachdenklichkeit. Im Gegenteil: Drei *Spiegel*-Redakteure, die auf ihrer Seite keinerlei Fehlverhalten erkennen konnten, rückten zum Interview mit *einem* Ex-Präsidenten an.

Im Editorial zu diesem Verhör schrieb ein Kollege empört: „Wie unvoreingenommen können Journalisten noch berichten, wenn ihr eigenes Verhalten infrage gestellt wird?“

Nach all dieser Zeit finde ich immer noch: ein unfassbarer Satz. Absolut jeder Berufstätige – Politiker, Zugbegleiter, Hals-Nasen-Ohrenarzt, Lehrer, Rechtsanwalt oder Friseur – muss es ertragen, dass die Qualität seiner Arbeit auch und gerade von Betroffenen beurteilt wird. Aber für Journalisten, nur für Journalisten, soll das nicht gelten?

Es ist, davon bin ich einigermaßen überzeugt, auch diese Kombination aus Selbstgerechtigkeit und Arroganz, die das Publikum vertreibt.

Dann kam auch noch Claas Relotius. Dessen moralisierende, vor allem aber: ausgedachte Geschichten waren natürlich Wasser auf die Mühlen all derjenigen, die sowieso überzeugt sind, dass „wir“ von der Lügenpresse unsere Geschichten entweder erfinden oder aus dem Kanzleramt ferngesteuert werden. Insofern war der ganze Vorgang ziemlich schlecht für die ganze gebeutelte Branche.

Besonders interessant war aber, wie der *Spiegel* mit der Sache umging: Natürlich gab es die allerdollste, schonungsloseste Aufklärung, die man sich hätte vorstellen können. Darunter macht der *Spiegel* es einfach nicht.

Nachhaltig geändert hat diese „Aufarbeitung“ freilich nichts: Nach wie vor werden kritische Leserbriefschreiber von den Autoren abgewatscht, noch immer gibt es allzu gefühlige Reportagen und viel Besserwisserei.

Der Kollege Philipp Krohn hat dazu in der *FAZ* geschrieben: „Häufig schlüpfen Reporter in den Kopf von Protagonisten, die Ursünde der Reportage. Der Leser merkt schnell, dass der Autor nicht wissen kann, wie sich der Vorstands- oder die Fraktionsvorsitzende in einer bestimmten Situation gefühlt haben.“ Leider werde dieses Stilmittel im Journalismus so häufig verwendet „wie Palmöl in Nutella: im Überfluss.“

Relotius hatte übrigens einen berühmten Vorgänger: In den USA sorgte schon Anfang der 2000er Jahre der unglaublich junge, unglaublich begabte Journalist Stephen Glass für Aufsehen – nur dass auch dessen Geschichten für unterschiedliche Qualitätszeitungen leider komplett erfunden waren.

Der Film „The Fabulist“ hat seinem unrühmlichen Wirken ein Denkmal gesetzt. Vielleicht kommt ja auch der Fall Relotius noch in die Kinos.

Die Öffentlichkeit

Es ist schwer, den Zustand der demokratischen Öffentlichkeit zu messen. Aber viele machen sich Sorgen.

In „How Democracies Die“ beschreiben die Harvard-Professoren Steven Levitsky und Daniel Ziblatt, wie die Wähler selbst ihr politisches System mit demokratischen Mitteln in die Postdemokratie befördern.

Ähnlich argumentiert auch der deutsche Politikwissenschaftler Yascha Mounk, ebenfalls Harvard, in seinem Buch „Der Zerfall der Demokratie. Wie der Populismus den Rechtsstaat bedroht“. Zu beobachten ist eine solche Entwicklung in Amerika, in der Türkei, in Ungarn, von Russland gar nicht zu reden.

Der amerikanische Autor Bret Easton Ellis schildert in seinem neuen Buch „White“ eine kaum fassbare politische Polarisierung, die eine politische Diskussion sogar in Partnerschaften und Familien unmöglich macht.

Das gilt nicht nur für die USA, diesen Trend beobachten wir auch in Großbritannien (Brexit), in Frankreich und in Deutschland, wo der Politikwissenschaftler Torben Lütjen von einer „entgleisten Aufklärung spricht“ und der Psychologe Stephan Grünewald von einer „aufgewühlten Gesellschaft“.

In Deutschland scheint der Schritt in die autoritäre Postdemokratie im Moment unwahrscheinlich, weil unsere katastrophale Geschichte einstweilen noch als Damm wirkt.

Doch wie lange wird dieser Damm halten?

Dass der Debattenton, ob auf Twitter, Facebook oder in den Online-Kommentarspalten etwas verbal Gewalttätiges angenommen hat, ist für jeden spürbar.

Ebenso der Umstand, dass wir heute oft um Tatsachen streiten müssen, die früher kein vernünftiger Mensch infrage gestellt hätte. Viele Leute, denen ich bei meinen Recherchen begegne, erzählen mir auch, dass sie über Politik im Freundeskreis oder auf der Familienfeier vorsichtshalber nicht mehr reden – das gebe ja sowieso nur Streit.

Der Frankfurter Jura-Professor Uwe Volkmann hat vorgeschlagen, im Internet eine neue Praxis zu etablieren: Offenbar sei es die Anonymität, die im Netz zu völlig inakzeptablen Äußerungen führe.

Und die Meinungsfreiheit schütze ja nicht die Meinung als solche, sondern die Person, die sie äußere. Warum soll also nicht jede veröffentlichte Meinung mit einem Klarnamen versehen sein müssen?

Ein weiteres Problem des digitalen Medienkonsums ist der Overkill an Informationen über Verbrechen, Kriege, Katastrophen, Hunger und Verzweiflung, mit denen wir per Push-Meldung inzwischen rund um die Uhr konfrontiert sind. Braucht der Normalmensch wirklich mehr als ein, zweimal am Tag Nachrichten? Wofür?

Wir müssen durch den Dauerbeschuss von so viel Elend absehen, um unseren Alltag bewältigen zu können, dass uns das verhärtet und abstumpft. Aber das Grundgefühl, man könne sowieso nichts ändern, ist Gift für die Demokratie.

Was also ist zu tun gegen Konzentrationsstörungen, Verflachung und Zerstreuung auf der einen und Polarisierung, Radikalisierung und Vertrauensverlust auf der anderen Seite?

Wie verhindern wir die Selbstabschaffung der Demokratie? Ich mache kein Hehl daraus, dass ich die Zukunft skeptisch sehe. Und ich weiß überhaupt kein Allheilmittel.

Allerdings haben wir uns auch mit anderen Großtechnologien, etwa der Atomkraft oder der Gentechnik, kritisch auseinandergesetzt – es gibt also keinen Zwang, jeden Aspekt der digitalen Entwicklung als gottgegeben hinzunehmen.

Wir müssen nur endlich eine politische Diskussion darüber beginnen, in welche Richtung wir gehen wollen. Die Europäische Urheberrechts-Richtlinie scheint mir da ein sinnvoller erster Schritt.

Und dann müssen wir verschiedene Bereiche, die ich hier aufgerufen habe, einzeln in den Blick nehmen:

Schulkinder brauchen guten Lese- und Schreibunterricht, der ihnen Souveränität im Umgang mit Texten, vor allem aber erst einmal Freude am Lesen bringt.

Und sie brauchen dringend mehr Geschichts-, Politik-, Wirtschafts- und Philosophieunterricht, als sie gegenwärtig bekommen.

Sie müssen lernen, auch am praktischen Beispiel, wie Partizipation und Demokratie funktionieren – und das auch politisches Engagement ihnen zuerst einmal Spaß machen darf.

Wir brauchen eine Reform der Journalistenausbildung – weniger auf Preise orientierte Schönschreiberei in den Journalistenschulen, mehr Praxis im Feld, mehr Reflexion des eigenen Wirkens, mehr Bescheidenheit, bessere Fehlerkultur.

Eine ernst gemeinte Fehlerkultur brauchen auch die Medien selbst – und sie müssen einander gegenseitig stärker kritisieren, denn wer sollte es sonst tun? Nur dann werden sie ihrer Aufgabe in der Demokratie gerecht.

Die Verleger sollten ihre unklare Haltung zu Print überdenken. Es gibt gute Gründe, für Papierzeitungen und Bücher zu werben. Man muss es nur tun!
Bei Online-Angeboten geht es in Zukunft um Selbstbeschränkung und Deeskalation.

Vielleicht brauchen wir einen neuen „Club of Rome“-Bericht, der sich mit dem Schutz unserer sozialen Umwelt und unserer demokratischen Öffentlichkeit befasst.

Wird all das geschehen? Einer der Väter der amerikanischen Verfassung, James Madison, hat gesagt: „Die Pathologien der Freiheit können so gefährlich sein wie die Pathologien der Tyrannei – nur viel schwerer zu erkennen und zu heilen.“

Also müssen wir heute versuchen zu erkennen.
Und wir müssen versuchen zu heilen.