

„Wahrheit ist jede Erkenntnis, die eine Wirkung unserer positiven Seelenkräfte ist“, schrieb der Philosoph Moses Mendelssohn. Daran gemessen, hat das Internet keine Seele, und es besteht hinreichend Anlass, an dem zu zweifeln, was es an Erkenntnissen übermittelt. „Jeder darf mitreden“, freut sich die Piratenpartei, „das ist Basisdemokratie.“ Nur wüsste man gern, wer gerade redet, denn unter der digitalen Tarnkappe lassen sich Lügen und Gerüchte verbreiten – aus persönlichem, wirtschaftlichem und politischem Interesse. Auch wenn der Innenminister Unterlassungs- und Schadenersatzansprüche im Netz durchsetzen will, auch wenn er verlangt, Gegendarstellungen im oberen Teil der Trefferliste anzuzeigen – die Glaubwürdigkeit des Internets ist eine fragile Hoffnung. Darin liegt die Chance der klassischen Medien und ihrer Online-Auftritte. Sie stehen für Qualität. Ihre Qualität heißt Glaubwürdigkeit.

Journalisten sind – so das Ideal – Wahrheitsfanatiker und Welterklärer. Sie entlarven Inszenierungen, prüfen Informationen auf ihre Substanz, sie sind der Unterhaltung nicht abgeneigt, aber politische Inhalte sind ihnen wichtiger als Anekdoten. In modernen Wahlkämpfen erzählen Politiker gern Familiengeschichten. Rüttgers und Kraft waren Meister darin. Schröder und Steinmeier ließen im Fernsehen von ehemaligen Sportkameraden ihre mannhaften Fußballeinsätze schildern, und die Kanzlerin enthüllte ein paar Tage vor der letzten Bundestags-

wahl, wie sie im Supermarkt Artischocken einkauft – in der Dose und nicht wie die schwäbische Hausfrau jeweils einzeln am Marktstand. Das war Sympathiewerbung pur ohne politischen Inhalt. Derart gezielt platzierte Anekdoten sind dem politischen Journalisten einen Absatz in seinen Politikerporträts wert, aber der Kern seiner Arbeit bleiben die Analyse der Partei- und Koalitionsprogramme und die unnachsichtige Prüfung, ob die Politik ihre Versprechen hält oder ob sie sie bricht. So nachhaltig muss Journalismus sein.

Wo Probleme wolkig wegdefiniert werden, lautet der Auftrag: dranbleiben, nichts durchgehen lassen, jedes Versprechen wieder aufrufen und Versagen dingfest machen. Das ist nicht bequem für die so Kontrollierten, aber es verschafft den Medien Glaubwürdigkeit.

## Die Öffentlichkeit vor der Lüge schützen

Dieses Kapital ist schnell verspielt, wenn Bericht und Urteil sich nur auf eine Quelle stützen und nicht auch die Betroffenen gehört und ihre Gründe gewogen werden. Glaubwürdigkeit ist ein verletzliches Gut.

Will ein Politiker Wählervertrauen gewinnen, indem er der Öffentlichkeit ein heiles Familienleben vorgaukelt, während er drei Tage später die Ehe bricht, müssen die Medien diesen Widerspruch zum Thema machen, sonst werden sie zu Komplizen beim Wählerbetrug. Wenn – wie zuletzt in Nordrhein-Westfalen – die

Bildungspolitik im Zentrum des politischen Glaubenskampfs steht, ist auch die Frage nach der Schulwahl für die Kinder von Politikereltern berechtigt. Irgendwie peinlich, wenn die Grünen-Chefin als Missionarin für die Einheitsschule die eigenen Kinder aufs Gymnasium schickt und der CDU-Funktionär für seine Sprösslinge zwar die Gesamtschule wählt, aber ansonsten für das Gymnasium kämpft. Politiker-Parolen auch im persönlichen Leben auf ihren Bestand zu testen ist ein erlaubter, manchmal notwendiger medialer Glaubwürdigkeitscheck.

### Gedankenwelt der Spracherfinder

Journalisten müssen auch Sprache auf Glaubwürdigkeit testen. Irgendwo im Verborgenen wütet eine geheimnisvolle Worteverdreher-GmbH. Sie erfindet kleine Wortungetüme, die auch die tristen Seiten der Wirklichkeit mit einer Prise Optimismus würzen. Aus Verlusten werden Mindereinnahmen. Der Rausschmiss von Arbeitnehmern heißt inzwischen „Entlassungsproduktivität“. Der Zeitarbeiter wurde als menschliches Wesen aus der Sprache eliminiert. Er ist ein Ding ohne Gesicht und wurde in „Flexibilitäts-puffer“ umbenannt. Ob solche Wortprägungen nun gedankenlos oder bewusst gesetzte Verdrehungen der Wirklichkeit sind, sie sagen auf jeden Fall viel über die Gedankenwelt der Spracherfinder. Die Medien werden unglaublich, wenn sie diese Lügensprache nachplappern, statt sie zu entlarven.

### Erschütternde Bilder

Journalisten sind Welterklärer. Sie müssen, um die Würde des Menschen zu wahren, auch seine Entwürdigung zeigen. Sie senden das aus dem Netz übernommene Video, das die tödliche Jagd amerikanischer Hubschrauberpiloten auf unbewaffnete Zivilisten in Bagdad zeigt. Sie zeigen die Opfer der Bombenan-

schläge von Mumbai und die Bildsequenzen von der sterbenden Neda Agha-Soltan im Iran. Mit diesen erschütternden Bildern prangern sie Täter und Terrorregime an. Solche Bilder stören den Seelenfrieden des Publikums, aber sie rütteln auf und wecken den Wunsch nach Veränderung. Wer auf die Darstellung von Gewalt, die Menschen gegen Menschen ausüben, verzichtet, verzichtet auf einen wichtigen Glaubwürdigkeitstest.

### Diffuse Quellenlage im Internet

Bilddokumente und Textinformationen aus dem Netz dringen in die klassischen Medien vor. Für naive Kommunikationstheoretiker hört sich das Motto „Augenzeugen übernehmen die Nachrichten“ höchst verführerisch an. So faszinierend die Fülle schnell übermittelter Twittermeldungen, Audio- und Videoblogs auch ist – Echtheit heißt noch nicht Echtheit. Der Nutzer kann im Netz tatsächlich Erlebtes nicht von Infos unterscheiden, die auf reinem Hörensagen beruhen, er kann weder die Quellen noch die Standorte der Absender verifizieren.

Damit aus der Zufallskommunikation von Infobits, Eindrücken und Gerüchten Verlässlichkeitskommunikation werden kann, bedarf es der Prüfung durch journalistischen Fachverstand. Jede Agentur und jede Nachrichtenredaktion wird sich der Netzmaterialien bedienen, sie aber nach klassischen journalistischen Kriterien analysieren und notfalls mit dem Hinweis weitergeben, dass sie nicht glaubhaft sind und ihnen deshalb das Glaubwürdigkeitsprädikat versagt werden muss. Das gilt nicht nur für den Blogger aus Kirgistan, sondern auch für den Leserreporter, der sich an *Bild* oder eine Regionalzeitung wendet. Glaubwürdig sind die Medien nur, wenn sie das Arbeitsinstrumentarium des Journalisten bei ihrer Nacharbeit anlegen: Check und Gegencheck, Befragen der Gegenseite, die kritische Wertung von Zeugenaus-

sagen, die Wahrung von Persönlichkeitsrechten.

In der Fülle der Infobits bilden die klassischen Medienmarken – Zeitungen, Radio- und Fernsehkanäle mit ihren Onlineportalen – Orientierungsflächen für den Bürger. Je vielfältiger das Angebot, umso wichtiger wird die Autorität von sachkundigen Journalisten, die den Laien durch das Infolabyrinth leiten. Sie sind lebende Sortiermaschinen, die die Weitergabe organisieren oder die Löschtaaste drücken. Sie übernehmen in der digitalen Welt die Aschenputtel-Funktion: die guten ins Köpfchen, die schlechten in den digitalen Abfallkorb.

Nur wer solchen Wegweisern folgt, den kann die Medienrevolution mit Wissen bereichern, der andere ertrinkt in der Flut des Überflüssigen und wird zum Opfer von Fälschung und Vorurteilen. Die Wegweiserfunktion der Medien setzt voraus, dass der Journalist sich weniger denn je nur als Übermittlungsfachmann versteht, vielmehr muss er seine Fachkenntnisse für bestimmte Wissensgebiete ständig erneuern. Dabei ist der journalistische Einzelkämpfer gegenüber dem Team im Nachteil, und ein Verlag oder Fernsehveranstalter, der seinen Mitarbeitern aus Kostengründen die permanente Weiterbildung verweigert, geht ein Risiko für seine Glaubwürdigkeit ein. Diese Qualität ist auch in den Medien nicht beim billigen Jakob zu haben.

### Entschleunigung begünstigt Qualität

Gegen Falschinformation und kriminelle Angriffe gibt es – wie schon in der analogen Welt – keinen hermetischen Schutz. Im September 2009 berichtete die Deutsche Presse-Agentur (dpa) unter der Überschrift „TV-Anschlag in kalifornischer Kleinstadt“ über einen Terrorangriff auf eine Gemeinde im Westen der USA. Alles schien echt. Der Fernsehsender, dem die Nachricht zugeschrieben wurde, existierte tatsächlich. Rückfragen

dort bestätigten das Ereignis. Unter den angegebenen Mail-Adressen und Telefonnummern meldeten sich scheinbar verlässliche Institutionen. Erst nach einer halben Stunde zog dpa die Meldung zurück – mit der Zeile: „Polizei-Bericht über Anschlag war ein Scherz.“ Ein deutscher Filmregisseur bekannte sich als Urheber der aufsehenerregenden Fälschung. Kein System ist immun gegen den scheinbar perfekten Täter. Je höher das Tempo, dem die Medien sich im Konkurrenzkampf unterwerfen, desto anfälliger werden sie für die schnelle exklusive Meldung, die sich später als falsch erweist, die aber, wenn sie Börsen und Unternehmen betrifft, globale Krisen auslösen kann. Entschleunigung würde die Medien glaubwürdiger machen.

### Verständlichkeit und Vertrauen

„Der Dichter steht auf einer höheren Warte als auf den Zinnen der Partei“, schrieb der revolutionäre Dichter Georg Herwegh im neunzehnten Jahrhundert. Des Dichters Grundsatz gilt auch für Journalisten. Im Kern des Qualitätskontrakts, den der Kunde täglich neu mit den Medien schließt, stehen Verständlichkeit und Vertrauen. Medien sind keine Missionsstation. Glaubwürdigkeit erwirbt sich der Journalist nicht als schreibender oder sendender Parteivertreter, sondern nur als Charakter von stoischer Unvoreingenommenheit. Er bietet Materialien zur Meinungsbildung und befähigt den Bürger zur eigenen Entscheidung. Mit dieser Haltung kann der klassische Journalismus seine Glaubwürdigkeit ins Netz übertragen. Auch wenn die Neuerungen der Kommunikationstechnologie sich überstürzen: Glaubwürdigkeit bleibt ein Ideal. Es fehlen gelegentlich noch ein paar Prozent an der Norm. Auch die Medien sind fehlbar – leider. Ein Journalist, der sich unfehlbar dünkt, hat den Beruf verfehlt. Ihm sollte man niemals glauben.