

Internationale Zeitschrift  
für Journalismus

# message

Leseprobe aus 4-20 | I

## Vor dem Ende der Aufklärung

In jeder Ausgabe bietet Message über zwanzig Beiträge zu aktuellen Fragen des deutschen und internationalen Journalismus. Immer sind einige dabei, die – durchaus gewollt – für Aufregung in den Redaktionen sorgen.

Um Ihnen einen kleinen Einblick in das Angebot der aktuellen Ausgabe zu geben, stellen wir immer einige Texte im Originallayout als PDF zum Herunterladen bereit. Dazu gehört der von Ihnen gewählte Beitrag.

Message erscheint vier Mal im Jahr. Zu jeder Message gehört immer auch das Message-Podium.

Sie können Message abonnieren: Im Internet unter der Adresse [www.message-online.com](http://www.message-online.com) oder direkt per E-Mail unter [message@evangemeindeblatt.de](mailto:message@evangemeindeblatt.de).

Der Jahresbezugspreis beträgt 48,00 € (D / A / CH frei Haus, übriges Ausland plus Porto). Studenten / Volontäre und Mitglieder des »Netzwerk Recherche« zahlen nur 33,60 € (Nachweis erforderlich).

- Message beleuchtet die aktuellen Trends im Journalismus.
- Message bietet fundierte Analysen der deutschen und internationalen Medienwirklichkeit.
- Message ist praxisorientiert. Und selbstkritisch.

# Vor dem Ende

# der Aufklärung

Woran mag es liegen, dass der Journalismus lieber Katastrophengeschichten erzählt als seiner Aufgabe nachzukommen und für analytische Aufarbeitung zu sorgen? Auf der Suche nach Gründen.

VON MICHAEL HALLER

Beim Striptease gehe es im Grunde nicht ums Ausziehen, nicht um Begierde und Sex; es gehe im Gegenteil darum, »die Frau in dem Augenblick zu entsexualisieren, indem man sie entkleidet«. In gewisser Weise sei es das Schauspiel »Mach mir Angst«, weil hier das Exotische einen Schauer erzeuge, »dessen rituelle Zeichen nur angekündigt zu werden brauchen«, um das Gefährliche des Sexus zu bannen. »Man stellt das Böse zur Schau, um ihm besser den Weg zu versperren und es besser beschwören zu können.«

nale Beschreibung der Lebenswelt. Überprüfte Fakten mindern Ungewissheit, plausible belegte Deutungen wirken beruhigend. Darum brauchen komplexe, unübersichtlich strukturierte Gesellschaften guten Journalismus, weil er das Unglaubliche beschreiben und fassbar machen kann.

### Untergangsmysen zum wohligen Schauern

Er sollte dies tun. Doch die Geschichten, die uns die Bildschirmmedien erzählen, wenn es um Großereignisse und Jubiläen geht, wenn Katastrophen

und Tragödien die Themen sind, diese Geschichten sind nur noch ausnahmsweise informativ. Die meisten erklären nichts, sondern sind Remakes, die das Spiel »Mach mir Angst« immer aufs Neue inszenieren und das Schreckliche zum ästhetisch Faszinierenden verkleiden. Die bizarr verbogenen Stahlgitter am Ground Zero, das stolze Gesicht des Lehrers im Gymnasium von Erfurt, die toten Mädchen im Klassenzimmer in Winnenden, die gigantischen Wassermassen in Fukushima, das hämisch dreinblickende Fratzens Gesicht auf der norwegischen Insel Utøya: Die Idee der Aufklärung ertrinkt im Bildermeer, angereichert mit den Storys verzweifelter Helden.

Die meisten erklären nichts, sondern sind Remakes, die das Spiel »Mach mir Angst« immer aufs Neue inszenieren und das Schreckliche zum ästhetisch Faszinierenden verkleiden. Die bizarr verbogenen Stahlgitter am Ground Zero, das stolze Gesicht des Lehrers im Gymnasium von Erfurt, die toten Mädchen im Klassenzimmer in Winnenden, die gigantischen Wassermassen in Fukushima, das hämisch dreinblickende Fratzens Gesicht auf der norwegischen Insel Utøya: Die Idee der Aufklärung ertrinkt im Bildermeer, angereichert mit den Storys verzweifelter Helden. Die meisten dieser Geschichten erzählen Untergangsmysen, die bei den Zuschauern den Schauer des Abgründigen wachhalten. Ein Griff zur Fernbedienung genügt.

Neun volle Arbeitstage zu je acht Stunden hätte der Zuschauer benötigt, wenn er sich alles hätte anschau-



# Remembering 9/11

Mythen decken zu, was alle Menschen im Tiefsten ängstigt: dass sie über das Davor und Danach ihrer kurzen Lebenszeit nichts wissen.

en wollen, was die deutschsprachigen TV-Programme in den ersten zwei Septemberwochen zum Jubiläum »Zehn Jahre 9/11« ausgestrahlt haben. Vielleicht haben wir uns um ein paar Minuten verzählt, aber die Größenordnung stimmt: 73,5 Stunden. In dieser Zeit, zwischen dem 1. und dem 14. September 2011, flogen die zwei Passagiermaschinen mehr als 120 Mal in die WTC-Türme, schrien Entgeisterte ins Telefon, sprangen Verzweifelte aus vielen hundert

Metern Höhe in die Tiefe, glotzte George W. Bush mit stumpf-listigem Blick in die Kamera, kamen vom Staub weiß gepuderte Feuerwehrmänner halbtot aus den Trümmern. Wieder und immer wieder. Sie wiederholen das alte Spiel »Mach mir Angst«, ohne bedrohlich zu sein, weil wir den Ausgang der New Yorker Episode ja einigermaßen kennen. Sie hüllen wie im Kino jene Ereignisse in das vernebelnde Gefühl, etwas Unfassliches zu sehen und zu hören, ohne es zu verstehen. Wir verstehen es nicht, weil die Medien es nicht durchschauen und verständlich machen wollen. Weil sie das Geschehene zum Mythos verklären, dessen verdeckte Botschaft lautet, dass man ans Übersinnliche glauben sollte, weil das Tatsächliche keinen Sinn gibt.

Mythen decken genau das zu, was allen Menschen im Tiefsten wirklich Angst macht: dass sie über das Davor und das Danach ihrer kurzen Lebenszeit nichts wissen. Man schockiert sich über Naturgewalten, unheilbare Krankheiten, Wahnsinnige – doch zu Ende gedacht ist es die versteckte gegenwärtige Panik, dass der Tod nahe ist. Aus wolkenlos blauem Himmel stürzen sich plötzlich zwei Flugzeuge in die arglos-freundliche Großstadtwelt und verwandeln sie in ein apokalyptisches Inferno. »Krieg!« lautete der Kommentar der Politiker und Journalisten.

Mythen übersetzen die komplizierte Welt in das einfache Ordnungsmuster: hier die Guten, dort die Bösen. Mythen machen aus der vielschichtigen Psyche der Akteure simpel gestrickte Gutmenschen und Schurken, Verbrecher und Opfer. Und vor allem Helden. Das sind die Lichtgestalten, die sich stellvertretend für uns alle durch den Schlamassel, bedeutet: durchs Leben kämpfen. Manchmal scheitern sie,

manchmal bestehen sie, manchmal finden sie das Glück im Happy-End. Ihre Botschaft lautet, dass sich am Ende aller Widrigkeiten »das Licht« durchsetzt gegen die Finsternis.

Der amerikanische Kulturanthropologe Joseph Campbell untersuchte vor siebzig Jahren die Mythen verschiedenster Völker und Kulturen. Sie ähneln sich alle in ihrer Grundbotschaft und Dramaturgie: Dass der Held, auch wenn er untergeht, dem Überlebenskampf einen Sinn gibt. In archaischen Zeiten ging es um die Sippe und Gattung, heute geht es um unsere Ideologie und Kultur, die sich fortpflanzen soll: Die Freiheitsidee der westlichen Welt muss und wird siegen.

In den Mythengeschichten der Bildschirmmedien waren 2001 die Amerikaner auf der Seite der Guten, war der Feuerwehrmann der Held und Bush, Rumsfeld und Cheney seine Protektoren. 2011 sind in den vielen Videos alle Amerikaner zu Helden geworden, ganz automatisch, weil sie das Böse in Gestalt von Bin Laden zur Hölle geschickt haben. Man betrachtet nun die alten Schreckensbilder aus der Sicht des Siegers. Dabei verdecken diese bunt erzählten Mythen den Ursachenzusammenhang des Terrorismus. Und sie verschweigen die noch schrecklichere Wahrheit, dass der Kampf der amerikanischen Helden gegen Al-Qaida hundertmal mehr tote Zivilisten gefordert hat als deren Anschlag am 11. September. Der mythologisierende Fernsehjournalismus ist ein verhüllender Nebelwerfer.

#### Löbliche Ausnahmen

Fairerweise muss man erwähnen, dass es auch andere, genuin journalistische Produktionen gab. An erster Stelle wäre der Dokumentarfilm »Die Falle 9/11« von Stefan Aust und Detlef Konnerth zu nennen, der von den ARD und dem Schweizer Fernsehen eine Woche vor dem Jahrestag ausgestrahlt wurde.

Hier ging es nicht um die Wiederholung des Immer-selben, sondern um die Aufarbeitung der Geschehnisse seit 9/11 mit journalistischen Mitteln. Das heißt mit einer griffigen These (die Weltmacht USA tat genau das, was der Medienprofi und Terrorist Bin Laden getreu dem Stimulus-Response-Modell evozierte: dass sie sich in ungerechte, nicht zu gewinnende Kriege verwickelte, die ihre Reputation in der islamischen Welt nachhaltig beschädigen und – aus der Sicht der Islamisten – die Fratze des Bösen zeigen werde) und mit plausiblen Belegen. Ernstzunehmender

Journalismus funktioniert nach der Regel: Reduziere Komplexität so weit, bis das Strukturgerippe sichtbar wird. Und in dieser Doku wurde es sichtbar.

#### Todesangst als Verwertungsobjekt

Aber sie war eine Ausnahme, die das Regelhafte der Video-Stories zum Jubiläum nur noch unerträglicher machte. Warum fällt den meisten Redaktionen nichts anderes ein als dieses Recyceln altbekannter Katastrophenbilder? Warum stehen die Journalisten, einem vom Waschdrang gequälten Neurotiker gleich, unter Wiederholungszwang?

Cicero-Chefredakteur Michael Naumann empörte sich über die als Doku präsentierte Audio-Show auf *Spiegel Online*: Eine Großaufnahme zeigt die beiden noch intakten WTC-Türme; kleine Embleme in Form von Lautsprechern und Kameras, über verschiedene Stockwerke verteilt, kann man anklicken – und hört Telefonmitschnitte von der Stewardess, deren Maschine auf den Tower zurast, hört Angestellte, die in der Feuersbrunst ersticken, hört verzweifelte Anrufe bei der Feuerwehr. Naumann schreibt: »Die bereits historische Ferne des Anschlags verwandelt sich in den mitgeschnittenen Telefonaten in eine unerträgliche Nähe, die uns allerdings fragen lässt, ob Todesangst und Verzweiflung in den letzten Minuten eines Lebens nun auch zu Verwertungsobjekten eines technisch versierten Popjournalismus geworden sind.« Und er kann sich diese Skandal-Veröffentlichung nur so erklären: »Die Gesprächsaufzeichnungen dienen nicht der Erinnerung daran, dass an jenem Tag fast 3.000 Menschen ums Leben kamen, sondern der Website-Einschaltquote.«

Man könnte diese Empörung vielleicht mit dem Hinweis besänftigen, dass sich *Spiegel Online* bei der *New York Times* bedient hat, die auf ihrer Website (»The 9/11 Tapes: The Story in the Air«) noch viel mehr Telefonmitschnitte entlang einer Zeitleiste aufbereitet hat. Dass *Spiegel Online* nur eine kleine Auswahl in Verbindung mit dem Tower-Foto bringt, ist geschmacklos, aber kein Skandal. Den Unterschied macht etwas ganz anderes aus: Zahlreiche amerikanische Medien, die großen Zeitungen zuerst, überstiegen sich damals in der Verteufelung der Terroristen: »Our Nation saw Evil!« (s. Seite 10). Jetzt, zum zehnten Jahrestag, war ihre Botschaft eine andere: ein paar erschütternde Bilder und Tondokumente von damals und eine aus der Distanz der zehn Jahre verfasste analytische Sicht der Dinge. Anders als das

Fernsehen macht sie die Trauer und mit ihr auch die Bewältigung des Schmerzes zum Thema. Auch auf der Website der *New York Times*. Vergleichbares fand man bei *Spiegel Online* nicht.

Der Printjournalismus vor allem kann es, wenn er will. Legt man Titelblätter großer US-Zeitungen vom Jahrestag

2011 neben jene vom 12. 9. 2001, wird die publizistische Sublimierung offensichtlich.

Zum Beispiel

die Zeitung *Arizona Republic*: Unter der Überschrift »There's a Hole in the World« bringt ihre Frontseite einen zweiseitigen Essay, der die beiden Türme negativ durch Textausparungen als Silhouetten zeigt (darunter die Umrisse der Stadt) und damit den Verlust selbst thematisiert – die intellektuelle und die emotionale Verarbeitung fallen zusammen. Verschiedene andere Zeitungen haben sich um ähnliche Lösungen bemüht. Keine Frage: Auch diese Leistung gehört zur Aufklärungsarbeit des Journalismus, sofern er seine Rolle in der Gesellschaft ernst nimmt.

#### Verschiebung, nicht Vermarktung

Warum fällt es so vielen deutschen Journalisten immer schwerer, wie Journalisten zu denken und zu handeln? Das von Michael Naumann angeführte Vermarktungsinteresse genügt nicht als Begründung, denn erstens hält sich der kommerzielle Erfolg solcher Produktionen in engen Grenzen, und zweitens ist es kein durchgängiges Muster, sondern eines, das mit dem Katastrophischen zusammengeht: »Mach mir Angst!«

Die wenigsten Journalisten sind Zyniker, und diese wenigen sitzen nicht in der Redaktion von *Spiegel Online*. Auch diese Erklärung fällt also aus. Was dann? Sind alle deutschen »eine Nation der Panikmacher«, wie Statistikprofessor Walter Krämer (»Die Woche der Angst«) glaubt? Er untersuchte die Wirkung der Medien, deren Geschichten Zukunftsangst erzeugen. Demnach trifft der Vorwurf die Medienmacher auch der Öffentlich-Rechtlichen, die keine Klickraten und Werbeinseln verkaufen müssen. Was sind deren Motive?

Aus meiner Sicht hilft das (der Individualpsychologie entlehnte) Theorem der »Verschiebung« als

Warum stehen die deutschen Journalisten, vom Waschdrang gequälten Neurotikern gleich, unter Wiederholungszwang?

Denkmodell weiter: Viele Menschen können mit stark bedrohlichen Situationen nicht umgehen und verschieben ihre Aggression und ihren Fatalismus auf eine weniger bedrohliche, nach dem Muster: Der Abteilungsleiter ärgert sich über seinen Chef, hat aber Angst vor ihm; seine Wut bekommt nun die Sekretärin oder der Mitarbeiter zu spüren. Solche Muster kommen auch im Kollektiv vor; die deutsche Geschichte ist reich davon.

### Untergangsstimmung in der Profession

Warum sollten ausgerechnet Journalisten zu solch neurotischer Verschiebearbeit tendieren? Zur Stimmungsmache trägt zunächst die in vielen Redaktionen zumal unter älteren Kollegen grassierende Untergangsstimmung bei. Verschiedene Beobachtungen lassen darauf schließen, dass sich viele

*Neu ist, dass die Journalisten ihr Unbehagen »verschieben« und uns Heldenmythen erzählen, damit sie sich sorgloser fühlen.*

Journalisten auch in großen Medienhäusern bedroht und ohnmächtig fühlen, weil der Struktur- und Medienwandel

wie ein Unheil über sie hereinzubrechen scheint und ihre berufliche Existenz in Frage stellt. Diese Bedrohung erklärt die Verschiebung nicht, sie erzeugt aber ein entsprechendes Klima.

Wenn darüber hinaus noch immer gilt, dass der Journalismus in gewisser Weise wetterfällig sein und das Meinungsklima der Gesellschaft erspüren solle, dann verbirgt sich hinter der klammheimlichen Lust am New Yorker Feuerballspektakel eine untergründige, mythologisch zugedekte Angst, die daher rührt, dass man das Weltgeschehen mit seiner wachsenden Bedrohlichkeit nicht durchschaut. Seit der sogenannten Dotcom-Blase, dem Finanzcrash vor zehn Jahren, erleben wir die Hyperglobalisierung als einen sich selbst antreibenden und beschleunigenden Prozess, der heute als absurd erscheinen lässt, was gestern noch das einzig Vernünftige war. Die seit der jüngsten Finanzkrise im Juni am häufigsten gehörten Worte von Fernsehkommentatoren lauteten »Katastrophe«, »Panik« und »außer Kontrolle«.

Der weltweit operierende Finanzjongleur Georges Soros, selbst kein Unschuldiger, bringt die apokalyptische Angst auf den Punkt: »Die Regierungen haben die Kontrolle über die Situation verloren«, es drohe

die »Kernschmelze des Systems.« Nötiger denn je wäre ein Journalismus, der diese Prozesse nüchtern analysiert und durchschaubar macht.

### Phrasen, die nichts erklären

Doch das Fatale daran ist, dass die Bildschirm- und Boulevardmedien (zu denen ich auch *Spiegel Online* zähle) das wirtschaftspolitische Drama nicht aufdecken können oder wollen. In den TV-Nachrichten hören wir Phrasen und sehen Personen, die nichts erklären. Jeder Tag bietet ein neues Spektakel; das Drama der europäischen Finanzwirtschaft erleben wir als mediale Inszenierung. Auch die Fernsehjournalisten sehen die Prozesse, die der Katastrophe zusteuern, doch sie verdrängen und verschieben sie auf episodale Ereignisse, die rückblickend erzählt, den Subtext mitliefern, dass wir den Teufel besiegt haben und nun auf der sicheren Seite sind.

Der moderne Journalismus, insbesondere jener der Bildschirmmedien, sollte eigentlich darauf aus sein, dass die Menschen die Welt verstehen. Tatsächlich aber führt er zu massenhaft Verwirrten und Verzweifelten, die an ihre Zukunft mit Angst statt mit Zuversicht denken – und leicht frösteln, wenn sie sehen, dass Katastrophen zwar aus heiterem Himmel, doch zum Glück über New York und Afghanistan, über Syrien oder Japan hereinbrechen.

Vielleicht gab es solche Angstverschiebungen schon immer. Neu aber ist, dass die einflussreichsten unter den Journalisten die ersten sind, die ihr »Unbehagen in der Gesellschaft« (Ehrenberg) verschieben und uns Heldenmythen erzählen, damit sie sich sorgloser fühlen. Oder mit den Worten von Roland Barthes: »Man stellt das Böse zur Schau, um ihm besser den Weg zu versperren.« Es wäre das Ende der Aufklärung. ■

#### Literatur:

- ▶ Barthes, Roland: *Mythen des Alltags*. Suhrkamp, Frankfurt 1964
- ▶ Campbell, Joseph: *Der Heros in tausend Gestalten*. Insel-Verlag, Frankfurt 1999
- ▶ Ehrenberg, Alain: *Das Unbehagen in der Gesellschaft*. Suhrkamp, Frankfurt 2011
- ▶ Krämer, Walter: *Die Angst der Woche. Warum wir uns vor den falschen Dingen fürchten*. Piper, München 2011
- ▶ Naumann, Michael: *Das kalte Herz des Internet*. Cicero-Online. <http://www.cicero.de/salon/nine-eleven-medien-terrorismus-kalte-herz-internet/43020>
- ▶ Schmidbauer, Wolfgang: *Mythos und Psychologie*. Reinhardt, München 1970

*Michael Haller ist wissenschaftlicher Direktor des Instituts für Praktische Journalismusforschung in Leipzig und Herausgeber von Message.*