Von Beginn ihrer Arbeit an üben die NachDenkSeiten Medienkritik und leisten Aufklärung über Meinungsmache, Reformlügen und den Machtwahn von Eliten und Politik. Inzwischen sind sie damit nicht mehr ganz so allein: Immer mehr Mediennutzer emanzipieren sich, immer häufiger gibt es Programmbeschwerden oder gar radikale Kritik. Eine solche leistet seit Längerem die Ständige Publikumskonferenz der öffentlich-rechtlichen Medien, die sich für Medienkompetenz und die demokratische Mitsprache bei der Umsetzung des gesellschaftlichen Programmauftrages der öffentlich-rechtlichen Medienanstalten stark macht. **Jens Wernicke** sprach mit der Vorsitzenden **Maren Müller** über die von der Publikumskonferenz soeben veröffentlichte Expertise „Das Ende des Informationsjournalismus – Storytelling in der ARD-Griechenlandberichterstattung 2015“, die kein heiles Haar an der ARD-Berichterstattung zu Griechenland lässt und die tagtäglichen Methoden der Manipulation konkret beim Namen nennt.

Frau Müller, gerade erschien auf der Webseite der Ständigen Publikumskonferenz eine pointierte sowie sachlich fundierte Fundamentalkritik an der Griechenlandberichterstattung der ARD, in der anhand konkreter Beispiele ein komplexes Manipulations-Geflecht offengelegt wird. Tricks und Täuschungen werden dabei ebenso benannt wie das Geflecht der „heimlichen Verführer“ im Hintergrund, um deren Interessen es geht. In zwei Sätzen: Was werfen Sie der ARD konkret vor?

Da hat sich einiges angesammelt. Wir werfen der ARD vor, entgegen der Vorgaben des Rundfunkstaatsvertrages das Publikum mit Desinformation, Falschaussagen und Auslassungen wichtiger Informationen über Wochen und Monate regelrecht überzogen zu haben. Die Griechenlandberichterstattung der ARD – explizit von Tagesschau und Tagesthemen – war einseitig, regierungskonform, manipulativ, feindselig, verleumderisch und in Teilen geradezu absurd ob ihrer boulevardesken Erzählweise.

Durch die inflationäre Verbreitung national-stereotyper Klischees im Zusammenhang mit den griechischen Staatsschulden wurden bei der deutschen Bevölkerung niedere Instinkte wie Neid, Hass, Zynismus und offener Rassismus geweckt sowie Zwietracht unter den europäischen Nachbarn gesät.

Unter Verletzung ihres gesetzlichen Auftrages hat die ARD somit in manipulativer Weise Ressentiments geschürt und Feindbilder kreiert, die den Zusammenhalt der Völker in Europa gefährden und im eigenen Land die gesellschaftliche Spaltung forcieren. Der

Selbstanspruch öffentlich-rechtlicher Redakteure ist in der Regel die „Einordnung“ (welt-)politischen Geschehens für das Publikum. Diese Art der Einordnung hat allerdings mit Journalismus oder gar mit wahrhaftiger Information herzlich wenig zu tun.

Im Text ist von der Technik des „Storytelling“ die Rede und es wird diesbezüglich die Leiterin der Abteilung Innenpolitik des NDR, Anja Reschke, mit dem Satz: „Leider haben das die Leute gemerkt, dass auch unsere Berichte geprägt sind“ zitiert…

Storytelling bedeutet nichts Anderes als „Aufmerksamkeit holen und halten“ und spricht primär die Gefühlsebene des Zuschauers an. „Erzählen statt berichten“ ist die Devise. Durch Emotionalisierung, Unterhaltung und eine möglichst spannende Dramaturgie soll der Zuschauer davon abgehalten werden, sich der „Information“ durch Wegzappen oder anderweitige Verweigerung der jeweiligen Angebote zu entziehen. „Wie lenken Sie die Aufmerksamkeit des Publikums dauerhaft auf Ihre Botschaft?“, fragt zum Beispiel Marie Lampert in ihrem Bestseller, „Storytelling für Journalisten“.

Es geht den öffentlich-rechtlichen Anstalten dabei vorrangig um Quote, um Legitimation, um die dauerhafte Aufmerksamkeit des Rezipienten und natürlich um die subtile Vermittlung gewünschter Botschaften. Durch bestimmte Erzähltechniken wird die Kernaussage hübsch verpackt in einer Story auf eine unterschwellige Art und Weise an den Zuschauer gebracht. Es gibt eine ganze Reihe von Kommunikationsstrategen, die hierzu forschen und lehren – einige davon finden sich sogar an der Medienakademie von ARD und ZDF.

Storytelling wird seit Ende der 90er Jahre als Kommunikationsstrategie in Politik, Militär und Wirtschaft praktiziert und ist eine wirkungsvolle Kommunikationswaffe in den Händen von Spin Doktoren, Lobbyisten und anderen PR-Profis.
Denn in der Politik, in der Produktwerbung, im Marketing und selbst in der Kriegsführung und -vorbereitung wird mit einfachen Geschichten oft eine größere Wirkung erzielt als mit schnöden Fakten. Wir erinnern uns etwa an die 1000-fach medial kolportierte Brutkastenlüge, die den Irak-Krieg moralisch zu legitimieren half, rührend und tränenreich vorgetragen von einem jungen Mädchen. Wer fragt da noch nach Fakten?

Damit stellt sich allerdings wiederholt die Frage nach dem Verhältnis zwischen dem zur Neutralität verpflichteten öffentlich-rechtlichen Journalismus und PR, deren Ziel die „Konstruktion wünschenswerter Welten“ ist.

Quelle: AcTVism Munich www.actvism.org

Storytelling ist also … ja, in meinen Worten: die Demagogie der Oberen, mit der sie uns auf ihre Weltsicht und Werte einzuschwören suchen? „Gut gegen Böse", „Krieg im Auftrag Gottes", wie es bei Bush hieß, oder eben „Krieg gegen die neuen Hitlers dieser Welt", wie es beim Kosovo-Krieg hieß?

Ja, es geht um eine Erzähltechnik, die starke moralische Bewertungen kolportiert, sodass die durch sie zu ziehenden Schlüsse massiv begrenzt und also vorgeprägt sind.

Eben das hat Anja Reschke wohl auch gemeint: „Wir Journalisten sind uns sehr bewusst, dass wir die Leute seit Jahr und Tag auch erziehen – dummerweise haben sie das nun mitgekriegt."

Gut, die Manipulation geschieht also durch Sprache, Erzählweise und … „Dramaturgie"?

Ja und nein. Denn im Grunde spricht nichts dagegen, Informationen durch pointierte Sprache dramaturgisch spannend und unterhaltsam für den Rezipienten aufzubereiten. Laut des US-amerikanischen Linguisten und Politikberaters Lakoff ist es für gewöhnlich sogar der einzig funktionierende Weg, die tatsächlichen Mechanismen des Denkens zu benutzen – Weltsichten, Frames, Metaphern, Emotionen, Bilder oder persönliche Geschichten. Jedoch hat bei der Berichterstattung öffentlich-rechtlicher Medien die Information des Publikums im Vordergrund zu stehen und nicht die hübsche, selbstgestrickte Legende.

Innerhalb der untersuchten Griechenlandberichterstattung im Jahr 2015 wurde durch die konsequente, schwarz-weiß-gefärbte Erzählweise, die sich jeglicher seriöser journalistischer Kategorie entzieht, ein Bild von unseren griechischen Nachbarn gezeichnet, welches perfider nicht hätte sein können.

Unser Autor stellt dazu fest:

> „Das stereotypenspezifische Werte-Framing wirkt stark polarisierend. Es

> aktiviert und bestätigt zugleich das im Langzeitgedächtnis gespeicherte Stereotyp von den chaotischen, unzuverlässigen, trickreichen, unpünktlichen, unbeherrschten, faulen (=reformunwilligen) und verschwenderischen Südeuropäern, die angeblich die (nord-) „europäischen Gepflogenheiten“ (Rolf-Dieter Krause) missachten.“

Wenn die sachliche Debatte um ökonomische Lösungen für die griechische Schuldenkrise von einem medial inszenierten Theater über vermeintliche deutsche Sekundärtugenden übertönt und ein international anerkannter Wirtschaftsprofessor wie Yanis Varoufakis dem Publikum als halbstarker und trickreicher Ganove verkauft wird, dann ist diese Art der Informationsvermittlung mehr als verzichtbar. Sie ist für die freie Meinungsbildung wertlos – wie jede Form der Propaganda.

Im letzten Kapital des Aufsatzes legen Sie verschiedene Strategien der „versteckten Argumentation“ offen. Um was geht es dabei?

Persuasive Kommunikation hat das Ziel, Einstellungen von Kunden oder auch Rezipienten zu beeinflussen bzw. zu verändern. Verständigung oder gar Informationsaustausch sind nachrangig.

Die Techniken sind in verschiedene Kategorien einteilbar: die Nutzung spezieller Erzähltechniken durch die Journalisten, der Einsatz rhetorischer Strategien, die verdeckte Argumentation durch interessengeleitetes Framing sowie der Gebrauch semantischer, visueller oder auditiver Trigger.

Das klingt doch ein wenig sehr akademisch und erschließt sich nicht gleich. Skizzieren Sie doch bitte aus jedem Bereich ein konkretes Beispiel – und sagen mir vor allem auch, was der immer häufiger genutzte Begriff des „Framing“ eigentlich meint.

Die *Erzählhaltung* des Journalisten, die sich je nach Thema und politischer Gemengelage zwischen affirmativ-nah oder kritisch-distanziert bewegt, vermag zum Beispiel den uninformierten Zuschauer zur Bestätigung eines bestimmten Akteurs oder aber auch zu dessen Abwertung bewegen. Affirmativ-nah wurden im Konflikt beispielsweise immer die Kanzlerin und der Bundesfinanzminister dargestellt und die griechische Regierung natürlich immer kritisch-distanziert. Letztere Erzählhaltung kann beim uninformierten Zuschauer leicht zur Abwehr, zur Entsolidarisierung und zur Herausbildung von Stereotypen führen.

Interessengeleitetes Framing meint einen bestimmten, gleich mitgelieferten Interpretationsrahmen und geht einher mit Falschinformationen, Auslassungen und dem Einbetten von Fakten in fremde Zusammenhänge. Speziell da, wo dies journalistische Authentizitätsnachweise wie etwa O-Töne oder Bilder betrifft, die aus Sicht des Rezipienten den Status von „Wahrheitsbelegen" haben, handelt es sich dabei um glasklare Verstöße gegen journalistische Kodizes.

Eine der beliebtesten *rhetorischen Strategien* ist etwa die Berufung auf sogenannte „Experten", also das Insistieren darauf, dass es Menschen gibt, die sehr viel mehr wissen als andere, und denen dann auch – als sozusagen autoritärer Appell – unbedingt Glauben zu schenken ist. Am kuriosesten sind dabei sicher die „Terrorexperten", die vom kuscheligen Studio aus terroristische Vorfälle bewerten, einordnen und kommentieren. Die Legitimität eines zuvor von der Moderation verkündeten Standpunkts soll durch die Berufung auf eine vermeintliche Autorität sozusagen bewiesen werden.

Auch die nachhaltige Denunziation politischer Gegner ist eine beliebte Strategie der öffentlich-rechtlichen Meinungsbildner und erfolgt zumeist über die Ad-hominem-Argumentation. Von der inhaltlichen Argumentation des Kontrahenten wird durch einen Angriff auf seine Glaubwürdigkeit – also etwa gen seines Verhaltens, seiner Motive, seines Charakters – abgelenkt. Wer erinnert sich noch an die absurde Hemd-aus-der-Hose-Diskussion? Um so etwas geht's: Von Varoufakis' ökonomischer Argumentation wurde durch Angriffe auf seine Kompetenz und seine Vertrauenswürdigkeit permanent abgelenkt. Die Glaubwürdigkeit eines Politikers ist jedoch der entscheidende Faktor jeder politischen Auseinandersetzung. Im Fall von Varoufakis erzielte die ARD-Berichterstattung durch manipulative Darstellungen wie diese in Dauerschleife einen Glaubwürdigkeits-Wert, der gen Null tendierte. Rufmord nannte es Varoufakis und wir schließen uns dieser Meinung an.

Semantische, visuelle und auditive Trigger verstärken eine bestimmte Botschaft durch bestimmte Wortspiele oder Attributierungen, durch Musik, Geräusche oder entsprechende Bilder. Besonders eindrucksvoll waren in der ARD-Griechenlandberichterstattung die Metaphern aus der bunten Welt der Spiele, wenn es um die wissenschaftliche Disziplin der Spieletheorie ging, in der Yanis Varoufakis bewandert ist. Diese Art der Darstellung eines wissenschaftlichen Erkenntnisinstrumentes kann man getrost als vorsätzliche Verdummung des Publikums bezeichnen.

Natürlich funktionieren auch Kampagnen gegen unliebsame, kritische Positionen, die den Mainstream infrage stellen, nach genau diesem Schema: All die Denunziation mit Begriffen wie „Verschwörungstheoretiker", „Querfrontler", „Antisemit", „Antiamerikaner" etc. – immer häufiger sind das semantische Chiffren im Kampf gegen eben nicht das, was man

vorgibt zu bekämpfen, sondern gegen die Reste an sozialem und friedenspolitischem Widerstand, die es noch hat in diesem Land.

Quelle: Ständige Publikumskonferenz der öffentlich-rechtlichen Medien: „Das Ende des Informationsjournalismus – Storytelling in der ARD-Griechenlandberichterstattung 2015, Kapitel 5“

Gab es bezüglich der Griechenland-Berichterstattung auch konkrete Falschdarstellungen? Wenn ja, geben Sie bitte zwei, drei konkrete Beispiele hierfür…

Es gab eine ganze Reihe von Falschinformationen in der Griechenlandberichterstattung, denen wir auch etliche Beschwerden gewidmet hatten.

Besonders Rolf-Dieter Krause tat sich mit Falschinformationen, teils unter Berufung auf anonyme Zeugen, in einer Art und Weise hervor, die einem Brüssel-Korrespondenten wenig zur Ehre gereichen.

„Wenn man dem griechischen Finanzminister zugehört hat, ist das lauter Zeugs, das er auf keinen Fall unterschreiben will“, sagte Krause etwa in einer Schalte anlässlich der Eurogruppensitzung in den Tagesthemen vom 16. Februar 2015. Obwohl Krause bei der entsprechenden Pressekonferenz zugegen war und die entsprechenden Inhalte, Vorschläge und Hemmnisse genauestens kannte, informierte er die Zuschauer der Tagesthemen *nicht* dem Informationsauftrag entsprechend.

Laut Varoufakis wurde das zwischen ihm und dem EU- Währungskommissar Pierre Moscovici vor der Sitzung ausgehandelte Papier kurz vor der geplanten Unterschrift des griechischen Finanzministers von Jeroen Dijsselbloem einfach durch ein anderes ersetzt. Die ARD zeigte dann zwar sogar einen Ausschnitt aus der Pressekonferenz vom 16. Februar 2015, in der Varoufakis diesen Vorgang bekannt machte – sie präsentierte ihren Zuschauern aber einen *anderen* Ausschnitt.

Unserer Untersuchung der mehr als 20 bedauerlichen Einzelfälle aus den ersten 4 Wochen

der ARD-Berichterstattung über die Syriza-Regierung 2015 können Sie entnehmen, wie das Publikum systematisch und kontinuierlich vorsätzlich desinformiert wurde.

Im Gegensatz zur Medienkritik von rechts skizzieren Sie in Ihrem Aufsatz keine große Weltverschwörung finsterer Kreise, sondern Journalisten als Hauptakteure und -täter der täglichen Manipulation. Oder besser: eine Mischung aus eigenen Werturteilen, sozialer Position, ökonomischen Abhängigkeiten und regulären journalistischen Techniken. Ist das „Handwerkszeug" also selbst schon Teil des Problems? Meine: Sind Journalisten schon so ausgebildet und sozialisiert, dass ihrer Arbeit oftmals eine gewisse Parteilichkeit immanent ist?

Selbstverständlich sind Journalisten parteilich und agieren in ihrem Berufsfeld ihrer Sozialisation entsprechend. Es gibt in Deutschland für jedes politische Spektrum die entsprechenden Medienangebote – von *Jungle World* bis *Junge Freiheit* und dazwischen viel Libertäres, Liberales, Konservatives, Linksgrünes und Esoterisches. Diese Vielfalt der Meinungen ist Ausdruck unserer aufgeklärten demokratischen Gesellschaft, die natürlich über eine grundgesetzlich geschützte Pressefreiheit verfügt und auch alternativen Medienschaffenden Raum für ihre Publikationen gibt.

Der dauerhafte Erfolg von Albrecht Müller mit seinen NachDenkSeiten ist beispielsweise ein Indiz dafür, dass der Bedarf an sachlicher und kritischer Auseinandersetzung in unserem Land durchaus vorhanden ist und dass Parteilichkeit und das Handwerkszeug an sich eben nicht das Problem sind. Zum Problem werden sie, wo sie in den Dienst von Obrigkeiten gestellt werden und den Journalisten ihr Bemühen um Objektivität und die Kritik an Unrecht, Ausbeutung und Unterdrückung aus Karrieregründen abhandenkommt. So einen „Journalismus" braucht wirklich kein Mensch.

Die gesellschaftlichen Erwartungen an den öffentlich-rechtlichen Journalismus aufgrund seiner besonderen Finanzierungssituation und Unabhängigkeit von Werbung und Co. sind dabei naturgemäß höher als die an die privaten Medien. Bis auf wenige Ausnahmen gerieren sich die öffentlich-rechtlichen Korrespondenten aber – und zwar insbesondere jene bei Tagesschau und Tagesthemen – wie ein konzertierter PR-Stab der Bundesregierung. Dass diese Offensichtlichkeit auch in kausalem Zusammenhang mit der aktuellen Vertrauenskrise der Medien steht, ist Fakt.

Inwiefern?

Für die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten gelten andere Gesetze als für die Konzernmedien, deren Programm nur dazu da ist, um Geld zu verdienen. Die öffentlich-

rechtlichen Rundfunkanstalten bekommen vom Beitragszahler Geld als Gegenleistung für objektive, wahrheitsgemäße, unparteiische und ausgewogene Berichterstattung.

Die Wahrheitspflicht des Journalisten ist nach geltendem Recht immer an die Erfüllung der Sorgfaltspflicht gekoppelt, die in der sorgsamen Prüfung, Sichtung und Darstellung von für alle frei zugänglichen Recherchematerialien konkretisiert ist. Nicht umsonst heißt es in Paragraph 11 Rundfunkstaatsvertrag explizit:

> »Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten haben bei der Erfüllung ihres Auftrags die Grundsätze der Objektivität und Unparteilichkeit der Berichterstattung, die Meinungsvielfalt sowie die Ausgewogenheit ihrer Angebote zu berücksichtigen.«

Sämtliche Falschdarstellungen innerhalb der Griechenlandberichterstattung wären allein durch die Befolgung professioneller Berufsnormen vermeidbar gewesen und folgten zudem grundsätzlich einem interessengeleiteten Narrativ.

Als Konsequenz aus diesem Informationsdebakel fragen wir daher aktuell den verantwortlichen Rundfunkrat:

> „Wie konnte es nur wenige Wochen nach den selbstkritischen Äußerungen von Chefredakteur Kai Gniffke zur Ukraine-Berichterstattung innerhalb der Griechenland-Berichterstattung erneut zu einer solch eklatanten Missachtung des Rundfunkstaatsvertrages kommen und welche konkreten Maßnahmen gedenkt der Rundfunkrat als Konsequenz zu ergreifen, um in Zukunft die gesetzlich garantierte sachlich-neutrale Berichterstattung innerhalb der ARD-Nachrichtenformate zu gewährleisten?“

Eine Antwort steht, Sie ahnen es, nach wie vor aus.

Ich bedanke mich für das Gespräch.

Maren Müller, Betriebswirtin aus Leipzig, initiierte im Januar 2014 die sogenannte Lanz-Petition und gründete in Folge den medienkritischen Verein “Ständige Publikumskonferenz

der öffentlich-rechtlichen Medien", dessen Vorsitzende sie ist.

Weiterschauen:

Externer Inhalt

Beim Laden des Videos werden Daten an Youtube übertragen.

Inhalt von Youtube zulassen
Inhalte von Youtube nicht mehr zulassen

Medienkritiker Walter van Rossum: Warum keiner mehr dem Mainstream-Journalismus glaubt

Externer Inhalt

Beim Laden des Videos werden Daten an Youtube übertragen.

Inhalt von Youtube zulassen
Inhalte von Youtube nicht mehr zulassen

Medienkritiker Walter van Rossum: "Dafür braucht man keinen Führerbefehl

---

Weitere Veröffentlichungen von **Jens Wernicke** finden Sie auf seiner Homepage jenswernicke.de. Dort können Sie auch eine automatische E-Mail-Benachrichtigung über neue Texte bestellen.