

## Diskursinterventionen: Kultivierung des öffentlichen Diskurses

### Ist die Pflege der öffentlichen Diskursmoral zum Scheitern verurteilt? Theorie und Praxis am Beispiel der Medien im Allgemeinen und des Journalismus im Speziellen

Ein Debattenbeitrag von Katja Thorwarth (Frankfurt / Frankfurter Rundschau)

- A) Welche Rollen spielen Moral und Ethik in diskursorientierten gesellschaftlichen bzw. redaktionellen Zusammenhängen und inwiefern muss ein normativer moralischer Bezugsrahmen vorab definiert werden.
- B) Wo stehen wir? Gilt es nicht, vorab einen Moralbegriff zu definieren?
- C) Was sind die Ursachen der Rechtsverschiebung?
- D) Welche Rolle spielt hier die Einforderung der Objektivität? Inwiefern ist diese von den Medien überhaupt zu erwarten? Wo ist die Anspruchshaltung nicht durch das praktische machbare gedeckt, wo finden explizit Verstöße statt?
- E) Welche Rolle spielt die Ökonomie? Stichwort: Ohne Werbung ist kein Medium überlebensfähig.
- F) Blick in den Alltag. Wie umgehen mit der Diskursverrohung jenseits der eigenen moralischen Agenda?

**Zu A)** Kernthese ist, dass sich der gesellschaftliche als auch der mediale Diskurs nach rechts verschoben hat. Damit sind nicht nur dezidiert rechte Medienorgane wie die „Junge Freiheit“ oder „Compact“ gemeint. Und auch nicht Leute wie Matussek oder Elsässer, die sich in der öffentlichen Wahrnehmung am rechten Rand bewegen.

Vielmehr hat sich auch die liberale Presse dem Rechtsdrall gebeugt: bspw. die FAZ, wenn sie Alexander Gauland als Gastautor (kurz vor der Hessenwahl) zulässt. Oder der „Spiegel“, wenn er über die Bildsprache seines Titels Deutschland dem Untergang weiht. Das gleiche ist im TV zu beobachten, wenn Talkshows die Bühne bieten für Thesen, die einst auf dem Index standen. Fazit: Der Bezugsrahmen hat sich nach rechts verschoben, man hat sich von der festen Größe verabschiedet, dass rechtsextreme Positionen außerhalb des demokratischen Diskurses stehen. Insofern ist der Verfall der Diskursmoral auf der Medienseite hausgemacht.

**Zu B)** Um über Diskursmoral zu reden, sollte man den Moralbegriff klären. Was ist erlaubt? Wo finden sich die roten Linien? Wenn man die Dinge im Rahmen der demokratischen und humanistischen Grundwerte besprechen will sollte man sich auf den Diskurs mit Vertretern jenseits der roten Linie nicht einlassen. Das streift den Themenkomplex: nicht mit Rechten reden, aber über sie bzw. ihre fehlende Diskursmoral.

**Zu C)** Die AfD hat den Rechtsextremismus nicht erfunden, aber sie hat die Stimmung in der Bevölkerung durch klassische mediale Werkzeuge wie Komplexitätsreduktion und Dramatisierung für sich genutzt: sich als Problemlöserpartei für das sogenannte Volk zu inszenieren.

Viele Medien haben ihr Spiel gespielt und spielen es nach wie vor, indem sie Bilder und Sprache uneingeordnet übernehmen.

**Zu D)** Kernthese ist, dass es die viel geforderte „Objektivität“ in den Medien nicht geben kann. Jedes Medienprodukt ist mehr oder weniger subjektiv geprägt, selbst eine Agentur gewichtet bzw. ordnet ein aufgrund der Wortwahl. Wo ist ein Thema platziert, wie ist es bebildert, wie wird es anmoderiert; kaum ein Medium, das nicht ohne Haltung auskommt, deren Existenz für das Medium existentiell ist. Natürlich finden Verstöße jenseits des unvermeidbaren statt, am häufigsten in der Mischung aus Bericht und Kommentar. Oder in der Subjektivierung von Reportage, wie jüngst am Claas-Relotius-Beispiel offenbar wurde. Das taugt aber nicht zum Lügenpresse-Vorwurf. Die Rechte bezichtigt die sogenannte Mainstreampresse der Lüge und meint damit eigentlich die Kritik. Damit hat sie viele liberale Medien dorthin gedrängt, wo sie mittlerweile stehen, die auf eine Verschwörungstheorie der Ausgrenzung hereinfliegen. (Oder einem Vorwurf in vorausseilendem Gehorsam zuvor kommen wollen, was im Ergebnis das Gleiche ist)

Medien sollen die Wirklichkeit abbilden, ohne dabei eine Wirklichkeitskonstruktion zu übernehmen, die jenseits der liberal-demokratischen Gesellschaft steht. Das funktioniert nicht ohne Einordnung – aber auch nicht ohne das Bewusstsein einer Rechtfertigungspflicht. Ich bin verantwortlich für das, was ich schreibe.

**Zu E)** Ohne Werbung kann kein Medium existieren, dies trifft umso mehr zu, je mehr die Anzeigenmärkte wegbrechen. „Das haben wir nun von der unheiligen Allianz von Demokratie und Kapitalismus“, formulierte hierzu Georg Seeßlen im „Neuen Deutschland“. Ein Beispiel aus demselben Text: Die „Konkret“ mit dem Titel „Deutschlands Nazis. Die Schläfer erwachen“ und einer Krawatte mit Hakenkreuzen wurde teils nicht ausgeliefert. Man hatte hier die AfD-Wähler im Blick, die war sowieso nicht zum Leserklientel zählen, aber schon das Heft am Kiosk hätte rechtsextreme Gefühle verletzen können. Gleichzeitig wird die „Compact“ offen am Frankfurter Hauptbahnhof verkauft. In den Regionalausgaben der Frankfurter Rundschau hat bereits die AfD Werbung geschaltet und demonstriert damit, dass sie es kann.

**Zu F)** Einblicke in den Alltag: Diejenigen, die die Verschiebung des Bezugsrahmens und entsprechend auch die gesellschaftlich moralische Agenda als vollzogen und legitim ansehen, haben kein Interesse an der Aufrechterhaltung bzw. Herstellung einer Diskurskultivierung.