

Leon Neschle 3 (10. Woche 2007)

„Die Plakative“, vierte unkontrollierte Kontroll-Gewalt im Staat

In Czechoslovakia there is no such thing as freedom of the press.
In the United States, no such thing as freedom from the press.
(Martina Navratilova)

Der Karneval ist vorbei. Da wollen wir langsam wieder Ernst machen und über Gewalt reden. Alle Gewalt geht in einer Demokratie vom Volke aus. Das sieht man ja zurzeit vor allem bei den „Fan-Krawallen“ in den Fußballstadien, ob in Italien oder im *auch* durch die Völkerschlacht bekannt gewordenen Leipzig. Doch die Zündschnur, für das was da explodiert, liegt häufig ganz woanders. Einen guten Teil Verantwortung hat dabei auch die Presse. Von ihrer (Selbst-) Kontrolle ist hier die Rede:

Die drei Staatsgewalten einer Demokratie sind angeblich: Legislative, Exekutive und Judikative. Und sie sind unabhängig voneinander. Sollen es jedenfalls sein!

Doch es gibt längst die vierte Gewalt: die Presse. Damit wir im „Bild“ bleiben, nennen wir sie „die Plakative“. Von dieser vierten Gewalt hängen die anderen mehr oder weniger ab. Das gilt vor allem für die Legislative, also für diejenigen, die uns nach der Wahl in einer nächsten Narren-Session mit neuen Gesetzen bespaßen. Sie brauchen neben ihren Wahlplakaten „die Plakative“.

Die Presse setzt alles und alle gehörig unter Druck, nur sich selbst zu wenig. Vom Zeitdruck muss man da allerdings absehen und vom Druck, stets etwas Neues, Sensationelles bringen zu müssen, das Aufmerksamkeit hat und Aufsehen erregt. Das macht Auflage bei der schreibenden Presse, sorgt für Zuhörer oder Zuseher bei der schreienden und für Anzeigen, Spots oder Jingles der werbenden Wirtschaft bei beiden. Leider hat das manchmal dumme Folgen:

A. Der Niedergang der Presse. Mit dem Fußball fängt es an?

Schon weil ich fast auf Schalke geboren bin, verfolge ich ein wenig, was um den Fußball herum passiert. Fußballklubs wie den FC Schalke 04 hat man schon mit Re-

ligionsstiftern verglichen. Der unendliche Glaube seiner fanatischen Anhänger selbst nach einem Abstieg (von Niederlagen wollen wir ganz schweigen) hat ein wenig vom unbedingten Glauben von Sektierern. Welche Unternehmung hätte nicht lieber statt ihrer nörgelnden und besserwisserischen Kunden solche Fans?

Nach dem Börsengang der Preußen¹ aus Lüdenscheid-Nord (so nennt der gemeine Schalker das heutige Lieblingsopfer aus der Reviernachbarschaft in Dortmund²) haben die dortigen Fans ihrer Vereinsführung vorgeworfen, aus den Fans Kunden machen zu wollen. Doch das wird kaum gelingen. Denn Fan ist Fan und kommt von Fantic. Er wird sich in Deutschland ebensowenig durch den „Supporter“ ersetzen lassen, wie das „Handy“ durch das „Mobile Phone“ oder das „Cell Phone“, bei dem meisten Deutschen ohnehin an Telefonzelle denken.

In dieser von „fanatischen Emotionen“ und dem Gegensatz von Sieg und Niederlage geprägten Welt findet die plakative Journaille leicht ihr Futter. Doch das scheint ihr nicht zu reichen. Durch aktive Aktiven-Befragungen oder Interviews hilft sie der Futterproduktion etwas nach. Das darf und tut sie auch! Doch es ist ihr nicht genug. Deshalb bauscht sie das Pressefutter gehörig auf, erfindet sogar selbst welches. Sie türkt und schminkt, vorwiegend in den billigsten und grellsten Farben.

Nun sind Erfinder, Verstärker und Laut-Sprecher in manchen Bereichen sehr gefragt, aber sind sie es auch bei der Presse? Vielleicht noch bei Kommentaren, aber auch bei Berichten über „wahre Tatsachen“? Es scheint zumindest so. Denn es gibt ein beliebtes Spiel, das bei den Pressekollegen viel Unterstützung findet, weil es immer Sensationelles verspricht. Und das Spiel geht so:

Ein Pressevertreter führt ein Interview mit einem Fußballspieler, der sich wegen Nichtaufstellung oder wegen einer Disziplinarmaßnahme benachteiligt fühlt. Sagt der nichts Sensationelles, dann verdreht es der Pressevertreter so lange oder bauscht es auf, bis es sensationell klingt. Oder erfindet es selbst. Schließlich *könnte* es der Spieler ja gesagt haben. In *seiner* Situation hätte jeder irgendwie Verständnis dafür! Dann

¹ Für Nichtlateiner: Borussia ist die lateinische Bezeichnung für „Preußen“. Bo-Russen sind daher in deutlicher Nähe zu den richtigen Russen „die P-Reußen“, also eigentlich die natürlichen Feinde der Bayern. Die Farben der Preußen (Schwarz-Weiß) wurden von den Dortmunder Bo-Russen allerdings gegen Schwarz-Gelb ausgetauscht. Das hat weder etwas mit dem Tigerentenclub noch mit der Kennzeichnung Blinder zu tun, wie Schalker es gerne behaupten, sondern wohl mit Kohle und Bier.

² Wenn man von der blau-weiß beschilderten Autobahn A 40 nach Dortmund einfährt, werden die Schilder gelb-schwarz und aus der Autobahn wird eine Bundesstraße. Der Gesetzgeber hat nämlich die Autobahnen blau-weiß und die Bundesstraßen schwarz-gelb markiert. Das war für ihn eine Frage der Rangordnung. – Die Dortmunder sprechen übrigens den Dreiteufelsnamen „Schalke“ auch ungerne aus. Sie fluchen gern von „Herne-West“.

schreibt der Journalist es in eine Zeitung. Das geht am besten. Hier muss er weder optischen noch akustischen Nachweis führen. Papier ist am geduldigsten!

Es geht sogar noch bequemer ganz ohne Interview. Man gibt vor, die Flöhe husten zu hören oder es aus Äußerungen „gutunterrichteter Kreise“ genau zu wissen (Die Presse muss glücklicherweise ihre Quellen nicht nennen!), zu welcher böartigen Machenschaft manche Leute aus den Fußball-Clans fähig sind. Da reicht es schon, wenn man glaubt, etwas am Ende einer Kette geheimnisvoller „stiller Post“ erhascht zu haben. Man meint, etwas von jemandem gehört zu haben, der etwas von jemandem gehört hat, der gehört hat, dass jemand gehört hat³ Und fertig ist die Sensation!

Danach kann man im Radio oder Fernsehen einen Bericht machen, denn jetzt gibt es eine „wahre Tatsache“, über die man ganz unschuldig berichten kann: den ersten Pressebericht selbst. Das ist zwar nicht die Realität, aber weitaus spektakulärer. Die meisten können dann ohnehin nicht mehr unterscheiden, ob es um die Realität geht oder um einen zurechtgeschneiderten Bericht darüber. Irgendwann kann es die Presse selbst nicht mehr, obwohl sie es am Anfang noch konnte, aber eben nicht wollte!

Das Schöne ist nun, dass der Presse die „self-fulfilling prophecy“ zu Hilfe kommt. Nachrichten über Konflikte sind nämlich in der Lage, solche Konflikte zu schüren. Waren Konflikte vorher nicht da, gibt es sie jetzt. Behaupte einfach Spieler A habe etwas Böses über Spieler B, den Trainer oder den Vereinspräsidenten gesagt und schon ist eine Lawine der Zwietracht im Rollen. Und das Volk hat sein Futter: Denn

³ So entstehen auch „moderne Märchen“ und auch die haben Wirkung. Nicht etwa, weil sie wahr sind, sondern weil die Leute (gerne) glauben, dass sie wahr sind oder wahr sein könnten. In dem Buch „Die Spinne in der Yucca-Palme“ sind viele dieser Märchen zusammengefasst. Am ersten Jahrestag von Nine-Eleven, also des Anschlags auf das World Trade Center in New York war es auch um Neschle geschehen. An diesem Tag sollte er in einem Einkaufscenter etwas abholen. Auf einer Geburtstagsfeier am Tag vorher wurde er vorgewarnt:

Der Tochter einer Bekannten einer Bekannten aus meinem Wohnort sei vor ein paar Tagen Folgendes passiert: Sie habe in diesem Einkaufscenter eine Geldbörse mit 30.000 Euro gefunden. Außer diesem Betrag sei dort nur noch ein kleiner handgeschriebener Zettel mit einer Handy-Nummer gewesen. Die ehrliche Finderin habe diese Nummer angerufen und einen Tag später am Fundort dem Besitzer seine Börse mit dem Geld übergeben. Einen Finderlohn habe die Finderin abgelehnt. Daraufhin habe der arabisch aussehende Mann ihr den Rat gegeben, sie solle am Jahrestag den Neunten-Elften das Einkaufscenter meiden.

Neschle war trotzdem dort, mit ihm aber nur wenige andere. – Bei einer Umfrage unter seinen Studenten am nächsten Tag kannten mehr als die Hälfte diese Geschichte. Es war immer eine Tochter von Bekannten einer Bekannten aus den jeweiligen Wohnorten und der Betrag schwankte zwischen 20- und 50 Tausend Euro. Auch weitere Bekannte aus meinem Wohnort wussten davon, aber jeweils von anderen Töchtern von Bekannten anderer Bekannter aus unserem Wohnort, denen in diesem Einkaufscenter genau dasselbe passiert war. Merke: Wenn vielen Personen etwas ganz Merkwürdiges passiert und wenn das sämtlich Bekannte von Bekannten von Bekannten sind, dann ist gar nichts passiert, schon gar nicht *das*.

wer etwas von Sport hören will, der will auch etwas von Kampf hören und über die Verletzung der Spielregeln. „Zwietracht Frankfurt“ ist für den gemeinen Sportfan viel spannender als „Eintracht Frankfurt“. Man sät ein wenig Wind, um vom entstehenden Sturm zu ernten. So geht es halt zu beider Schlamm- und Glamour-Presse.

B. Letzter Fund: Kein Fund! Die Presse und die Selbstkontrolle.

Auf Schalke gab es immer Zoff und gibt es immer Zoff. Das ist den Leuten vertraut. Das wollen sie auch hören. Und weil das so ist, traut niemand längeren Zeiten des Vereinsfriedens. Da muss es doch etwas geben! Tief, tief im Untergrund. Und das deckt die Presse auf, damit alle wieder das vertraute Gefühl haben.

Und wenn da wirklich nichts ist oder zu wenig? Dann muss man einfach Gerüchte in die Welt setzen und die Betroffenen dazu befragen! Das aber wollten sich die Spieler des FC Schalke 04 nicht mehr gefallen lassen und entschieden sich für einen Presse-Boykott. Sie ließen sich einfach nicht mehr befragen von den Vertretern der schreibenden oder schreienden Presse. Da fiel es der Presse dann schwer zu behaupten, ein Spieler habe behauptet Diese Reaktion war freilich noch sehr zivil. Man hätte die Presse auch zusätzlich wegen *zwietrachtsäender Falschmeldungen* angreifen können. Doch wie sollte man sich dann vor der Rache der Plakative schützen? Dagegen ist man machtlos! Besonders, wenn sie ärgerlich ist oder gar wütend. Man ist also vorsichtig bei dieser außer Selbst-Kontrolle geratenen vierten Macht im Staate.

Und wie reagierte die Presse darauf? Es gab zwei Reaktionen, die dritte blieb aus:

1. Die erste Reaktion war: Vereins- und Fußballerschelte! Was nehmen sich diese Schalker eigentlich heraus, uns die vierte Gewalt, die Plakative, durch Missachtung zu strafen? Und wofür eigentlich? Wir arbeiten doch wie immer!? – Ja, eben!

2. Die zweite Reaktion: Diese Schalker Kicker reden ohnehin nur Blech. Da ist es kein Verlust, wenn sie schweigen. - Doch was macht die Presse, wenn alle Kicker schweigen? Reden die Kicker anderer Vereine nicht dasselbe Blech? Nein, liebe Plakative, das ist ein Eigentor!

3. Die dritte Reaktion, die es nicht gab: Eine selbstkritische Analyse des Vorgehens der Sportpresse und das Aussortieren derjenigen Journalisten, die „falsche Tatsa-

chen“⁴ in diese Welt verdrehen. So ist denn auch nicht zu erwarten, dass sich nach dem Boykott der Schalcker bei der Presse irgendetwas geändert hat. Die Plakative ist in der Sportberichterstattung nämlich in weiten Teilen außer Selbstkontrolle geraten.

Die Hamburger, die von Schalkern Anfang 2007 ihren Rost abkommen haben, haben die Schalcker getoppt. Ende 2006 haben sie am Schluss ihrer Vereinsversammlung gleich die gesamte Presse ausgeschlossen. Hierauf hatte die Presse nur Empörung als Antwort und wieder keinerlei Anzeichen von Selbstkritik. Dieselben Zeitungen, die Muslime dazu verpflichten wollen, gegen Islamisten in ihren Reihen vorzugehen, denken überhaupt nicht daran, ihren eigenen Stall auszumisten.

Kritik verbittet sich die Presse auch von anderen. Es gibt nicht wenige Presseorgane, die keine Leserbriefe drucken, in denen sie selbst Ziel der Kritik sind, etwa Neschles eigene Frühstückszeitung in ihrem Regionalteil. Die Redakteure haben immer Recht oder Angst vor ihren Zentralen! Gesetzlich erzwungene Richtigstellungen und Widerrufe von Fehlmeldungen auf der Frontseite werden an weit entlegenen Stellen fast unauffindbar positioniert. Man tut das Minimum, zu dem der Gesetzgeber verpflichtet, statt sich deutlich zu Fehlern zu bekennen und den Schaden zu beheben. Das ist so, als würde es jedes Restaurant gezielt darauf anlegen, die sanitären Anlagen so einzurichten, dass es gerade noch dem hygienischen Mindeststandard entspricht. Bei vielen hat man da freilich denselben Eindruck wie bei der Presse.

Kritische Distanz zu sich selbst fehlt in der deutschen Presselandschaft. Mist, den man verbockt, gibt man auf keinen Fall zu. Dies gilt besonders für die Selbstläufer der Presse, die Kampagnen, mit denen von Zeit zu Zeit eine andere Sau durchs Dorf gejagt wird bis hin zur völligen Erschöpfung und dem Ableben der Sau. Die gejagte „Sau“ kann ein Thema oder ein Mensch sein. Am Ende steht meist ein neues Gesetz. Die Presse hat Meinung gemacht und die abhängige Politik „muss“ dem folgen.

C. Saison für die Sau durchs Dorf: Die Treibjagd kann beginnen!

Der Präsident des Bundesverfassungsgerichts, Hans-Jürgen Papier, hat Anfang des Jahres 2007 die „Art und Weise“ kritisiert, „wie in Zeiten der Mediendemokratie Politik betrieben wird“. Das Ergebnis dieser Herrschaft der Plakativen sei eine „anlassbezo-

⁴ Das ist eigentlich schon ein Widerspruch in sich, ein weißer Rappe. Aber an den haben wir uns so gewöhnt, dass er meist nicht einmal mehr auffällt, so wie der „zentrale Eckpfeiler“.

gene Placebo-Gesetzgebung“, die zu einem Normenwerk führe, „das in Teilen unvollziehbar geworden ist“.

Ein schönes Beispiel für solche Kampagnen liefert die „Vogelgripphysterie“, die irgendwo verebbt ist, jenseits von Rügen. „Freilaufende Hühner in Zeiten der Vogelgrippe“: das größte Problem damals. Heute nur noch eine ätzende Bemerkung, wenn ein Tross junger Mädchen laut albernd durch die Gegend läuft.

Eine andere Kampagne, bei der es ebenso tierisch abging, war die über „Kampfhunde“. Die ist ein schönes Beispiel für die von Papier, dem hier ungeduldigen Präsidenten des Bundesverfassungsgerichts, kritisierte „anlassbezogene Placebo-Gesetzgebung“. Zuerst stirbt ein Kind nach dem Biss eines Hundes. Schnell wird klar, dass es sich um verantwortungslose Hundehalter handelt. Die richtige Folge: härteste Strafen für die Hundehalter.

Dann aber kommt sie: die Pressekampagne. Der Begriff „Kampfhund“ macht vermehrt die Runde und jede noch so kleine Meldung über Hundeangriffe findet ihren Weg auf die Titelseiten. Den Stoff dazu findet die Presse nicht nur in Deutschland, sondern in allen Ländern der Welt. Krasse Fälle werden multipliziert. Sie erscheinen auf den Tittenblättern⁵ der Bildzeitung sogar in Reihe, mehrmals hintereinander, Tag für Tag. So geht das über Wochen.

Wie wenig das Ganze aber mit der täglichen Realität zu tun hatte, erkennt man daran, wie relativ bedeutungslos dieses Thema nach und nach wurde und auch vor der Kampagne war. Es reichte aber an plakativer Gewalt, die Gesetzgebung auf den Plan zu zwingen. Und was machte die?

Statt *verantwortungslose* Hundehalter höheren Strafen zuzuführen, belastet die Gesetzgebung *alle* (!) Hundehalter mit Auflagen. Die werden gestaffelt nach der Einordnung in „Verbotslisten“, deren wichtigstes Kriterium die Hunderasse ist.

Das Ergebnis: Die ohnehin verantwortungsvollen Hundehalter erfüllen die komplexen zusätzlichen Auflagen des Gesetzgebers. Sie bescheren den Hundeschulen jede Menge leichte Aufträge und tragen die damit verbundenen Lasten und Beschränkungen. Sie werden nun bestraft für den schlechten Umgang *anderer* (!) mit ihren Hunden. Die verantwortungslosen Hundehalter verstoßen dagegen nach wie vor gegen

⁵ Andere Zeitungen haben ein Titelblatt, die Bildzeitung hat ein Tittenblatt, weil jede Frontseite von mindestens einer Barbusigen „geziert“ wird, die sich ihrerseits offenbar wenig ziert.

das Gesetz, ohne dass ihnen tatsächlich schärfere Sanktionen drohen. Hundeschulen haben ihre Vierbeiner nie von innen gesehen.

Das Problem wurde „dadurch in den Griff bekommen“, dass diejenigen, die gar kein Problem waren, gesetzlich sanktioniert und mit Strafen bedroht wurden. Für die problematischen Hundehalter hat sich dagegen fast nichts geändert.

Großen Anteil an dieser Fehllösung hat der Einfluss der vierten Gewalt. Die Plakative hat alles sehr vereinfacht und *den Hund* generell zum Problem gemacht, obwohl das eigentliche Problem der Halter ist. Doch die unmittelbare Tat begeht ja der (verantwortungslos gehaltene) Hund.

Pressegeschürte Hysterie ist zwar ein schlechter Ratgeber für eine gute Gesetzgebung. Doch Politiker, die sich diese Hysterie zu eigen machen, rechnen sich offenbar größere Chancen beim plakativ gesteuerten Wähler aus. So greift die vierte Gewalt auf andere Gewalten über, hat sich aber selbst nicht mehr in der Gewalt. Sie ist eben Presse: Übt Druck auf andere aus, aber kaum auf sich selbst.

Pressefreiheit ist eines unserer wichtigsten Güter. Doch Freiheit sollte man auch in (Selbst-)Verantwortung wahrnehmen! Wo aber ist das (Verantwortungs-)Gefühl dafür? Jedenfalls nicht bei der Schlamm- und Glamour-Journaille, wo der Faible fürs Plakative am größten ist, wo täglich für uns ein falsches „Bild“ entsteht.

Fakten kann sie künstlich machen,
nennt sie dann „wahre Tatsachen“*,
macht damit Stimmung für Naive,
das kann sie halt: „die Plakative“.

Stößt kräftig an die Politik,
und es führt kein Weg zurück.

* (gemeint ist meist: Ware „Tatsachen“!)