

Wer erinnert sich an die Zeitung von gestern?

News vergehen, Reflexionen aber bleiben.

Wollen Sie klarer denken? Machen Sie eine News-Diät!

News sind für den Geist, was Zucker für den Körper ist: ein verführerisches Gift. Der ganze Denkorganismus gerät durcheinander. Dagegen hilft nur eins: radikaler Entzug. Er verspricht mehr Ruhe – und bessere Entscheidungen. Eine Anleitung.

Seit 2010 habe ich keine «Tagesschau» mehr gesehen, keine Nachrichten im Radio mehr gehört, mich von keinen Online-News mehr berieseln lassen. Was als Selbstversuch begonnen hatte, ist zu einer Lebensphilosophie geworden. Ich kann Ihnen diese News-Diät mit gutem Gewissen ans Herz legen. Sie werden bessere Entscheidungen treffen. Und glauben Sie mir: Sie werden nichts Wichtiges verpassen.

Sie dürften in den letzten zwölf Monaten etwa 20 000 Kurznachrichten verschlungen haben – rund sechzig News-Meldungen pro Tag, konservativ gerechnet. Seien Sie ganz ehrlich: Nennen Sie eine davon, die es Ihnen erlaubt hat, eine bessere Entscheidung für Ihr Leben, Ihre Familie, Ihre Karriere, Ihr Wohlbefinden oder Ihr Geschäft zu treffen. Eine Entscheidung, die Sie ohne diese News nicht getroffen hätten.

Niemand, dem ich diese Frage gestellt habe, konnte mehr als zwei Nachrichten angeben – aus 20 000. Was für eine miserable Relevanzquote! Wenn ich die zehn Jahre zurückspule, in denen ich keine News mehr konsumiert habe, kann ich mich nur an eine einzige Meldung erinnern, die mir wirklich geholfen hätte: Ich fuhr zum Flughafen, wo man mir mitteilte, dass der Flug wegen des Ausbruchs eines isländischen Vulkans annulliert worden sei.

Zu viel Junk

Aber Sie sind entschuldigt – in die News schaffte er es nämlich nicht. Stattdessen wurde in jenen Tagen in der «Tagesschau» über den Besuch des israelischen Präsidenten Rabin bei Bill Clinton berichtet. Und über das gebrochene Schlüsselbein des Papstes. Will heißen: Weder News-Journalisten noch wir News-Konsumenten sind mit einem Sinnesorgan für Relevanz ausgestattet.

Der Zusammenhang zwischen Relevanz und Medienbeachtung ist sogar negativ: Je lauter die News, desto irrelevanter. Relevanz ist eine höchstpersönliche Angelegenheit. Sie wird weder vom Staat definiert noch vom Papst, noch von Ihrem Vorgesetzten oder Therapeuten. Und verwechseln Sie sie ja nicht mit der Sicht der Medien.

Für die Medien ist alles relevant, was Aufmerksamkeit verspricht. Dieser Schwindel steht im Zentrum des Geschäftsmodells der News-Industrie. Sie versorgt uns mit irrelevanten News, die sie uns als relevant verkauft. «Das Relevante contra das Neue» – das ist der grundlegende Kampf des heutigen Menschen.

News sind für das, was in Ihrem Leben wirklich zählt, irrelevant. Sie sind im besten Fall unterhaltsam, bleiben aber im Übrigen nutzlos. Es kostet viel Überwindung, diesen gedanklichen Schritt zu machen.

Aber nehmen wir einmal an, dass Sie wider Erwarten tatsächlich eine Nachrichtenmeldung konsumiert haben, die Ihre Lebensqualität erhöhte – dass Ihr Leben also ohne diese Meldung schlechter verlaufen wäre. Wie viel Junk musste Ihr Hirn verdauen, um diesen einen Trüffel zu finden?

Gut möglich, dass Sie jetzt einwerfen: «Man darf das nicht so schwarz-weiss malen. Es gibt einen Mittelweg: nämlich gute Selektion von Inhalten.» Klingt gut, funktioniert aber nicht, denn: Im Vorhinein können wir den Wert einer Nachricht nicht abschätzen. Um zu beurteilen, ob es sich lohnt, eine Schlagzeile zu lesen, müssen wir sie lesen – und schon probieren wir uns wieder durch das ganze News-Buffer.

Können wir die Selektion des Wichtigsten den Profis überlassen? Wie gut sind Journalisten im Aufspüren und Filtern wichtiger Ereignisse? Der erste Internetbrowser kam am 11. November 1993 auf den Markt – nach der Atombombe die wohl folgenreichste Erfindung des 20. Jahrhunderts. Wissen Sie, wie der Browser hiess? Mosaic.

Der grosse Irrtum

Wenn ich meine persönlich relevante Ausgabe der «Tagesschau» zusammenstellen müsste, wie würde sie aussehen?

Sie enthielte die folgenden Beiträge: Einen Zustandsbericht über die Familie. Was haben die Kinder gemacht? Was haben sie auf dem Herzen? Was hat meine Frau auf dem Herzen? Einen Rückblick auf die Dinge, die ich an diesem Tag hätte besser machen können, also eine Art Tageskritik. Einen Gesundheitscheck der Familie inklusive Blutwerten. Die körperlichen und geistigen Zustände meiner Freunde. Ein Update über die geplanten Verkehrsberuhigungsmassnahmen im Viertel. Den Müllentsorgungsplan. Ein Renovierungsprojekt in der Küche. Den E-Mail-Austausch mit Forschern. Eine Reportage aus der Nachbarschaft, der Schule, der Stadt, also regionale und hyperregionale Nachrichten. Geplante oder in Kraft gesetzte Gesetzesänderungen. Und all die Dinge, die ich für meinen Job als Schriftsteller brauche.

Wird meine «Persönliche <Tagesschau>-Ausgabe» bei anderen Menschen ankommen? Natürlich nicht. Was für mich relevant ist, hat absolut nichts mit dem zu tun, was für andere Menschen relevant ist. Geschweige denn, was auf dem globalen News-Menu steht. Die meisten Menschen gehen jedoch davon aus, dass sogenannte World-News automatisch relevant seien. Ein Irrtum.

Nachrichtenorganisationen wollen Ihnen vorgaukeln, dass sie Ihnen einen Wettbewerbsvorteil verschaffen. Viele fallen darauf herein. In Wirklichkeit ist der News-Konsum kein Wettbewerbsvorteil, sondern ein Wettbewerbsnachteil. Falls News-Konsum sie tatsächlich weiterbringen würde, stünden die Nachrichtenjournalisten an der Spitze der Einkommenspyramide. Tun sie aber nicht, ganz im Gegenteil.

Was genau sind News? Die einfachste Definition: «Kurznachrichten aus aller Welt».

Ein Busunglück in Australien. Ein Erdbeben in Guatemala. Staatspräsident A trifft Staatspräsident B. Schauspielerin C hat sich von D getrennt. Raketenstart in Nordkorea. Eine App, die alle Rekorde bricht. Ein Mann aus Texas verspeist fünf Kilo lebende Würmer. Ein Weltkonzern feuert seinen CEO. Der Tweet eines Politikers. Ein neuer Uno-Generalsekretär. Ein Mann sticht seine Grossmutter nieder. Die Nobelpreiskandidaten. Ein Friedensabkommen. Ein Hai beisst einem Taucher die Beine ab. China baut neuen Flugzeugträger. Ein Bestechungsskandal. Die EZB warnt vor einer Rezession. Gipfeltreffen der G-7, G-8, G-20, G-87, G-123. Argentinien ist zahlungsunfähig. Eine Regierung dankt ab. Ein Putsch. Ein Schiffsunglück. Der Schlusskurs des Dow Jones.

Manchmal nennen die Medien diese Kurznachrichten grossspurig Breaking News oder Top-World-Headlines. Das ändert aber nichts daran, dass sie für Ihre persönliche Welt grösstenteils irrelevant sind. Ja, Sie können getrost davon ausgehen: je mehr breaking, desto belangloser.

Dieser Lärm

News sind – verglichen mit Büchern – eine junge Erfindung. Das Format ist gerade mal 350 Jahre alt. Die erste Tageszeitung kam 1650 auf den Markt – «Einkommende Zeitung» in Leipzig. Wenige Jahrzehnte später gab es Hunderte von Tageszeitungen in Europa. Nachrichten waren endgültig zu einem Geschäft geworden.

Alles, was das Interesse der Leser schürte und so den Verkauf der Zeitungen förderte, bezeichneten die Herausgeber fortan als berichtenswert – egal ob wichtig oder unwichtig. An diesem fundamentalen Betrug – das Neue wird als das Relevante verkauft – hat sich bis heute nichts verändert. Es bleibt das dominante Modell, egal ob Online-News, Social-Media-News, Radio oder «Tagesschau» im Fernsehen.

Was sich seit der ersten Zeitung verschärft hat, ist die Unverfrorenheit, die Vehemenz, die Lautstärke, mit der das Neue als das Relevante angepriesen wird. In den letzten zwanzig Jahren, mit der Etablierung des Internets und des Smartphones, hat sich die Sucht nach News zu einer gefährlichen Manie entwickelt. Man kann den News kaum mehr entfliehen. Es ist höchste Zeit, dass wir unsere Einstellung zur News-Flut überdenken. Es ist höchste Zeit, dass wir die Auswirkungen des News-Konsums erkennen und eine Detox-Kur einleiten.

Das Gegenprogramm

Das Gegenprogramm zu den News sind die langen Formate: lange Zeitungs- und Zeitschriftenartikel, Essays, Features, Reportagen, Dokumentarsendungen und Bücher. Viele dieser Inhalte sind wertvoll, liefern neue Erkenntnisse und Hintergrundinformationen. Doch Vorsicht: Diese Formate sind noch lange keine

Garantie für Relevanz.

Solange sie in Medien erscheinen, die sich hauptsächlich über Werbung finanzieren, bleibt die Gefahr bestehen, dass sie den Neuigkeitswert über die Relevanz stellen. Hinzu kommt, dass viele dieser langen Qualitätsformate ohnehin von einem Konfettiregen aus gehaltlosen Kurznachrichten umgeben sind. Mit anderen Worten: Sie sind oft News-verseucht. Und ich mag nicht aus verseuchten Quellen trinken. Zugegeben, ein radikaler Weg.

In den letzten Jahrzehnten haben wir viele Gefahren erkannt, die mit falscher Ernährung einhergehen: Insulinresistenz, Übergewicht, Anfälligkeit für Entzündungen und Müdigkeit. All das kann bis zu einem verfrühten Tod führen.

Wir haben unsere Ernährung umgestellt und gelernt, den verführerischen Reizen von Zucker und anderen einfachen Kohlenhydraten zu widerstehen. In Bezug auf News sind wir heute an dem Punkt, wo wir in Bezug auf Zucker und Fast Food vor zwanzig Jahren standen, denn: News sind für den Geist, was Zucker für den Körper ist. News sind appetitlich, leichtverdaulich und gleichzeitig höchst schädlich.

Die Medien füttern uns mit kleinen Häppchen trivialer Geschichten, mit Leckerbissen, die unseren Hunger nach Wissen aber keineswegs stillen. Anders als bei Büchern und langen, gut recherchierten Artikeln stellt sich beim News-Konsum keine Sättigung ein. Wir können unbegrenzte Mengen von Nachrichten verschlingen – und doch bleiben sie billige Zuckerbonbons. Die Nebenwirkungen zeigen sich – wie beim Zucker, Alkohol, Fast Food oder Rauchen – erst mit Verzögerung.

Eine gesunde Ernährung ist wichtig für den Körper, aber ebenso wichtig ist eine gesunde geistige Ernährung. Wenn Sie es schaffen, diesen Artikel zu Ende zu lesen, können Sie sich glücklich schätzen. Denn dann gehören Sie noch nicht zu den News-Junkies, die so viel von dem Kurzfutter konsumiert haben, dass sie ihre Konzentrationsfähigkeit verloren haben.

Halten Sie also durch. Entzugstherapien sind immer hart. Doch sie lohnen sich.

Rolf Dobelli
8.8.2019, 05:30 Uhr

Rolf Dobelli ist Schriftsteller und Unternehmer. Der leicht gekürzte Essay ist seinem neuen Buch «Die Kunst des digitalen Lebens. Wie Sie auf News verzichten und die Informationsflut meistern» entnommen, das Anfang September 2019 im Piper-Verlag erschien.