

Debatte

Michael Meyen

Die Leitmedien als Problem

Warum der Gegendiskurs dem Journalismus helfen könnte

Abstract: Dass das Thema »Alternativmedien« diese Zeitschrift erreicht hat, ist ein Symptom für den Niedergang des Journalismus. Die Orientierung am Imperativ der Aufmerksamkeit, die Medialisierung und die Nähe zwischen Redaktionen und Entscheidungsträgern verhindern, dass die Leitmedien ihre öffentliche Aufgabe erfüllen. Mit Ulrich Beck (2017) konzeptualisiert dieser Beitrag »Herrschaftsverhältnisse« als »Definitionsverhältnisse« und sieht die Plattformen, die die Definitionsmacht der Leitmedien herausfordern, als Nukleus für eine gesellschaftliche Debatte, die die Demokratie stärken und den Journalismus an seinen »gesellschaftlichen Auftrag« Öffentlichkeit (Pöttker 2001) erinnern könnte.

Einführung

Dieser Beitrag geht erstens davon aus, dass sich die Leitmedien ihre Konkurrenz im Netz selbst geschaffen haben. Wenn alle zufrieden sind mit dem, was in der großen Arena diskutiert wird, hat niemand einen Grund, seinen Platz auf der Tribüne zu verlassen und selbst Themen oder Positionen in der Öffentlichkeit zu platzieren (vgl. Gerhards/Neidhardt 1990). Das war in der Bundesrepublik der 1970er Jahre nicht anders als in der späten DDR (vgl. Lokatis/Sonntag 2008). Für die Gegenwart folgt daraus zweitens, dass Medienkritik zentraler Bestandteil der digitalen Plattformen ist, um die es in dieser Debatte geht.

Im Unterschied zu früher, das ist meine dritte These, treffen diese Angebote heute auf einen Journalismus, der sich im Sinkflug befindet und deshalb eher zu einer Wagenburgmentalität neigt als zu einer Öffnung für neue Themen,

Personen und Formate, wie sie Gabriele Hooffacker für das alte Westdeutschland beschreibt. Es mag sein, dass einzelne Herausforderer (wie etwa Rezo) einen Weg in etablierte Redaktionen finden, für viele ist diese Möglichkeit aber versperrt (es gibt immer weniger Stellen) und oft ohnehin überhaupt kein Ziel. Was wir vielmehr erleben, ist ein Kampf um Deutungshoheit und Definitionsmacht, bei dem schon wegen der Position, die medial vermittelte Kommunikation in den überlieferten Herrschaftsstrukturen hat, auch die Systemfrage steht - oder, etwas weniger angreifbar formuliert, die Frage, wie wir in Zukunft zusammenleben wollen.

Diese Frage steht, These vier, auch für den Journalismus selbst. Die Finanzierung über Werbung, die in vielen kapitalistischen Gesellschaften für gut 150 Jahre eine gewisse Autonomie gegenüber Mäzenen aus Politik und Wirtschaft erlaubt hat, ist durch den Siegeszug des Internets genauso obsolet geworden wie die Quersubventionierung von Stücken, für die es in einem gewinnorientierten Mediensystem keinen Markt gibt, und eine Berufsideologie, die vor allem der Publikumsmaximierung diene. Normen wie Objektivität, Neutralität, Ausgewogenheit oder Unparteilichkeit waren untrennbar mit dem Geschäftsmodell der Vergangenheit verknüpft und noch nie einzulösen. Jetzt werden diese Versprechen zu Angriffspunkten für eine Medienkritik, die auch davon profitiert, dass die meisten Zutrittsbarrieren für die Öffentlichkeit gefallen sind.

Die Debatten, die der Berufsstand im Moment zu ›Haltung‹ oder ›Aktivismus‹ führt, spiegeln das »gerüttelt Maß an innerer Unsicherheit«, das Horst Pöttker schon vor zwei Jahrzehnten konstatiert hat. Pöttkers Diagnose von damals ist nach wie vor aktuell: Journalistinnen und Journalisten wären eher »gegen äußere Einflüsse« gefeit und könnten »Besseres leisten«, wenn ihnen klarer wäre, welche »professionelle Aufgabe« sie zu erfüllen haben (Pöttker 2001: 20, 24-27). Dann müssten wir heute vermutlich auch diese Debatte nicht führen.

Den Begriff ›Alternativmedien‹ habe ich bisher bewusst vermieden. Der Beitrag von Gabriele Hooffacker zeigt, dass dieser Begriff die Analyse erschwert, weil er fest in der Geschichte emanzipatorischer Bewegungen verankert ist (vgl. Hooffacker/Lokk 2009; Mies 2020) und so fast zwangsläufig zu einer Abwertung von Angeboten führt, die andere politische Ziele verfolgen. Im Gegensatz zu meiner Kollegin sehe ich die Medienforschung auch nicht in der Pflicht, Kriterien zu entwickeln, die erlauben, ›gute‹ und ›schlechte‹ (oder gar: gefährliche) Plattformen zu unterscheiden und so der Politik möglicherweise eine Handhabe für Regulierung oder Verbote zu liefern.

Die Kriterien für »Qualitätsjournalismus« (Arnold 2009) führen hier schon deshalb in die Irre, weil es sich in aller Regel um Angebote handelt, die man weder personell noch finanziell mit den Leitmedien vergleichen kann. Das Portal *Rubikon* zum Beispiel lebt von ehrenamtlichem Engagement und hat im Herbst 2020 das erste Mal drei Menschen mit einem (befristeten) Arbeitsvertrag ausgestattet. Es wäre vermessen, solche Plattformen zum Beispiel mit öffentlich-recht-

lichen Rundfunkprogrammen zu vergleichen, die Jahr für Jahr mehrere Milliarden Euro an Rundfunkbeiträgen zur Verfügung haben und vom Gesetzgeber den Auftrag erhalten, als »Medium und Faktor des Prozesses freier individueller und öffentlicher Meinungsbildung zu wirken und dadurch die demokratischen, sozialen und kulturellen Bedürfnisse der Gesellschaft zu erfüllen« (§ 11 des Rundfunkstaatsvertrags, in Kraft seit 1. Mai 2019).

Wenn die These stimmt, dass die Leitmedien das Problem sind, dann sollte sich eine ressourcenschwache akademische Disziplin wie die Kommunikationswissenschaft auf diesen Gegenstand konzentrieren und fragen, wie der Journalismus organisiert werden könnte, damit er den »gesellschaftlichen Auftrag« Öffentlichkeit (Pöttker 2001) erfüllt. Dieser Beitrag liefert dafür einen doppelten Aufschlag. Zum einen skizziere ich einen theoretischen Rahmen, mit dem sich der Strukturwandel der Öffentlichkeit erfassen lässt, und zum anderen weise ich auf Probleme hin, die damit zu tun haben, wie wir den Journalismus im Moment finanzieren. Die Ideen und »realen Utopien« (Wright 2017), die es im Internet schon gibt, könnten, das ist die Botschaft, die dieser Beitrag transportieren möchte, dabei helfen, diese Probleme zu lösen und die für eine Demokratisierung dringend nötige »Reform der Definitionsverhältnisse« anzustoßen (Beck 2017: 146).

Die Definitionsmacht der Leitmedien

Der gesellschaftliche Auftrag Öffentlichkeit, für den Gesetzgeber und Medienforschung auch die Formeln »publizistische Vielfalt« (vgl. Rager/Weber 1992: 8-11) oder Meinungsvielfalt nutzen, wurzelt im Pluralismusmodell: In der Gesellschaft gibt es viele und zum Teil gegensätzliche Meinungen und Interessen, die prinzipiell gleichberechtigt sind (die Interessen von Einzelpersonen und Außenseitern genauso wie die Interessen, die in Parteien oder Verbänden organisiert sind). Feld der Verständigung ist die Öffentlichkeit:

»Öffentlichkeit ist das Prinzip der Schrankenlosigkeit von Kommunikation. Prinzipiell darf keine soziale Gruppe, ja nicht einmal ein Individuum, aber auch kein Gegenstand, kein Thema, kein Problem von ihr ausgeschlossen sein«. (Pöttker 1999: 219f.)

Ein Ausgleich scheint dabei nur möglich, wenn die verschiedenen Interessen in den Leitmedien Artikulationsmöglichkeiten bekommen, ohne dass die (Ab-)Wertung gleich mitgeliefert wird. Als Leitmedien bezeichne ich dabei solche Angebote, die von Entscheidungsträgern wahrgenommen werden und dort genau wie in der Bevölkerung symbolische Gewalt entfalten, weil wir unter-

stellen müssen, dass andere sie ebenfalls wahrnehmen und ihr Verhalten entsprechend ausrichten (vgl. Gunther/Storey 2003). Auf eine Formel gebracht: Was nicht in den Leitmedien erscheint oder was dort nicht als legitim markiert wird, das existiert nicht (egal ob Themen, Personen oder Positionen). Leitmedien gibt es dabei sowohl auf globaler und nationaler Ebene als auch in der Region oder im Lokalen.

Die Realität der Leitmedien ist eine Realität erster Ordnung, die niemand ignorieren kann. Hier entsteht das »Gedächtnis der Gesellschaft« (Luhmann, 1996: 43, 120-122) oder ihr »Hintergrundwissen« (ein anderer Luhmann-Begriff). Weil wir unterstellen müssen, dass alle anderen das gleiche gesehen, gelesen, gehört haben, definieren die Leitmedien, was ist und was sein darf, und sorgen so dafür, dass ihre Realitätskonstruktionen in Alltagshandeln und Weltanschauungen übernommen werden. Leitmedien ordnen die Welt und liefern die Kategorien, mit denen wir die Welt beschreiben (vgl. Couldry 2012). Die Frage nach dem »Vertrauen« in den Journalismus (vgl. exemplarisch Prochazka/Schweiger 2020) ist deshalb falsch gestellt. Wir müssen nicht »glauben«, was uns die *Tagesschau* erzählt, die FAZ oder die *Süddeutsche Zeitung*. Wenn wir Leitmedien nutzen, dann beobachten wir Definitionsmachtverhältnisse. Wer schafft es, seine Themen und seine Sicht der Dinge in diese Arenen zu bringen? Wer darf dort auf welcher Seite und wie lange legitim sprechen und wer darf das nicht? Auf wen kann und muss ich mich folglich in der Öffentlichkeit beziehen, ohne Gefahr zu laufen, isoliert zu werden (vgl. Noelle-Neumann 1996)?

Das ist zugleich der wichtigste Unterschied zu den Angeboten, die Gabriele Hooffacker unter der Überschrift »Alternativmedien« zusammenfasst. Was bei *RT Deutsch* erscheint, auf den *Nachdenkseiten* oder bei *KenFM*, kann ich übersehen, ohne Reputation zu verlieren. Oft ist sogar eher das Gegenteil richtig: Wer auf diesen Plattformen publiziert, muss ganz unabhängig vom Inhalt um seine Legitimation fürchten. Das hat Folgen für die Nutzung, die sich am besten mit dem Gegensatzpaar »muss vs. kann« beschreiben lassen. Die Leitmedien brauche ich, um mich orientieren und handeln zu können (auch deshalb gibt es so wenige Medienverweigerer). Wenn dort oder in der Medienforschung (vgl. Schindler et al. 2018) die Nutzung anderer Plattformen pathologisiert wird, dann ist damit eine Isolationsdrohung verbunden, die selbst das »Kann« zur Mutprobe werden lässt.

Der Begriff »Definitionsmachtverhältnisse« stammt von Ulrich Beck, der in seinem letzten Buch »Definitionsverhältnisse als Herrschaftsverhältnisse« konzeptualisiert hat. Zugespitzt formuliert: Macht hat heute, wer über die »nötigen Ressourcen« verfügt, in der Öffentlichkeit seine Version der Realität durchzusetzen (Beck 2017: 129). Bei Ulrich Beck geht es um globale Risiken wie Klima, Atomkraft, Medizin, Terrorismus oder »digitale Freiheitsrisiken«, die mit Überwachungsprogrammen verbunden sind (Beck 2017: 185), sowie um das Interesse von Nationalstaaten, solche Risiken zu relativieren, zu leugnen

oder gar verschwinden zu lassen, weil diese nicht nur unser Leben und unsere Selbstbestimmung bedrohen, sondern auch die »Autorität und Souveränität des Nationalstaats« (Beck 2017: 133). »Das impliziert: Die Politik der Unsichtbarkeit ist eine erstklassige Strategie zur Stabilisierung staatlicher Autorität und zur Reproduktion der sozialen und politischen Ordnung« (Beck 2017: 134). Das Konzept der »Definitionsmachtverhältnisse« lässt sich leicht auf die nationale oder lokale Ebene übertragen: Auch hier geht es darum, die Realität der jeweiligen Leitmedien zu bestimmen. Ulrich Beck (2017: 172) unterscheidet »zwei Formen von Kommunikation«: eine »Fortschrittsöffentlichkeit«, in der über »die Zukunft der Moderne« diskutiert wird sowie darüber, wie die »goods« hergestellt und verteilt werden (Einkommen, Ausbildung, medizinische Versorgung, Sozialleistungen), und eine »Nebenfolgenöffentlichkeit«, die Risiken thematisiert (»bads«) sowie die »Normverletzungen, die vom Mainstream der national organisierten Fortschrittsöffentlichkeit produziert und weitgehend ignoriert werden«. Wichtigster struktureller Unterschied zwischen beiden Formen ist der Zugriff der Herrschenden. Während Fortschrittsöffentlichkeiten »gezielt« hergestellt werden (»man kann sie zulassen, unterdrücken usw.«, S. 172), geht das bei Nebenfolgenöffentlichkeiten nicht ohne weiteres, weil sie »ungeplant« entstehen, sich gegen den »hegemonialen« Diskurs stellen und damit auch gegen »eine risikovergessene Fortschrittskoalition« schreiben und senden, »bestehend aus Experten, Industrie, Staat, Parteien und etablierten Massenmedien« (S. 173).

Wenn Ulrich Beck »Nebenfolgenöffentlichkeit« sagt, meint er eigentlich »echte« Öffentlichkeit (oder: Pluralismus, publizistische Vielfalt sowie den Zugang zu allen relevanten Informationen). Den Begriff »Nebenfolgen« hat er von John Dewey (1927) übernommen, für den Größe und Komplexität die größten Schwächen moderner Demokratien waren: Da wir immer und überall von anderen abhängen und vieles von dem, was wir tun, Konsequenzen hat, die wir nur bedingt oder gar nicht überschauen können, brauche es Menschen, die im Namen der Öffentlichkeit handeln (Beamte und Politiker zum Beispiel). Und da Macht missbraucht werden könne und kein Staat perfekt sei, seien Transparenz und Meinungsfreiheit nötig – nicht nur auf dem Papier. Ohne diese Voraussetzungen gebe es weder eine gesellschaftliche Verständigung noch einen Ausgleich der Interessen und auch keine valide Sozialforschung, weil die entsprechenden Methoden dann nicht funktionieren würden (Beck 2017: 167).

Zugegeben: Der Begriff »Nebenfolgenöffentlichkeit« ist für Plattformen wie *Rubikon*, *Multipolar* oder *Infosperber* genauso missverständlich wie die Bezeichnung »Fortschrittsöffentlichkeit« für die Leitmedien der Gegenwart. Da Gabriele Hooffacker *RT Deutsch* als »Alternativmedium« einordnet (und damit vermutlich auch *Sputniknews*, gleichfalls bezahlt aus dem russischen Staatshaushalt), steht zudem die Frage, wie der globale Kampf um Definitionsmacht und damit die Aktivitäten von Auslandsmedien in das Raster von Ulrich Beck einzuordnen

sind. Einerseits unterläuft RT *Deutsch* mit Sendungen wie »Der fehlende Part« ganz explizit die Exklusivität der »national organisierten« medialen Macht (Beck 2017: 172), andererseits aber zielt der russische Staatssender genau wie die Pendanten aus Frankreich, China und Großbritannien oder CNN mit seinen »diskursiven Weltkonstruktionen« auf die Bewahrung der »vorherrschenden Machtstrukturen« (Karidi/Meyen 2019: 225).

Ich schlage deshalb vor, staatlich finanzierte Medienangebote generell nicht als »Alternativmedien« zu sehen. Außerdem dürfte deutlich geworden sein, dass die anderen Plattformen, um die es in dieser Debatte geht, ebenfalls keine »Alternative« zu den Leitmedien sind. Wenn ich Medien nutze, um die Definitions-machtverhältnisse zu beobachten und mein Verhalten entsprechend auszurichten, dann kann ein Portal wie *KenFM* die *Tagesschau*, die FAZ oder meine Heimatzeitung nicht ersetzen. Je nach theoretischem Hintergrund bieten sich deshalb eher Begriffe wie heterodox, häretisch (beide bei Bourdieu) oder Gegendiskurs (Foucault) an. In der Szene selbst wird auch von »freien Medien« gesprochen.

Journalismus, kommerzielle Medienlogik und Medialisierung

Der Aufstieg solcher Herausforderer führt zu der Frage, warum der Journalismus den »gesellschaftlichen Auftrag« Öffentlichkeit im Moment nicht erfüllt. Das Debattenformat erlaubt nicht, diese Diagnose zu belegen und mit Hilfe der vielen Perlen zu differenzieren, die die Leitmedien zweifellos liefern. Ich beschränke mich hier stattdessen auf drei Trends, die den Spielraum der Redaktionen erheblich einschränken: eine Medienlogik, die dem Imperativ der Aufmerksamkeit folgt, Medialisierung sowie die Nähe des Journalismus zu Entscheidungsträgern; auch da folge ich John Dewey, der schon vor fast einhundert Jahren über den Zustand der Kanäle geklagt hat, die eigentlich für die Vermittlungsleistung prädestiniert seien (in Kurzform: nichts als Sensationen), und für deren Versagen »publicity agents« genauso verantwortlich gemacht hat wie die geradezu religiöse Aura und damit die Tabus, die einmal etablierte Institutionen schützen (etwa den Nationalstaat, vgl. Dewey 1927: 169f.). John Dewey war allerdings auch Pädagoge – ein Mensch, für den Gesellschaft aus Versuch und Irrtum besteht, und jemand, der an die Wissenschaft, an Aufklärung und an das journalistische Berufsethos glaubte. Wenn man den Reportern nur erlauben würde, frei zu arbeiten, heißt es bei Dewey (1927: 182), dann würden die Nachrichten ganz anders aussehen und das Wissen der Welt spannend und für jeden verständlich aufbereiten.

Dass die Konstruktion der Medienrealität heute nicht diesem Ideal dient, sondern dem Imperativ der Aufmerksamkeit folgt (vgl. Karidi 2017), hat mit den drei Medienrevolutionen der jüngsten Vergangenheit zu tun. Durch kom-

merzielle Fernseh- und Radioanbieter, durch das Internet und vor allem durch die digitalen Plattformen hat sich zum einen die Zahl der Akteure vervielfacht, die um Zuwendung konkurrieren. Zum anderen arbeiten viele der neuen Mitbewerber unter ganz anderen Bedingungen als Tages- und Wochenzeitungen oder öffentlich-rechtliche Rundfunkprogramme. Wenn ich Spieler im System habe, die nur Aufmerksamkeit maximieren müssen und Pressegesetze oder Rundfunkstaatsverträge genauso ignorieren können wie die öffentliche Aufgabe der Medien, dann hat das Folgen für alle anderen – auch deshalb, weil die Ressourcen schwinden (geteilte Aufmerksamkeit, geteilte Einnahmen) und Premiuminhalte zugleich teurer werden. Das heißt: Heute müssen Journalisten viel schneller und mit viel weniger Geld viel mehr Inhalt produzieren als ihre Lehrer. Man recherchiert weniger vor Ort, man schreibt mehr voneinander ab. Die digitalen Plattformen sind dabei nicht nur Konkurrenten im Kampf um Aufmerksamkeit, sondern inzwischen zugleich Stofflieferanten und einer der wichtigsten Verbreitungswege für Journalismus. Das alles erklärt, warum die Leitmedien heute nicht nur weniger über Politik berichten als vor 30 oder 40 Jahren, sondern auch anders – mit noch mehr Fokus auf das Außergewöhnliche (Superlative, Einmaliges, Exklusives), Prominente und Konflikte (vgl. Meyen 2018). Anders ausgedrückt: Kriterien für die Selektion, Präsentation und Interpretation von Inhalten, die sich aus der öffentlichen Aufgabe der Massenmedien ableiten lassen und zur normativen Logik des Mediensystems gehören (vgl. Landerer 2013), haben gegenüber der kommerziellen Logik an Bedeutung verloren.

Dieser Trend wird verstärkt durch ressourcenstarke Akteure, die nach öffentlicher Legitimation suchen, den Imperativ der Aufmerksamkeit internalisiert haben und es deshalb schaffen, entweder für positive Berichterstattung zu sorgen oder Berichterstattung zu verhindern. Was ich »Medialisierung« nenne, meint zum einen die Aufrüstung der Apparate, die sich um die Außendarstellung von Behörden, Parteien, Unternehmen oder Universitäten kümmern (etwa: Pressestellen, PR- und Werbeagenturen, Corporate Publishing), und zum anderen eine Anpassung an die Selektionskriterien kommerzieller Medien, die von entsprechenden Events oder Gebäuden über die Besetzung von Spitzenpositionen und Medientraining bis zur internen Organisation und zur Ausbildung von PR-Bewusstsein beim Personal reicht (vgl. Meyen 2018). Das Konzept von Ulrich Beck (2017: S. 129), »Herrschaftsverhältnisse als Definitionsverhältnisse« zu untersuchen, wird hier greifbar: Tendenziell schrumpfende Redaktionen, die auch durch die technischen Möglichkeiten weit mehr Aufgaben zu bewältigen haben als früher, müssen sich mit PR-Maschinen auseinandersetzen, die genau wissen, wonach der Journalismus sucht und die besten Köpfe im Zweifelsfall auch kaufen können.

Diese ersten beiden Probleme (kommerzielle Medienlogik, Medialisierung) wurzeln auch in der Art und Weise, wie wir Journalismus im Moment organi-

sieren – einerseits abhängig von kommerziellem Erfolg (etwa in Presseverlagen) und andererseits abhängig vom Wohlwollen der Politik (im öffentlich-rechtlichen Rundfunk, der sich zudem schon deshalb nicht aus dem Reichweitenwettbewerb verabschieden darf, weil mit jedem größeren Verlust sofort die Existenzfrage gestellt werden würde, vgl. Stuiber 1998). Diese Abhängigkeiten werden durch eine hegemoniale Berufsideologie verschleiert, die über Volontariate, Journalistenschulen und zum Teil auch von der Medienforschung reproduziert wird und dem Publikum suggeriert, dass Journalismus ein Handwerk sei, das erlernbaren Regeln folgt und weitgehend unabhängig von den handelnden Personen ist. Die entsprechenden Stichworte wurden in der Einführung genannt (Objektivität, Neutralität, Unparteilichkeit).

Dieses Versprechen wird von einer Medienrealität ad absurdum geführt, die den Imperativ der Aufmerksamkeit bedient und von medialisierten Akteuren aus Politik, Wirtschaft, Sport, Kultur oder Wissenschaft auch deshalb geprägt werden kann, weil der Journalismus durch seine Produktionsroutinen auf offizielle Quellen angewiesen ist, so oft nur den Elitendiskurs spiegelt (vgl. Bennett 1990) und zurückgepfiffen wird, wenn doch einmal etwas anderes durchrutscht. Hermann und Chomsky (1988: 26-28) sprechen von »Flak« oder Störfeuer und meinen damit, dass Regierungsvertreter in Redaktionen anrufen, Medien selbst öffentlich angreifen oder Experten damit beauftragen. Der Abstand zwischen Aufgabe und Wirklichkeit ist eine der Ursachen für den Glaubwürdigkeitsverlust der Leitmedien und den Bedeutungsgewinn von Internetplattformen, die einen anderen Zugang zur Wirklichkeit bieten (vgl. Krüger 2016).

Dazu kommen die Rekrutierung, die Zusammensetzung und die Strukturen in den Redaktionen der Leitmedien, ihre engen Verbindungen zu Entscheidungsträgern in den schon genannten sozialen Funktionssystemen sowie die starke Orientierung am eigenen Berufsstand, die durch digitale Plattformen wie Twitter noch einmal verstärkt worden ist. Die Form eines Debattenbeitrags bringt es mit sich, dass ich mich auch hier beschränken und auf Differenzierungen oder Relativierungen verzichten muss. Deshalb in Schlagworten: Das journalistische Feld der Gegenwart ist sozial homogen (weiße Akademiker, an der Spitze oft männlich) und wird vom »Habitus der Mittelschicht« dominiert – das heißt »auf Anpassung ausgerichtet« und auf »die Akzeptanz der Herrschaftsverhältnisse« (Klößner 2019: 33). Man kommt aus ähnlichen Verhältnissen wie andere Entscheider, man besucht die gleichen Universitäten, man lebt ganz ähnlich und sieht die Welt dann auch nicht sehr viel anders.

Dass das so bleibt, wird über Ausbildung, Auswahl und Nähe gesichert: »Die Eliten suchen sich ihre Journalisten aus« (Krüger 2016: 84), füttern sie dann mit Zuwendung und Exklusivem und erzeugen so das, was Uwe Krüger (2016: 105) »Verantwortungsschwörung« nennt: Journalistinnen und Journalisten wissen, was gut ist und was schlecht (so ziemlich das gleiche, was die Herrschen-

den gut oder schlecht finden), und glauben, dass sie Einfluss auf die Menschen haben. Also wird die Wirklichkeit »um die Teile« reduziert, »die nicht zur Haltung passen«, und das betont, was dem gewünschten Ziel zu helfen scheint (Meinhardt 2020: 87). So entstehen »Repräsentationslücken« (Patzelt 2015), die von anderen Plattformen gefüllt werden – erst recht, wenn zur ›Haltung‹ der Leitmedien gehört, Gegenstimmen zu delegitimieren (zum Beispiel als ›Verschwörungstheorie‹ oder als ›Fake News‹; vgl. Schreyer 2018: 33) und so den »gesellschaftlichen Auftrag« Öffentlichkeit auch für jeden sichtbar zu verweigern.

Ausblick

Guter Journalismus kostet Geld. Alle Themen, Perspektiven, Meinungen zu veröffentlichen und so für einen Ausgleich der Interessen zu sorgen oder wenigstens dafür, dass die gesellschaftlichen Konflikte friedlich ausgetragen werden, kostet Geld. Wir brauchen größere Redaktionen und dort in jeder Hinsicht mehr Diversität und Autonomie. Und wir müssen diskutieren, was der Journalismus leisten soll, was wir hier für Qualität halten und was wir uns das dann kosten lassen wollen.

Diese Debatte könnte die Medienforschung gewissermaßen auf ›Los‹ zurückführen. Karl Bücher, der Gründervater der akademischen Journalistenausbildung in Deutschland, war sich am Ende eines langen Lebens sicher, dass die Presse »ein öffentliches Institut« sein muss, genau »wie Straßenbahnen, Gasanstalten, Elektrizitätswerke« (Bücher 1926: 424); und weiter im Text: »Die Redaktion soll ihrer Natur nach die höchsten Interessen der Menschheit verfolgen« – könne das aber nicht, solange sie Rücksicht nehmen muss auf »Privatinteressen« (Bücher 1926: 397, 426). Anzeigenkunden, Publikumswünsche, Profit. Karl Bücher hat schon im Weltkrieg öffentlich über das Nachrichtenmonopol der großen Agenturen geschimpft und über den ›Tiefstand‹ des Zeitungswesens. Dann hat er 1919 auf Wunsch der bayerischen Räteregierung einen Gesetzentwurf vorgelegt, der auf eine Enteignung hinauslief und auf ein Ende des Wettbewerbs. Keine Anzeigen mehr an private Verleger. Dafür ein Lokalblatt pro Ort, herausgegeben von der Gemeinde, kostenfrei für jeden, finanziert über das, was Unternehmen und Behörden bekanntgeben wollen. In dem Aufsatz, den er später nachgeliefert hat, beruft sich Bücher unter anderem auf Ferdinand Lassalle. Sinngemäß: weg von einer »öffentlichen Meinung«, die vom »Kapital« geprägt wird sowie von der »privilegierten großen Bourgeoisie«, hin zu einer »freien Tagespresse«, die »schwebende politische Fragen« erörtert (Bücher 1926: 396).

Die Konkurrenz, die den Leitmedien im Internet erwachsen ist, kommt diesem Ideal oft sehr nahe. Sie zeigt dem Journalismus, wo er den gesellschaftlichen Auftrag Öffentlichkeit nicht erfüllt, zwingt ihn so zur Reflexion, leistet

einen Beitrag zur »publizistischen Vielfalt« (Rager/Weber 1992) und hat außerdem schon jetzt erkennbar Einfluss auf die Leitmedien. Ich denke dabei an den Trend zum »konstruktiven Journalismus« (vgl. Urner 2019) oder an Initiativen wie »Deutschland spricht« (*Die Zeit*). Den Begriff »Alternativmedien« habe ich zwar verworfen, in gewisser Hinsicht eröffnen die entsprechenden Angebote allerdings tatsächlich »Alternativen« zu kommerziellen und öffentlich-rechtlichen Medienanbietern: Hier liegen Erfahrungen vor mit neuen Finanzierungsmodellen (etwa: Spenden, Abonnements oder politischer Aktivismus), mit neuen Formen der Publikumsbeteiligung und der Publikumsbindung sowie mit einer Medienproduktion, die sich nicht nur von offiziellen Quellen löst, sondern mit einer Kritik an diesen Quellen startet. Allein die Existenz solcher Plattformen hat die Gesellschaft für Fragen der journalistischen Qualität sensibilisiert und so den Boden für die unbedingt nötige Selbstverständigung bereitet.

Die Medienforschung hat in dieser Debatte eine besondere Verantwortung. Ich kann den Impetus verstehen, der Gabriele Hooffacker dazu bringt, »innovative Medienprojekte der kritischen Gegenöffentlichkeit« von »rückwärtsgewandten, rechten bis rechtsextremen« Projekten zu unterscheiden und dafür Wilhelm Heitmeyers Begriff der »gruppenbezogenen Menschenfeindlichkeit« zu nutzen, mit dem man sich selbst scheinbar ohne großen Aufwand »sofort auf der richtigen Seite fühlen« kann (Maaz 2020: 132). Ganz abgesehen davon, wie diese oder vergleichbare Kriterien in Inhaltsanalysen zu operationalisieren wären: Zum einen widerspricht die Trennung des »Guten« vom »Bösen« einem Pluralismusmodell, das davon ausgeht, dass alle Interessen und Positionen prinzipiell gleichberechtigt sind. Und zum anderen hat Heitmeyer selbst auf die Leitmedien gezeigt, wenn es darum geht, »autoritäre Versuchungen« zu verstehen und den Aufstieg der AfD – auf einen Journalismus, der sich »auf das verkaufsfördernde Extreme« konzentriert sowie auf ein Publikum, das er im »Milieu der rohen Bürgerlichkeit« verortet, wo man auf »Konkurrenz und Eigenverantwortung« setzt und »autoritäre Haltungen« nur mühsam »unter einer dünnen Schicht zivilisiert-vornehmer (>bürgerlicher<) Umgangsformen« verbirgt (Heitmeyer 2018: 279, 305, 313). Auch deshalb stehen die Leitmedien und der hegemoniale Journalismus auf meiner Forschungsagenda viel höher als alle Plattformen im Internet.

Über den Autor

Dr. Michael Meyen (*1967) ist seit 2002 Professor für Allgemeine und Systematische Kommunikationswissenschaft an der Universität München. Er hat im Halem-Verlag gerade eine Fachgeschichte veröffentlicht (*Das Erbe sind wir*), in der sein Journalismusideal biografisch begründet. Kontakt: meyen@ifkw.lmu.de

Literatur

- Beck, Ulrich (2017): *Die Metamorphose der Welt*. Berlin: Suhrkamp.
- Bennett, W. Lance (1990): Toward a theory of press-state relations. In: *Journal of Communication*, 40(2), S.103-125.
- Bücher, Karl (1926): Zur Frage der Pressreform. In: Bücher, Karl: *Gesammelte Schriften*. Tübingen: H. Laupp'sche Buchhandlung, S. 391-429.
- Couldry, Nick (2012): *Media, Society, World. Social Theory and Digital Media Practice*. Cambridge: Polity Press.
- Dewey, John (1927): *The Public and its Problems*. New York: Holt.
- Gerhards, Jürgen; Neidhardt, Friedhelm (1990): *Strukturen und Funktionen moderner Öffentlichkeit: Fragestellungen und Ansätze*. Berlin: Wissenschaftszentrum Berlin.
- Gunther, Albert C.; Storey, J. Douglas (2003): The Influence of Presumed Influence. In: *Journal of Communication*, 53(2), S. 199-215.
- Heitmeyer, Wilhelm (2018): *Autoritäre Versuchungen*. Berlin: Suhrkamp.
- Herman, Edward S.; Chomsky, Noam (1988): *Manufacturing Consent. The Political Economy of the Mass Media*. New York: Pantheon.
- Hooffacker, Gabriele (2008): Aufstieg und Niedergang einer Non-Profit-Community 1987 – 1997 – 2007. In: Raabe, Johannes; Stöber, Rudolf; Theis-Berglmair, Anna M.; Wied, Kristina (Hrsg.): *Medien und Kommunikation in der Wissensgesellschaft*. Konstanz: UVK, S. 282-296.
- Hooffacker, Gabriele; Lokk, Peter (2009): Kurze Geschichte der »Presse von unten«. In: Hooffacker, Gabriele (Hrsg.): *Bürgermedien, Neue Medien, Alternativmedien*. München: Verlag Dr. Gabriele Hooffacker, S. 9-32.
- Karidi, Maria (2017): *Medienlogik im Wandel*. Wiesbaden: Springer VS.
- Karidi, Maria; Meyen, Michael (2019): Global 24/7 News. Die Welt durch die Brille globaler TV-Nachrichtensender. In: Wiedemann, Thomas; Lohmeier, Christine (Hrsg.): *Diskursanalyse für die Kommunikationswissenschaft*. Wiesbaden: Springer VS, S. 203-228.
- Klöckner, Marcus (2019): *Sabotierte Wirklichkeit. Oder: Wenn Journalismus zur Glaubenslehre wird*. Frankfurt/M.: Westend.
- Krüger, Uwe (2016): *Mainstream. Warum wir den Medien nicht mehr trauen*. München: C.H. Beck.
- Landerer, Nino (2013): Rethinking the logics: A conceptual framework for the mediatization of politics. In: *Communication Theory*, 23(3), S. 239-258.
- Lokatis, Siegfried; Sonntag, Ingrid (Hrsg.) (2008): *Heimliche Leser in der DDR. Kontrolle und Verbreitung unerlaubter Literatur*. Berlin: Ch. Links.
- Luhmann, Niklas (1996): *Die Realität der Massenmedien*. 2. Auflage. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Maaz, Hans-Joachim (2020): *Das gespaltene Land. Ein Psychogramm*. München: C.H. Beck.

- Meinhardt, B. (2020): *Wie ich meine Zeitung verlor. Ein Jahrebuch*. Berlin: Das Neue Berlin.
- Meyen, Michael (2018): *Breaking News: Die Welt im Ausnahmezustand. Wie uns die Medien regieren*. Frankfurt/M.: Westend.
- Mies, Ullrich (2020): Ein kleiner Kompass: Alternative Medien. In: Mies; Ullrich (Hrsg.): *Mega-Manipulation. Ideologische Konditionierung in der Fassadendemokratie*. Frankfurt/M.: Westend, S. 309-314.
- Noelle-Neumann, Elisabeth (1996): *Öffentliche Meinung. Die Entdeckung der Schweigespирale*. Erweiterte Ausgabe. Frankfurt/M., Berlin: Ullstein.
- Patzelt, Werner (2015): »Repräsentationslücken« im politischen System Deutschlands? Der Fall PEGIDA. In: *Zeitschrift für Staats- und Europawissenschaften*, 13(1), S. 9-126.
- Pöttker, Horst (1999): Öffentlichkeit als gesellschaftlicher Auftrag. Zum Verhältnis von Berufsethos und universaler Moral im Journalismus. In: Funiok, Rüdiger; Schmäzle, Udo; Werth; Christoph (Hrsg.): *Medienethik – die Frage der Verantwortung*. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung, S. 215-232.
- Pöttker, Horst (Hrsg.) (2001): *Öffentlichkeit als gesellschaftlicher Auftrag. Klassiker der Sozialwissenschaft über Journalismus und Medien*. Konstanz: UVK.
- Prochazka, Fabian; Schweiger, Wolfgang (2020): Vertrauen in Journalismus in Deutschland: Eine Typologie der Skeptiker. Erwartungen an Medien und die Wahrnehmung ihrer Umsetzung. In: *Media Perspektiven*, (4), S. 196-206.
- Rager, Günther; Weber, Bernd (1992): Publizistische Vielfalt zwischen Markt und Politik. Eine Einführung. In: Rager, Günther; Weber, Bernd (Hrsg.): *Publizistische Vielfalt zwischen Markt und Politik. Mehr Medien – mehr Inhalte?* Düsseldorf: Econ, S. 7-26.
- Schindler, Johanna; Fortkord, Claudia; Posthumus, Lone; Obermaier, Magdalena; Fawzi, Nayla; Reinemann, Carsten (2018): »Woher kommt und wozu führt Medienfeindlichkeit?« Zum Zusammenhang von populistischen Einstellungen, Medienfeindlichkeit, negativen Emotionen und Partizipation. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 66(3), S. 283-301.
- Schreyer, Paul (2018): *Die Angst der Eliten. Wer fürchtet die Demokratie?* Frankfurt/M.: Westend.
- Stuiber, Heinz-Werner (1998): *Medien in Deutschland. Band 2: Rundfunk*. Konstanz: UVK.
- Urner, Maren (2019): *Schluss mit dem täglichen Weltuntergang*. München: Droemer.
- Wright, Erik Olin (2017): *Reale Utopien. Wege aus dem Kapitalismus*. Berlin: Suhrkamp.