

Ulrich Baron

Im schmalen Meinungskorridor

Veränderungen der vierten Gewalt

Die traditionellen Medien stecken in der größten Krise ihrer Geschichte. Schon vor Jahren haben die kirchlichen Zuschussgeber respektabler Wochenzeitungen wie Deutsches Allgemeines Sonntagsblatt und Rheinischer Merkur deren Kampf ums Dasein beendet. Seitdem sind viele Redaktionen und deren Etats bis zur journalistischen Selbstaufgabe ausgedünnt worden, und Zeitungen wie nun auch der britische Independent erscheinen nur noch als Internetausgabe.

Entsprechend dramatisch klingen die Titel der aktuellen Bücher zum Thema. *Rettet die Medien* fordert die Pariser Ökonomie-Professorin Julia Cagé und will »die vierte Gewalt gegen den Kapitalismus verteidigen«. Stefan Schulz schaut in *Redaktionsschluss* schon voraus in eine »Zeit nach der Zeitung«, denn für die traditionellen Medien ist die Konkurrenz mit Privatsendern und Internet nicht nur ein Kampf ums Dasein, der sich durch Zuschüsse oder Haushaltabgaben noch lange fortsetzen ließe, sondern auch ein Kampf um die Daseinsberechtigung.

Vom Mittel, Mittler und Gestalter des öffentlichen Diskurses sind die Medien selbst zum Thema geworden, sind ins Gerede gekommen, ja ins öffentliche Gepöbel: »Lügenpresse« lautet das buchstäbliche Schlagwort, das Uwe Krüger Anlass gibt, in seinem Buch *Mainstream* die Frage zu stellen, »Warum wir den Medien nicht mehr trauen«. An diesem Vertrauensverlust sind die Medien, sind Journalisten mitschuldig. Die einen mehr, die anderen weniger, und Krügers Buch liefert dazu glänzende Analysen.

Ein Grund dafür, warum den Medien der kritische Blick abhanden komme, sei ein Prozess, den Krüger, angelehnt an den amerikanischen Politologen W. Lance Bennett, »Indexing« nennt: »Die großen Medien, so besagt diese These, tendieren dazu, die Spanne der Meinungen und Argumente in der offiziellen politischen Debatte, also in Parlamenten und Regierungen anzuzeigen, zu ›indexieren‹.« Statt politische Reden und Programme mithilfe eines Bleistifts zu analysieren, schickt man lieber einen Übertragungswagen zur Pressekonferenz – und ärgert sich dann über Leute, die behaupten, dass man überall dasselbe sehe, höre und lese.

Nicht erst das Internet, sondern schon das Fernsehen hat diesen Sündenfall mit verursacht, und die Printmedien sind ihm gefolgt. Hieß doch die Volksvertretung, deren Debatten vom Rundfunk bis vor Kurzem noch per Mittelwelle übertragen wurden, früher nicht »Talkshow«, sondern »Parlament«. Heute aber hat ein Talkshow-Auftritt eine bessere »Presse« als die beste Parlamentsrede.

Das »Indexing« beschränkt sich nicht auf den Politikjournalismus. Wenn es überhaupt so etwas wie eine »Info-Elite« gibt, so zählen Journalisten meist nicht dazu. Auch wenn man es manchen Internetauftritten, die wie Inklusionsprojekte für Uni-Versager wirken, nicht ansieht, arbeiten die meisten Journalisten fachbezogen und fachkompetent. Ihr privilegierter Zugang zu Informationen beschränkt sich auf ihre Ressorts. Die haben sie gewöhnlich auch gut im Griff – solange man sie lässt. Zu den beliebtesten und zugleich gefürchtetsten Fragen, die in Redaktionskonferenzen gestellt werden, zählt aber die nach dem Thema, das »alle anderen« haben, »wir« aber nicht. Um ein eigenes Thema gegen solch einen Druck des Mainstreams nicht nur zu verteidigen, son-

dern auch durchzusetzen, bedarf es erheblicher Kompetenz, und das im doppelten Wortsinn.

Erzeugung von
Aufmerksamkeit

Kompetenz heißt zum einen Sachverstand besitzen, zum anderen aber, in einer Position zu sein, in der man diesem Sachverstand gegenüber Skeptikern in den eigenen Reihen bis hinauf zur Chefredaktion Geltung verschaffen kann. Wird die Entscheidungskompetenz beschnitten, dann nützt auch die Fachkompetenz nichts mehr, und so wirken Journalisten heute oft dümmer, einseitiger und »mainstreamiger« als sie es eigentlich sind und sein sollten. Wer aber Redakteure mit Zusatzaufgaben belastet, die früher in den Bereich der IG Druck und Papier gehörten, wer sie aus ihren Arbeitszimmern in Großraumbüros verbannt, wer ihnen das Geld für freie Mitarbeiter streicht und sie zu Durchlauferhitzern des aktuellen Mainstreams degradiert, darf sich über Medienschelte nicht wundern.

Schlimmer noch: Wer Qualitätsjournalismus kostenlos ins Internet stellt und dort als Appetizer mit Nacherzählungen der jüngsten Talkshows und *Tatort*-Sendungen garniert, macht sich zum Verräter an der eigenen Sache. Freilich muss man gleich anfügen, dass der Korpsgeist des Qualitätsjournalismus oft auch auf einer gewissen Selbsttäuschung beruhte – und auf einem gehörigen Maß an Bigotterie.

In einem seiner letzten Interviews vor seinem Freitod, das Fritz J. Raddatz Ende 2014 der Basler Zeitung gab, machte er eine bemerkenswerte Nebenbemerkung über jene guten Jahre, in denen er als Feuilletonchef der Wochenzeitung DIE ZEIT gearbeitet hatte. Zwar lag es ihm fern, sein eigenes Licht unter den Scheffel zu stellen, doch habe er seinerzeit deutlich bessere Arbeitsbedingungen gehabt als heute: »Nun müssen Sie aber auch bedenken, dass es damals in Zeitungen und Verlagen ganz anders zugeht als heute. Geld spielte keine Rolle. Ob ich nun 100 oder 250 Mark für ein Abendessen mit Susan Sonntag ausgab, war egal.«

»Money makes the world go round«, und das nicht nur da, wo Bild Die Welt mitfinanzierte. Medien leben nicht von der Verbreitung von Informationen, sondern von der Erzeugung von Aufmerksamkeit. Diese sorgt nicht nur für hohe Auflagen und Quoten, sondern sorgte früher für große Anzeigenerlöse. Wenn für einen Raddatz Geld genug da war, dann auch wegen der Stellen- und Immobilienanzeigen. Inzwischen ist das Gros der Anzeigen abgewandert. Der lokale Supermarkt präsentiert seine aktuellen Sonderangebote in kostenlosen Werbeblättchen. Immobilien findet man im Internet samt Lageplänen und der Möglichkeit zur virtuellen Besichtigung. Überhaupt scheint man im Internet heute alles zu finden. Und von allem zu viel, so dass Stefan Schulz bei seinen Zukunftsforschungen den Medienkonsum versierter Internet-Nutzer als »bewusste Nachrichtendiät« beschreibt.

Nun unterscheidet sich solche Diät gar nicht so sehr von der Art und Weise wie man früher Zeitungen gelesen hat. Das Feuilleton legte man für später beiseite und konzentrierte sich auf das aktuell Wichtigste, die Nachrichten, die Börse, das Wetter, die Todesanzeigen. Kurzum: Man las selektiv und in der Überzeugung, seinen Überblick bei Bedarf noch zu erweitern und sein Verständnis gegebenenfalls noch vertiefen zu können. Und natürlich wusste man, dass die einen die Sache so sahen und kommentierten und die anderen so.

Nun könnte man annehmen, das Internet hätte solche Meinungsvielfalt noch befördert, doch das Gegenteil trifft zu. Uwe Krüger zitiert dazu Frank-Walter Steinmeier in seiner Rolle als Bundesaußenminister: »Wenn ich morgens manchmal durch den Pressespiegel meines Hauses blättere, habe ich das Gefühl: der Meinungskorridor war

schon mal breiter.« Das ist eine Folge des erwähnten »Indexing«, zu dessen Bewertung Krüger zwei konträre Auffassungen zitiert. Zum einen als »Gleichschaltung der medialen Debattenstruktur mit dem Diskurs der politischen Elite«, zum anderen mit der Einschätzung eines Gegenspielers von Bennetts »Indexing«-Theorie, der sich darüber besorgt zeigte, eine »autonome Medienberichterstattung, die sich außerhalb des Elitendiskurses« bewege, könnte »die Öffentlichkeit eher verwirren oder ablenken, anstatt eine rationale Debatte zu befördern«.

Was man unter dem »Diskurs der politischen Elite« zu verstehen hat, illustriert Krüger anhand von Hintergrundkreisen und Konferenzen, in denen handverlesene Journalisten mit Politikern, Wirtschaftsführern und Militärs verkehren. Das sei »Networking auf sehr hohem Niveau«, zitiert er den ehemaligen Chefredakteur der ZEIT, Theo Sommer, und er erfahre dabei vieles, »was ich als Leitartikler in den nächsten sechs Monaten irgendwo unterbringen kann«. Also ein echter Win-win-Deal auf höchstem Niveau, den Deutschlands unbestechliche Meinungsführer keineswegs aus Geltungsdrang auf sich nehmen, sondern »mehr aus einer staatsbürgerlichen Pflicht heraus«, wie Krüger einen anderen Teilnehmer zitiert.

»Klüngel, dat is, wenn man einen kennt«

Seit der *Deutschstunde* von Siegfried Lenz sind die Freuden der Pflicht und deren Tücken einem nie so anschaulich vor Augen geführt worden wie hier. Wer freilich noch die Bonner Republik vor Ort erlebt hat, dem fällt zum »Networking auf sehr hohem Niveau« ein kölsches Zitat ein: »Klüngel, dat is, wenn man einen kennt.«

Dass auch die Medien mit explizitem Bildungsauftrag, nämlich die öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten, mitmischen, hat der langjährige ZDF-Mitarbeiter Wolfgang Herles vor Kurzem unter dem Titel *Die Gefallsüchtigen* angeprangert: »Konformismus in den Medien und Populismus in der Politik« lautet die Diagnose. Der Verlust der (selbst)-kritischen Distanz komme von oben her, doch von unten fehle ihr der Widerstand: »Die Debatte findet aber in den Kantinen statt, nicht in Redaktionskonferenzen«.

So fehlt der Kompetenzbeschneidung auf der subalternen und der Kompetenzanmaßung auf der Führungsebene jenes Korrektiv, das die Medien als »vierte Gewalt« eigentlich bilden sollten. Ob Julia Cagés Vorschlag zur Umwandlung privater Konzerne in »nicht gewinnorientierte Mediengesellschaften« schon die Lösung bietet, darf bezweifelt werden, denn zur Medienrettung beschwört der Untertitel ihres Buchs ein Wir-Gefühl, dem der französische Soziologe Emmanuel Todd misstraut. Unter dem Titel *Wer ist Charlie?* analysiert er die Solidaritätsbekundungen für Charlie Hebdo als bigotte Selbstermächtigung zur Diffamierung des Islam. So wie manche Journalisten gleicher als andere sind, sind offenbar manche Meinungen auch freier als andere.

Nicht der Meinungskorridor hat sich verengt, sondern dessen mediale Widerspiegelung. Was der »Volksmund« sagt, oder nach Meinung derer sagt, die vorgeben, das Volk zu sein, erscheint inzwischen offenbar kaum mehr druck- oder sendereif, während die satirische Verspottung des Islam und des türkischen Ministerpräsidenten als Ausdruck höchster westlicher Werte verteidigt wird. Mehr Demokratie wagen, heißt aber auch, mehr Widerspruch und mehr Konflikte wagen. Wer eine bestimmte Politik als alternativlos hinstellt, wer alles glättet und einem Mainstream einordnet, missachtet die Meinungs- und Wahlfreiheit und darf sich über Politik- und Medienverdrossenheit nicht beklagen.

Julia Cagé: Rettet die Medien. Wie wir die vierte Gewalt gegen den Kapitalismus verteidigen. C.H.Beck, München 2016, 134 S., 12,95 €. – *Wolfgang Herles: Die Gefallsüchti-*

gen. Knaus, München 2015, 256 S., 19,99 €. – Uwe Krüger: *Mainstream: Warum wir den Medien nicht mehr trauen*. C.H.Beck, München 2016, 170 S., 14,95 €. – Stefan Schulz: *Redaktionsschluss. Die Zeit nach der Zeitung*. Hanser, München 2016, 304 S., 21,90 €. – Emmanuel Todd: *Wer ist Charlie? Die Anschläge von Paris und die Verlogenheit des Westens*. C.H.Beck, München 2015, 236 S., 14,95 €.



Ulrich Baron

ist Literaturwissenschaftler und arbeitet als Kritiker und freier Publizist in Hamburg.

ulrich.baron@t-online.de

Nils Michaelis

Strukturen der Gier

Wie Kinofilme die Finanz- und Wirtschaftskrise aufarbeiten

Wird ein Ereignis verfilmt, ist es Geschichte. Zu den Ausnahmen zählt die jüngste Finanz- und Wirtschaftskrise. Denn seit sie 2007 mit der geplatzten Immobilienblase in den USA ihren Anfang nahm, Investmentbanken Pleite gingen oder mit Milliarden gestützt wurden, hat sich strukturell wenig geändert. Eine nachhaltige Regulierung der Finanzmärkte steht noch am Anfang. So bleibt die Krise gegenwärtig.

Das dürfte ein Hauptgrund dafür sein, dass die Abgründe einer entfesselten Finanzwelt seit Jahren in Spielfilmen aufgegriffen werden. Der Vater aller Börsenfilme lief bereits 1987 in den Kinos. In *Wall Street* zeigte Regisseur Oliver Stone die Verkommenheit von Brokern, die den eigenen Vorteil über das Gesetz stellen. Der Streifen verdankte seine fulminante Resonanz auch der Tatsache, dass er nach einer Reihe von Skandalen um Insidergeschäfte erschien. In seiner Pointiertheit setzte der Film Maßstäbe für spätere Produktionen über die US-Finanzwelt, in denen stets die markige Rede des *Wall Street*-Protagonisten Gordon Gekko mitschwingt: »Gier ist in Ordnung. Gier ist gesund. Man kann gierig sein und dennoch mit sich im Reinen.«

Nach 2007 wurde Manhattans Börsenszene entweder als Ursprungsort der Finanz- und Wirtschaftskrise dargestellt oder als Kulminationspunkt von all dem, was die USA als größte Wirtschaft der Welt zusammenhält oder eben immer wieder in den Abgrund blicken lässt. Die Fiktion als ästhetische Form für tatsächliche Krisenerfahrungen: Mitunter erinnert die Konjunktur des Broker-Sujets an die späten 70er Jahre, als sich eine Reihe von Filmen mit den Folgen des Vietnamkriegs befassten. Auch damals ging es darum, einer sendungsbewussten Supermacht den Spiegel vorzuhalten.

Auch die Krisenfilme befassen sich mit dem Bild, das die USA von sich haben – und der Rest der Welt von den USA. Was die ästhetische und inhaltliche Aussagekraft der Beiträge betrifft, ist die Spannweite allerdings groß. Wollte Stone in *Wall Street – Geld schläft nicht* (2010) an den ersten Teil anknüpfen, ist er damit grandios gescheitert: Kritiker sahen in dem Sequel seinerzeit eher einen Familien- als einen Börsenfilm. Zwar geht es erneut um die Strukturen der Gier. Doch im Mittelpunkt steht Gordon Geckos Neuanfang. Nachdem er seine Strafe wegen Insiderhandels abgessen hat, steigt er