

Grenzen der Medienfreiheit im Kapitalismus

Autor(en): **Zwicky, Pascal**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Widerspruch : Beiträge zu sozialistischer Politik**

Band (Jahr): **35 (2016)**

Heft 67

PDF erstellt am: **28.06.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-651603>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern. Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Grenzen der Medienfreiheit im Kapitalismus

Freie Medien sind wichtig, ohne sie ist Demokratie unmöglich. Es gibt wohl nur wenige, die nicht dieser Meinung sind – und noch weniger, die dem öffentlich widersprechen würden. Die Bedeutung der Medien für die Demokratie scheint eine der Grundüberzeugungen bürgerlicher Gesellschaften zu sein.

Erst über die (Medien-)Öffentlichkeit wird eine politische Gesellschaft geschaffen. Und erst diese Öffentlichkeit ermöglicht eine demokratische Selbstbeobachtung und -steuerung moderner Gesellschaften (Imhof 2011). Den Medien kommen damit äusserst anspruchsvolle Aufgaben zu. Sie sollen Öffentlichkeit zu relevanten Themen herstellen und damit die Debatte und die politische Meinungsbildung ermöglichen, die Rückkopplung der öffentlichen Meinung zu den gewählten VolksvertreterInnen und EntscheidungsträgerInnen sicherstellen, die gesellschaftliche Integration unterstützen sowie die Mächtigen kontrollieren und kritisieren. Medien sollen gerade dort für Transparenz sorgen, wo diese nicht gerne gewährt wird. Der Ursprung dieser konstitutiven Rolle von Medien für die heutigen Demokratien ist in der Aufklärung zu suchen. Aus ihr heraus entstand das Öffentlichkeitsverständnis, das der modernen Vorstellung von Medien zugrunde liegt.

Bei Kurt Imhof heisst es: «Die regulative Idee, dass die Bürger über ein [...] öffentliches Raisonement Vernunft und Tugend und eine selbstbestimmte Gesellschaft generieren können, ist seit der Aufklärung die Grundlage der Kritik der Moderne an sich selbst geblieben.» (Ebd., 27) Und weiter: «Gerade indem die Aufklärungsutopie mit dem, was daraus entstand, beständig verglichen wird, erhält sich die Moderne ihr wirkmächtiges Kritikpotenzial.» (Ebd., 28) Imhof macht damit die beständige Demokratiekritik – die Kritik an den real existierenden Demokratien der Moderne, die an den unerfüllten radikaldemokratischen Massstäben der Aufklärung gemessen werden – zum definitorischen Merkmal der Moderne selbst. Und weil diese Kritik zu wesentlichen Teilen über die medienvermittelte Öffentlichkeit geschieht, wird auch die Medienkritik zu einem zentralen Bestandteil der Demokratiekritik.

Wenn Medienkritik heute Eingang in eine breitere Öffentlichkeit findet, läuft sie in erster Linie über die Inhaltsebene, die Debatte dreht sich um

die Qualität journalistischer Berichterstattung. Es sind meist einzelne Artikel und Sendungen, die kritisiert werden. Das ist nachvollziehbar, weil für die meisten Menschen nur die Inhalte direkt erfahrbar sind. Was demgegenüber eher vernachlässigt wird, sind strukturelle Faktoren, die Rahmenbedingungen, unter denen diese Inhalte hergestellt werden. Diese Rahmenbedingungen sind aber nicht nur wichtig, um zu verstehen, weshalb Medien berichten, wie sie berichten. Eine Analyse der Rahmenbedingungen hilft auch, Handlungsoptionen zu finden, um Probleme der Berichterstattung bezüglich Qualität und Vielfalt zu lösen (fög 2015). Weil strukturelle Aspekte für die meisten Menschen nicht direkt erfahrbar sind, müssten sie von den Medien selbst zum Thema gemacht werden. Nur so könnten sie als Medien- und Demokratiekritik wirksam werden. Doch Medienjournalismus fristet weiterhin ein Schattendasein und Diskussionen über entsprechende Fragen finden höchstens in stark begrenzten Fachöffentlichkeiten statt.

Nachdem die Bedeutung von Medien für demokratische Gesellschaften aus öffentlichkeitstheoretischer Perspektive dargelegt wurde, geht es im Folgenden darum, die im Titel des Beitrags erwähnten Grenzen der Medienfreiheit im Kapitalismus näher zu umschreiben. Dazu wird zunächst die sogenannte Medienkrise, die vor allem eine Krise des Journalismus ist, mit der kapitalistischen Institutionalisierung der Medien zusammengebracht. Dabei wird insbesondere der Übergang zu einem neoliberalen Institutionalisierungsmodus als ursächlich für die heutige Situation betrachtet. Im Anschluss daran soll der Rückgriff auf das Propagandamodell von Edward S. Herman und Noam Chomsky (1988) die nötigen Voraussetzungen für eine herrschaftskritische Analyse von Medien schaffen. Darauf aufbauend werden die mit der Digitalisierung resp. dem Internet einhergehenden, oftmals aber leider auch nur herbeigesehnten Veränderungen der Öffentlichkeit umrissen. Abschliessend wird die Frage nach Handlungsoptionen gestellt – einerseits für die klassische Medienpolitik, andererseits im Sinne einer gegenhegemonialen Strategie der progressiven Kräfte.

Neoliberalisierung des Journalismus

Die globale Finanz- und Wirtschaftskrise seit 2007 ist auch als eine Krise der Medien zu begreifen. Dies in zweierlei Hinsicht: Einerseits, weil die Leitmedien (von den grossen privaten Fernsehsendern über die auflagenstarken Boulevardtitel bis hin zu den sogenannten Qualitätszeitungen) durch ihre weitgehend unkritische Verbreitung der neoliberalen Ideologie die individuelle Gewinnmaximierung zur gesellschaftlich anerkannten Logik gemacht haben. Andererseits hat die Finanz- und Wirtschaftskrise

zum Einbruch von Werbeeinnahmen geführt, was den bereits laufenden, vom Internet induzierten Strukturwandel der klassischen Massenmedien beschleunigte. Vor allem die grossen Medienkonzerne (siehe in der Schweiz exemplarisch Tamedia) konnten durch die konsequente Nutzung von Skalen- und Verbundeffekten sowie durch die Erschliessung neuer, nichtpublizistischer Geschäftsfelder im Internet relativ rasch wieder in die Gewinnzone zurückkehren. Doch der Journalismus erfuhr, wie weiter unten gezeigt wird, eine nachhaltige Schwächung.

Mit der Krise wurden uns die strukturellen Probleme der privatwirtschaftlich-kapitalistischen Institutionalisierung von Medien deutlich vor Augen geführt. Doch diese Probleme der Medien resp. des Journalismus sind nichts grundsätzlich Neues, das mit dem Aufkommen des Internets plötzlich da war. Die Ursachen liegen vielmehr im Primat des Kommerziellen, das in den privatwirtschaftlichen Institutionalisierungsmodus an sich eingeschrieben ist. Dieser war bereits Bestandteil der Entstehung der Moderne bzw. der bürgerlichen Öffentlichkeit, hat sich aber im historischen Verlauf unterschiedlich stark manifestiert. In schönster dialektischer Weise trug diese spezifische Form der Institutionalisierung Mitte des 20. Jahrhunderts auch zur Herausbildung des sogenannten professionellen Journalismus bei, auf den heute vielfach mit positiver Konnotation verwiesen wird.

Im Zuge der Professionalisierung wurde Objektivität zur zentralen Norm der journalistischen Arbeit. Diese Norm trägt im besseren Fall zu Ausgewogenheit und politischer Zurückhaltung in der Berichterstattung bei, kann aber auch strukturkonservative Wirkung entfalten – vor allem dann, wenn Objektivität primär als Abfragen der *offiziellen* Sichtweisen innerhalb des vom Mainstream vorgegeben Meinungsspektrums verstanden und praktiziert wird. Gleichzeitig trägt ein gefestigter professioneller Status tendenziell zu einem Macht- und Autonomiegewinn von JournalistInnen gegenüber ihren Vorgesetzten im Medienmanagement bei und fördert die Unabhängigkeit gegenüber Einflussversuchen politischer und wirtschaftlicher Akteure. Insgesamt ist die Professionalisierung des Journalismus folglich ambivalent zu bewerten (Zwicky 2012a, 91–97).

Spätestens ab den 1990er-Jahren ist, basierend auf dem neoliberal geprägten Gesellschaftswandel, eine Neoliberalisierung der Medien zu beobachten, was bedeutet, dass Marktprinzipien und kommerzielle Kalküle im gesamten Mediensektor überhandnehmen. Von dem durch private Konzerne vorangetriebenen Umbau des Mediensektors sind jedoch auch solche Medien betroffen, die sich nicht vorwiegend an der Maximierung ihrer Profite orientieren – auch die öffentliche Schweizerische Radio- und Fernsehgesellschaft (SRG). Im neoliberalen Modus kommt es zu vielfältigen Veränderungen der Rahmenbedingungen journalistischer Produktion:

Zu beobachten sind ein Machttransfer von traditionellen Verlegern und Chefredaktorinnen hin zu Investoren, Managerinnen, Unternehmensberatern und Finanzanalystinnen; ein Rollenwandel von ChefredaktorInnen vom «publizistischen Gewissen» zum Manager; eine zunehmend straffe Führung der Redaktion im Sinne eines Profitcenters, das nicht auf publizistischen oder politischen, sondern auf ökonomischen Vorgaben basiert; die Zunahme von publizistischen Kooperationen, Outsourcing und Publikumsorientierung; eine immer grössere Arbeitsbelastung und wachsender Zeitdruck bei gleichzeitig sinkender Arbeitsplatzsicherheit.¹ Konnte sich der Journalismus im 20. Jahrhundert zumindest teilweise von (betriebs)wirtschaftlichen Zwängen emanzipieren und dadurch eine gewisse professionelle Autonomie entwickeln, wird diese durch die Neoliberalisierung der Medien wieder infrage gestellt (ebd., 120–126).

Ein herrschaftskritischer Blick auf Medien

Um den neoliberalen Wandel und die grundlegenden Konflikte, die sich aus dem spannungsgeladenen Verhältnis von Journalismus und Kapitalismus ergeben, systematischer und vor allem umfassend herrschaftskritisch beschreiben zu können, lohnt sich der Rückgriff auf die Arbeiten von Herman/Chomsky (1988). Mit ihrem Propagandamodell identifizieren sie fünf Filter, die dafür sorgen, dass die aus Sicht der gesellschaftlichen Machtelite *richtigen* Nachrichten veröffentlicht werden. Indem Herman/Chomsky insbesondere aus der ökonomischen (Markt-)Struktur eine Beeinflussung von Medieninhalten im Interesse der herrschenden Klasse ableiten, ergänzen sie das bereits gezeichnete Bild der strukturellen Schwächen und Probleme der privatwirtschaftlichen Institutionalisierung der Medien. Im Folgenden werden die Filter des Propagandamodells kurz beschrieben, wobei jeweils auch auf die aktuelle Relevanz der jeweiligen Filter eingegangen wird:

1. Eigentum: Im Kapitalismus schlägt sich die Macht des Kapitals ziemlich unmittelbar im Medienbereich nieder. «In sum, the dominant media firms are quite large businesses; they are controlled by very wealthy people or by managers who are subject to sharp constraints by owners and other market-profit-oriented forces, and they are closely interlocked, and have important common interests, with other major corporations, banks, and government.» (Ebd., 14) MedieneigentümerInnen, das Management und auch leitende RedaktorInnen bewegen sich als soziale Wesen innerhalb der gesellschaftlichen Machtelite – manche sind gar ein wichtiger Teil davon (sehr plastisch zeigt sich das in der Schweiz jeweils an Veranstaltungen wie dem Schweizer Medienkongress oder dem SwissMediaForum).

Ihre Einstellungen und Loyalitäten werden dementsprechend im Kontakt mit (anderen) einflussreichen Personen aus Wirtschaft, Politik und Kultur an öffentlichen Anlässen und hinter verschlossenen Türen geformt.

Weil Eigentümer einen wesentlichen Einfluss auf *ihre* Medien haben und sich dieser Einfluss als Medienmacht auch gesellschaftlich niederschlägt, stellt die fortschreitende Eigentumskonzentration im Medienbereich ein ernsthaftes Problem für demokratische Gesellschaften dar.² Mit ihr steigt nicht nur das Wirkungspotenzial, sondern auch das Risiko von Machtmissbrauch. Da linksprogressive Kräfte in der Regel nicht über die nötigen Ressourcen verfügen, um dem von (rechts)bürgerlichen Kräften und Kapitalinteressen dominierten Monopolisierungsprozess substantiell entgegenzuwirken, kommt es zu einer Schwächung der Meinungsvielalt resp. zu einer entsprechenden Stärkung (rechts)bürgerlicher und wirtschaftsaffiner (neoliberaler oder zumindest neoklassischer) Meinungen in der massenmedialen Öffentlichkeit. Die Eigentumskonzentration im Medienbereich erschwert demnach auch die dringend nötigen öffentlichen Debatten über Alternativen zum neoliberalen Status quo.

2. Finanzierung: Am privatwirtschaftlichen Institutionalierungsmodus wird seit jeher kritisiert, dass private Medien durch ihre Abhängigkeit von Werbeeinnahmen dem Einfluss der Werbetreibenden ausgesetzt sind. Es zeigt sich in der Praxis immer wieder, dass die oftmals im Sinne einer Selbstverpflichtung in Statuten oder branchenweiten Kodizes festgeschriebene «chinesische Mauer» zwischen Verlag und Redaktion, welche die redaktionelle Unabhängigkeit werbefinanzierter Medien garantieren soll, durchlässig ist. Wenn es hart auf hart kommt, besteht das sehr reale Risiko, dass die Interessen der Werbekunden über journalistische Werte und Normen gestellt werden.

Es ist davon auszugehen, dass der stark verschärfte Wettbewerb um Werbegelder, den die traditionellen Medien heute mit Google, Facebook & Co. führen, die Einflussmöglichkeiten der Werbekunden eher noch vergrößert hat. Die Problematik der Werbefinanzierung betrifft einerseits unmittelbare Interessenkonflikte: Bringt ein Medium beispielsweise eine Enthüllungsgeschichte zur UBS oder Migros, wenn diese beiden Unternehmen die wichtigsten Anzeigekunden sind? Die Abhängigkeit von der werbetreibenden Wirtschaft zieht andererseits eine Verstärkung des Klassen-Bias in der Medienberichterstattung nach sich, weil die Werbewirtschaft in besonderem Masse an Publikum interessiert ist, das über die für den Konsum nötigen finanziellen Mittel verfügt. Wer die ihm/ihr vorgedachte Rolle als KonsumentIn nicht spielen kann, ist uninteressant. Damit steigt die Wahrscheinlichkeit, dass die stetig wachsende Zahl an ausgegrenzten, in der Logik des Kapitalismus «überflüssigen» Menschen (die ja

erst durch das kapitalistische System ihrer grundlegenden Freiheiten beraubt werden) nicht in der medialen Öffentlichkeit vorkommen. Die Werbefinanzierung von Medien verstärkt damit die dem kapitalistischen Marktmodell insgesamt eingeschriebene Tendenz, die vertikale Differenzierung der Gesellschaft zu reproduzieren – und dadurch zu festigen.

3. *Quellen*: Um ihre Arbeit erledigen zu können, sind JournalistInnen auf die Informationen von verschiedenen Quellen angewiesen. Behörden, Unternehmen und weitere Akteure ermöglichen in vielen Fällen erst den Zugang zur Realität, über welche Medien – kritisch – berichten sollten. Weil die redaktionellen Ressourcen (Personal, Kompetenzen, Zeit) und damit auch die Möglichkeiten, seriös zu recherchieren, durch den Kosten- resp. Profitdruck der letzten Jahre substanziell geschwächt wurden, muss jedoch eine asymmetrisch wachsende Abhängigkeit der JournalistInnen von ihren Quellen konstatiert werden. Verstärkt wird dieses Ungleichgewicht dadurch, dass Regierungen, Unternehmen und Interessenverbände ihre Öffentlichkeitsarbeit professionalisieren und ihre Kommunikations- und PR-Abteilungen laufend ausbauen. Nicht zuletzt haben zahlreiche (ehemalige) JournalistInnen, die entweder entlassen wurden, als Freie auf zusätzliche Einnahmen angewiesen sind oder den Wandel in den Redaktionen ganz einfach nicht weiter mitmachen wollen, «die Seite gewechselt».

Dies führt insgesamt dazu, dass die einst mehr oder weniger symbiotische Beziehung von Journalismus und PR zusehends als deterministisch, mit PR als determinierender Kraft, charakterisiert werden muss. Dabei sind es wiederum vor allem die finanzstarken Akteure, die sich eine professionelle Öffentlichkeitsarbeit leisten können. Die mit den Spar- und Rationalisierungsmassnahmen verbundenen Prekarisierungstendenzen und Existenzängste sowie der erlittene Autonomieverlust von JournalistInnen tragen das ihre dazu bei, dass der Konformitätsdruck steigt (resp. ihm eher nachgegeben wird) und der Neoliberalismus als Ideologie der Herrschenden sich noch stärker in den journalistischen Inhalten niederschlägt.

4. *Macht auf Medien*: Die mächtigen organisierten Interessen aus Politik und Wirtschaft haben weitreichende Möglichkeiten, bei kritischer Berichterstattung Druck auf Medien auszuüben. Die Einflussnahme kann von der «Gefälligkeit unter Freunden» bis zu den – gerade in Grossbritannien und den USA – gefürchteten Verleumdungsklagen reichen. Gründe für solche Einflussversuche von aussen können ökonomischer, aber auch politischer Art sein. In der Schweiz ist vor allem auch das Phänomen zu beobachten, dass die Mainstream-Medien, auch die SRG, viel Energie darauf verwenden, nicht als links zu gelten. Die seit Jahren konsequent vorgetra-

gene Kritik insbesondere der Schweizerischen Volkspartei (SVP) an den vermeintlich «linken Medien» hat Wirkung erzielt und zum medialen Rechtsrutsch beigetragen.³

5. Dominante Deutungsmuster: Eine Einschränkung der Meinungsvielfalt erfährt die Medienöffentlichkeit schliesslich durch in der Gesellschaft vorherrschende ideologische Deutungsmuster wie Antikommunismus, Kapitalismus/Neoliberalismus, Antiterrorismus usw. Schon aus rein unternehmerischer Sicht können es sich Massenmedien nicht erlauben, systematisch vom gesellschaftlichen Meinungskonsens, der gleichzeitig entscheidend durch sie geprägt wird, abzuweichen. Dass sich JournalistInnen mit abweichenden Meinungen – in den allermeisten Fällen – an die vorgegebenen Leitlinien halten, dafür sorgen, neben der eher seltenen direkten Druckausübung von PolitikerInnen oder WirtschaftsführerInnen durch persönliche Interventionen bei JournalistInnen oder deren Vorgesetzten, vor allem vielfältige Kontrollmechanismen (u. a. Hierarchien, Anreizsysteme, soziale Kontrolle, Arbeitsroutinen) in der Medienorganisation (Zwicky 2012a, 84–91) sowie die bereits angesprochene Objektivitätsnorm des professionellen Journalismus selbst.

Die Arbeit von Herman/Chomsky zeichnet sich durch eine strukturalistische Perspektive aus, die nicht Unterschiede, den Pluralismus in den Vordergrund stellt, sondern zu erklären versucht, weshalb es in der Medienberichterstattung zu einer wiederkehrenden Konvergenz kommt (Herman 2000). Die tendenziöse Berichterstattung der Massenmedien wird als Folge von systembedingten wirtschaftlichen Zwängen erklärt. Geprägt wird die Berichterstattung vorwiegend durch die Partikularinteressen privater Medienunternehmen. Während es im (politischen) Alltag und gerade auf lokaler und regionaler Ebene durchaus Raum für kritische Berichterstattung und Meinungsvielfalt gibt, werden die Filter vor allem dann wirksam, wenn Kerninteressen der Eliten betroffen sind. Dieses Muster lässt sich in der Schweiz immer wieder erkennen. Volksinitiativen, die gegen den neoliberalen Elitekonsens in der Schweiz verstossen, wie in jüngerer Zeit etwa die 1:12- oder die Erbschaftssteuerinitiative, haben spätestens in der heissen Phase des Abstimmungskampfs die breite Front der Medien gegen sich. Fehlt es politischen bzw. gesellschaftlichen Kräften dann an Ressourcen und Kanälen, um die Menschen auf anderen Wegen zu erreichen, ist ein Erfolg entsprechender Volksbegehren kaum möglich.

Unerfüllte Hoffnungen der Digitalisierung

In den bisherigen Ausführungen wurden die Folgen der Digitalisierung resp. des Internets für die demokratische Öffentlichkeit noch nicht angemessen berücksichtigt. Unbestritten ist, dass das paternalistisch geprägte Modell der Top-down-Kommunikation traditioneller Massenmedien durch das Internet in noch nie dagewesener Form demokratisiert wurde. Das Internet bietet gerade zivilgesellschaftlichen Akteuren, die selten Zugang zur massenmedial vermittelten Öffentlichkeit haben, neue Artikulationsmöglichkeiten, weil es die Gatekeeper-Macht von JournalistInnen sowie der gesellschaftlichen Eliten relativiert. Die riesigen Mengen an Information und Kommunikation im Netz bergen jedoch auch das Risiko einer demokratischen Zensur: Mithilfe des Internets wird man zwar rasch zum Produzenten von Inhalten. Gleichzeitig wird es aber schwieriger, bei nach wie vor begrenztem Zeitbudget des potenziellen Zielpublikums, breite Aufmerksamkeit auf diese Inhalte zu lenken. Heute existiert ein schier unerschöpfliches, globales Meer an unterschiedlichstem Content verschiedenster Qualität, in dem für jeden Geschmack etwas dabei ist. Demokratie- und gesellschaftsrelevante Informationen stehen damit in neuer bzw. verstärkter Konkurrenz zu Katzenvideos, auf Facebook geposteten Ferienimpressionen von FreundInnen, Soft News usw. Ohne dies allzu kulturpessimistisch bewerten zu wollen: Faktisch wird durch die internetgetriebene Individualisierung der Mediennutzung die Wahrscheinlichkeit kollektiver politischer Medienerfahrungen innerhalb eines bestimmten sozialen Raums in der realen Welt (z. B. im Verein, in der Gemeinde oder im Betrieb) kleiner. Kombiniert mit der oben beschriebenen Schwächung des professionellen Journalismus und dem (gerade in der Schweiz) damit verbundenen (massen)medialen Rechtsrutsch, werden die Chancen eines progressiven politischen Wandels *von unten* somit tendenziell verringert.⁴ Jodi Dean (2009) geht noch weiter und zeigt auf, wie der neoliberale Kapitalismus mit der mythisch aufgeladenen Dimension eines partizipativen, offenen und demokratischen Internets verschmilzt und zu einer neuen ideologischen Formation wird. Die neoliberale Hegemonie wird an die neuen technologischen und gesellschaftlichen Verhältnisse angepasst, «das Internet» entfacht in diesem Sinne strukturkonservative Wirkung.⁵

Generell gilt, dass sich viele der mit dem Internet verbundenen Hoffnungen auf positive gesellschaftliche Veränderungen nicht erfüllt haben. Auch – oder gerade – das Internet ist nicht in einem luftleeren Raum, sondern in einem stark machtpolitisch strukturierten, kapitalistischen Kontext verankert. Ohne massiven zivilgesellschaftlichen und politischen Widerstand werden die emanzipatorischen und demokratischen Potenziale des Internets Schritt für Schritt durch die Verwertungsinteressen des Kapitals und durch staatliche Überwachungsfantasien zerstört (McChesney 2013).

Was tun?

Die wichtigsten Veränderungen des Mediensektors bzw. der Medienöffentlichkeit in den letzten Jahren und Jahrzehnten sind auf die sich wechselseitig beeinflussenden Prozesse der Neoliberalisierung und der Digitalisierung zurückzuführen. Auf der einen Seite stehen die traditionellen journalistischen Medien, deren – sich nicht zuletzt selbst zugeschriebene – Fähigkeit, Garant und Wachhund moderner Demokratie zu sein, sehr stark unter der fortschreitenden Kommerzialisierung und Monopolisierung leidet. Auf der anderen Seite haben die neuen Angebote und Möglichkeiten des Internets unter dem Strich nicht gehalten, was sich viele davon versprochen. Auch wenn Unabhängigkeit und Leistungsfähigkeit der Massenmedien geschwächt wurden, bleiben sie nichtsdestotrotz auch im 21. Jahrhundert von zentraler Bedeutung für Öffentlichkeit und Demokratie. Als Leitmedien prägen sie nach wie vor massgeblich die wesentlichen gesellschaftlichen Debatten, die in Konzernzentralen, im Bundeshaus, am Stammtisch und eben auch in den sozialen Medien, im Internet, geführt werden. Von grösster Relevanz bleiben deshalb auch die Frage nach den Machtverhältnissen im Medienbereich sowie Diskussionen darüber, wie das Ideal der Medienfreiheit im Kapitalismus systematisch eingeschränkt wird und wie darauf reagiert werden kann.

Diese Relevanz ergibt sich zunächst schon aus einer eher klassischen staats- bzw. demokratiepolitischen Perspektive, deren Anliegen in erster Linie das Funktionieren einer bürgerlichen Gesellschaft mit einer politischen Demokratie ist. Es geht dann darum, der fortschreitenden Verschlechterung der journalistischen Produktionsbedingungen sowie den laufenden Monopolisierungstendenzen entgegenzuwirken. Gefragt ist da in erster Linie die Medienpolitik. Die Schweiz braucht einen Wandel von der ineffizienten und wenig effektiven indirekten Presseförderung zu einer direkten und gattungsübergreifenden Medienförderung, die eine neue Vielfalt und gute Rahmenbedingungen für professionellen Journalismus schafft.⁶ Gerade demokratische Strukturen, die den JournalistInnen weitreichende Mitbestimmungsrechte bei redaktionellen (im Idealfall auch bei unternehmerischen) Entscheidungen zubilligen und damit ein publizistisches Primat festschreiben, wären ein besonders effektives Förderkriterium – wenn es tatsächlich um eine Stärkung des Journalismus gehen soll (Zwicky 2012b).

Eine solche Medienpolitik trägt jedoch mehr in sich als den blossen Wunsch einer Rückkehr zu besseren Zeiten. Versuche, den Journalismus aus dem kapitalistischen Korsett zu befreien, können als Teil eines linksprogressiven Hegemonieprojekts gesehen werden, das sich um den Angelpunkt einer Ausweitung und Vertiefung von Demokratie dreht. Das Fehlen eines solchen, dem Neoliberalismus entgegengesetzten Projekts, das eine

programmatische Klammer um das sich weltweit artikulierende Bedürfnis nach Alternativen bilden kann, erscheint mir eines der wesentlichen Probleme der Linken in den letzten Jahrzehnten gewesen zu sein (Zwicky 2015).

Wer die Einschätzung teilt, dass die vielfältigen und zusammenhängenden Krisen unserer Zeit eine sozialökologische Transformation notwendig machen (Brie 2014), muss sich mit hoher Priorität um das Thema Medien kümmern. Dies umso mehr, wenn man wie Axel Honneth (2015) davon ausgeht, dass sich ein grundlegender gesellschaftlicher Wandel nicht auf das revolutionäre Subjekt der sozialistischen Theorie, das Proletariat, verlassen kann. An dessen Stelle, so Honneth, müsse heute «die demokratische Öffentlichkeit sich beratender Bürgerinnen und Bürger» (ebd., 151) als Träger eines transformatorischen Wandels begriffen und aktiviert werden. Weil gesellschaftlicher Wandel mit Wandel im öffentlichen Diskurs und letztlich mit Wandel in den Köpfen und Herzen der Menschen beginnt, kommt der Frage von Gegenöffentlichkeit folglich eine hohe Bedeutung zu. In der Schweiz ist nach den Wahlen vom vergangenen Herbst eine konzentrierte Aktion der progressiven Linken gefragt, um *eigene* Medien und mit ihnen einen professionellen Journalismus, der sich mit einer linken Grundhaltung an der Realität abarbeitet, zu stärken.⁷ Das Denken von Alternativen zu Markt, Wettbewerb und Wachstum muss gesellschaftsfähig gemacht werden; bestehenden Alternativen, in denen bereits heute die Zukunft gelebt wird und wichtige Lernprozesse stattfinden, muss verstärkt öffentliche Aufmerksamkeit zukommen. Dazu brauchen wir alternative Medien, freie Medien in dem Sinne, dass sie über die Grenzen des Kapitalismus hinausweisen.

Anmerkungen

- 1 Sehr gut lässt sich die Neoliberalisierung der Medien am ehemaligen Tamedia-Flaggschiff *Tages-Anzeiger* beobachten. Der ausgeprägte Spar- resp. Profitdruck führt seit Jahren zu Personal- und Leistungsabbau. Die jüngste Episode dieser Geschichte ist die auf Anfang 2016 in Kraft getretene Zusammenlegung der Chefredaktionen des *Tages-Anzeigers* und der *SonntagsZeitung*. Es gibt zukünftig also keine/n Chefredaktor/in mehr, der/die hauptsächlich für den traditionsreichen *Tages-Anzeiger* zuständig ist. Stattdessen leitet der bisherige Chef der *SonntagsZeitung*, Arthur Rutishauser, nun gleich beide Titel. Der *Tages-Anzeiger* wird so nicht mehr nur an den Zahlen der Tamedia-Gratiszeitung *20 Minuten* gemessen, sondern ist auch offiziell zu einem «Teil einer grösseren, multimedialen Informationsproduktionswerkstatt» (Stadler 2015) verkommen.
- 2 Zur Medienkonzentration in der Schweiz vgl. Beitrag Vogler in diesem Heft; zur Medienkonzentration in den USA vgl. Beitrag Berger in diesem Heft.
- 3 Vgl. Beitrag Stutz in diesem Heft.
- 4 Dieses Argument geht in erster Linie von der klassischen, von JournalistInnen hergestellten Medienöffentlichkeit aus. Es steht damit teilweise in Widerspruch zu den insbesondere von AktivistInnen resp. sozialen Bewegungen (linken wie rechten)

geäußerten Hoffnungen und Erfahrungen, dass über internetvermittelte Kommunikation die Mobilisierung erleichtert und damit sozialer Wandel von unten wahrscheinlicher wird. Allerdings scheint mir diesbezüglich eine deutliche Zurückhaltung angesagt. Im Arabischen Frühling, bei Occupy, aber auch bei den Pegida-Demonstrationen in Deutschland kommt dem Internet als Mobilisierungsinstrument in einer ersten Phase auf jeden Fall eine wichtige Rolle zu. Die im vorliegenden Artikel beschriebenen Probleme der Medienöffentlichkeit zeigen sich aber vor allem dann, wenn sich neue Kräfte konsolidieren sollten, wenn es darum geht, breite gesellschaftliche Kreise anzusprechen und über die öffentliche Debatte auch einen langfristigen und institutionell abgesicherten gesellschaftlichen Wandel herbeizuführen. Der Hinweis auf die gemeinschaftszersetzende Wirkung speist sich zudem aus der Beobachtung, dass aktuell vor allem auch rechtsextreme und andere reaktionär-fundamentalistische Akteure die Möglichkeiten des Internets erfolgreich nutzen, um menschenverachtende und hasserfüllte Botschaften zu verbreiten. Ihr Anliegen ist nicht der gestaltende, transformatorische Wandel, sondern die Zerstörung von Freiheit und Solidarität.

- 5 Vgl. Beitrag Meier in diesem Heft.
- 6 Vgl. Beitrag Fehr in diesem Heft.
- 7 Vgl. Beitrag Aebi/Surber in diesem Heft.

Literatur

- Brie, Michael (Hg.), 2014: *Futuring. Perspektiven der Transformation im Kapitalismus über ihn hinaus*. Münster
- Dean, Jodi, 2009: *Democracy and Other Neoliberal Fantasies. Communicative Capitalism and Left Politics*. Durham/London
- fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft/Universität Zürich (Hg.), 2015: *Jahrbuch 2015 Qualität der Medien*. Schweiz – Suisse – Svizzera. Basel
- Herman, Edward S. / Chomsky, Noam, 1988: *Manufacturing Consent. The Political Economy of the Mass Media*. New York
- Herman, Edward S., 2000: *The Propaganda Model. A Retrospective*.
In: *Journalism Studies*, Nr. 1 (1), 101–112
- Honneth, Axel, 2015: *Die Idee des Sozialismus*. Berlin
- Imhof, Kurt, 2011: *Die Krise der Öffentlichkeit. Kommunikation und Medien als Faktoren des sozialen Wandels*. Frankfurt am Main
- McChesney, Robert W., 2013: *Digital Disconnect. How Capitalism is Turning the Internet Against Democracy*. New York
- Stadler, Rainer, 2015: *Der Chefredaktor schrumpft zum Filialleiter*.
In: *Neue Zürcher Zeitung*, 12. Dezember, 11
- Zwicky, Pascal, 2012a: *Journalistische Produktion unter neoliberalen Bedingungen. Eine konflikttheoretische Analyse von Tageszeitungen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz*. Baden-Baden
- Zwicky, Pascal, 2012b: *Von den «Alternativen» lernen. Medienkrise, Alternative Medien und Gesellschaftswandel*. In: Meier, Werner A. / Bonfadelli, Heinz / Trappel, Josef (Hg.): *Gehen in den Leuchttürmen die Lichter aus? Was aus den Schweizer Leitmedien wird*. Zürich, 313–331
- Zwicky, Pascal, 2015: *«Mehr Demokratie» als Ausweg aus der multiplen Krise*.
In: *Denknetz-Jahrbuch 2015. Zerstörung und Transformation des Gemeinwesens*. Zürich, 140–148

DEMOCRACY LECTURE 2016
der Blätter für deutsche und internationale Politik

5. April 2016, 19 Uhr
Haus der Kulturen der Welt, Berlin

**PAUL
MASON
NACH DEM
KAPITALIS
MUS ?!**

Vortrag mit anschließender Debatte

Eintritt frei

In Kooperation mit
HKW
Haus der Kulturen der Welt

www.blaetter.de

Mit freundlicher
Unterstützung des
Suhrkamp Verlages