

Vermachtung in den Medien und gesellschaftliche Kontrolle

Heiko Hilker

Der Rundfunk, also Radio und Fernsehen, so das Bundesverfassungsgericht, hat „keine Freiheit an sich“, sondern eine „dienende Freiheit“. Er soll der freien und öffentlichen Meinungs- und Willensbildung und damit der Demokratie „dienen“. Das Bundesverfassungsgericht hat immer wieder darauf verwiesen, dass es eine zentrale Aufgabe der Medienpolitik, vorherrschende Meinungsmacht zu verhindern. Somit ist klar, dass sich Medienpolitik nicht nur auf den öffentlich-rechtlichen Rundfunk beschränken darf, sondern die Akteure in der gesamtgesellschaftlichen Kommunikation im Blick haben muss.

Es ist klar, dass diese heute unter anderen Bedingungen als vor 25 Jahren erfolgt. Das Internet steckte damals noch in den Kinderschuhen, mobilen Empfang und mobile Kommunikation gab es nur über Handys, deren Ausmaße und Gewicht eine Nutzung faktisch nur im Auto ermöglichten. Soziale Netzwerke und Communities gab es nur real vermittelt.

Wer Medienpolitik macht, muss eine Vielzahl von Themen berücksichtigen und Entwicklungen beobachten. So wird, wer das Informations- und Kommunikationsverhalten der Menschen untersucht, sehr schnell feststellen, dass dieses im politischen Bereich neben den eigenen thematischen Interessen auch durch lokale und regionale Interessen bestimmt wird. Man kann somit Kommunikationsräume finden, die in ihrer Größe auch den unterschiedlichen politischen Ebenen entsprechen: Kommunen, Landkreise/Kulturräume, Bundesländer, Deutschland und Europa. Doch gibt es auf den jeweiligen (Demokratie-) Ebenen tatsächlich ein Medienangebot, das „sicherstellt, dass die Vielfalt der bestehenden Meinungen ... in möglicher Breite und Vollständigkeit Ausdruck“ findet, wie es das Bundesverfassungsgericht 2007 gefordert hat? Ist zudem gewährleistet, „dass die in einer Gesellschaft verfügbaren Informationen, Erfahrungen, Werthaltungen und Verhaltensmuster abgebildet werden“?

Regional dominiert zumeist eine Tageszeitung, die lokale und regionale Berichterstattung betreibt. Auf Landesebene haben die Tageszeitungen ihre Verbreitungsgebiete häufig zwischen sich aufgeteilt. Auch die öffentlich-rechtlichen Sender bieten zumeist nur ein Abbild politischer Entscheidungen und Meinungen. Die größte Vielzahl an Angeboten ist sicherlich auf Bundesebene zu erkennen. Hier hat man eine große Auswahl – Radio, Fernsehen, Onlinemedien, Tageszeitungen, Magazine, Zeitschriften. Originäre Themen und Betrachtungsweisen sind zwar vorhanden, aber dem Druck des Mainstreams und des Tagesgesprächs können sich Redaktionen offenbar nur selten entziehen. Insbesondere die verbliebenen Nachrichtenagenturen spielen eine extrem wichtige Rolle in der Nachrichtenggebung. Vieles wird von ihnen übernommen. Sicher, es gibt – viele thematische, weniger regionale – alternative Plattformen und Blogs. Doch gesellschaftlich relevant werden diese zumeist nur dann, wenn etablierte Medien ihre Themen aufgreifen.

Wenn man all die Angebote zusammennimmt, sieht man eine große Vielzahl. Doch aus dieser Vielzahl entsteht nicht automatisch eine Vielfalt. Zudem sind viele Angebote nicht unabhängig von politischen und/oder ökonomischen Interessen.

Medienpolitik ist in den letzten 20 Jahren immer komplexer geworden. Sie beinhaltet heute weit mehr als sich mit Radio- und Fernsehprogrammen, Übertragungsfrequenzen und Werbefinanzierung zu beschäftigen. Man muss sich der Kartell- und Konzentrationsrecht sowie Filmförderung annehmen. Es geht um Fragen des Datenschutzes, der Netzneutralität, des Urheberrechts sowie der Arbeit der Verwertungsgesellschaften. Man muss erkennen, welche branchenfremden Konzerne mit welchen Geschäftsmodellen in den Medienbereich einsteigen wollen und wie sich das Kommunikationsverhalten der Menschen durch neue Geräte und soziale Netzwerke verändert. Zudem versucht eine wachsende PR-Industrie Nachrichten und Beiträge ihrer Auftraggeber aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft gezielt zu platzieren, um so gesellschaftliche Meinung zu machen.

Auch muss man berücksichtigen, inwieweit die Produktionsprozesse die journalistischen Ergebnisse bestimmen, inwieweit noch Faktenchecks und tiefgehende Recherche möglich sind. Um die Tiefe und Qualität der Informationen sowie Hintergründe von Meinungsverschiedenheiten in einer Weise aufzuarbeiten, die ihrer Komplexität gerecht wird, bedarf es ausreichender Ressourcen. Je schwieriger, komplexer also eine Frage ist, umso notwendiger ist die inhaltliche Aufbereitung – und zwar – in der Vielfalt der in der Gesellschaft bestehenden Wertungen, Erfahrungen. Nur so kann man dem Postulat der Vielfaltssicherung Rechnung tragen. Doch in vielen Redaktionen wird seit Jahren Personal abgebaut, weil man „sparen“ muss. Neue Möglichkeiten des Datenjournalismus werden selten genutzt, Datenbanken zur Unterstützung schneller Recherche, wie z.B. Lobbyregister werden nicht aufgebaut. Und so können die meisten Sender und Redaktionen oftmals nur ein Abbild von PR-Informationen liefern. Dies geht bis in die unter hohem Zeitdruck und mit hoher Schlagzahl erstellten Nachrichtensendungen hinein. Relevante, selbst erstellte bzw. recherchierte Informationen und Beiträge laufen zumeist in Magazinen – zumeist zu späten Zeiten und nur einmalig, so dass sie nur ein wesentlich kleineres Publikum erreichen.

Nur wer dies berücksichtigt, kann auch relevante Vorschläge erarbeiten, wie ein Angebot geschaffen und erhalten werden kann, das unabhängig von den Interessen Dritter, sei es ökonomischer oder politischer Art, ist. Das könnte u.a. der öffentlich-rechtliche Rundfunk sein, es könnten aber auch neue, unabhängige Alternativen geschaffen werden. Wenn man dies vorantreiben will, reicht es nicht aus, nur in den Aufsichtsgremien öffentlich-rechtlicher bzw. privater Medien zu sitzen. Auch eine gelegentliche Thematisierung medienpolitischer Fragen in den Parlamenten reicht nicht aus.

Sicher, ARD, ZDF und Deutschlandradio müssen die Transparenz verbessern. Jede Beitragszahlerin/ jeder Beitragszahler hat einen Anspruch darauf, zu wissen, was mit ihrem/seinem Geld geschieht, welche Sendung für welche Summen gekauft und produziert wird. Das wäre der erste, notwendige Schritt, um die Sender zu reformieren. In einem zweiten Schritt muss der öffentlich-rechtliche Rundfunk in die Gesellschaft „zurückgekoppelt“ werden. Schließlich wird immer wieder festgestellt, dass die Sender nur selten auf fundierte und substantiierte Kritik reagieren. Wie eine öffentliche Debatte befördert werden kann, zeigen die Diskussionen um die Berichte der Datenschützer bzw. Rechnungshöfe. Jede Bürgerin und jeder Bürger sollte also die Möglichkeit haben, sich an eine entsprechende „Institution“ („Medienombudsmann“) zu wenden, die sich sowohl im Medienbereich als auch bei den öffentlich-rechtlichen Sendern auskennt. Wenn diese Institution ihre Anfragen und Berichte öffentlich macht, die Sender sowie die Gremien dazu Stellung nehmen müssten, würde dies der öffentlichen Debatte eine neue Qualität geben.

Daneben gilt es auch, Alternativen zu befördern. Warum sollen nicht auch ein Teil der Beitragsgelder von über 8 Milliarden Euro für unabhängige Medienangebote, wie Blogs und freie Radios, eingesetzt werden, wenn diese öffentlich-rechtliche Standards erfüllen? Allerdings sollte man immer dabei berücksichtigen, dass selbst ein flächendeckendes Netzwerk alternativer Medien nicht ausreicht. Denn die Nachrichtenagenturen, die großen Sender, Plattformen und Medienunternehmen existieren weiter. Zudem sind beim heutigen Stand gesellschaftlicher Arbeitsteilung sowohl Erkenntnis als auch Kommunikationsprozesse effektiv nur in gesellschaftlich organisierter Form – also nicht losgelöst und vereinzelt – realisierbar.

Medienpolitik, die gesellschaftliche Gestaltung und Veränderung zum Ziel hat, darf neben den Detailanalysen nicht die Grundlagenanalyse fast völlig vergessen. Schließlich tragen Medien wesentlich zur Meinungs- und Willensbildung bei. Die nächsten Jahre werden durch eine wachsende Anzahl personalisierter Angebote bestimmt sein. Und so steht die Medienpolitik vor der Frage, wie sie einerseits die aktuellen Probleme löst, andererseits unter diesen Bedingungen den Rückzug in „Filterblasen“ verhindert, Manipulationen „aushebelt“ und gesellschaftliche Kommunikation ermöglicht. Die Ansprüche und Anforderungen an die Medienpolitik werden also nicht geringer.

Dresden, 11.10.2015