

Wolfgang Hagen

Die Rolle der „Neuen Medien“ in der parlamentarischen Demokratie<sup>1</sup>

Sehr verehrte Damen und Herren, - in der mir gegebenen Zeit kann ich bei diesem wahrhaft komplexen Thema des Verhältnisses von Politik und Medien nur ein paar kurze Spiegelstriche in die Debatte einbringen;

– Eine kurze Definition von “Social Media”: Digitale Medien (Youtube, Instagram, Twitter oder Facebook) ermöglichen Nutzern, mediale Inhalte einzeln oder in Gemeinschaft zu erstellen. Effekte: Selbstverstärkende Filterblasen und Echokammern, insofern strukturell gegeneinander abgeschlossene Teil-Öffentlichkeiten ausgebildet werden. Verstärkt durch die Gewichtungsfunktionen der Suchmaschinen (“Google”), die auf Popularisierung des ohnehin Populären eingerichtet sind, fern ab jeder Prüfung von Wahrheitsgehalten.

– Das so genannte Riepl'sche Gesetz der Medien besagt, dass kein gesellschaftlich etabliertes Medium der Information von anderen, die im Laufe der Zeit hinzutreten, vollkommen ersetzt oder verdrängt wird. Das heisst für den gegebenen Fall: Die neuen sozialen Medien verschränken sich mit den alten Massenmedien Print, Fernsehen und Radio. Die klassischen Massenmedien und ihr klassischer Journalismus reagieren teilweise gereizt. Zumal sie, in dieser Form zu ersten Mal, frontal angegriffen werden. Beispiel die Spiegel-Online Redakteurin Carolin Mohr und Innenminister Thomas de Maizière.

– “Carolin Mohr: Natürlich, offiziell bin ich ‘da oben’, weil ich gehöre zur ‘Lügenpresse’. Frage: Fühlst Du Dich gut dabei? Mohr: Bei der Lügenpresse zu sein? Ich finde diese Auseinandersetzung wahnsinnig schwierig, wahnsinnig frustrierend und ermüdend, und traurig, das jeden Tag zu lesen. [...] Frage: Vertrauensverlust, das betrifft ja nicht nur Sie, als Politiker, sondern auch uns, die Journalisten. Thomas de Maizière: Ja, das ist so. Aber, ehrlich gesagt, da ist mein Mitleid begrenzt! Wenn Medien sich als vierte Gewalt aufspielen, und sich gerieren als Zensor der Gesellschaft, ständig über uns Politiker ihre Meinung äußern - was in Ordnung ist -, dann dürfen Sie sich nicht wundern, dass sie auch wie Politiker behandelt werden und genauso bewertet werden. Da finde ich nur manchmal, dass Journalisten, sagen wir, mimosenhafter sind im Aushalten von Kritik als wir Politiker.”<sup>2</sup>

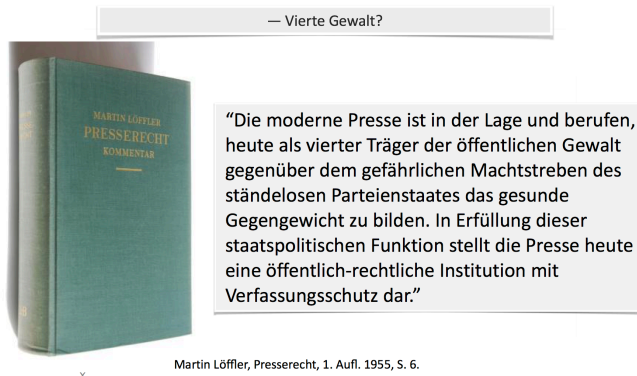
Diese Einlassungen sind durchaus bemerkenswert:

Ein gewisses Lächeln geht über sein Gesicht: Wenn Medien sich als Vierte Gewalt aufspielen

– “Vierte Gewalt”. Bilden die Medien eine Vierte Gewalt im Staat?

---

<sup>1</sup> Conference, Deutsche Sektion der Internationalen Juristen-Kommission e.V., 23.6. Berlin, Bundestag



Strittig von Anfang an, ist die Quelle der These von der Vierten Gewalt sicherlich der Presserechts-Kommentar von Martin Löffler 1955. Sie lesen: die Presse sei “Trägerin einer öffentlichen«, eben einer ›Vierten Gewalt‹ mit Verfassungsrang.”<sup>3</sup> Seither behaupten Kohorten von Kommunikations- und

Medienwissenschaftler, ja sogar gestandene Soziologen wie z.B. der Luhmann-Schüler Dirk Baecker, “Montesquieu sprach im 18. Jahrhundert im Rahmen seiner Lehre von der politischen Gewaltenteilung erstmals von den drei Gewalten. Der Artikel 20 unseres Grundgesetzes unterstreicht ihren Verfassungsrang. Die vierte Gewalt hingegen, die öffentliche Meinung oder die Massenmedien, werden im Grundgesetz nur im Artikel 5 erwähnt, nämlich dort, wo von der Freiheit der Presse die Rede ist.”

Aber nein, das werden sie nicht! Hier im Kreise von Juristen: - wem sage ich das. Es ist vielmehr erstaunlich, wie lange sich hier die Irrtümer halten. In Artikel 5 wird allein eine objektiv-rechtliche “Gewährleistung” der Pressefreiheit garantiert, d.h. Presse-Einrichtungen sind in besonderer Weise geschützt, weil ihr Beitrag an der Entwicklung der Öffentlichkeit, d.h. für die freie Meinungsbildung des Einzelnen essentiell ist. Aus dieser grundgesetzlich geschützten Lage folgt aber keineswegs, dass von der Presse oder von Journalisten eine Gewalt oder besondere Weisungsrechte gegenüber dritten ausgeht.

Insofern muss man hier de Maiziere ausdrücklich Recht geben: Presse und Medien als vierte Gewalt zu verstehen, das ist aus juristischer und gesellschaftspolitischer Sicht eine Anmaßung, das ist ein Sich-Aufspielen. Artikel 20 ist hier eindeutig. Es gibt nirgendwo in unserer Verfassung oder in den Landes- oder Bundesgesetzen die Einrichtung einer publizistischen Vierten Gewalt. Medien haben keine staatlich legitimierte Erziehungs- und Bevormundungs-Funktion.

Und deshalb ist es denn dann doch auch falsch, was im so genannten “Hambacher Appell” von 2007 steht, von den Zeitungsverlegern und der DJV unterschrieben: “Aufgabe der Presse ist es, ungehindert und umfassend über Ereignisse und Entwicklungen zu berichten, diese zu dokumentieren und überall dort Anklage zu erheben, wo Unrecht geschieht. Damit üben die Medien gegenüber staatlichen und nicht staatlichen Institutionen eine wichtige Kontrollfunktion aus.”

<sup>3</sup> in: Wagner, Hans (2007): Vom Gespenst, das als ›Vierte Gewalt‹ erscheint - Bemerkungen zu einer Demokratiegefährdung, die sich als ihr Gegenteil ausgibt, ZfP Zeitschrift für Politik Jahrgang 54 () Heft 3, 324-351, , 332

Gerade das Lächeln des Bundesinnenministers hat nicht verdecken können, wie ihm der aggressive und oft übermäßig personenfixierte Umgang großer Teile der Medien nahegeht, ein Umgang und ein Angang, der, wenn es um Repräsentanten der Parteien oder Regierung geht, stets auf dem Sprung zu sein scheint, den nächsten Skandal der Aufdeckung einer Fehlhandlung zu wittern. Im Missverständnis als Vierte Gewalt werden Medien hier selbst, im Sinne Matthias Kepplingers Studie, zum Teil eines "Mechanismus der Skandalisierung", den sie fortgesetzt selbst initiieren. Das klingt dann so, als würde in jedem Interview stets die Tendenz zur "Enthüllung und Entrüstung" mitschwingen, wie sie schon vor Jahren Karl Otto Hondrich kritisch beschrieben hat.

Damit ich nicht mißverstanden werde: Niemand kann nicht auf der Seite des Medienwissenschaftlers und Kollegen Bernhard Pörksen stehen, der zwar auch jede sensationistische Skandalisierungs-Arroganz kritisiert, andererseits aber festhält, dass "das demokratiethoretisch bedeutsame Ideal eines unerschrockenen, unbequemen Journalismus" unverzichtbar bleibt und einen Diskurs ermöglicht, "der sich nicht scheut, das Udenkbare zu denken und das Unerwünschte und Nicht-für-möglich-Gehaltene öffentlich zu machen." Man denke in diesem Zusammenhang nur an die Aufdeckung der Missbrauchs-Vorgänge in der Odenwaldschule oder in einigen Diözesen der katholischen Kirche. Investigativer Journalismus aber ist kein Kontroll-Diskurs, sondern vor allem kritisch zu sich selbst.

– Lügenpresse! Diese Tirade schallt uns besonders aus der populistischen und rechts-nationalen Social-Media der Pegidagruppen und AFD Sympathisanten entgegen. An diesem Begriff kann man den Funktionswechsel der Öffentlichkeit durch die Sozialen Medien sehr gut beobachten.

Denn "Lügenpresse" ist alles andere als neu, Erfinder war nicht Nazi Propaganda der frühen Dreißigerjahre, obwohl Goebbels reichlich davon Gebrauch machte. Wir finden ihn als aggressive Parole bereits in den 1840er Jahren. Einen genauen Zeitpunkt kann man schon deswegen nicht ausmachen, weil noch im 17ten Jahrhundert die Zeitung insgesamt als ein zutiefst suspektes Organ galt, weitgehend ohne Korrespondenten und Redakteure arbeitend, reine Anzeigenblätter eben, bestückt von den sogenannten "Bulletinisten".

So schreibt es Moritz Trenck von Tonder 1790: "Ein hungriger Neuigkeiten-Sammler, der in der Stadt in alle Kaffeehäuser läuft, [...] der die Sagen des Volkes aufklaubt, sie mit bedeutenden Worten in einen Brief einzwängt und hernach alle Wochen zweimal für drei Dukaten monatlich an die Zeitungsschreiber verschickt." „Die Bulletinisten, diese politischen Wiesel, erfinden Lügen und schicken sie für zwei Gulden monatlich an die

Zeitungsverfasser. [...] Charlatane der Politik."<sup>4</sup>. Schon um 1820 bekommt Goethe täglich die Weimarer Zeitung auf den Tisch, aber wegen ihrer Unzuverlässigkeit liest er lieber "Les Temps".

Um 1900 erscheinen 3.500 deutsche Tageszeitungen, zehnmal mehr als heute. Sie erscheinen an 1.884 Verlagsorten im deutschen Reich. 70 Zeitungen haben zwei Tagesausgaben und 20 bis zu sechs. Bis 1933 sind gut ein Dritte aller Zeitungen ausgewiesene "Parteiblätter", also durch und durch von einer politischen Richtung geprägt, – allein die Sozialdemokratie besaß oder beeinflusste um die Jahrhundertwende etwa 100 eigenständige Tageszeitungen. Der sozialdemokratische "Vorwärts", die Zentrums-nahe "Kölnische Volkszeitung", die liberale "Vossische Zeitung" und die konservative „Kreuzzeitung“ bezichtigten sich gern und oft der Lüge, zudem aber war von "Lügenpresse" zu Zeiten des Ersten Weltkrieges insbesondere in Bezug auf englische Tagesblätter die Rede, die in ihren Schlagzeilen gleichermasser Kriegspropaganda betrieben.

Da liegt der wesentliche Unterschied: Damals nannte die eine Zeitung die andere eine 'Lügenpresse', und auch bei einem in seiner Ethik so klaren Republikaner wie Kurt Tucholsky findet sich diese Wortwahl. Heute jedoch wird der massenmediale, also der klassische Journalismus insgesamt mit dieser Vokabel denunziert, und zwar nicht über Social Media allein, sondern auch auf offener Strasse.

Dass und wie ein Begriff wie die "Lügenpresse" heute ein ganzes Diskurs-System medialer Berichterstattungen adressiert, ist derzeit besonders gut in den USA zu

"Fake News", "Media Fascism"



x

verfolgen, wo bekanntlich Präsident Trump und sein mediales Gefolge mit Vokabeln wie "Fake News", "Media Fascism" oder "Liberal Media" alle großen Nachrichtenkanäle ausser FoxNews, also CNN, NBC, ABC und CBS, sowie die Washington Post und die New York Times pauschal herabsetzt. Auch hier kommt der Antrieb der Diskreditierung aus den

sozialen Medien, die bekanntlich Trump nahezu täglich selbst befeuert, mit fast 50 Millionen direkten Followern, die jeden Morgen das zu Gesicht bekommen, was dem Präsidenten in der Nacht eingefallen ist.

<sup>4</sup> in: Groth, Otto (1928): Die Zeitung - Ein System der Zeitungskunde (JOURNALISTIK) Bd. 01, Mannheim:Bensheimer, 32.



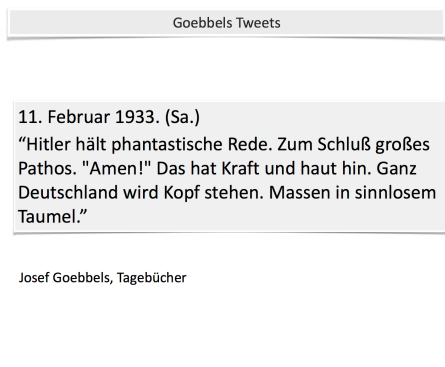
Hier kommt nun ein weiterer Spiegelstrich in Sachen Social Media zu Zuge, den man



den strukturell immanenten Populismus der Kurzpointen-Sprache nennen möchte. Alles in Social Media ist ohnehin auf Kürze angelegt. Umso mehr kommt die Begrenzung von Twitter auf 140 Zeichen pro Tweed einem populistischen Diskurs, wie ihn Trump verfolgt, unmittelbar entgegen. Es sind im wesentlichen nur verkürzte,

unvollständige Hauptsätze, Nominative ohne Artikel, oft ohne Verben, propagandistische Parolen gewürzt mit alltagssprachlichen Deftigkeiten, suggestive Unterstellungen und Beschimpfungsvokabeln. Das fördert diskursstrukturell in populistische Ideologien, die sich, wie im Fall Trump, um keinerlei innere Logik mehr bemühen müssen, geschweige denn um den Wahrheitsgehalt der Aussage.

Bei Goebbels war das ähnlich. Schauen Sie in die Tausende von Seiten Tagebücher



des Nazi-Propanda-Ministers, um deren Erhalt er sich ja wie um nichts sonst gekümmert hat. Nur Hauptsätze! Oft für die Betonung verkürzt ohne Verb, Attribut oder Artikel. Die folgenden 140 Zeichen: "Hitler hält phantastische Rede. [...] Zum Schluß großes Pathos. "Amen!" Das hat Kraft und haut hin. Ganz Deutschland wird Kopf stehen.

Massen in sinnlosem Taumel."<sup>5</sup> hätten auch genauso als Twitter-Tweed funktioniert, hätte es das Medium damals schon gegeben.



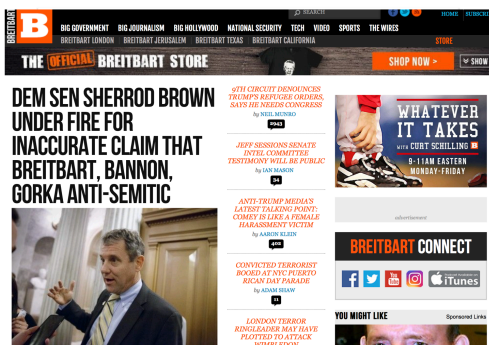
Mit Twitter Tweets hält der Präsident der Vereinigten Staaten derzeit wie mit kleinen in sich geschlossen Filterbläschen aus verkürzten Hauptsätze seine Clientel zusammen, die ihn demokratisch gewählt hat, obwohl, was er sagt, von

Widersprüchen und Unsinnigkeiten nur so strotzt, wie jüngst im Fall der Kohle-Industrie oder des Austritts aus dem Pariser Klimaabkommen. Der mediale Kanal Twitter ist, politisch so eingesetzt, proto-populistisch.



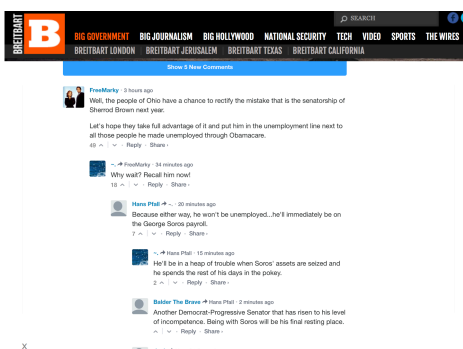
. Im normalen Leben spielt das keine Rolle, sondern kann vielmehr, wie bei meinem Lieblings Twitterer “Nein Quarterly”, ausgesprochen poetische und komödiantische Wirkungen erzielen; wie bei seinem Tweet von vor ein paar Tagen, als er offenbar wieder mal ein Buch von Susan Sontag in die Hand genommen hatte, und gleich darauf twitterte

“Thank Susan it's Sontag.” Im Fall Trump aber vergeht einem das Lachen, weil hier ja auch ein erklärter Angriff auf den “Deep State” gefahren wird und damit ein Angriff auf das präsidential-konstitutive parlamentarische System Washingtons mit dem erklärten Ziel seiner Schwächung.



Dass das die Strategie der Trump-Twitter ist, das wissen wir aus der Social Media Quelle Breitbart News des Steve Bannon. Inzwischen sitzen neben ihm im Weissen Haus zwei weitere Ex-Mitarbeiter dieses ultra-rechten Nachrichtenportals, die rechtskonservative Julia Hahn und der ausgewiesene Muslimen-Hasser Sebastian Gorka. Drei notorische

Verschörungstheoretiker sind hier Spitzenberater Trumps und lassen keinen Zweifel daran aufkommen, dass die politische Reise dieser Präsidentschaft in Richtung eines kruden nationalistischer Ökonomie-Kurses geht, mit dem erklärten Ziel, eine disruptive Entwicklung in Gang zu setzen, um aus den Erschütterungen, die dabei entstehen, in irgendeiner Form Kapital zu schlagen, in Richtung auf die Entwicklung eines autoritären neokonservativen Systems.



Mir geht es hier nicht um die Ideologiekritik dieser drei Vertreter der sogenannten “Alt Right” - Bewegung, die es geschafft haben, über Social Media Medien in das Zentrum der amerikanischen Macht vorzustoßen. Mir

geht es darum klar zu machen, wie der Erfolgsweg lief. Nämlich dass hier, abgeschieden von den klassischen Journalismus-Medien, die Webseite Breitbart mit ihren hunderttausenden von aktiven rechten Anhängern schon seit Jahren eine eigene selbstverstärkende Echokammer herausgebildet hatte. Breitbart beschäftigte sich vor zehn Jahren noch allein mit Gossip und Celebrity Stories aus Hollywood. Breitbart kommt aus Hollywood und wurde erst politisiert und in die rechte "Alt Right"- Ecke positioniert durch die massive Kommentierung ihre Nutzerinnen und Nutzer. Hier hat sich dann Trump ganz gezielt seine Unterstützung geholt.

Das USA Beispiel, dass wir derzeit studieren können, zeigt einen weiteren wichtigen Aspekt der politischen Wirkung der Social Media in parlamentarischen Systemen. Dieser Aspekt lässt sich in dem einfachen Satz zusammenfassen:

Social Media alleine entfaltet keine politische Wirkung, sondern muss sich verschränken mit klassischen Medien, mit den etablierten und den "alten" Massen-Medien. Und zwar auf doppelte Weise: Zu seiner politischen Wirkung muss Social Media positiv unterstützt werden von Massenmedien, die ihrerseits polarisieren und den Medienmarkt spalten. Sie müssen sich für die einzig wahren Medien erklären, in den Rest für Abschaum, so wie ein Trump-Tweet. Den Rest besorgt dann der angegriffenen Teil im Medien durch seine Selbstverteidigung und die Skandalisierung der Angriffe.

Was Trumps USA betrifft, so sind es zwei verstärkende und zugleich spaltende Massenmedien, die sich hier verschränkt haben.

- Das überwiegend rechtskonservativen Talk Radio mit inzwischen über 3500 Stationen in den USA;
- Und der auf Spaltung und disruptiven Anti-Journalismus ausgerichtete, rechtskonservative Nachrichtensender "Fox-News";

Nur kurz zur Erläuterung: Gegen Ende der Ära Reagan, 1987, strich die Federal Communication Commission, die FCC, also die Aufsichtsbehörde der amerikanischen Medien, eine Regelung ersatzlos, die sechzig Jahre lang Besitzer von Rundfunkstationen in den USA verpflichtet hatte, bei der Berichterstattung über kontroverse Themen Ausgewogenheit walten zu lassen. Im neoliberalen Wahn wurde diese so genannte „Fairness Doctrine“ kassiert, weil Rundfunk-Stationen dadurch nahezu unverkäuflich seien. Bernie Sanders hat für die Wiedereinführung dieser Doktrin gekämpft, Hillary Clinton nie.

Ergebnis in den USA:

zwei Jahre nach dem Fall dieser Doktrin entstand ein eklatantes Unfairnis-Radio in Form eines rechten Talk-Radio, in dem von Anfang an über Frauen und Afroamerikaner, Linke und Liberale, Klima-Wissenschaftler und Schwulen-Ehe-Befürworter nach Belieben

Rush Limbaugh - US Radio Talk Host, (20% Marktanteil)

Rush Limbaugh: 35 "Undeniable truths of life"

- 1. "There is a distinct singular American culture—rugged individualism and self-reliance—which made America great."  
[...]
- 8. "The most beautiful thing about a tree is what you do with it after you cut it down."  
[...]
- 24. "Feminism was established as to allow unattractive women easier access to the mainstream of society."



hergezogen und einer doktrinär versimpelten Sprache freien Lauf gelassen wurde. Das alles angeführt vom Talk-Host Rush Limbaugh, heute mit einem Jahreseinkommen von 100 Millionen Dollar der erfolgreichste US-Radio-Talker. "Feminism was established as to allow unattractive women easier

access to the mainstream of society." Die Zuhörerschaft: Weiss, Männer, angelsächsisch, im Schnitt über 50, eher untere Mittelschicht, – das Kernpotenzial der Wählerschaft von Donald Trump.

Sean Hannity - Radio Talk Host und Fox News Star



Zweit-erfolgreichster Radio-Talker in den USA ist Sean Hannity. Zugleich ist er das Aushängeschild des 1996 gegründeten Fox News Fernsehkanal von Rupert Murdoch. Hannity war einer der wichtigen massenmedialen Unterstützer in Trumps Wahlkampf und in seinen hass-erfüllten Kommentar-Monologen, deren

Kernsätze auf Schrifftafeln ins Bild eingeblendet werden, ist er komplett Twitter konform.

In Sean Hannity's täglicher Show auf Fox News vereinen sich also die verschiedenen Stränge des medialen Supports für den neuen radikalen Populisten im Weißen Haus: Breitbart, die Webseite, Trumps eigener Twitter Kanal mit Millionen Gefolge und das mit stabilen 20 Prozent reichweitenstarke Talk Radio des Rush Limbaugh und seiner inzwischen über hundert Adepten, die landesweit über 3 Tausend Talk-Radio-Stationen betreiben.

Skandalisierungs - Promotion



Den Rest besorgt der Spaltungs-Effekt der Massenmedien selbst. Weil sich die angegriffenen Medien im feindselig gespaltenen Medienmarkt, also CNN, ABC, CBS, New York Times usw. wehren, proliferieren sie die Parolen der

Alt-Right Social Media in ihrer Skandalisierung nur weiter.

Aus den aktuellen amerikanischen Entwicklungen kann man also zwei wichtige Schlüsse ziehen:

Erstens: Eine ausschließlich auf Soziale Medien gestützte politische Bewegung hat eher nur einen begrenzten Erfolg. Anders sieht es mit den möglichen Langzeitwirkungen aus, die von diesen neuen Social Media Kanälen auf die öffentliche Meinungsbildung ausgehen. Noch haben AFD und Pegida keinen eigenen massenmedialen Kanal und keine eigene Zeitung, die nennenswerte Reichweiten entfalten könnte. Aber das Diskursfeld dafür ist schon bereitet; es gibt bereits eine Frontstellung der Social Media Diskurse gegen den etablierten Journalismus. Es gibt den Diskurs der Spaltung.

Kritisch würde die Entwicklung dann, wenn die strukturelle Differenz zwischen Social Media und den klassischen Medien als eine feindselige Spaltung innerhalb des klassischen Medienmarktes eingebracht wird; wenn also die proto-populistischen Verkürzungen aus den Filterblasen sich mit einer klassischen Hasspropaganda in der Domäne der Massenmedien und des Journalismus verbinden.

Deshalb ist die gesetzliche Verpflichtung zur Fairness so wichtig, d. h. die gesetzliche Pflicht zur Objektivität und Unparteilichkeit der Berichterstattung, wie sie unsere Rundfunkgesetze vorgeben. Eine wehrhafte Demokratie braucht Gesetze zur Sicherung der Meinungsvielfalt sowie zur Ausgewogenheit der Angebote. Sie fallen zu lassen, hat den USA geschadet und ihre demokratischen Institutionen in Gefahr gebracht. Ohne ein Mindestmaß an Fairness, können sich in medienbasierten Demokratien innerhalb weniger Jahrzehnte, wie die Entwicklungen zeigen, unwägbare Verhältnisse herausbilden. Ein völlig de-regulierter Medienmarkt, wie er nach 1987 und dem Telecommunications Act von 1996 in den USA entstanden ist, führt zu keinerlei marktgetriebenem Ausgleich von Interessen, sondern wegen der möglichen Verschränkungen mit obskuren Filterblasen aus Social Media Quellen, schnell zu möglicherweise tiefen Zerrüttungen innerhalb die publizistische Kultur eines demokratischen Staates und erschwert demokratische Prozesse. Jede ungesühnte Entfaltung von purer Hass-Propaganda gleich welcher Couleur verunmöglicht zivile gesellschaftliche Auseinandersetzungen und befördert populistische Strömungen.

Social Media also solche muss nicht reguliert werden; sie ist durch die Meinungsfreiheit gedeckt und durch einschlägige Gesetze begrenzt. Bestehende Schutzvorschriften allerdings durchzusetzen, ist bekanntlich nicht leicht. Es gehört ja mit zu den Schwächen der amerikanischen Demokratie-Kultur, die seit den 1990er Jahren sichtbar ist alle Bemühungen der Auflösung digitaler Monopole im Sinne eines neuen "Sherman-Acts" per Präsidial-Dekret unterbunden wurden. Um Schutzvorschriften durchzusetzen und um

Soziale Medien insgesamt um ein Vielfaches sozialer zu machen, wäre ein Anti-Trust-Gesetz nötig, ein Wettbewerbs-Ermöglichungs-Gesetz, so wie es in den USA um die Jahrhundertwende 1900 geschaffen wurde, um die Monopole im Öl, im Stahl und in der Eisenbahn zu beenden, heute in Sachen Google, Facebook und auch Amazon zum Nutzen auch der restlichen Welt. Darauf könnte und müsste die EU-Kommission viel mehr drängen als sie es tut.

Die Entwicklung in den USA lehrt, dass Internet-Medien wie Twitter und Facebook, so hilfreich sie bei der Ausbildung von Teil-Öffentlichkeiten sind und so sehr sie auch Teilhabe an der politischen Meinungsbildung bieten, zugleich aus sich heraus gleichermaßen eine Tendenz zur Unfairness mit sich bringen. Nur in idealisierenden Beschreibungen von Netzaktivisten – und spiegelgetreu in der Unternehmensideologie eines Mark Zuckerberg – entfalten sich im Internet Partizipation und Demokratie besser als in den traditionellen Institutionen. In der realen Welt werden Internet-User durch die Nachteile selbstreferentieller Echokammern ebenso eingeschränkt wie durch werbegetriebene und monopolisierte Plattformen. [Die Sozialen Netzwerke vermitteln schon deshalb nicht zwischen verschiedenen Lebenssphären in der Gesellschaft, weil es für sie gar keinen offenen Markt gibt. Ihre auf Werbeeinnahmen hin optimierten Steuerungsalgorithmen unterstützen vermittelnde Absichten über die eigenen Grenzen hinaus nicht. Immer wieder bilden sich für die meisten individuellen Nutzer nur eine Teilansicht des gegebenen Meinungs- und Verhaltensspektrums.]

Neben den dringenden Notwendigkeit, auf europäischer Ebene auf Ent-Monopolisierung der Social Media Konzerne zu drängen, ergeben sich aus diesen Überlegungen abschließend zwei Folgerungen:

Da inzwischen, ganz zweifellos, aber unter prekären Bedingungen, ein wichtiger Teil der politischen Meinungsbildung auch über Plattformen und Social Media läuft, müssen sich öffentlich-rechtliche Medien hier viel klarer positionieren und mehr Präsenz zeigen und in angemessener Weise ihre klassischen Inhalte mit neuen Formaten und Aktivitäten auf Facebook, Twitter und YouTube verschränken. Hier sind die Länder in richtiger Weise mit der Beauftragung des Jungen Angebots "Funk" voran gegangen.

Die zweite Folgerung führt mich noch einmal zurück zu de Maiziere und der Lügenpresse. Wenn sich öffentlich-rechtliche oder private Medien, Zeitungsmacher oder Polit-Talk-Moderatorinnen, Maibret Illner oder Jakob Augstein als Vertreterinnen einer Vierten Gewalt gerieren, und in ihren Befrage-Formaten kaum Diskussionen aufkommen lassen, dann reagieren sie möglicherweise schon auf eine existenzbedrohende Krise, die ich so aber, zumindestens von Social Media ausgehend, nicht erkennen kann. Statt noch eine personalisierende Infotainment-Talkshow mehr, sollten zumindest die Systeme, die

Gebührengeld beziehen, sich umso mehr um den Teil der Bevölkerung kümmern, der sich durch den Globalisierungs- und Digitalisierungsschub abgehängt fühlt, mit einem Realeinkommen in der Tasche von kaum mehr als vor 20 Jahren. Diese Menschen, nicht alle, aber viele, nutzen soziale Medien, weil sie ja weiter nichts kosten als die Flatrate sowieso. Hier wächst, mutatis mutandis, die Wählerschaft eines deutschen Trump heran, für den, wie wir gesehen haben, Social media ein ideales Feld bietet, für einen inhaltlich antiquierten, aber formal ziemlich innovativen Propaganda Populismus.