

Ulrich Sarcinelli

Medien und Politik in der Glaubwürdigkeitskrise. Zwischen „Lügenpresse“, Kampagnenjournalismus und Aufklärung

2017

<https://doi.org/10.25969/mediarep/1535>

Veröffentlichungsversion / published version

Sammelbandbeitrag / collection article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Sarcinelli, Ulrich: Medien und Politik in der Glaubwürdigkeitskrise. Zwischen „Lügenpresse“, Kampagnenjournalismus und Aufklärung. In: Sandra Mauler, Heike Ortner, Ulrike Pfeiffenberger (Hg.): *Medien und Glaubwürdigkeit. Interdisziplinäre Perspektiven auf neue Herausforderungen im medialen Diskurs*. Innsbruck: Innsbruck University Press 2017 (Medien – Wissen – Bildung), S. 23–37. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/1535>.

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute, or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

Medien und Politik in der Glaubwürdigkeitskrise. Zwischen „Lügenpresse“, Kampagnenjournalismus und Aufklärung¹

Ulrich Sarcinelli

Zusammenfassung

Die Rede von der Glaubwürdigkeitskrise ist mit Blick auf Politik und Medien nicht neu. Krisen- debatten begleiteten bisher alle Medieninnovationen. Mit Totschlag-Begriffen wie „Lügenpresse“ stehen die Medien inzwischen aber unter dem Generalverdacht der Kumpanei mit der Politik. An- lässe dafür waren in den vergangenen Jahren zum einen die überwiegend unkritische Berichter- stattung in Deutschland über die Flüchtlingskrise und zum anderen der mehr als saloppe Umgang mit Fakten im Präsidentschaftswahlkampf in den USA. Verstärkt wird die Entwicklung vor allem noch dadurch, dass die Reichweite und Nutzung Sozialer Medien als Medium der Informations- und Meinungsbildung – unter Umgehung der Schleusenwärtfunktion des professionellen Jour- nalismus – zunimmt. Die Foren Gleichgesinnter wirken dabei nicht selten wie Echokammern zur Bestätigung der eigenen Meinung.

Einleitung

Glaubwürdigkeit, das ist eine relative Größe. Man kann sie nicht sehen, nicht schmecken und auch nicht riechen. Und doch braucht man sie. Auf immerhin rund drei Millionen Treffer bringt es der Begriff beim Googeln. Ist das viel? Reicht das? Bei „Glaubwürdigkeit der Medi- en“ wird es schon etwas bescheidener: ca. 600.000 und bei „Glaubwürdigkeit der Politik“ sind es dann nur noch gut 500.000. Nun kann man sich fragen, ob Google ein seriöses Messinstru- ment ist für Einschätzungen zur Glaubwürdigkeit von Medien und Politik; eine Art politische ‚Währung‘ im digitalen Zeitalter scheint mir der Suchmaschinenmonopolist aber allemal zu sein.

Keine Frage: Glaubwürdigkeit, verstanden als die Bereitschaft zu vertrauen ohne umfassend zu wissen, Glaubwürdigkeit im Sinne einer generalisierten Folgebereitschaft erweist sich als ein zentraler Mechanismus der *Reduktion von Komplexität* (vgl. Luhmann 1973). Ohne Glaubwür- digkeit geht es nicht. Sie dient uns als unverzichtbarer WahrnehmungsfILTER (vgl. Bentele 1988) bei der Aufnahme, Selektion und Bewertung von Informationen.

¹ Vortrag beim Medientag der Universität Innsbruck am 22.11.2016. Der Redecharakter wurde für diese Publikation nicht geändert.

Glaubwürdigkeit ist jedoch mehr als ein Instrument zur Mengenbewältigung. Kant sieht in *Wahrhaftigkeit* eine wichtige Bedingung von Glaubwürdigkeit. Der Großmeister der Aufklärungsphilosophie leitet dieses Prinzip aus der Naturrechtslehre ab, verbindet Glaubwürdigkeit also mit der Idee der wechselseitigen Anerkennung zwischen Gleichberechtigten (vgl. Kant 1977).

Kants Maßstab stellt eine hohe normative und prozedurale Hürde für die individuelle und mehr noch für die öffentliche Kommunikation dar. Das gilt umso mehr für Zeiten, in denen sich *die Medien* mit dem Generalvorwurf der „Lügenpresse“ konfrontiert sehen; für Zeiten auch, die inzwischen als „*postfaktisch*“ bezeichnet werden. Keine Frage, bei Glaubwürdigkeit haben wir es mit einem elementaren Mechanismus sozialer Beziehungen zu tun. Das betrifft uns als Bürger im Privaten. Ebenso lebt wirtschaftliches Handeln von Glaubwürdigkeit und mehr noch ist Glaubwürdigkeit ein hohes Gut für Medien und Politik – eine unverzichtbare *Legitimitätsresourc*e. Bei Glaubwürdigkeitsverlust, in einer Glaubwürdigkeitskrise, haben wir es demnach mit der tatsächlichen oder zumindest gefühlten Infragestellung von Wahrheitsansprüchen und von Anerkennungsverhältnissen zu tun.

Wahrheit und wechselseitige Anerkennung, das erinnert an Jürgen Habermas' regulative Idee vom „herrschaftsfreien Diskurs“ (Habermas). Politik und Medien sind dafür ein denkbar schwieriges Feld. Die moderne Informations- und Kommunikationstechnologie verspricht zwar geradezu beliebige Kommunikations-, Interventions- und Partizipationschancen: Bürger als allseits aktive Wesen – in Politik und Medien! Was technologisch möglich erscheint, dürfte sich auch in der Zukunft als eine *sozialromantische Verklärung der Wirklichkeit* erweisen; verbleiben wir doch durchweg mehr in der Rolle von Betroffenen als von Beteiligten, mehr in der Rolle von Rezipienten als von Produzenten. Denn in Abwandlung eines berühmten Satzes von Max Weber gilt nach wie vor: Wir leben – jedenfalls ganz überwiegend – weder ‚von der Politik‘ oder von den Medien, noch ‚für die Politik‘ oder für die Medien (vgl. Weber 1968). Das mag kein anthropologisches Gesetz sein. Ein lebenspraktischer Erfahrungsgrundsatz dürfte es allemal sein, trotz der medientechnologischen Verheißungen.

Man kann nicht über alles informiert und an allem beteiligt sein. Wir wollen es auch gar nicht. Deshalb funktioniert demokratische Politik auch nicht ohne ein Mindestmaß an Glaubwürdigkeitszumessung, nicht ohne Vertrauen in Personen, Institutionen und Verfahren; deshalb können Medien ohne Glaubwürdigkeit ihrem Aufklärungsauftrag nicht gerecht werden. Wo aber Vertrauen entzogen wird, wo Glaubwürdigkeit fehlt, sind Krisenerscheinungen die Folge.

Mediale Inszenierung – kein neues Thema

Und Krisen werden in den gesellschaftstheoretischen und politischen Debatten allenthalben beschworen. Nicht erst seit Colin Crouchs kleiner Studie zur „Postdemokratie“ (vgl. u.a. Crouch 2008) geht inzwischen – salopp gesprochen – ‚die Post ab‘, keineswegs nur im gelehrten Milieu. Von „postdemokratischen“ und „postparlamentarischen“ Verhältnissen ist die Rede; auch von „postmedialen“ Zeiten; das seien Zeiten, in denen sich der klassische Medienbegriff zusehends auflöse; Zeiten, in denen man vor dem Hintergrund eines erweiterten Medienverständnisses nach dem Status von Medien fragen müsse. – Die Österreichische Gesellschaft für Kommunikationswissenschaft hielt im November 2016 ihre Kommunikationswissenschaftlichen Tage (KWT) in Salzburg ab. Thema: „Postmediale Kommunikationskulturen“.

Kein Zweifel, die mediale Omnipräsenz, die *Totalmedialisierung* unserer Welt schafft neue kulturelle Selbstverständlichkeiten (vgl. Selke/Dittler 2010). Wir wissen es aus der Mediengeschichte. Neue Medien haben stets zu gesellschaftlichen, ökonomischen und politischen Verwerfungen geführt. Das galt schon für die Erfindung der Schrift, die, so Platons Befürchtung, das Vergessen fördere. Ebenso lösten das Aufkommen des Buchdrucks und der Massenpresse, die Verbreitung des Radios und die Einführung des Fernsehens als publikumsattraktive Medien vielfach Ängste und Hoffnungen aus. Die ‚schöne neue Welt‘ (Orwell) des Internet hat die Erwartungen und Befürchtungen noch einmal potenziert. Stets ging und geht es um Informationszugang und -verbreitung, um die Furcht vor Manipulation auch, vor Stimmungsmache und Täuschung, insgesamt also um die „gesellschaftliche(n) Konstruktion von Wirklichkeit“ (vgl. Berger/Luckmann 1969; Schulz 1976).

In dieser Hinsicht sind wir eigentlich schon lange sensibilisiert. Solange ich mich mit Fragen von Politikvermittlung, von politischer Kommunikation und mit Problemen demokratischer Legitimation beschäftige, spielt das Krisentheorem eine Rolle; angefangen bei Habermas’ geradezu legendär gewordenem „Strukturwandel der Öffentlichkeit“ (1971) über die „Legitimationsprobleme im Spätkapitalismus“ (Habermas 1975) bis hin zu den aktuellen Abgesängen auf die Demokratie.

Ich denke an die umfangreiche Literatur, die sich mit den Problemen der „Stimmungsdemokratie“ (vgl. bereits Oberreuter 1987; Sarcinelli 1987) beschäftigt hat und beschäftigt, mit Inszenierung, Symbolischer Politik, Politainment u.a.m.; zunächst mit Blick auf das Fernsehen, auf Talkshows und auf den politisch-medialen Unterhaltungsbetrieb; inzwischen zunehmend auf das Internet und auf die Sozialen Medien konzentriert.

Ist das alles aber wirklich neu? Eigentlich sind die Diskussionen über mediale Inszenierung und über „Rituale der Macht“ (Althoff/Stollberg-Rillingen 2008: 15), sind die Debatten über Wirklichkeitsdarstellung und Realitätstäuschung so alt wie die Beschäftigung mit Politik.

Ich erinnere an einen meiner Lieblingsklassiker. Zitat:

„Die Menschen urteilen im allgemeinen mehr nach dem, was sie mit den Augen sehen, als nach dem, was sie mit den Händen greifen... Jeder sieht, was du scheinst und nur wenige fühlen, was du bist ... Denn der Pöbel hält sich immer an den Schein; und in der Welt gibt es nur Pöbel“ (Machiavelli 1978 [1513]: 74).

Das ist keine Analyse zur Mediendemokratie, sondern eine mehr als 500 Jahre alte Beschreibung zur Staatskunst in der Tradition mittelalterlicher Fürstenspiegel. – Sie haben es längst erraten. Das Zitat stammt aus Niccolò Machiavellis Schrift „Il Principe“, Der Fürst.

Die Funktionslogik von Politik und Kommunikation, von Macht und Überredungskunst ohne den normativ-religiösen Ballast mittelalterlicher Herrschaftsbegründung zu denken, nüchtern und pragmatisch – das war und das bleibt das Moderne an diesem Klassiker neuzeitlichen Staatsdenkens, auch wenn wir heute dessen pessimistische Anthropologie nicht teilen mögen.

Auf dem Weg in postfaktische Zeiten

Auch bei dem neuesten Hype in der Krisenrhetorik stehen Medien und Politik im Fokus der Kritik. Ich meine die Rede vom „postfaktischen Zeitalter“. In Amerika spricht man schon seit einigen Jahren von „*Post-truth politics*“. – „Postfaktisch“, das ist eine ziemlich sperrige Vokabel. Die Redaktion des Oxford English Dictionary hat den Begriff zum internationalen Wort des Jahres 2016 ausgewählt. Die deutsche Bundeskanzlerin verhalf ihm zu Kultstatus und prompt ist „postfaktisch“ auch bei Journalistinnen und Journalisten in aller Munde: „Es heißt ja neuerdings“, so Frau Merkel, „wir lebten in postfaktischen Zeiten. Das soll wohl heißen, die Menschen interessieren sich nicht mehr für Fakten, sondern folgen allein den Gefühlen“ (Merkel 2016). Da ist etwas dran. So falsch liegt die Frau Bundeskanzlerin damit nicht. – Es wäre schon komisch, wenn ich an dieser Stelle nicht einen kleinen Exkurs zum Präsidentschaftswahlkampf in den USA machen würde.

Machiavelli wäre vermutlich vom Ergebnis dieser historischen Wahlen in den USA nicht allzu sehr geschockt gewesen; nicht so geschockt jedenfalls wie die meisten von uns, die sich als Intellektuelle, als vermeintliche Experten oder einfach als kritische Zeitgenossen zugutehalten, mit der politischen und medialen Wirklichkeit noch ein Moment von Rationalität und Aufklärung zu verbinden. Und auf die Idee, Trumps Anhänger als „affektgesteuerte Faktenverächter“ (Geyer 2016) zu titulieren, wäre unser Renaissanceklassiker wahrscheinlich auch nicht verfallen.

Dennoch: Es war eine Krawallkandidatur, eher einer Bananenrepublik angemessen als der ältesten Demokratie. – Eigentlich hat man ihn zunächst nicht ernst genommen, den Immobilienunternehmer mit der originellen Frisur. Und lange konnten die professionellen Beobachter in Politik und Medien kaum glauben, was sie hörten und sahen; ausgenommen die Trump-Medien, die schon seit Jahren *his master's voice* vertreten. – Schamlos populistisch, geradezu clownesk und in der Sache ziemlich wirr, alle Konventionen und Schamgrenzen demonstrativ missachtend schien der Präsidentschaftskandidat wie von einem anderen Stern; ohne jede politische Erfahrung – eigentlich die *abschreckend-ideale Verkörperung des Anti-Politikers*; zwei-

fellos aber ein Medien-Talent mit eigener Fernseh-Show und hohen Einschaltquoten. Sein Rezept: Provokation als Strategie, Lüge als Instrument, Gefühle statt Fakten, Ressentiments statt nachvollziehbarer Begründungen. Und eigentlich nicht zu glauben: politische Unkenntnis als Trumpf und als Waffe gegen alles, was aus dem etablierten politischen Apparat kommt und was noch irgendwie als in der Logik rationalen Handelns erscheint. Eine Kommunikationsstrategie haarscharf an der Wirklichkeit vorbei, sollte man meinen! Aber: erfolgreich und tauglich für den Machterwerb.

Und die kritische Presse? Sie gibt es durchaus noch in Amerika, auch wenn die Medienlandschaft nicht weniger gespalten ist als die Gesellschaft. Die Medien in den Vereinigten Staaten positionieren sich in Wahlkämpfen bekanntlich eindeutiger als hierzulande. Und natürlich wurde berichtet, dass die Behauptung einer 42-Prozent-Arbeitslosenquote durch die offizielle Statistik widerlegt ist, wie sich auch so manch anderer Unsinn als schlichte Lüge erwies.

Die New York Times und andere Blätter rieten denn auch ihren Lesern von einer Wahl Donald Trumps ab: Trump sei getrieben von „gefährlichen Impulsen und zynischer Anbiederung“; seine Kandidatur sei geprägt von „falschen und unverschämten Behauptungen, persönlichen Beleidigungen, fremdenfeindlichem Nationalismus, dreistem Sexismus“. Die Redaktion von „USA Today“ sprach von Trumps Spiel mit Vorurteilen, verwies auf seine zwielichtige Wirtschaftskarriere, seinen Hang zur Lüge, seine polarisierende Wirkung und seine Untauglichkeit als Oberbefehlshaber (*Der gefährliche Mann*, FAZ 05.10.2016). Im Faktencheck der „Washington Post“ erhielt Trump schließlich für zwei Drittel seiner Aussagen die Höchstbewertung von vier Pinocchios (vgl. Lee/Jessler 2016) als *unangefochtener Lügenbaron*. Indessen gilt der Präsident bei seinen Anhängern als der Mann, der unangenehme Wahrheiten ausspricht.

Das *fact checking* der Mainstream-Medien hatte offenbar keine Wirkung. Eine virtuelle Wahrheit habe sich breitgemacht, beklagt der Chefredakteur der Washington-Post. Lügen würden als Tatsachen akzeptiert und Verschwörungstheorien schlügen Wurzeln auf dem fruchtbaren Boden von Unwahrheiten (vgl. Lee/Kessler 2016). Bestimmte Teile der Gesellschaft lebten in einer faktenfreien Welt. Ihnen sei egal, was die Tatsachen sind, und sie glaubten nicht, was die Mainstreammedien sagen. Und Marty Baron verweist auf ein strukturelles Problem des Journalismus, wenn er den *Vertrauensverlust der Gatekeeper* beklagt. Mit der Vervielfachung von Informationsquellen, Sendeanstalten und Internetangeboten lebten viele in ihrer eigenen Wirklichkeit. Sie bekommen „ihre Informationen von Webseiten oder Medien unterschiedlicher Art, die sie mit sogenannten Informationen versorgen, die ihr schon existierendes Weltbild bestätigen“ (Baron 2016).

Das funktioniert übrigens auch über sogenannte Wahlbots, mit denen sich die beiden Präsidentschaftskandidaten bekämpften. Bots, das sind Propagandainstrumente, automatisierte Skripte in Form von Computerprogrammen, die von einem Algorithmus gesteuert werden. Das Online-Tool Twitteraudit hat berechnet, von den 12,4 Millionen Followern von Donald Trump auf Twitter waren 4,6 Millionen Fake-Accounts. Und darunter befinden sich viele Programme, die automatisch Content generieren oder Tweets retweeten; wie gesagt: automatisch, ohne dass ein leibhaftiger Mensch die Finger drin hat (Lobe 2016). Das ist nur eine der vielen techni-

schen Möglichkeiten der *Meinungsbeeinflussung unter Umgehung der traditionellen Massenmedien*. Im Übrigen beziehen 44 Prozent der Amerikaner ihre Nachrichten aus Facebook (vgl. Müller-Wirth/Wefing 2016), ein Trend, der sich bei der jüngeren Generation abzuzeichnen scheint.

Wahrlich postfaktische Zeiten! Es scheint, dass wir in einer Epochenwende leben, in der mit dem Aufkommen der gar nicht mehr so neuen Medien, mit dem Internet als medialer Universalplattform, mit Social Media u.a.m. vieles in Frage gestellt wird: Die Rolle und das Nutzungsverhalten des Publikums; eines Publikums, das sich zunehmend in Teilpublika zerstreut; die sich meinungskonformer Spezialangebote bedienen. In Frage gestellt ist auch die Rolle von Journalisten. Die sehen sich *ihrer Gatekeeperfunktion beraubt*, wie überhaupt die traditionellen Medien ihren Platz in einem sich neu sortierenden Medienmarkt erst noch finden müssen.

Soziale Medien als Echokammern statt Orientierungswissen

Gilt Amerika auch in Sachen Kommunikation und Medien als eine Art Vorreiter, so sind die Verhältnisse in Mitteleuropa zwar noch erkennbar andere. Aber wir holen auf! Postfaktische Tendenzen gibt es auch hierzulande. Der Schweizer Physiker und Philosoph Eduard Kaeser spricht von einer „Demokratie der Nichtwissenwollengesellschaft“ (Kaeser 2016), die – als Folge der Informationsflut in der digitalen Welt – zentrale Standards wie Objektivität und Wahrheit auswäscht. Die Wahlen 2017 in Österreich, in den Niederlanden, in Frankreich und in Deutschland werden zeigen, wie weit sich bisher gültige Standards auch in den europäischen Demokratien auswaschen lassen.

Richtig ist heute mehr noch als zu Zeiten Machiavellis: Die Erwartung, Glaubwürdigkeit ergebe sich gleichsam automatisch auf der Basis von Fakten, ist schon erkenntnistheoretisch allzu schlicht. Diese irrije Vorstellung verwechselt Politik mit einem simplen Faktencheck und sie verwechselt den Auftrag der Medien mit einer Agentur zur Vermittlung vermeintlicher Sachzwänge. Dabei muss heute mehr denn je eingefordert werden, dass die Herstellung von Öffentlichkeit mehr bedeutet als mediales Grundrauschen und dass die Arbeit an der *öffentlichen Meinungsbildung mehr ist als professionelles Aufmerksamkeitsmanagement*. Einmal mehr müssen wir uns ganz grundsätzlich klar machen, dass vermeintliche Tatsachen und noch so abgesicherte Befunde aus sich heraus keine Geltungskraft besitzen; schon gar nicht in einer zunehmend unübersichtlicher werdenden Kommunikationsumgebung. Man kann auch lügen, obwohl alle Fakten stimmen.

Vergleiche hinken bekanntlich. Dennoch drängt sich mir eine Parallele auf: So wie die Kirchen ihr Wahrheitsmonopol weithin verloren haben, so verlieren inzwischen auch die traditionellen Medien ihre Monopolstellung für Informationsvermittlung und Meinungsbildung. Mehr denn je ist alles, aber auch wirklich alles deutungsabhängig – von Ideologien, von Denkstilen und Symbolen, von Sehweisen und Stimmungen. Und dafür bietet unsere multimediale Welt allemal nicht nur *vielfältige Resonanzräume*, sondern auch Bestätigung, nicht selten die Bestätigung der eigenen Vorurteile. Gewachsen sind dabei nicht nur die Chancen zu Information und Aufklärung. Gewachsen sind auch die Chancen zu *kollektiver Täuschung*.

Dazu ein sehr schlichtes Beispiel, das zunächst völlig unpolitisch daherkommt und dank der Sozialen Medien zum Politikum wurde: der Fall Lisa. Die Geschichte ist in Wikipedia bereits detailliert dokumentiert. Was war geschehen? Eine 13-jährige Russlanddeutsche, Lisa F. aus Berlin-Marzahn, verschwindet Anfang des Jahres auf dem Weg zur Schule. Die Eltern melden sie als vermisst. Am folgenden Tag taucht sie wieder auf; berichtet zunächst, sie sei von drei Unbekannten verschleppt, in einer Wohnung festgehalten und vergewaltigt worden. Bei den angeblichen Entführern handle es sich um „Südländer“. Die Polizei ermittelt. Bei den Vernehmungen rückt das Opfer von seiner ersten Version ab und sagt, dass es freiwillig mit den Männern mitgegangen sei. Insgesamt schildert das Mädchen mehrere Versionen zu ihrem Verschwinden. Alles eigentlich kein politisches Thema!

Anhand der Handy-Daten rekonstruiert die Polizei schließlich, dass sich Lisa in der fraglichen Nacht bei ihrem 19-jährigen Freund aufgehalten haben muss. Sie hat also falsch ausgesagt, gelogen. Unabhängig von den Ereignissen in der fraglichen Nacht ermittelt die Polizei gegen zwei Männer türkischer Herkunft wegen schweren sexuellen Missbrauchs. Die Männer werden verdächtigt, sexuelle Kontakte mit Lisa F. unterhalten zu haben.

Und nun dreht sich die Medienschraube und der Fall wird zum Politikum. Eine unbedeutende Website für in Deutschland lebende Russen und Russlanddeutsche greift den Fall auf. Daraufhin berichten russische Staatsmedien, die Täter seien arabische Flüchtlinge. Die erfundene Geschichte entwickelt sich mit Hilfe des russischen Propagandaapparates zur Staatsaffäre. Der russische Außenminister Lawrow beschuldigt die deutschen Behörden der Vertuschung einer Vergewaltigung. Deutschland könne die Sicherheit der russischen „Landsleute“ nicht gewährleisten.

Die Bundesregierung reagiert scharf. Denn: Die Flüchtlingskrise hat die Gemüter aufgewühlt und Landtagswahlen stehen an. Es gibt Demonstrationen in verschiedenen Städten, vor allem von Russlanddeutschen – auch vor dem Kanzleramt. Für das staatliche russische Fernsehen liegt ein klarer Fall von Vergewaltigung vor. Kommentatoren greifen in Medienberichten den Fall auf, in Deutschland und im Ausland. Die westliche Öffentlichkeit wird über den tatsächlichen Hergang informiert, die russische nicht. Die medial angetriebene Empörungsmaschine läuft auf vollen Touren. Bei bestimmten netzaffinen Gruppen hat sie gängige Vorurteile bedient. Die anderen Medien, die sind dann eben die „Lügenpresse“.

In Österreich gab es kürzlich einen vergleichbaren Fall, in den sich sogar der russische Präsident eingeschaltet hat. Während es in der auflagenstarken Kronenzeitung hieß, Putin streue falsche Informationen über Österreich, titelte die FPÖ-nahe Online-Plattform „unzensuriert.at“ zustimmend: „Putin-Kritik an Österreich: ‚Eine Gesellschaft, die ihre Kinder nicht schützen kann, hat keine Zukunft‘“ (zit. nach Löwenstein 2016). Es ging um das Gerichtsurteil in einem tatsächlichen Vergewaltigungsfall. Die wahrheitswidrige Berichterstattung des russischen Staatsfernsehens zu einem rechtsstaatlichen Verfahren instrumentalisiert dann der russische Präsident zum Beweis für den Verfall der Werte im Westen. Das alles wandert in die Online-Welt und dort mutiert dieser „Fake“ zur Wahrheit für diejenigen, die sich ihre Bestätigung in Foren Gleichgesinnter suchen. Getreu einem leicht abgewandelten Satz von Niklas Luhmann:

„Alles, was wir über unsere Gesellschaft, ja über die Welt, in der wir leben, wissen, wissen wir durch Social Media“ (Wolf 2016; vgl. Luhmann 1995: 7).

Was lernen wir daraus? Mehr und mehr konkurriert Foren-gestützte Selbstgewissheit mit der Bewertung und Orientierung durch die ‚klassischen‘ Massenmedien.

Politisch-tektonische Verschiebungen

Im Vorfeld der Wahlen vom 9. November 2016 habe ich mich immer wieder gefragt, ob mit der Rede von der Glaubwürdigkeitskrise nicht doch eine Art *self fulfilling prophecy* betrieben wird; ob wir in der Wissenschaft und in den Medien nicht selbst publikumswirksam das Aufregungspotential mitschaffen; ob wir nicht den Alarmismus befördern, mit dem wir uns dann wiederum kritisch auseinandersetzen. Konflikt und Krise haben schließlich hohen Nachrichtenwert, die Rede von der Glaubwürdigkeitskrise allemal. Befragungsdaten geben es eigentlich nicht her, von einer generellen Glaubwürdigkeitskrise der Medien zu reden. Denn, differenziert nach Mediengattungen und Nutzungsweisen, ist das Vertrauen in die Berichterstattung und ist deren Glaubwürdigkeit noch vergleichsweise groß (vgl. für Deutschland insb. BR-Medienstudie 2016; Infratest-dimap 2015). Das gilt für die Berichterstattung der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten ebenso wie für die Elitepresse und zum Teil auch für die deutschen Regionalblätter.

Befragungsdaten! Wie gut waren die im Vorfeld der Wahlen in Amerika und vor dem Brexit? Wie gut sind sie mit Blick auf die Bundespräsidentenwahlen in Österreich? Haben die großen Auguren nicht erneut eine peinliche Schlappe erlebt? Das spricht nicht gegen sozialwissenschaftliche Forschung, nur gegen eine bestimmte Art ihrer Ausübung. Böses Erwachen weltweit in den Morgenstunden nach dem 9. November 2016: Einmal mehr eine Mahnung, dass der Verweis auf empirische Oberflächenphänomene nicht weit trägt. Jedenfalls kommt man dem, was mit Glaubwürdigkeitskrise zum Ausdruck gebracht werden soll, so nicht auf die Spur. Ich meine die tiefer gehende Verunsicherung in Teilen unserer Gesellschaften.

Die Gründe dafür sind vielfältig und monokausale Erklärungen greifen zu kurz. Globalisierung, Kriege und Flüchtlingsströme, der Imperativ der Märkte, die Dynamik des gesellschaftlichen Wandels u.v.a.m. Wir erleben die Erosion von einmal als fundamental angesehenen Sicherheiten und Werteorientierungen; nicht zu vergessen eine Informationstechnologie, die Informationszugänge überall, jederzeit und über alles verschafft und dabei nicht selten ein Gefühl der gut informierten Orientierungslosigkeit erzeugt. Kurz und gut: Die – scheinbar oder tatsächlich, das sei einmal dahingestellt – wohlgeordnete Welt von Politik und Medien, aber auch von Wissenschaft, Wirtschaft, Gesellschaft und Kultur, sie ist erschüttert.

Mit der gar nicht mehr so „neue(n) Unübersichtlichkeit“ (vgl. bereits Habermas 1985), verbinden sich Verwerfungen, ja *politisch-tektonische Verschiebungen*. Und die betreffen im Kern das, was der Historiker Heinrich August Winckler als das „normative Projekt des Westens“ (Winckler 2015: 587) bezeichnet: Volkssouveränität, parlamentarische Verantwortlichkeit der Regierung, Gewaltenteilung, Rechtsstaatlichkeit und all die mit 1776 und 1789 verbundenen

Freiheitsideen, darunter vor allem die Informations-, Meinungs- und Pressefreiheit. All dies scheint keineswegs mehr der ganz selbstverständliche Wertehorizont der euro-atlantischen Welt zu sein – trotz aller Sonntag rhetorik.

Die Liste der Einschränkung von Presse- und Meinungsfreiheit auch in der westlichen Welt ist lang. Ich nenne nur: das Schikanieren und Kujonieren der Presse, Tendenzen der Selbstzensur, die zunehmende Infragestellung journalistischer Unabhängigkeit durch Großkonzerne mit anderweitigen Geschäftsinteressen und die geradezu schamlose politische Instrumentalisierung gekaufter Meinungsmacht. Wir erleben derzeit eine fortschreitende *Berlusconisierung von Politik und Medien*, eine Berlusconisierung mit frondeurhaften, mit aufrührerischen Zügen. Das gibt es inzwischen in der russischen oder türkischen, der ungarischen und nun auch in einer amerikanischen Variante.

Insofern können die Abstiege in der internationalen Rangliste zur Pressefreiheit auch in der Europäischen Union nicht überraschen. Besonders gravierend bei Bulgarien, Polen, Kroatien, Ungarn und selbst im Fall von Frankreich. Die Länder positionieren sich zwischen Platz 45 (Frankreich) und Platz 113 (Bulgarien). Während Österreich vom 7. auf den 11. Rang abrutscht, hat auch Deutschland vier Punkte verloren und landet auf dem 16. Platz der Rangliste der Pressefreiheit 2016. Die „Erosion der europäischen Vorreiterrolle bei der Pressefreiheit“ habe sich fortgesetzt, heißt es denn auch in dem Bericht von „Reporter ohne Grenzen“ (vgl. Reporter ohne Grenzen 2016).

Hinter all dem stecken strukturelle Entwicklungen auf dem Medienmarkt, Konzentrationsprozesse mit redaktionellen Umstrukturierungen, völlig neue Geschäftsmodelle von global operierenden Content Providern mit digitalen Plattformen u.v.a.m. Hinzu kommen politischer Druck und nicht zuletzt staatlich gesteuerte Maßnahmen bis hin zu einer die Pressefreiheit einschränkende Gesetzgebung – wohl gemerkt auch in demokratischen Ländern. Ich verweise beispielhaft auf die Anstrengungen der polnischen Regierung, die Eigenständigkeit der öffentlich-rechtlichen Medien einzuschränken und private Medien zu „repolonisieren“ oder an die politisch motivierten Massenentlassungen von Journalisten der öffentlich-rechtlichen Medien in Ungarn.

Von einem anderen Kaliber ist allerdings eine aktuelle Verbalkeule. Ich meine den Totschlag-Begriff von der „Lügenpresse“, mit dem inzwischen lautstarke und radikalisierte Minderheiten im deutschsprachigen Raum einem generalisierten Misstrauen gegenüber Medien und Politik Ausdruck geben und damit breite Resonanz erzielen.

Unwort des Jahres 2014: „Lügenpresse“

„Lügenpresse“, das ist ein Begriff, der sich im 19. Jahrhundert zunächst gegen die bürgerlich-liberale Presse gerichtet hat. Nach dem Ersten Weltkrieg wurde er von den Nazis für antisemitische Verschwörungstheorien und zur Diffamierung der Presse der Kriegsgegner gebraucht. Dieses Unwort aus dem Sprachgebrauch des Dritten Reiches, der „Lingua Tertii Imperii“ (vgl. Klemperer 1975), hat inzwischen Konjunktur weit über Pegida-Demos und politische Stammtische hinaus; so weit jedenfalls, dass inzwischen auch auf den akademischen Bühnen darüber gesprochen wird, wie man am Thema des Medientages sieht. Zentraler Bezugspunkt des Lügenpresse-Vorwurfs war und ist die mediale Darstellung der Flüchtlingskrise. Auch im Ukraine-Konflikt war schon entsprechende Kritik laut geworden: Einseitige Berichterstattung!

Was ist dran an diesem Vorwurf? Bereits im Frühjahr dieses Jahres räumte Armin Wolf, ein bekannter österreichischer Starjournalist, mit Blick auf die Reaktion der Medien nach den Übergriffen in der Kölner Silvesternacht handwerkliche Fehler ein (vgl. Wolf 2016). Und auch zur Berichterstattung in Sachen Flüchtlingskrise wissen wir heute mehr. Wer Angela Merkels Mantra „Wir schaffen das“ kritisch hinterfragen wollte, hatte lange Zeit schlechte Karten querbeet durch die Medienlandschaft – von der liberalen Presse über die Nachrichtenredaktionen und Talkshows der öffentlich-rechtlichen Sender bis hin zum Boulevard. Ihn habe geärgert, schreibt der Chefredakteur der „Zeit“ Giovanni Di Lorenzo im Magazin „Cicero“, „dass eine von der Politik der Bundesregierung abweichende Meinung, manchmal auch schon kritische Fragen, unter den Generalverdacht gestellt wurden, man habe etwas gegen Flüchtlinge oder betreibe das Geschäft der Populisten“. Die Journalisten, waren „zumindest in der Anfangszeit geradezu beseelt von der historischen Aufgabe, die es nun zu bewältigen galt“, so Di Lorenzo (2016).

Und die FAZ resümiert: Die wohlwollende Berichterstattung und das Willkommensklima habe Sorgen, Kritik und Ängste nicht ernst genommen, ja weggelächelt. Man wollte fremdenfeindlichen Ressentiments und Ausschreitungen nicht noch in die Hände spielen. Als dann aber in Köln massenweise Fremde zu Tätern wurden, spätestens dann sei klar geworden, „wie Berichterstattung mit Fürsorge verwechselt wurde“ (Hanfeld/Scheer 2016).

Es gibt dazu mittlerweile auch einen gut belegten empirischen Befund. In einer an der Hamburg Media School erarbeiteten Studie wurde untersucht, wie deutsche Medien in den Jahren 2009 bis 2015 über die Flüchtlingsfrage berichtet haben. Ausgewertet wurden 34.000 Beiträge mit dem Ergebnis: 82% der Berichterstattung waren positiv, 12% rein berichtend und 6% problematisierend (Haller, zit. nach Merkur 2016). Lange bis in den Sommer letzten Jahres hinein bestimmte das Schlagwort „Willkommenskultur“ den Tenor der Berichterstattung. Noch einmal Di Lorenzo:

„... ohne Not haben wir uns wieder dem Verdacht ausgesetzt, wir würden mit den Mächtigen unter einer Decke stecken, wir würden so uniform berichten, als seien wir gesteuert; wir würden die Sorgen und Ängste der Menschen ignorieren, die nicht selbst zur Flüchtlingshilfe oder zur politischen Klasse gehören. Das är-

gert mich, weil ich der Meinung bin, dass unsere Medien zu den besten und freiesten auf der Welt gehören. Der Komplexität der Probleme, der zunehmenden Macht von Desinformation und Verschwörungstheorien, von Dummköpfen oder von Propagandisten können wir nur Genauigkeit, Distanz und Glaubwürdigkeit entgegensetzen“ (Di Lorenzo 2016).

Das alles kann noch nicht das Verdikt von der „Lügenpresse“ rechtfertigen und ein konzertierter Kampagnenjournalismus war es schon gar nicht. Aber offenbar gibt es so etwas wie eine stillschweigende Symbiose, ein Konsonanz erzeugendes ‚Rudelverhalten‘ im Journalismus. Man weiß ja, dass Journalisten und Journalistinnen fleißige Medienrezipienten sind und sich gerne an den eigenen Kollegen orientieren. Ich erinnere an die verhängnisvolle Rolle der deutschen Medien beim Sturz des deutschen Bundespräsidenten Christian Wulff; mit einer distanzlosen Berichterstattung, bei der keine noch so peinliche Petitesse ausgelassen wurde; verhängnisvoll und unprofessionell zugleich – bei allen Fehlern, die das gestürzte Staatsoberhaupt freilich auch selbst zu verantworten hatte.

Fazit

Gibt es einen Weg aus der Glaubwürdigkeitskrise von Medien und Politik? Die Beschwörung postfaktischer Zeiten erscheint dabei weder eine angemessene Problemdiagnose, noch hilft sie bei der Bewältigung des epochalen Wandels. Das Gleiche gilt für monokausale Erklärungen und handliche Kochrezepte. Meine Sorge ist, dass die Legitimitätsressource Öffentlichkeit schwindet; Öffentlichkeit als Ort der Information, der Meinungsvielfalt und des Diskurses; die Sorge auch, dass dadurch die Welt der „*Entscheidungspolitik*“ und die Welt der „*Darstellungspolitik*“ weiter auseinandertriften (vgl. Sarcinelli 2011: 119ff.). – Dass man mit Blick auf den Ausgang der US-Präsidentenwahl eigentlich wünschen muss, dass das politische *Handeln* nach der Wahl mit dem *Reden* im Wahlkampf möglichst wenig zu tun hat, gehört zu den politischen Pathologien der Gegenwart. Es gibt Anlass, über die Bedeutung von Sprache im politischen Diskurs neu nachzudenken (vgl. Sarcinelli 2017).

Abschließend nur einige wenige Sätze zu den Essentials, mit denen wir es zu tun haben. Bei der Glaubwürdigkeitskrise von Politik und Medien geht es um nicht weniger als um die „offene Gesellschaft“ (Popper); um den Erhalt und die *Weiterentwicklung liberaler Verfassungsstaatlichkeit auch in und mit der neuen Medienwelt*; um Freiheit gewährleistende Prinzipien und Verfahren; letztlich also um den Glutkern demokratischer Legitimation (vgl. Sarcinelli 1998).

Wir müssen uns grundsätzlich darauf besinnen, was eine Freiheit verbürgende Politik eigentlich bedeutet, was sie sein sollte. Hannah Arendt hat es so ausgedrückt: „Politik beruht auf der Tatsache der Pluralität der Menschen“, auf dem „Zusammen- und Miteinandersein der Verschiedenen“ (Arendt 1993: 9). Das zu ermöglichen, in Frieden und Freiheit, darin besteht die große Herausforderung unserer Zeit; einer Zeit, in der die Anhänger einer verengten Weltsicht dem „Dogma des Homogenen, Reinen, Völkischen“ (Emcke 2015: 6) wieder lautstark das Wort reden.

Noch kommen die Angriffe auf die „offene Gesellschaft“ (Popper) von Minderheiten, die vorgeben, den Mehrheitswillen zu repräsentieren und den wahren Volkswillen zu vertreten; Minderheiten, die beanspruchen, „das Volk“ zu sein. Alexis de Tocqueville, der Adlige aus dem Ancien Régime Frankreichs, hat in seinen Betrachtungen „Über die Demokratie in Amerika“ vor der „Tyrannei der Mehrheit“ (Tocqueville 1985: 145) gewarnt. Das war im Jahr 1835 aktuell und ist es auch heute noch. Im Blick auf die Gegenwart erscheint inzwischen die Warnung vor der ‚*Tyrannei der Minderheit*‘ allerdings ebenfalls angebracht; einer stärker werdenden Minderheit, die dem „Kult der Unmittelbarkeit“ (Zehnpfennig 2016) huldigt, ohne den mühsamen Prozess des Interessenausgleichs im Wege parlamentarischer Repräsentation; eine lautstarke Minderheit, die Postings, Klicks und Likes mit politischer Willensbildung verwechselt und den Glauben nährt, die traditionellen Eliten ließen sich durch eine Art „digitale Polis“ (de Saint Victor 2015: 11) ersetzen.

All dies sind Indikatoren eines neuen „Strukturwandels der Öffentlichkeit“ (Habermas); eines digitalen Strukturwandels, der die komplette Medienlandschaft durcheinanderwirbelt. Das gilt für die Nachrichtenproduktion und -übermittlung. Es betrifft herkömmliche journalistische Berufsbilder, berührt das Verhältnis von traditionellen und neuen Medien und beeinflusst ganz generell alle mediennahen Geschäftsmodelle; ein Strukturwandel im Übrigen auch, der die Politik zunehmend unter Stress setzt (vgl. Sarcinelli 2011: 307ff.). Hier stehen Politik *und* Gesellschaft vor der Aufgabe, dem scheinbar Unregelbaren Regeln zu geben. Vermutlich wird dies nur in einem längeren *ko-evolutionären Lernprozess* gelingen.

Denn die Sozialen Medien, wie das Internet insgesamt, bewähren sich nicht nur als ein zugangsoffenes Instrumentarium zur Aufklärung, zur Mobilisierung und Teilhabe. Sie erweisen sich auch als eine wenig strukturierte Wissensplattform, vor allem aber als „Erregungsmaschine“ (Pörksen/Detel 2012: 9) für verkapselte Gemeinschaften, die in den Foren und Filterblasen („filter bubble“) des Internet ihre Bestätigung finden.

Die lange Zeit von publizistischen Großmächten dominierte Mediendemokratie bekommt im digitalen Zeitalter Züge einer publikumsgesteuerten „Empörungsdemokratie“ (Pörksen 2016: 8). Mehr denn je bedarf es deshalb eines professionellen Journalismus, der sich nicht auf „die Bewirtschaftung von Aufmerksamkeit“ (vgl. Sarcinelli 2014) kapriziert; der vielmehr Öffentlichkeit herstellt, zur Aufklärung des Publikums beiträgt und demokratischer Meinungsbildung Raum gibt. Dies vor allem ist und bleibt eine entscheidende Legitimitätsressource, auf die unsere demokratischen Gesellschaften angewiesen sind.

Literatur

- Althoff, Gerd; Stollberg-Rillinger, Barbara (2008): Spektakel der Macht. In: Stollberg-Rillinger, Barbara u.a. (Hrsg.): Spektakel der Macht. Rituale im Alten Europa 800–1800. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft, S. 15-19.
- Baron, Marty (2016): Interview mit Clemens Wergin: Wie Journalisten die USA vor Trump retten können. Abgerufen unter URL: <https://www.welt.de/politik/ausland/article157582626/Wie-Journalisten-die-USA-vor-Trump-retten-koennen.html> [Stand vom 07-11-2016].
- Bentele, Günter (1988): Glaubwürdigkeit. Forschungsergebnisse und Fragen für die Sozialisationsperspektive. In: Publizistik 33, S. 406-426.
- Berger, Peter L.; Luckmann, Thomas (1969): Die gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit. Eine Theorie der Wissenssoziologie. Frankfurt a.M.: Fischer.
- BR-Medienstudie (02.05.2016). Abgerufen unter URL: <http://www.br.de/nachrichten/inhalt/br-medien-studie-100.html> [Stand vom 06-12-2016].
- Crouch, Colin (2008): Postdemokratie. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Di Lorenzo, Giovanni (2016): „Wir waren geradezu beseelt von der historischen Aufgabe“ (04.09.2016). Abgerufen unter URL: <http://cicero.de/berliner-republik/medien-ueber-die-grenzoeffnung-wir-waren-geradezu-beseelt-von-der-historischen-aufgabe> [Stand vom 08.11.2016].
- Emcke, Carolin (2016): „Anfangen“. Dankesrede anlässlich der Verleihung des Friedenspreises des deutschen Buchhandels. Abgerufen unter URL: <http://www.friedenspreis-des-deutschen-buchhandels.de/1244997/> [Stand vom 15.11.2016].
- Geyer, Christian (2016): An der Leine der Moral. Was heißt hier postfaktisch? Warum Trump Clinton schlug. In: Frankfurter Allgemeine Zeitung, 10. November 2016, S. 11.
- Habermas, Jürgen (1971): Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft. Neuwied: Luchterhand.
- Habermas, Jürgen (1975): Legitimationsprobleme im Spätkapitalismus. 3. Aufl. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Habermas, Jürgen (1985): Die Neue Unübersichtlichkeit. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Hanfeld, Michael; Scheer, Ursula (2016): Hinterher sind alle schlauer. In: Frankfurter Allgemeine Zeitung, 02. September 2016. Abgerufen unter URL: [Hanfeld, Michael/Scheer, Ursula \(2016\): Hinterher sind alle ...](http://www.faz.net/aktuell/politik/hinterher-sind-alle-schlauer-14777773.html) [Stand vom 23.06.2017]
- Infratest-dimap: Glaubwürdigkeit der Medien (2015). Abgerufen unter URL: <http://www.infratest-dimap.de/umfragen->

analysen/bundesweit/umfragen/aktuell/glaubwuerdigkeit-der-medien/ [Stand vom 06.12.2016].

- Kaeser, Eduard (2016): Das postfaktische Zeitalter. In: <http://www.nzz.ch/meinung/kommentare/googeln-statt-wissen-das-postfaktische-zeitalter-ld.111900> [Stand vom 0.11.2016].
- Kant, Immanuel (1777): Werke in zwölf Bänden. Band 8, Frankfurt a.M.: Suhrkamp (Erstdruck in: Berlinische Blätter, 1. Jg., 1797, S. 301-314).
- Klemperer, Victor (1975): LTI. Notizbuch eines Philologen. 3. Aufl. Leipzig: Reclam.
- Lee, Michelle Ye Hee; Kessler, Glenn (2016): Fact-checking the ‘final arguments’ of Trump and Clinton. Abgerufen unter URL: <https://www.washingtonpost.com/news/fact-checker> [Stand vom 07.11.2016].
- Lobe, Adrian (2016): Duell der Wahlbots. In: Frankfurter Allgemeine Zeitung, 14. Oktober 2016, S. 13.
- Löwenstein, Stephan (2016): Verdreht und aufgeregt. Österreich und die russische Propaganda. In: Frankfurter Allgemeine Zeitung, 4. November 2016.
- Luhmann, Niklas (1973): Vertrauen. Ein Mechanismus der Reduktion sozialer Komplexität. Stuttgart: Enke.
- Luhmann, Niklas (1995): Die Realität der Massenmedien. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Luhmann, Niklas (2010): Politische Soziologie. Berlin: Suhrkamp.
- Machiavelli, Niccolò (1978 [1513]): Der Fürst. 6. Aufl. Stuttgart: Kröner.
- Merkel, Angela (2016): „Wenn wir nicht gerade aus Stein sind“. Abgerufen unter URL: <http://www.tagesspiegel.de/politik/angela-merkel-im-wortlaut-wenn-wir-nicht-gerade-aus-stein-sind/14576252.html> [Stand vom 07.11.2016].
- Merkur (2016): Ist die Berichterstattung über die Flüchtlingspolitik zu positiv? Abgerufen unter URL: <http://www.merkur.de/tv/berichterstattung-ueber-fluechtlingspolitik-zu-positiv-6664272.html> [Stand vom 08.11.2016].
- Müller-Wirth, Moritz/Wefing, Heinrich (2016): Ich, Google, Facebook und Co. wollen die Nachrichten revolutionieren. In: Die Zeit, 3. November 2016, S. 4.
- Oberreuter, Heinrich (1987): Stimmungsdemokratie. Zürich, Osnabrück: Edition Interfrom.
- Pörksen, Bernhard (2016): Die fünfte Gewalt. Die neue Macht der Vernetzten. Abgerufen unter URL: <http://www.swr.de/swr2/programm/sendungen/wissen/macht-der-ernetzten/id=660374/did=16992390/nid=660374/u5io9b/index.html> [Stand vom 01.08.2016].
- Pörksen, Bernhard; Detel, Hanne (2012): Zur sozialen Lage von Journalistinnen und Journalisten. In: Aus Politik und Zeitgeschichte 62, S. 29-31.

- Reporter ohne Grenzen (2016): Rangliste der Pressefreiheit. Weltweite Entwicklungen im Überblick. Abgerufen unter URL: <https://www.reporter-ohne-grenzen.de/rangliste/2016/ueberblick/> [Stand vom 08.11.2016].
- Sarcinelli, Ulrich (1987): *Symbolische Politik*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Sarcinelli, Ulrich (1998): Legitimität. In: Jarren, Otfried; Sarcinelli, Ulrich & Saxer, Ulrich (Hrsg.): *Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Ein Handbuch mit Lexikonteil*. Wiesbaden, S. 253-267.
- Sarcinelli, Ulrich (2011): *Politische Kommunikation in Deutschland. Medien und Politikvermittlung im demokratischen System*. 4. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Sarcinelli, Ulrich (2014): Von der Bewirtschaftung der Aufmerksamkeit zur simulativen Demokratie. In: *Zeitschrift für Politikwissenschaft* 24 (3), S. 329-339.
- Sarcinelli, Ulrich (2017): Sprache und Kommunikation im politischen Diskurs. In: Flümman, Gereon (Hrsg.): *Umkämpfte Begriffe. Deutungen zwischen Demokratie und Extremismus*. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung, S. 57-76.
- Schulz, Winfried (1976): *Die Konstruktion von Realität in den Massenmedien. Analyse der aktuellen Berichterstattung*. Freiburg: Alber.
- Selke, Stefan; Dittler, Ullrich (2010): *Postmediale Wirklichkeiten aus interdisziplinärer Perspektive*. Hannover: Heise.
- Tocqueville, Alexis de (1985): *Über die Demokratie in Amerika*. Leipzig: Reclam.
- Weber, Max (1968 [1919]): *Politik als Beruf*. Berlin: Duncker und Humblot.
- Winkler, Heinrich-August (2015): *Geschichte des Westens. Die Zeit der Gegenwart*. München: Beck.
- Wolf, Armin (2016): „Lügenpresse“-Diskussion: Armin Wolf räumt Fehler ein, Philosoph Liessmann mit heftiger Kritik. Abgerufen unter URL: <http://www.vienna.at/luegenpresse-diskussion-armin-wolf-raeumt-fehler-ein-philosoph-liessmann-mit-heftiger-kritik/4649048> [Stand vom 08.11.2016].
- Zehnpfennig, Barbara (2016): Die Bannmeile der Demokratie. In: *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 17. Oktober 2016, S. 12.