

Internet und öffentliche Meinung

Wolfgang Coy

Zusammenfassung

Das zwanzigste Jahrhundert ist medial das Jahrhundert der Massenmedien geworden, genauer des Wandels der Massenmedien von Zeitung, Büchern und Journalen zu Kino, Rundfunk und Fernsehen. Massenmedien haben einen entscheidenden Einfluss auf die Bildung einer reflexiven, kritischen Öffentlichkeit ebenso wie einer durch Werbung oder Propaganda manipulierten. Mit der Ausbreitung offener, globaler Netze wie dem Internet kommt die Broadcast-Verteilung der Massenmedien an eine Grenze.

Mit der Entstehung der bürgerlichen Gesellschaft tritt an die Seite der Gewaltenteilung von Legislative, Judikative und Exekutive eine vierte Gewalt, die öffentliche Meinung. Diese ist freilich weder strukturell noch inhaltlich klar definiert. Ihre übliche Erscheinungsform ist zu Beginn des 19. Jahrhunderts die bürgerliche Presse, die Zeitung. Hegel sagt dazu: „Das Zeitungslesen des Morgens ist eine Art von realistischem Morgensegen“ (vgl. Rosenkranz 1844, S. 543). Die Zeitung bildet dabei eine diffuse Gruppe von Meinungsgagenten, die Nachrichten, Neuigkeiten, Analyse, Reflexion und Rasonnement zu einer Meinungsbildung verdichten, die je nach politischer Ausrichtung oder auch unpolitischer Absicht der betreffenden Zeitung entsteht. Das deutsche Bundesverfassungsgericht fasst dies in einem Urteil vom 24. April 1972 zusammen und kommentiert, dass „die freie geistige Auseinandersetzung ein Lebenselement der freiheitlichen demokratischen Ordnung in der Bundesrepublik und für diese Ordnung schlechthin konstituierend [ist]. Sie beruht entscheidend auf der Meinungs-, Presse- und Informationsfreiheit, die als gleichwertige Garanten selbständig nebeneinander stehen.“ Der Soziologe Niklas Luhmann wird diesen Prozess der Meinungsbildung später als Selbststeuerung der Gesellschaft beschreiben, mit der anschlussfähige Kommunikation erzeugt wird. Diese ist die Basis des gesellschaftlichen Selbstverständnisses, das wir öffentliche Meinung nennen, aber vielleicht besser veröffentlichte Meinung nennen sollten. Dazu heißt es im Klappentext zu seinem Band *Die Realität der Massenmedien* (Luhmann 1996):

„Was wir von der Gesellschaft und ihrer Welt wissen, wissen wir fast ausschließlich durch die Massenmedien. Gleichzeitig haben wir jedoch den Verdacht, daß dieses Wissen manipuliert wird. Zumindest kommt es extrem selektiv zustande, gesteuert zum Beispiel durch wenige Faktoren, die den Nachrichtenwert von Informationen bestimmen oder Unterhaltungssendungen attraktiv erscheinen lassen. Aber dieses Gegenwissen wirkt sich nicht aus. Die Realität ist so hinzunehmen, wie sie von den Massenmedien präsentiert und rekursiv, auf sich selbst aufbauend, reproduziert wird.“

Die Zeitung und öffentliche Meinung

Die Technik der Zeitung und des Drucks führt uns also in ein Dilemma, nämlich informiert zu werden und gleichzeitig misstrauisch bleiben zu müssen. Presse ist das öffentliche, aktuelle, inhaltlich universelle, periodisch veröffentlichte Tableau der Meinungen. Sie ist typischerweise in privater Hand, aber sie gehört keineswegs der Öffentlichkeit. Sie kann als Parteipresse erscheinen oder mit einer vom Besitzer relativ unabhängigen Redaktion bestückt sein. Sie ist eine privatisierte öffentliche Meinung oder zumindest das Medium, das diese erzeugen soll. Ihr Resonanzkörper ist eine rasonierende Öffentlichkeit, die selbstverständlich Klassen- oder Gruppencharakter besitzt und erst mit der allgemeinen Schulpflicht ihre auf die herrschenden Klassen beschränkte Wirksamkeit abgelegt hat. Die Pressefreiheit wird zum mehr oder minder funktionierenden Garanten einer Kontrolle der anderen drei Gewalten der bürgerlichen Gesellschaft. Bevor sich diese vierte Gewalt im politischen Raum aber zum Garanten entwickeln kann, gerät die Presse mehr und mehr unter den Einfluss ihrer wirtschaftlichen Verwertung. Der wachsende Anteil der Werbung, der Karl Kraus, und nicht nur ihn, so geärgert hat, wird zum unsichtbaren Filter der Meinungsbildung, der stets vorhanden ist.

Die publizierte Öffentlichkeit ist selbstverständlich nur ein Ausschnitt der gesamten Öffentlichkeit. Die Hoffnung ist, dass alle Teilnehmer ihre Ansichten ausdrücken, dass die kommunikative Struktur schneller Antworten erlaubt, dass neu geformte Meinungen sich effektiv umsetzen lassen und dass die Meinungsbildung weitgehend unbeeinflusst möglich sei. Das ist jedenfalls die Hoffnung, die C. Wright Mills in seinem berühmten Text „The Power Elite“ (1956) mit der Pressefreiheit verbindet. Es wäre der Schritt, der den Bourgeois zum Citoyen medial erheben würde. Ob diese Hoffnung dauerhaft erreichbar wäre, wurde historisch nicht überprüfbar, denn die Zeitung verliert im 20. Jahrhundert ihre mediale Einzigartigkeit. War sie das Leitmedium des 19. Jahrhunderts, so muss sie diese Rolle im 20. Jahrhundert mit den elektrischen und elektronischen Medien teilen und dann abgeben.

Das Radio und öffentliche Meinung

Das Radio tritt in den 1920er Jahren und noch stärker in den 1930ern und 1940ern an die Stelle der Zeitung – in den USA gleichfalls privatwirtschaftlich organisiert, in Europa aber weit überwiegend staatlich im Sinne der Regierungen gelenkt. In der Tradition der Weimarer Zeit wird die Möglichkeit eines offenen Funkmediums von Anfang an unterbunden. Rundfunk kommt aus der Tradition des Ersten Weltkriegs und der militärischen Führung, misstrauisch beäugt von Militärs und Regierung auch in der Weimarer Zeit. Als sich seine Existenz und Verbreitung nicht mehr verhindern lässt, wird eine staatlich regulierte Radiolandschaft entfaltet. Hans Bredow, der Techniker, der das Wort „Rundfunk“ in die deutsche Sprache einführte, formulierte, obgleich entschiedener Gegner der Nazis, schon 1924 Sätze, die ahnen lassen, was dann als Staatsrundfunk kommen wird: „Vor allen Dingen fasst er die durch politische und religiöse Unterschiede getrennten Volksklassen zu einer an Zahl unbeschränkten, geistig verbundenen Hörergemeinde zusammen und wird so vielleicht mit dazu berufen sein, Trennendes zu beseitigen, Gemeinschaftssinn und Staatsgedanken zu kräftigen und letzten Endes der er-

sehnten Volksgemeinschaft die Wege ebnen.“ Auch die Reklame der privaten Funkstunde AG, dem später verstaatlichten Reichsender Berlin hält mit heftigen Ausrufezeichen fest: „Der Rundfunk in der Allgemeinheit!! Verlange von ihm nicht die Berücksichtigung deiner Sonderwünsche. Bedenke dass viele Köpfe viele Sinne haben!“ Das klingt nicht nach öffentlicher Meinungsbildung; es ist die Stimme von oben, die Presse und Rundfunk zur neuen Einheit „Massenmedium“ verschmilzt. Massenmedien sind, um C. Wright Mills noch einmal aufzugreifen, dadurch gekennzeichnet, dass nur wenige Teilnehmer den Diskurs bestimmen und diese weitgehend von den Medien, ihrer Geschichte und ihren Besitzverhältnissen selber gesteuert sind. Die kommunikative Struktur der Massenmedien behindert Antworten „von unten“. Die Meinungsbildung der Massenmedien erzeugt zwar eine öffentliche Meinung, sie ist aber von herrschenden Gruppen und Klassen gesteuert. Die Masse der Rezipienten bleibt dabei von der institutionalisierten Herrschaft abhängig.

Im faschistischen Deutschland, dessen Ideologie immer wieder den Spagat zwischen dumpfer Blut-und-Boden-Mystik und modernster Technologie auch in den Medien sucht, erfährt der Rundfunk einen vorläufigen Abschluss als Regierungs-Massenmedium. „Ganz Deutschland hört den Führer mit dem Volksempfänger.“ Und das ist völlig ernst gemeint, denn das Empfangsgerät VE 301, das in verschiedenen Varianten von der gesamten Rundfunkindustrie billigst produziert wird, kann nur den jeweils lokalen Sender empfangen, der bei Bedarf „gleichgeschaltet“ wird – soll heißen, den Sender, zu dem alle lokalen Rundfunksender Deutschlands zu einem per Leitung verknüpften Senderverbund zusammengeschlossen werden, wenn Hitler spricht. Später, im Zweiten Weltkrieg, wird das Hören ausländischer Sender mit der Todesstrafe bedroht – und dies wird auch exekutiert. Das Massenmedium Rundfunk kennt keine Vielfalt mehr, die den Zeitungen noch die Emergenz öffentlicher Meinung zugeschrieben hatte.

Das Fernsehen und öffentliche Meinung

Kurz vor Beginn des Zweiten Weltkriegs legt die nationalsozialistische Propagandamaschine noch einmal nach und eröffnet das Fernsehen als Massenmedium, das die Olympischen Spiele von 1936 begleiten soll. Freilich gibt es kaum private Empfangsgeräte, die zudem sündhaft teuer sind. Ferngesehen wird in öffentlichen „Fernsehstuben“. Das Programm sinkt in seiner Belanglosigkeit noch unter das Niveau des Rundfunks. Der Leitspruch heißt „Wir senden Frohsinn – wir spenden Freude!“ Der Zweite Weltkrieg beendet in Deutschland das Experiment Fernsehen – die Technik wird dem Militär übergeben, das damit weitgehend erfolglose Versuche zur Steuerung von Flugzeugen und Raketenwaffen unternimmt.

Zu Beginn der 1950er Jahre wird das Fernsehen, nun im Westen als Re-Import aus den USA, als „öffentlich-rechtliches Fernsehen“ neu installiert. Dem Gebot der Alliierten folgend werden in den Westzonen Fernseh- und Rundfunksender auf Länderebene gegründet, jeweils stark am Vorbild der Alliierten orientiert. In der Ostzone bleiben sie, nach russischem Vorbild, ein direktes Organ der Regierungspropaganda, im Westen scheitert Adenauers Versuch eines „zweiten“ zentralen Regierungssenders an der Sturheit des Bundesverfassungsgerichts. Freilich sind Rundfunk und Fernsehen in Deutschland genau wie im Rest Europas staatliche Veranstaltun-

gen. Dies ändert sich erst gegen Ende der 1980er Jahre mit der Öffnung zum „Privatfernsehen“, das vollständig von der Werbung finanziert wird – während die zwangsweise Gebührenfinanzierung der öffentlichen Sender immer wieder angehoben wird. Die „Privatisierung“ ist keine Wiedergeburt eines Mediums der öffentlichen Meinungsbildung, sondern eher die Geburt des „Unterschichtenfernsehens“, verbunden mit einem Niedergang politischer Magazinsendungen und einem Aufstieg der Talkshows.

Das Internet und öffentliche Meinung

Inzwischen müssen wir wohl fragen: „Was waren Massenmedien?“ Der Kampf zwischen Qualitätsjournalismus und „Journaille“, um noch einmal Karl Kraus zu zitieren, neigt sich zu Ungunsten der Qualität. In den Massenmedien erleben wir den Verlust der politischen Öffentlichkeit – so, wie wir den Verlust der Öffentlichkeit im öffentlichen Raum hinnehmen müssen. An die Stelle innerstädtischen öffentlichen Raumes treten mehr und mehr privatisierte Einkaufsbereiche, auch „Malls“ genannt, überwacht von privaten Sicherheitskräften, öffentlichen Äußerungen wie Demonstrationen oder auch nur politischen Informationsständen gegenüber abgeschlossen. Das Gleiche spielt sich in den Medien ab. An die Stelle der meinungsprägenden politischen oder weltanschaulichen Ausrichtung eines Mediums tritt die Rücksicht auf die Finanzierung durch die werbende Industrie. Statt Streitkultur zeigen die Massenmedien eher eine boulevardisierte Schreikultur.

Jetzt tritt freilich eine neue Technik auf, die als Basis postindustrieller Massenmedien dienen kann, sofern man überhaupt noch von Massenmedien reden kann. Es sind dies die Netzmedien, die Medien des Internets, die alle bislang entstandenen Medien simulieren können, aber auch eine Fülle neuer Medienformen herausbilden. Ihre Perspektive muss vorerst als offen bezeichnet werden.

Inzwischen sind fast alle Medien auch im Netz vertreten, von Internetradio und Internet-TV zu den Webseiten der Zeitungen, Magazine und Buchverlage. Lesen ist nicht mehr alleine an Papier gebunden. Die Technik der Bildschirme schreitet schnell voran und etabliert einen neuen Verbreitungsweg der Medien, die einmal „Druckmedien“ hießen, ergänzt um Bilder, Ton und Video. Interaktion und schnelle Verknüpfung unterschiedlichster Medienbruchstücke erlauben neue Formen medialer Produktion. Nachrichtenaggregatoren wie Newstral.de oder Huffingtonpost.com ermöglichen den Überblick über Hunderte von Zeitungsschlagzeilen. YouTube oder die Webseiten der Fernsehsender erlauben ein zeitversetztes TV-Angebot, das auf die entwickelten Programmformen verzichten kann. An ihre Stelle treten Videoausschnitte. Vergleichsweise simple Algorithmen von Internet-Radios wie Pandora oder Jango bieten Musik an, die sich an wenigem vom Hörer bestätigten oder abgelehnten Ausgangsmaterial orientiert und dann einen steten Strom sich nicht oder kaum wiederholender Musiktitel generiert: Radio ohne von Redakteuren gestaltetes Programm.

Neben diesen banalen Unterhaltungsangeboten entwickeln sich neue Formen des Netzjournalismus. Blogs und Foren öffnen neue Wege für Journalisten ebenso wie für Leserbriefschreiber – und gelegentlich verwischen sich diese Funktionen. Der Redaktionsschluss ver-

schwindet ebenso wie die programmatische Mischung, die den Universalcharakter der Zeitung ausmacht. An die Stelle des Potpourris der Tageszeitung treten neue Spartenkanäle, gekennzeichnet durch Geschwindigkeit, Allgegenwart, Themenoffenheit, Meinungsbreite, aber auch Anonymität, mangelnde Durchsichtigkeit und offensichtliche Manipulierbarkeit. Leser und Leserinnen werden in einer ganz anderen Weise gefordert, als dies die klassischen Massenmedien verlangt haben. Information scheint prinzipiell und unbeschränkt verfügbar zu werden – bis hin zu den Blicken hinter alle Kulissen, wie sie WikiLeaks und ähnliche Quellen anbieten. Freilich ist dies nicht kostenlos. „Der Rand wächst“, soll heißen die Bandbreite der Meinungen wird kaum noch beschränkt, sie schließt alle Extreme ein und wächst ins Grenzenlose. Der Leser oder die Leserin muss in einer neuen Weise entscheiden lernen, was wichtig und was glaubhaft ist, denn bei aller Informationsfülle wächst der Verdacht, den Luhmann schon geäußert hat, dass nämlich „dieses Wissen manipuliert wird“, gleichfalls ins Grenzenlose.

Literatur

Luhmann, Niklas (1996): *Die Realität der Massenmedien*. Opladen: Westdeutscher Verlag.

Mills, C. Wright (1956): *The Power Elite*. New York: Oxford University Press.

Rosenkranz, Karl (1844): *Georg Wilhelm Friedrich Hegel's Leben. Supplement zu Hegel's Werken*. Berlin: Duncker und Humblot.