

Medienkritik und Medienjournalismus

Über Herausforderungen der (Selbst-)Reflexion in der mediatisierten Gesellschaft. *Von Irene Neverla*

Abstract Krisenzeiten befördern Medienkritik, daher bieten heute Prozesse intensiven sozialen und medialen Wandels, sowie populistische Strömungen auch in den Medien, viel Stoff für Medienkritik und Medienjournalismus. Im Beitrag wird der aktuelle Stand dreier Typen von Medienkritik im Überblick betrachtet: Praxologische Medienkritik insbesondere im Journalismus; wissenschaftliche Medienkritik der Kommunikationswissenschaft und Journalistik; sowie nicht-professionelle, alltagspraktische Medienkritik einer breiteren Öffentlichkeit. Sie begegnet uns heute meist in den Formen des rechtsradikalen Populismus. Diskutiert werden Hinter- und Abgründe der populistischen Medienkritik sowie ihr Erkenntnispotential für professionelle journalistische und die wissenschaftliche Medienkritik.

Es sind harte Zeiten für „die Medien“, und gute Zeiten für die Medienkritik. Ihr bietet sich jede Menge Stoff. Ein US-amerikanischer Präsident, der in den ersten 601 Tagen seiner Amtsführung 5 000 nachweislich falsche Behauptungen öffentlich verbreitet, mit Tagessätzen von bis zu 74 „false or misleading claims“ (Washington Post 2018), die von den Medien – ihrer Funktion gemäß – weiterverbreitet werden, die Frage ist nur, wie – ob neutral, in Negation, oder als Bestätigung? Ein deutsches Nachrichtenmagazin, das sich dem ehrenwerten Leitspruch „Sagen, was ist“ verschrieben hat, und doch dem eigenen Reporter, einem offenbar notorischen Geschichtenerfinder, aufsitzt, diesen Betrug – an der eigenen Redaktion und an der Leserschaft – aber immerhin selbst aufdeckt und geradezu akribisch transparent macht. Ein Romanschriftsteller aus Wien, der einer historischen Figur eine Rede und Aussagen in den Mund legt, nicht einfach im Roman, sondern diese Aussagen in Vorträ-

*Dr. Irene Neverla,
emeritierte Professorin für Journalistik
und Kommunikationswissenschaft an der
Universität Hamburg.*

gen als angeblich authentisch referiert, und der argumentiert, dass das Wortwörtliche das Geringste sei, im Verhältnis zu dem von ihm selbst, dem Autor, erkannten Sinn.

Diese Geschichten des Politikers Donald Trump im Weißen Haus, des Journalisten Claas Relotius im „Spiegel“, und des Literaten Robert Menasse über den Europa-Politiker Walter Hallstein sind erfunden. Die Autoren würden allerdings für sich reklamieren, die Wirklichkeit erkannt und benannt zu haben. Damit können sie sogar ein gewisses Recht für sich in Anspruch nehmen – das Recht auf die eigene Wahrnehmung der Welt und auf ihre Re-Konstruktion und Präsentation Dritten gegenüber. Das Problem einer solchen Wahrnehmung beginnt da, wo sie mit dem Anspruch auf allgemeine Richtigkeit und Gültigkeit

verknüpft wird und wo sie sich in der medialen Öffentlichkeit als Wahrheit präsentiert. Weiter gefasst: Wo sie sich der Medienkritik entzieht, wenn wir Medienkritik verstehen als kritische Reflexion von Erkenntnis- und Kommunikationspraxis in der mediatisierten

Öffentlichkeit. Eine Komponente dieser Medienkritik ist Medienjournalismus selbst, der allerdings unter erschwerten Bedingungen stattfindet. Denn die Medienkritik des Medienjournalismus dreht sich um sich selbst, ein Salto Mortale auf dem Höhentrapez gewissermaßen.

*In Zeiten der Digitalisierung
lösen sich die Grenzen zwischen
Medienkritik und Medienjournalismus
zunehmend auf.*

Formen der Medienkritik und des Medienjournalismus

Genauer betrachtet: Was hat Medienkritik, was hat Medienjournalismus zu bieten unter den heutigen Bedingungen der Mediengesellschaft? Medienkritik bezeichnet „alle Formen des kritischen Diskurses über die Medien der öffentlichen Kommunikation, die von ihnen verbreiteten Aussagen sowie deren Voraussetzungen und Folgen“ (Roß 2005, S. 242 f.). Medienjournalismus – oder „Journalismusjournalismus“, wie Maja Malik (2004) das Phänomen eingrenzt und präziser bezeichnet – ist dann eine spezifische Ausprägung von Medienkritik, die sich auf Journalismus bzw. journalistische Medienkontexte bezieht und selbst in journalistischen Formaten publiziert wird. Wobei in Zeiten der Digitalisierung die Grenzen zwischen Medienkritik und Medienjournalismus sich gleichermaßen auflösen wie eben die zwischen journalistischer, allgemeiner Öffentlichkeit und der durch Social Media mitgeprägten neuen Öffentlichkeits-sphäre privat-öffentlicher Kommunikation (vgl. Schmidt 2017).

Medienkritik spielt sich auf drei Feldern ab: In der Wissenschaft, in der Medienpraxis, und in der breiten Öffentlichkeit. In keinem dieser Felder ist sie im Prinzip neu. Medienkritik war vielmehr eine Begleiterscheinung der Massenkommunikation von Beginn an, und entsprechend der historischen, medialen und gesellschaftlichen Entwicklung wandelten sich Themen und Aspekte, Formen und Formate. Medienkritik wird im Laufe der Geschichte systemischer in der Weise, dass sich Kommunikationssysteme institutionalisierten und professionalisierten und damit Regelwerke herausbildeten – wie etwa den Pressekodex oder Programmrichtlinien für den Rundfunk –, die als normative Referenzpunkte für die Medienkritik wirksam sind. Das schließt kasuistische Betrachtungen mit Bezug auf einen oder mehrere Einzelfälle nicht aus, es sind dies vielmehr originäre Formen journalistischer Berichterstattung, die sich zu allererst auf Einzelfälle als Ausgangspunkt bezieht.

*In der Medienpraxis,
also insbesondere im System
Journalismus, stellt Medienkritik
ein widersprüchliches Phänomen dar.*

In der *Medienpraxis*, also insbesondere im System Journalismus, stellt Medienkritik ein widersprüchliches Phänomen dar. Journalismus ist als soziales System zuständig für die Fremd-Beobachtung der Gesellschaft, ist aber im Zuge der Medienkritik gehalten, Selbst-Beobachtung zu betreiben, und damit zu einer Beobachtung zweiter Ordnung (Selbst-Beobachtung der eigenen Fremd-Beobachtung) zu gelangen. Das ist eine durchaus paradoxe Herausforderung und stößt an Grenzen, wie Maja Malik ausführlich beschrieben hat (vgl. Malik 2005; 2008). Sofern Selbst-Beobachtung des Journalismus überhaupt praktiziert wird, kann sie zu einer „selbstverliebten Fremdbeobachtung“ führen (Malik 2008, S. 429), beispielsweise indem in der journalistischen Berichterstattung andere Journalist_innen als Expert_innen herangezogen werden, um etwa Politik zu beurteilen; oder dass sie zur Öffentlichkeitsarbeit allein durch Thematisierung, oder auch durch Framing zu eigenen Gunsten gerät; oder andererseits auch zu Vertrauensverlusten auf Seiten des Publikums führen kann. Dennoch hat sich Medienjournalismus vereinzelt als Ressort durchgesetzt, denkt man etwa an die NDR-Sendung „Zapp“, oder sogar als eigenständige Redaktion, wie das Online-Portal „uebermedien.de“.

Ein zweites Feld der Medienkritik stellt die wissenschaftliche Disziplin der *Kommunikationswissenschaft* dar, und speziell ihres Teilgebiets Journalistik. Im weitesten Sinn bietet der Gesamtfundus der Journalistik in Theorie und Empirie ein Poten-

Die Themen der medienpraktischen Medienkritik sind breit gestreut: Von Produktionsbedingungen reichen sie bis hin zu professionellen Routinen.

tial für Medienkritik, sei es in Form von empirischer Berufsforschung (vgl. Weischenberg et al. 2006; Steindl et al. 2017), oder in Form von Analysen über Funktionen und Strukturen, Aufgaben und Begrenzungen der sozialen Institution Journalismus (hier nur beispielhaft die Beiträge im Sammelband von Pörksen et al. 2008). Darüber hinaus produzieren Kommunikationswissenschaft und Journalistik auch medienkritische Arbeiten, die dezidiert auf aktuelle Problemlagen eingehen (vgl. Krüger 2013; 2016 zur Medienberichterstattung; Lilienthal/Neverla 2017 zur Wahrnehmung von „Lügenpresse“; Schindler et al. 2018 zur „Medienfeindlichkeit“). Medienkritik scheint in der Kommunikationswissenschaft einem zyklischen Verlauf zu folgen. Waren die kritische Kommunikationstheorie und die kommunikationswissenschaftliche Begleitforschung im Zuge der 1968er Protestbewegung und auch danach bis Anfang der 1980er Jahre hinein aktiv, so verschwanden sie anschließend wohl nicht zufällig im Zuge der De-Regulierungen und des Neoliberalismus. Die Kommunikationswissenschaft wandelte sich in eine empirische Sozialforschung, mit zum Teil empirizistischen Ausschlägen, und hielt sich jedenfalls lieber fern von ihrer Tradition der kritischen Theorie und normativer Reflexion (vgl. Roß 2008).

Allerdings deutet sich heute eine Renaissance der kritisch-reflexiven Theoriebildung an, wenn man etwa an die Neugründung des Netzwerkes „Kritische Kommunikationswissenschaft“ in der Deutschen Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft denkt. Und auch der empirische Zweig des Faches scheint wiederbelebt im Sinne medienkritischer Fragen. Man denke etwa an die Debatte um den angeblichen Bias in der Medienberichterstattung zu Flüchtlings- und Migrationsfragen im Zeitraum 2015/16, die vermeintlich zum Verlust von Medienvertrauen in der Bevölkerung geführt hätte. Demgegenüber zeigt eine 2018 veröffentlichte Inhaltsanalyse eines Forschungsteams um Marcus Maurer, dass der Medienberichterstattung weder insgesamt noch im Einzelnen (mit Ausnahme der „Bild-Zeitung“) eine verzerrende oder einseitige Berichterstattung nachzuweisen ist; bzw. dass die Berichterstattung doch etwas komplexer zu betrachten ist als lediglich in pro-versus-contra Aspekten (vgl. Maurer et al. 2018).

Die Themen der medienpraktischen und der wissenschaftlichen Medienkritik sind breit gestreut: Sie reichen von Produktionsbedingungen (Ökonomisierung) und ihren Folgen (Zeitdruck, Anpassungsdruck) bis hin zu professionellen Routinen

und ihren Implikationen (wie anlässlich des Relotius-Falls der Diskurs über Fallstricke des Reportage-Formats zeigte). Die Themen umfassen Systemkritik mit Blick auf Abhängigkeiten und Grenzüberschreitungen im Verhältnis zu Werbung und Öffentlichkeitsarbeit; Schief lagen durch die soziale Positionierung des Journalismus in der urbanen, bildungsbürgerlichen Mittelschicht; Aufmerksamkeitsdefizite gegenüber anderen sozialen Lagen in der Gesellschaft. Medienkritik behandelt auch Gefährdungen durch Über-Identifikation des (nationalen) Journalismus mit (nationalen) politischen Interessen, wie sie beispielsweise bei national empfundenen Bedrohungen (Terroranschlägen) zum Ausdruck kommen. Und geradezu selbstverständlich thematisiert Medienkritik immer wieder auch die bekannten Folgen der Ökonomisierung in Form von Skandalisierung, Dramatisierung, Entertainingisierung.

Allerdings scheint, trotz gemeinsamer Themen, die Interaktion und die wechselseitige Durchdringung der medienpraktischen und der wissenschaftlichen Medienkritik begrenzt zu sein. Die beiden Systeme Journalismus und Wissenschaft agieren weitgehend nebeneinander und verpassen so die Chance, Synergie-Effekte aus dem Zusammenwirken von (normativer) Theorie und praktischem Handeln zu erzielen.

Als dritte Variante von Medienkritik, neben der wissenschaftlichen und der praxologischen, existiert die *alltagspraktische Medienkritik*. Man kann annehmen, dass in einer Mediengesellschaft jeder Mensch über ein Verständnis davon verfügt, wie Medien funktionieren und auch, wo deren Defizite und Fehler liegen, beruhend auf vorwissenschaftlicher Theoriebildung und subjektiv-empirischer Erfahrung. Eine besondere Art dieser alltagspraktischen Medienkritik ist das, was heute viel Aufmerksamkeit und Resonanz in der Öffentlichkeit gewonnen hat: Medienkritik als politischer „Breitensport“ (Lilienthal 2017, S. 11), nennen wir sie „populistische Medienkritik“. Wie jede Art von Populismus ist sie ein sehr zwiespältiges, ambivalentes Phänomen. Sie verweist einerseits auf Bevölkerungsgruppen und deren Anliegen, die offenbar zu wenig Beachtung gefunden haben und dringend der Bearbeitung bedürfen. Insoweit hat sie eine geradezu ur-demokratische und partizipative Seite, gegenüber einer problematischen Seite: Die populistische Medienkritik ist affektgesteuert und verweigert sich der rationalen Einsicht. Sie hantiert mit Vereinfachungen und Dichotomisierungen, und oft

*Die populistische Medienkritik
ist affektgesteuert
und verweigert sich
der rationalen Einsicht.*

mit Argumenten, die schnell widerlegbar sind, ginge es nach objektiven Gesichtspunkten der Sachlichkeit und Faktenbegründung. Typische Merkmale der populistischen Rhetorik sind pauschale Verallgemeinerungen, wie die Rede von *den* Medien, und von „der“ Lügenpresse, mit der Unterstellung, dass alle Medien systematisch Lügen in die Welt setzen, also bewusst Unwahrheiten produzieren und verbreiten. Im Hintergrund werden Einflusskräfte dunkler Mächte vermutet, Eliten, die sich miteinander verschworen hätten. Im Extremfall tauchen Legenden auf wie die, dass die deutsche Bundeskanzlerin höchstpersönlich Weisungen an Redaktionen erteile. Wie für Populismus generell lassen sich auch für populistische Medienkritik als Nährboden die Bedingungen des extensiven sozialen Wandels sehen, technologische Umstürze, ökonomische Klüfte und gesellschaftliche Spaltungen, und damit verbundene Verunsicherungen. Populistische Medienkritik ist im Prinzip nicht an ein politisches Lager gebunden, gegenwärtig jedoch wird sie eindeutig im rechtsradikalen Denken laut und auch hier instrumentalisiert.

Während also wissenschaftsgestützte Medienkritik und praxologische Medienkritik auf einem aufklärerischen Konzept beruhen, und im besten Sinne positivistisch-kritische Hypothesen darstellen, die prinzipiell widerlegbar und durch faktenbezogene Sachverhalte prüfbar sind, ist das Merkmal der alltagspraktischen Medienkritik – jedenfalls in der populistischen Variante, wie sie sich heutzutage Gehör verschafft – mangelnde Ergebnisoffenheit und mangelnde Bereitschaft zur faktenbasierten Prüfung. Somit ist die Bezeichnung dieser populistischen Form der „Medienkritik“ eigentlich eine Fehlbezeichnung, denn sie ist prinzipiell anti-aufklärerisch, anti-demokratisch, anti-pluralistisch ausgerichtet, und insofern nicht kritisch gedacht. Es handelt sich vielmehr um vorgebliche Medienkritik, hinter der sich Kampfrhetorik oder gar hetzerische Propaganda verbirgt.

Dennoch ist sie ein unübersehbares Phänomen und – so meine These – von gesellschaftlicher Relevanz, auch für die wissenschaftsgestützte und die praxologische Medienkritik. Hierzu im Folgenden einige Argumente.

Faszination, Risiken und Chancen populistischer „Medienkritik“

Die Komponenten populistischer „Medienkritik“ sind keineswegs neu, wie die Geschichte des Kampfbegriffs von der „Lügenpresse“ zeigt. Er ist seit dem 19. Jahrhundert bekannt und

wurde seither von verschiedensten ideologischen Seiten benutzt und wechselte chamäleonhaft die Seiten (vgl. Schneider 2017, S. 120 ff.). Zurzeit ist er ein signalstarker Kampfbegriff im rechten und rechtsextremen politischen Spektrum. Die erfolgreiche und anhaltende Karriere des Begriffs Lügenpresse verweist auf die Faszination von Medienkritik: Sich mit dem Phänomen der „Medien“ zu befassen, das ganz offensichtlich die moderne Gesellschaft zentral ausmacht und prägt, seine (scheinbaren) Wirkmuster zu entdecken, ja endlich die geheimen Verschwörungsmuster im Hintergrund zu entlarven, gehört offenbar zu den kompensatorischen, individuell und sozialtherapeutisch wohlthuenden Entlastungen in der Moderne.

Warum funktioniert populistische „Medienkritik“ in der breiten Öffentlichkeit, insbesondere in einem Land wie Deutschland, mit hohem Bildungsniveau, hoch mediatisiert, und mit einem hohen Maß an Pressefreiheit (vgl. Reporter ohne Grenzen 2018)? Erklärungen dafür, dass auf Medien bezogene Verschwörungstheorien zwar sachlich widerlegbar, aber in ihrem Glaubenscharakter bei manchen Menschen eben doch fest verankert sind, bietet die Kommunikationsforschung durchaus. An dieser Stelle sei nur verwiesen auf die Bedeutung naiver Medientheorien, auf den Hostile-Media-Effekt, auf eine umgedrehte Schweigespirale, und den Third-Person-Effekt (vgl. Neverla 2017, S. 27 ff.), aber auch darauf, dass die Bedeutung der emotionalen und affektiven Dimension im Umgang mit Medien bislang zu wenig Beachtung gefunden hat (dazu vgl. Lünenborg et al. 2018), auch in der Medienkritik. Zusammengefasst lassen sich die Wirkungspänomene als sich selbst bestätigende Effekte beschreiben, immer mit dem Ausgangspunkt, dass Menschen sich als Teil einer abweichenden und vernachlässigten Minorität sehen gegenüber einem dominanten, mediatisierten Herrschaftsapparat. Das ist interessant im Verhältnis zur kommunikationswissenschaftlichen Konzeption von Öffentlichkeit. Hier hat sich schon längst die Sicht durchgesetzt, dass wir in der Moderne nicht von einer einzigen monolithischen Öffentlichkeit ausgehen können, sondern von einem Netzwerk verschiedenartiger Teil-Öffentlichkeiten, die von unterschiedlicher Größe und Wirkungsmacht sind, einige mehr im Zentrum, andere mehr an der Peripherie, jedoch allesamt jeweils funktional und in ihrer Art wirkungskräftig. Dieser Prozess der Segmentierung von Öffentlichkeit hat schon lange vor der Digitalisierung eingesetzt, wurde aber mit der

Der Prozess der Segmentierung von Öffentlichkeit hat schon lange vor der Digitalisierung eingesetzt, wurde durch diese aber vorangetrieben.

Digitalisierung und der Verbreitung der Social Media vorangetrieben und hat sich zugespitzt, etwa in Form der so genannten digitalen Blasen und Echokammern. Tatsächlich aber scheint die der populistischen Medienkritik zugrundeliegende Erfahrungswelt zu vermitteln, dass es doch die eine dominante und zentrale Öffentlichkeit gibt, wo die Medienelite im Verein mit den Eliten in Politik und Wirtschaft das Sagen hat und abweichende Meinungen unterdrückt werden (was

Auch der Journalismus arbeitet mit Formaten, wie szenischen Einstiegen, in denen Fiktionalisierungsformen Eingang finden.

per se ein logischer Widerspruch ist, aber das sei nun dahingestellt), marginalisiert und jedenfalls keine ausreichende Resonanz finden. Zu ergründen, welche Erfahrungsweisen, Wahrnehmungs- und Denkmuster hinter die-

sem Blick auf die eigene Welt und die mediatisierte Gesellschaft stehen und wie diese Erfahrungsweisen quasi einzufangen sind, dies wären spannende und gesellschaftsrelevante Aufgaben für die Kommunikationswissenschaft ebenso wie für die Medienpraxis.

Es gibt darüber hinaus einen Referenzpunkt von Populismus und populistischer Medienkritik, der noch wenig ergründet scheint. Es ist das Syndrom der Anti-Faktizität, die Verweigerung, sich auf Fakten und Sachverhalte und Logik einzulassen, ein Hang zur Irrationalität. Das Vertrackte dabei: In unserer mediatisierten Gesellschaft gibt es eine Vielzahl von Wirklichkeitskonstruktionen, die eben nicht nur faktisch begründet werden. Auch fiktionale Spielfilme bieten Wirklichkeitskonstruktionen mit Faktenbezug, ebenso wie halb-dokumentarische Formate. Auch der Journalismus arbeitet mit Formaten, in denen Fiktionalisierungsformen Eingang finden, sei es in den „szenischen Einstiegen“ einer „Spiegel“-Reportage oder im TV-Video vom überschwemmten Fischmarkt in Hamburg, der als Indiz für Sturmflut und ihre chaotischen Folgen gelten soll, tatsächlich aber nur einen Einzelausschnitt aus dem Leben einer ansonsten völlig routiniert funktionierenden Stadt zeigt. Genauer genommen sind Fakten „nur in ihrer kontextuellen Einbindung Kernbestandteil des Journalismus. Erst durch ‚fictio‘, ihre Formung, Bildung und Gestaltung, werden sie zum journalistischen Produkt“ (Klaus 2008, S. 351). In der Mediengesellschaft finden sich eine Vielzahl von „Faktisierungs-, Authentisierungs- und Fiktionalisierungsstrategien“ (Hickethier 2008, S. 369), deren Rezeption und Sinnhaftigkeit wir als Nutzer_innen überwiegend erlernt haben. Vielleicht gibt es Grenzwerte für Individuen und Gesellschaft, jenseits derer Vielfalt und Bedeutungsgemenge

von Informationsfluten und Faktisierungsstrategien nicht mehr verarbeitbar erscheinen. Wissen und Bewusstsein haben nicht nur eine erhellende, sondern auch eine beschwerliche und bedrohliche Seite. Offenheit und neue Optionen sind verbunden mit emotionalen Überforderungen und Zukunftsängsten und entsprechenden Kompensationen.

Ein weiterer Punkt ist die Erkenntnis, dass Geschichte und damit auch die Etablierung und Verbreitung von Demokratie sowie Meinungs- und Medienfreiheit keinem linearen Fortschrittsprozess folgt, sondern eher zirkulär, sprunghaft, ja selbst rückschrittlich verlaufen kann. Demokratie und mit ihr Meinungs- und Medienfreiheit stehen immer wieder unter Legitimationsdruck und können massiv gefährdet sein, nicht nur in labilen, sondern auch in scheinbar stabilen Demokratien, und nicht nur durch Angriffe von außen, sondern aus ihrer Mitte heraus. Die Gefahr der anti-demokratischen Kampfrhetorik im Mäntelchen populistischer Medienkritik liegt darin, dass hier politische Kräfte – das heißt heute eindeutig rechtsradikale Kräfte – die Affekte in der Bevölkerung nutzen für die Akzeptanz einer anti-demokratischen und anti-liberalen Politik und zugunsten der eigenen Medien- und Meinungsmacht. Selbst in Deutschland, wo rechtsradikale Kräfte (noch) keinen Zugang zu Regierungsfunktionen haben, zeigen sich Wirkungen: So sind Gewaltandrohungen und Gewalttaten gegen Journalist_innen in Deutschland, etwa auf Pegida-Demonstrationen oder bei rechts-extremen Demonstrationen wie in Chemnitz im Oktober 2018, im Anstieg begriffen (vgl. Hoffmann 2017).

Manfred Rühl und Ulrich Saxer, Urgesteine der Kommunikationswissenschaft, haben bereits 1981, damals anlässlich des 25-jährigen Bestehens des deutschen Presserats, erkannt, dass *Achtung* die „Struktur für normatives Erleben von Mitmenschlichkeit“ sei, und zugleich eine, wenn nicht sogar die „zentrale Kategorie“ einer Kommunikationsethik (Rühl/Saxer 1981, S. 487). Heute stehen wir vor der schärfer medienkritisch profilierten Frage: Wie gehen wir vor, wenn die (halb-) öffentliche mediatisierte Kommunikation nicht auf *wechselseitiger Achtung* zwischen den beteiligten Menschen beruht? Dies ist eine Herausforderung nicht nur angesichts von Hassreden in den Social Media Räumen, sondern auch eine Herausforderung für den Journalismus und für Demokratiepolitik. In welcher Form kann und soll Journalismus offensichtlichen Unsinn und Verhetzungen seitens der populistischen „Medienkritik“ verbreiten? Hier sieht sich der

Achtung ist die „Struktur für normatives Erleben von Mitmenschlichkeit“ und eine „zentrale Kategorie“ der Kommunikationsethik.

Journalismus ebenso wie die Medienkritik im Dilemma zwischen Veröffentlichungsnorm und ethischer Reflexion über deren Folgen (vgl. Thomaß 2008, S. 298). Wobei, Dilemmata entkommt man am ehesten, indem man sie (selbst-)reflexiv thematisiert.

Was tun?

Wissenschaftsgestützte und praxiologische Medienkritik stehen vor großen Herausforderungen in der digitalisierten Kommunikationswelt. Medienkritik in der Mediengesellschaft ist von fundamentaler gesellschaftsanalytischer und praktischer Bedeutung. Es gibt Anzeichen, dass die Kommunikationswissenschaft und Journalistik sich nicht nur vereinzelt, sondern auch in einer grundsätzlichen Bewegung ihrer kritisch-reflexiven Potentiale besinnt und sie ausschöpft. Dabei gibt es noch Spielraum nach oben für die Kommunikationswissenschaft. Die Rolle der Soziologie im politischen Diskurs zeigt – sei es in Form von Makrotheorien, oder bezogen auf Politikfelder wie Bildung, Familien, Arbeitsmarkt – dass es der gleichermaßen normativen wie praxisbezogenen Gesellschaftswissenschaften bedarf, um den öffentlichen Diskurs in der Mediengesellschaft zu bereichern und Entscheidungen zu begründen.

Auch die journalistische Medienpraxis hat sich bewegt und an vielen Ecken die Bälle aufgefangen, die von der alltagspraktischen und selbst von der populistischen Medienkritik geworfen wurden. Etliche Redaktionen (nicht nur der überregionalen Qualitätsmedien) zeigen Anzeichen gewachsener Sensibilität und Kreativität. Sie haben vernachlässigte Themen und soziale Lagen aufgegriffen. Sie suchen nicht nur nach neuen Themen, sondern auch nach neuen Prozessen, um in den Dialog mit ihren Nutzer_innen zu kommen. Und auch die – originär medienkritische – Debatte um Objektivität als Leitnorm, die niemals erreichbar, erkenntnistheoretisch unmöglich, und doch als Leuchtturm sinnvoll erscheint, ist neu eröffnet: Transparenz des Entstehungszusammenhangs, der Recherche und ihrer Hindernisse, wird als neue Form der Objektivität gehandelt. Nicht alles, was als Reaktion auf die populistische Medienkritik auftritt, hat konstruktive medienkritisch-reflexive Qualität. So spielt die „Bild-Zeitung“ gerne mit rassistischen Vorurteilen, um dann scheinbar naiv die Frage zu stellen: „Die große Debatte über Meinungsfreiheit. Darf man nicht mehr sagen, was man denkt? Das meinen Promis, Bürger und Experten“ (bild.de 2019).

Alles in allem: Können wir aus der alltagspraktischen und gar aus der populistischen „Medienkritik“ lernen? Ja, sicher

nicht in allen Details, aber in ihrer Gesamtheit wegen ihrer Irritationswirkung. Die Herausforderung für Wissenschaft und Medienpraxis besteht darin, das gesellschaftskritische Potential durch Differenzierung herauszuschälen. Dies ist eine hohe Kunst. Mangels Alternative sollte sie ausgelotet, erprobt, praktiziert werden. Es gibt jede Menge Stoff für (selbst-)reflektierte Medienkritik.

Literatur

- Bild.de* (2019): *Die große Debatte über Meinungsfreiheit. Darf man nicht mehr sagen, was man denkt? Das meinen Promis, Bürger und Experten.* <https://www.bild.de/politik/inland/politik-inland/haben-wir-meinungsfreiheit-grosse-debatte-nach-bild-bericht-59540370.bild.html> (zuletzt aufgerufen am 14.1.2019).
- Hickethier, Knut (2008): *Die Wahrheit der Fiktion. Zum Verhältnis von Faktizität, Fake und Fiktionalisierung.* In: Pörksen, Bernhard/Loosen, Wiebke/Scholl, Armin (Hg.): *Paradoxien des Journalismus. Theorie – Empirie – Praxis.* Wiesbaden, S. 360-374.
- Hoffmann, Martin (2017): *Wenn der Hass auf die Presse tötlich wird. Körperliche Angriffe auf Journalisten in Deutschland zwischen 2014 und 2016.* In: Lilienthal, Volker/Neverla, Irene (Hg.): „Lügenpresse“. *Anatomie eines politischen Kampfbegriffs.* Köln, S. 191-208.
- Klaus, Elisabeth (2008): *Abschied von der Dichotomie. Zwischen Information und Unterhaltung, zwischen Fakten und Fiktionen – die widersprüchlichen Grundlagen des Journalismus.* In: Pörksen, Bernhard/Loosen, Wiebke/Scholl, Armin (Hg.): *Paradoxien des Journalismus. Theorie – Empirie – Praxis.* Wiesbaden, S. 343-360.
- Krüger, Uwe (2013): *Meinungsmacht. Der Einfluss von Eliten auf Leitmedien und Alpha-Journalisten – eine kritische Netzwerkanalyse.* Köln.
- Krüger, Uwe (2016): *Mainstream – Warum wir den Medien nicht mehr trauen.* München.
- Lilienthal, Volker/Neverla, Irene (2017): „Lügenpresse“. *Anatomie eines politischen Kampfbegriffs.* Köln.
- Lünenborg, Margreth et al. (2018): *Affekte als sozial-relationales Phänomen medialer Kommunikation: Affekttheorien für die Medienforschung nutzbar machen.* In: *SCM Studies in Media and Communication*, 7. Jg., H. 3, S. 423-457.
- Malik, Maja (2004): *Journalismusjournalismus. Funktion, Strukturen und Strategien der journalistischen Selbstthematierung.* Wiesbaden.
- Malik, Maja (2008): *Selbstverliebte Fremdbeobachter. Zum Dilemma der journalistischen Selbstbezüglichkeit.* In: Pörksen, Bernhard/Loosen, Wiebke/Scholl, Armin (2008) (Hg.): *Paradoxien des Journalismus. Theorie – Empirie – Praxis.* Wiesbaden, S. 429-446.
- Maurer, Marcus et al. (2018): *Auf den Spuren der Lügenpresse. Zur Richtigkeit und Ausgewogenheit der Medienberichterstattung in der „Flüchtlingskrise“.* In: *Publizistik*, DOI: 10.1007/s11616-018-00466-y.
- Pörksen, Bernhard/Loosen, Wiebke/Scholl, Armin (2008) (Hg.): *Paradoxien des Journalismus. Theorie – Empirie – Praxis.* Wiesbaden.

- Reporter ohne Grenzen (2018): Rangliste Pressefreiheit. Deutschland. <https://www.reporter-ohne-grenzen.de/deutschland/> (zuletzt aufgerufen am 15.1.2019).
- Roß, Dieter (2005): Medienkritik. In: Weischenberg, Siegfried/Kleinstauber, Hans/Pörksen, Bernhard (Hg.): *Handbuch der Medien*. Konstanz, S. 224-244.
- Roß, Dieter (2008): Ein Forschungsparadox: Datenflut und Realitätsverlust. Die Defizite der empirischen Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. In: Pörksen, Bernhard/Loosen, Wiebke/Scholl, Armin (Hg.): *Paradoxien des Journalismus. Theorie – Empirie – Praxis*. Wiesbaden, S. 635-646.
- Rühl, Manfred / Saxer, Ulrich (1981): 25 Jahre Deutscher Presserat. Ein Anlaß für Überlegungen zu einer kommunikationswissenschaftlichen Ethik des Journalismus und der Massenkommunikation. In: *Publizistik*, 26. Jg., H. 4, S. 451-503.
- Schindler, Johanna et al. (2018): Woher kommt und wohin führt Medienfeindlichkeit? Zum Zusammenhang von populistischen Einstellungen, Medienfeindlichkeit, negativen Emotionen und Partizipation. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 66. Jg., H. 3, S. 283-301.
- Scholl, Armin (2016): Zwischen Kritik und Paranoia. Wo hört Medienkritik auf, wo fangen Verschwörungstheorien an? In: Bundeszentrale für politische Bildung (BpB): *Medienkritik. Zwischen Transparenz und Verschwörungstheorien*. <https://www.bpb.de/dialog/netzdebatte/235319/zwischen-kritik-und-paranoia-wo-hoert-medienkritik-auf-und-wo-fangen-verschwoerungstheorien-amer> (zuletzt aufgerufen am 6.1.2019).
- Schmidt, Jan (2017): *Das neue Netz. Merkmale, Praktiken und Folgen des Web 2.0*. Köln.
- Schneider, Norbert (2017): „Zwei mal drei macht vier“. Über das Innenleben und die Breitenwirkung einer Hetzvokabel. In: Lilienthal, Volker/Neverla, Irene (Hg.): *„Lügenpresse“*. Anatomie eines politischen Kampfbegriffs. Köln, S. 117-136.
- Steindl, Nina/Lauerer, Corinna/Hanitzsch, Thomas (2017): *Journalismus in Deutschland. Aktuelle Befunde zu Kontinuität und Wandel im deutschen Journalismus*. In: *Publizistik*, 62. Jg., H. 4, S. 401-423, DOI: 10.1007/s11616-017-0378-9.
- Thomaß, Barbara (2008): Das Ende der Eindeutigkeiten. Aporien und Dilemmata journalistischer Ethik in einer global vernetzten Mediengesellschaft. In: Pörksen, Bernhard/Loosen, Wiebke/Scholl, Armin (Hg.): *Paradoxien des Journalismus. Theorie – Empirie – Praxis*. Wiesbaden, S. 297-310.
- Washington Post: Fact Checker Analysis. https://www.washingtonpost.com/graphics/politics/trump-claims-database/?utm_term=.6e3a724187e2 (zuletzt aufgerufen am 6.1.2019).
- Weischenberg, Siegfried/Malik, Maja/Scholl, Armin (2006): *Die Souffleure der Mediengesellschaft. Report über die Journalisten in Deutschland*. Konstanz.
- Weischenberg, Siegfried/Kleinstauber, Hans J./Pörksen, Bernhard (2005) (Hg.): *Handbuch Journalismus und Medien*. Konstanz.