

# Die Definitionsmacht der Kommunikationswissenschaft

*Ein Plädoyer für eine „wissenschaftsgeschichtliche Besinnungspause“ und eine Replik auf „Woher kommt und wozu führt Medienfeindlichkeit?“ in M&K 3/2018\**

Michael Meyen

*Dieser Beitrag fragt am Beispiel des Aufsatzes „Woher kommt und wozu führt Medienfeindlichkeit?“ nach der Position der Kommunikationswissenschaft im Kampf um Definitionsmacht, den der Siegeszug von Internet und sozialen Medien auch deshalb ausgelöst hat, weil der professionelle Journalismus sein Informations- und Deutungsmonopol verloren hat. Gestützt auf die Arbeiten von Ulrich Beck, Nick Couldry, John Dewey, Michel Foucault, Geoffroy de Lagasnerie und Chantal Mouffe wird dafür plädiert, die (in der Fachtradition wurzelnde) Ausrichtung auf (meist psychologisch ausgerichtete) Theorien mittlerer Reichweite und elaborierte Verfahren der Datenauswertung zu überdenken, die eigenen Fragen in einen gesellschaftstheoretischen Rahmen einzuordnen und dabei auch ganz grundsätzlich über die Aufgaben, Funktionen und Folgen sozialwissenschaftlicher Forschung nachzudenken.*

**Schlagwörter:** Kommunikationswissenschaft, Diskurstheorie, Definitionsmachtverhältnisse, Wissenschaftsverständnis

Der Untertitel dieses Beitrags zitiert einen Brief, den Wolfgang R. Langenbucher vor etwas mehr als einem Vierteljahrhundert an seinen ehemaligen Münchener Kollegen Hans Wagner geschrieben hat. Es ging dort um den 50. Geburtstag des Instituts für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Universität Wien und um den Wunsch, aus diesem Anlass „einmal wieder bilanzierend innezuhalten“. War es richtig gewesen, „mit einer gewissen Zeitverzögerung die allgemeine Entwicklung nachgeholt“ zu haben und auf „den fahrenden Zug“ aufgesprungen zu sein? Für „einen deftigen Rundumschlag“ gab es seinerzeit keinen besseren Kandidaten als Hans Wagner, Jahrgang 1937, seit 1980 Professor an der Universität München und dort Motor und Herz der Zeitungswissenschaft. Langenbucher lockte Wagner mit einem Hinweis auf seine Veröffentlichungen, in denen er „ja keinen Zweifel daran“ lasse, dass die „Versozialwissenschaftlichung“ der Disziplin einen „schlimmen Gedächtnisverlust“ beschert habe (Wagner 1993: 491).

Es lohnt sich, diesen Festvortrag heute noch einmal zu lesen. Hans Wagner klagt dort über das „positivistische, induktive Erkenntnis- und Wissenschaftsideal“, dem sich das Fach nach dem Zweiten Weltkrieg verschrieben habe, über einen „Methoden-Imperialismus“, der „Leihgaben aus dem Arsenal der Naturwissenschaften“ als empirische Forschung „verabsolutiere“ („als ob historische oder verstehende Verfahren nicht wenigstens ebenso ‚empirisch‘ wären“), über „die Amerikanisierung des Faches einerseits und die Negation der eigenen Wissenschaftstradition andererseits“, vor allem aber über ein „Theorie-Defizit“, das nicht nur einen „wachsenden Wirklichkeitsverlust“ erkläre, sondern auch „das ohnehin schon belastete Verhältnis zur journalistischen und publizistischen Praxis“ weiter verschlechtere (ebd.: 493f., 500). Wagners „Bilanz“ ist mehr als

---

\* Ich danke Uwe Krüger, Mandy Tröger und Kerem Schamberger für Anregungen und Hinweise.

der „deftige Rundumschlag“, den sich Wolfgang R. Langenbucher erhofft hatte: Die Kommunikationswissenschaft habe immer noch keine „Medientheorie“, serviere „die Erkenntnisse von gestern auf amerikanischen Tablett als die Feinkost von heute“ und habe den Bezug „zur Realität sozialer Kommunikation gründlich verloren“, weil sich die Forschung auf einen „Kausalmechanismus zwischen Atomen“ konzentriere und nicht auf den größeren „Handlungs- und Wirkungszusammenhang“, den soziales Handeln nun einmal ausmache (ebd.: 500f., 507, 517f.).

Vielleicht ist es eine Volte der (Fach-)Geschichte, dass der Autor dieser Replik 2002 das Büro von Hans Wagner übernommen hat. Ein Vierteljahrhundert nach besagter Wiener Rede ist offenkundig, dass der Ruf meines Vorgängers nach einer „wissenschaftsgeschichtlichen Besinnungspause“ ungehört verhallt ist – zumindest im „mainstream“ des Fachs, den Wagner (ebd.: 494) seinerzeit „in eine Art Goldgräberlager“ fließen sah, „wo sich hinter scheinbar quirligem Treiben schon der Datenmüll türmte“. Ging es damals auch und vielleicht sogar vor allem um das Verhältnis zum Journalismus und um die Ausbildungsfunktion des Fachs (der Untertitel des Vortrags lautete ursprünglich „Vom Praxiswert der Theorie“, um die „Gäste aus der publizistischen Praxis“ nicht unnötig zu verprellen, ebd.: 491, 519), steht heute mehr auf dem Spiel: die Diagnosefähigkeit einer akademischen Disziplin, deren Gegenstand nie so wichtig war.

Ja: Die Medienforschung ist tatsächlich (wie von Hans Wagner prophezeit) im gelobten Land angekommen und in Goldsucherstimmung, sie gräbt aber (das ist die These dieses Beitrags) an den falschen Stellen. Die Akademisierung der Disziplin, zu der die Orientierung an quantifizierbaren Qualitätsindikatoren (Zitationen, H-Index, Rankings) genauso gehört wie die Entwicklung „reiner“ Wissenschaftskarrieren (ohne jeden Ausflug in irgendeine Praxis außerhalb der Universität), und der damit verbundene Fokus auf das, was die Kolleginnen und Kollegen im eigenen Feld tun: Diese Trends haben all das verstärkt, was Hans Wagner schon Anfang der 1990er Jahre kritisierte. Zugespitzt (und wie jede Zuspitzung ungerecht gegenüber Vielen und Vielem): Statt theoretische Konzepte zu entwickeln oder aus den Nachbardisziplinen zu übernehmen, die es erlauben, adäquat auf die Herausforderungen zu reagieren, die mit dem Wandel von Medien und Öffentlichkeit verbunden sind, hält die Kommunikationswissenschaft an einem Paradigma aus dem Fernsehzeitalter fest (vgl. Gross 2011: 1634). Egal ob Agenda Setting, Framing und Kultivierung, Hostile Media Perception, Nachrichtenwert oder Medienvertrauen: Die psychologisch oder affirmativ ausgerichtete Forschung zur Entstehung und zur Wirkung von öffentlicher Kommunikation ist auch dann keine Antwort auf Wagners Kritik, wenn man sie mit elaborierten Datenanalyseverfahren verknüpft.

Larry Gross, Jahrgang 1942, der als studierter Psychologe, promovierter Sozialpsychologe, ICA-Präsident und vor allem als Co-Forscher von George Gerbner wie kaum ein Zweiter für dieses Paradigma steht, hat in dem gerade schon zitierten Interview die Möglichkeit gepriesen, von vorn anfangen zu dürfen. Die Internetrevolution erlaube uns, all die längst geschlossenen Bücher wieder zu öffnen und so auch unserer Verantwortung als „Umweltschützer“ gerecht zu werden. Die symbolische Umwelt sei genauso in Gefahr wie die physische – beide bedroht durch Abfälle des Industriekapitalismus (Gross 2011: 1634f.). Dass die Welt und mit ihr die Kommunikationswissenschaft einigermassen unbeschadet im Jahr 2030 ankommen, war für Larry Gross dabei keineswegs ausgemacht und zugleich ein Arbeitsauftrag: „There is a responsibility to contribute“ (ebd.: 1636).

Zu dieser Verantwortung gehört, die symbolische Umwelt nicht selbst weiter zu verschmutzen. Wieder zugespitzt: Gefesselt von den Zwängen ihrer Traditionen, ihrer Position im wissenschaftlichen Feld und den Standards des naturwissenschaftlichen Ideals ist die Kommunikationswissenschaft nicht davor gefeit, Realitäten zu produzieren,

die die Chancen für den „Aufbau einer demokratischeren Ordnung“ mindern (Mouffe 2018: 11) – Chancen, die auch mit dem Internet und den sozialen Medien zu tun haben. Responsivität, Partizipation, Repräsentation, Transparenz: Demokratie und diese vergleichsweise neuen Kommunikationsräume scheinen wie füreinander geschaffen (vgl. Castells 2017). Wenn Chantal Mouffe (2018: 12, 26) eine „Radikalisierung der Demokratie“ fordert, dann will sie den „Niedergang der demokratischen Werte Gleichheit und Volkssouveränität“ aufhalten – mit einem Text, versteht sich, denn Mouffe geht davon aus, „dass Gesellschaften stets gespalten sind“ und „durch hegemoniale Praktiken diskursiv konstruiert werden“ (ebd.: 20). Eine Kommunikationswissenschaft, die „Medienfeindlichkeit“ erfindet oder gegen „Populismus“ ins Feld zieht, steht in diesem diskursiven Kampf auf der anderen Seite.

Dass solche Zusammenhänge hier anhand eines Aufsatzes aus München behandelt werden, ist Zufall, einerseits. Schon eine flüchtige Durchsicht der letzten M&K-Ausgaben zeigt, dass es sich um keine Ausnahme handelt. Beispiel eins: Sascha Hölig (2018) staunt in dieser Zeitschrift darüber, dass sich Journalisten und Politiker über Twitter informieren – weil dort Narzissten und Extrovertierte dominieren würden und die Plattform folglich „als Stimmungsbarometer für die Belange der Gesellschaft eher ungeeignet“ sei (S. 160). Dass es bei Twitter gar nicht darum geht und sich auch Presse-sprecherinnen (um eine zweite Quelle zu nennen) „in struktureller und persönlichkeitsbezogener Hinsicht von der Gesamtgesellschaft unterscheiden“ sowie „Themen und Meinungen (...) verhandeln, (die) nicht den Interessenlagen der Bevölkerung entsprechen“ (S. 141)? Geschenk. Hängen bleibt: Hände weg von Twitter. Beispiel zwei: Dennis Lichtenstein und Cordula Nitsch (2018) bescheinigen der ZDF-Kabarettssendung *Die Anstalt* (für nicht wenige ein Hoffnungsträger in Sachen politische Bildung und Aufklärung), in einem „Großteil der Beiträge keine substanziellen Kontexte und Hintergründe“ zu liefern (S. 18). „Informationsgehalt“ eingeschränkt, Punkt – und das mit einem Untersuchungsdesign, das den Clou dieser Sendung gar nicht erfassen kann (weil es auf Beitragsebene bleibt und den konkreten Inhalt ignoriert, vgl. Jones 2010, Krauss 2019).

Andererseits steht der Aufsatz „Woher kommt und wozu führt Medienfeindlichkeit?“ exemplarisch für eine Kommunikationswissenschaft, die das für die Wirklichkeit hält, was die Datenanalyseprogramme ausspucken – im Streben nach Originalität (Zitierbarkeit, vielleicht sogar in den Leitmedien), nach „Wissenschaftlichkeit“ (siehe oben) und vielleicht auch nach einer Nützlichkeit, die Loyalität gegenüber den herrschenden Verhältnissen signalisiert, dem Nachzügler im sozialwissenschaftlichen Feld so einen Dank der Mächtigen verspricht und damit letztlich in wissenschaftliches Kapital umgetauscht werden kann. Vernachlässigt wird dabei nicht nur konzeptionelle und theoretische Arbeit, sondern auch die Reflexion über den eigenen Anteil an der diskursiven Konstruktion der Gesellschaft. Bevor sich diese Replik im Detail mit dem Text beschäftigt, wird dieser Hintergrund in zwei Schritten skizziert (Kampf um Definitionsmacht, Rolle der Sozialwissenschaften).

## Definitionsmachtverhältnisse und Sozialwissenschaften

Seit der professionelle Journalismus sein „Informations- und Deutungsmonopol“ verloren hat (Krüger 2018: 14), wird das Wahrheitsregime westlicher Gesellschaften neu verhandelt. Mit diesem Begriff meint Michel Foucault Diskurse, die uns erlauben, richtig und falsch zu unterscheiden, Techniken, von denen wir annehmen dürfen, dass sie Wahrheit produzieren, Menschen, die befugt sind, diese Wahrheiten dann zu verkünden, und Mittel, Abweichler zu sanktionieren (vgl. Jones 2010: 63). Der Journalismus war

lange eine der zentralen Instanzen im westlichen Wahrheitsregime. Objektivität, Trennung von Nachricht und Meinung, Neutralität, Unabhängigkeit, Vielfalt, Ausgewogenheit: Die Berufsideologie und mit ihr die Kriterienkataloge für Qualität im Journalismus, die die Kommunikationswissenschaft vorgelegt hat (vgl. Arnold 2009), sind verräterisch, weil sie etwas versprechen, was niemals einzulösen ist, und so die Selektivität verdecken, die jede Berichterstattung ausmacht (vgl. Lippmann 2018: 293).

Nachrichten, vor allem die im Fernsehen, als Fenster zur Welt und als ihr Spiegel, Reporterinnen und Reporter, die Zugang zum Zentrum der Macht haben und uns deshalb sagen können, was wahr ist und was wichtig: Mit dem Konzept „Mythos vom mediatisierten Zentrum“ erklärt Nick Couldry (2012: 67), warum das Feld Massenmedien für Akteure in allen anderen sozialen Feldern wichtig ist. Couldry unterstellt eine strukturelle Medienwirkung. Medieninstitutionen würden allein schon durch die Art und Weise, wie sie Realität konstruieren, behaupten, es gebe so etwas wie eine „Wahrheit“ oder ein „natürliches Zentrum“ der Werte und Lebensstile. Der Weg zu diesem Zentrum führt dann wiederum nur über die Massenmedien.

Dieser Mythos, der neben dem Journalismus auch von der Politik befeuert wird, weil beide von ihm abhängen, und der für Couldry die Wurzel aller Medienwirkungen ist, steht auf dem Prüfstand, seit wir alle öffentlich (theoretisch für jeden sichtbar) sagen können, was ist. Ulrich Beck (2017) hat sich in seinem letzten Buch bei John Dewey (1927) bedient, für dieses Nebeneinander von traditionellen Massenmedien und neuen Kommunikationskanälen die Begriffe Fortschritts- und Nebenfolgenöffentlichkeiten geprägt und dazu aufgerufen, die Definitions-machtverhältnisse zu reformieren. Vorbei die Zeit, so hoffte Beck, in der die Mächtigen bestimmen konnten, was wir wissen dürfen und was nicht, weil sie Zugriff hatten auf die großen Medien, direkt oder indirekt (vgl. Meyen 2018). Öffentlichkeit gezielt herstellen, zulassen, unterdrücken. Globale Risiken gegeneinander ausspielen. Der Finanzmarkt ist wichtiger als das Klima, der Terrorismus wichtiger als Transparenz im Netz. Regierungen und nationale Apparate, sagt Beck, haben ein Interesse an Relativierung und Unsichtbarkeit, weil globale Risiken nicht nur unser Leben und unsere Selbstbestimmung bedrohen, sondern auch die „Autorität und Souveränität des Nationalstaats“. „Das impliziert: Die Politik der Unsichtbarkeit ist eine erstklassige Strategie zur Stabilisierung staatlicher Autorität und zur Reproduktion der sozialen und politischen Ordnung, für die es darauf ankommt, die Existenz globaler Risiken“ zu leugnen (Beck 2017: 133f.).

John Dewey hatte schon 90 Jahre vorher über den Zustand der Kanäle geklagt, die eigentlich dafür prädestiniert seien, das demokratische Ideal zu bedienen und vor allem diejenigen zu kontrollieren, die im Namen der Öffentlichkeit handeln und dabei die Konsequenzen unseres Handelns thematisieren sollten, die wir nur bedingt oder gar nicht überschauen können. Öffentlichkeit bestehe heute (1927 in den USA) aus Werbung, Propaganda und Zwischenfällen jeder Art. Kriminalität, Familienkräche, persönliche Konflikte. Nichts als Sensationen (Dewey 1927: 139, 168, 180). Dewey wusste, dass sich politisches Verhalten am leichtesten über die Meinungsbildung kontrollieren lässt (ebd.: 182), und schimpfte deshalb auf PR-Agenten, auf die geradezu religiöse Aura und damit auf die Tabus, die einmal etablierte Institutionen schützen (etwa den Nationalstaat), und auf unsere Angst vor Experimenten (ebd.: 168f.). Wer behaupte, das Publikum habe kein Interesse an aufwändigen Recherchen, der habe es nur noch nicht richtig versucht (ebd.: 183).

Was für John Dewey ferner Wunsch war (Zugang zu allem Wissen, Transparenz sowie Journalisten, die so frei sind, dass sie das tun können, was sie für eine Radikalisierung der Demokratie tun müssten, ebd.: 182), scheint mit dem Internet greifbar nah.

Für Ulrich Beck sind die alten Massenmedien „die Welt der Nationen“. Eine Welt der „Fortschrittsöffentlichkeiten“, in denen darüber debattiert werde, wie die „goods“ verteilt werden (Einkommen, Ausbildung, medizinische Versorgung, Sozialleistungen). „Der Modus dieser national organisierten, öffentlichen Form medialer Macht ist exklusiv, das heißt: Man stellt sie gezielt her, man kann sie zulassen, unterdrücken usw.“ Bei dem, was Beck „Nebenfolgenöffentlichkeiten“ nennt, geht das nicht. Dort wird über die Risiken diskutiert, über „kulturabhängig wahrgenommene Normverletzungen, die vom Mainstream der national organisierten Fortschrittsöffentlichkeit produziert und weitgehend ignoriert werden. Dabei handelt es sich nicht nur um einen Themenwechsel, sondern auch um einen Formenwechsel von Öffentlichkeit. Die Nebenfolgenöffentlichkeit kann nicht ohne Weiteres von den Mächtigen gesteuert werden. Sie stellt sich gegen eine risikovergessene Fortschrittskoalition, bestehend aus Experten, Industrie, Staat, Parteien und etablierten Massenmedien. Nebenfolgenöffentlichkeiten entstehen ungeplant, gegen den hegemonialen Fortschrittsdiskurs, und sind entsprechend schwer kontrollierbar“ (Beck 2017: 172f.).

Ulrich Beck (2017: 146, 150f.) glaubte, dass die „Politik der Unsichtbarkeit“ mit dem Internet Geschichte ist, Geschichte sein muss, weil sonst Autoritäten und eine Ordnung stabilisiert werden, die dabei sind, die Menschheit zu vernichten. Beck war Optimist. Die Schlacht um Deutungshoheit beginnt gerade erst. Die Politik und ihre Helfer in der Wissenschaft wettern gegen Fake News, asoziale Medien, Hate Speech, Verschwörungstheorien, Medienfeinde. In München werden Menschen zu vierstelligen Geldstrafen verurteilt, weil sie einen Facebook-Post geteilt haben, der eine Fahne der syrisch-kurdischen Volksverteidigungseinheiten YPG zeigt (vgl. ANF News 2018). Mag sein, dass es der Justiz dabei tatsächlich um die Nähe zur PKK geht. Die Metabotschaft lautet anders: Hände weg von diesen Kanälen. Informiere dich da, wo ganz offiziell „News“ draufsteht. Habe Vertrauen in das, was wir dir dort als Wahrheit präsentieren. Paul Schreyer, der mehrere Bücher zum Zustand der westlichen Demokratien vorgelegt hat, geht noch einen Schritt weiter. Zitat: Wer Schlagworte wie Fake News, Hate Speech oder Populismus benutze, „der möchte im Grunde eine rote Linie ziehen“ zwischen dem, was (noch) erlaubt ist, und dem, was nicht akzeptiert werden kann, nicht einmal mehr diskutiert werden darf. „Der nächste Schritt nach dem Abwerten und Ausgrenzen ist das Verboten“ (Schreyer 2018: 32f.).

In diesem Kampf um Deutungshoheit sind Sozialwissenschaftler nicht Beobachter, sondern Teilnehmer (vgl. Krüger & Meyen 2018). Wer Ideen und Diskurse produziert, will mitmischen. Die Öffentlichkeit (oder: „die Politik“), sagt Geoffroy de Lagasniere (2018: 102), „ist immer schon da“, wenn wir anfangen zu forschen – in den Gegenständen, in den Untersuchungsdesigns, in unseren Interpretationen. Ob wir das wollen oder nicht, ob wir es bestreiten oder zustimmen: Die Sozialwissenschaften sind dabei im „gesellschaftlichen Spiel“. Engagement, der engagierte Intellektuelle? Schimären, sagt de Lagasniere. Der „Raum des Wissens“ und die Politik seien in Wahrheit ein einziger Raum – und in diesem Raum werde gekämpft (ebd.: 24f.).

Geoffroy de Lagasniere hat keine Scheu, Front und Gegner zu benennen. Sein Axiom: „Die Welt ist ungerecht, die Welt ist schlecht, sie ist durchzogen von Systemen der Herrschaft, der Ausbeutung, der Macht und Gewalt, die es aufzuhalten, infrage zu stellen und zu überwinden gilt“ (ebd.: 14). Daraus ergibt sich ein Kriterium zur Bewertung wissenschaftlicher Arbeit, das hier in ein Gegensatzpaar gegossen wird: „funktional“ (wer die „Machtsysteme“ stützt oder gar stärkt) vs. „dysfunktional“ (für eine „gerechtere und vernünftige Welt“, ebd.: 15, 22f.). Geoffroy de Lagasniere lässt keinen Zweifel, auf welcher Seite er steht. Er zieht gegen die „Fiktion der Neutralität“ zu Felde (ebd.:

26) und gegen die Idee, jedes wissenschaftliche Feld strebe nach Autonomie und Selbstreferenzialität. Der Glaube, man könne „Wissenschaft um der Wissenschaft willen“ betreiben, sei ein Bruder der Wachstumsideologie („Profit um des Profits willen“, ebd.: 33). Und wer meine, es müsse auch „sinnlose wissenschaftliche Praktiken und Wahrheiten“ geben, der übersehe, dass gerade diese „Nutzlosigkeit“ die „bestehende Welt“ stütze (ebd.: 37) – eine schlechte Welt, wie ja schon sein Buchtitel sagt.

„Wahrheit“ ist für Geoffroy de Lagasniere ganz folgerichtig ein „oppositioneller Begriff“ und „objektiv“ alles, was zeigt, wie und warum eine Praxis oder eine Institution „falsch“ ist („wie sie uns schlecht behandelt, wie sie lügt und auf irrationalen Überzeugungen und Praxen beruht“, ebd.: 55). Weiter im Text: Die Sozialwissenschaft „definiert sich als Infragestellung von Ideologien, Institutionen und gesellschaftlichen Rahmenstrukturen. Die soziale Welt zu objektivieren, heißt das zu objektivieren, was in ihr nicht in Ordnung ist, sowie die Gründe dafür. Wissen heißt, die Missstände in der Gesellschaft aufzudecken, ihre Probleme und ihre Falschheit“ (ebd.: 61). Wie das gehen soll? Zumindest zwei der Antworten sind nicht weit weg von dem, was Hans Wagner (1993) in seiner Wiener Rede der Kommunikationswissenschaft ins Stammbuch geschrieben hat und den Anlass für diese Replik liefert: in „Totalitäten denken“ (also weg von „punktuellem, isolierter und spezialisierter“ Forschung, weg von Fallstudien und „klar abgegrenzten Ausschnitten der Realität“) und die Strukturen hinterfragen, „in denen Wissen produziert wird“ (de Lagasniere 2018: 75, 80, 82).

## Das Kartenhaus der Medienfeindlichkeit

Wenn man mit Chantal Mouffe (2018: 33) davon ausgeht, dass Gesellschaften „diskursiv konstruiert“ werden, und nach der Definitionsmacht der Kommunikationswissenschaft fragt, dann muss die Kritik an dem Aufsatz „Woher kommt und wozu führt Medienfeindlichkeit?“ bei der Sprache beginnen und bei dem Menschen- und Gesellschaftsbild, das damit transportiert wird. Der „Feind“ ist ein Begriff aus dem Vokabular des Militärs. Der Feind ist mehr als ein Kritiker, ein Gegner, ein Kontrahent, ein Widersacher. Mit Feinden wird nicht verhandelt. Feinde schießen, und man schießt zurück. „Gut ein Viertel der Deutschen“ hätten „medienfeindliche Vorstellungen“, sagt der Text mit Verweis auf eine repräsentative Studie (Schindler et al. 2018: 297, vgl. Schultz et al. 2017). Was machen wir mit diesen Menschen, wenn das stimmen sollte? Schindler et al. (2018: 283f.) lassen da wenig Zweifel, wenn sie „Medienfeindlichkeit“ mit „extremer Medienkritik“ gleichsetzen (verstanden als stark „negative Einstellungen gegenüber klassischen journalistischen Medienangeboten“, verknüpft mit der „Bereitschaft, diese auch öffentlich zu äußern“) und von „einer gesunden Skepsis gegenüber Medien“ abgrenzen. Wer krank ist, braucht Behandlung.

Dass diese Wortwahl kein Ausrutscher ist (und die Kritik daran folglich keine Krümelkackerei), lässt sich im Text belegen. Dort gibt es „problematische Online-Nutzerkommentare“ (S. 284), „unbegründete extreme und pauschale Anschuldigungen“, die „differenzierter und empirisch gestützter Medienkritik“ gegenübergestellt werden (S. 285), und eine „Art der Partizipation“, die „einem konstruktiven, lösungsorientierten demokratischen Diskurs (...) eher im Weg steht“ (S. 297). Wann ist ein Kommentar „problematisch“, wann nicht mehr „konstruktiv“? Abgesehen vom Diskurs- und Gesellschaftsideal, das da durchschimmert und über das man streiten könnte: Wer mag das jeweils entscheiden? Und (das führt zurück zu Hans Wagner): Welche Art von Empirie ist gemeint, wenn Medienkritiker verunglimpft werden? Glaubt tatsächlich jemand, dass Menschen einfach so schimpfen, ganz jenseits aller Erfahrungen, die sie in ihrem Leben machen?



Ganz unabhängig von der Wortwahl im Aufsatz von Schindler et al.: Auch Menschen mit „extremen“ Einstellungen (was immer dann im Einzelfall für „extrem“ gehalten werden mag) gehören zur Gesellschaft und können nicht ignoriert, ausgegrenzt oder weggesperrt werden. Abstempeln ist bequem und gut für das eigene Gewissen, bestärkt solche Menschen allerdings vermutlich darin, sich weiter im Abseits zu sehen. Das gilt analog auch für ein Label wie „politische Zweifler“ (S. 284), das Schindler et al. kritiklos und eher bewundernd aus einem Text entnehmen, der in den *Media Perspektiven* erschienen ist (van Eimeren et al. 2017), oder für Bernhard Pörksen (2018: 12, 75), der von „indiskreten Medien“ spricht und bedauert, dass es heute keine Möglichkeit mehr gebe, „radikal abweichende Ansichten und bisher nicht artikuliert Standpunkte offensiv auszugrenzen“.

Die Gesellschaft, in der Menschen mit „medienfeindlichen Vorstellungen“ leben, hat in der Realität des hier zu behandelnden Aufsatzes eine starke Mitte und extreme Ränder – Ränder, die sich nicht wirklich unterscheiden. Man erfährt nur, dass sich Linkspopulismus „typischerweise auf die Anti-Elite-Dimension“ fokussiere „und Rechtspopulismus zusätzlich auf die Ablehnung von Fremdgruppen“. Gemessen wird dann „der für beide politischen Richtungen typische Anti-Elite-Populismus“ (S. 286). So verschwinden konzeptionelle Unterschiede zwischen beiden Lagern (etwa: Freiheit, Gleichheit und soziale Gerechtigkeit für alle vs. Fremdenfeindlichkeit und nationale Souveränität, unterschiedliche Formen von Unterordnung und Unterdrückung vs. homogenes Volk oder Ablehnung von Hierarchien ganz generell vs. Ablehnung von bestimmten Eliten, die „zu liberal“ agieren oder aus anderen Gründen als nicht legitim erscheinen, vgl. zusammenfassend Mouffe 2018). Stattdessen nutzt der Text das Wörtchen „quer“ (S. 286) und schließt damit an einen Diskurs an, der die Demokratie sowohl von rechts bedroht sieht als auch von links, am meisten aber von dem Zangengriff, der von einer solchen „Querfront“ für die „gute“ Mitte ausgeht (vgl. Schreyer 2018).

Dass „Populismus“ eine Gefahr ist, wird dabei gar nicht extra ausformuliert – so selbstverständlich scheint das dem Autorenkollektiv. Definition hier: ein „ideologisches Denkmuster“ oder eine „Form politischer Kommunikation“, die man „mit anderen Ideologien“ verknüpfen kann (S. 286). Dazu Chantal Mouffe (2018: 21), weil man es nicht besser sagen kann: „Populismus ist keine Ideologie, und man kann ihm keinen spezifischen programmatischen Inhalt zuordnen.“ Mouffe definiert Populismus stattdessen mit Ernesto Laclau (2005) als „eine Diskursstrategie, die eine politische Frontlinie aufbaut, indem sie die Gesellschaft in zwei Lager aufteilt und zu einer Mobilisierung der ‚Benachteiligten‘ gegen ‚die an der Macht‘ aufruft“, und verwirft damit auch „die abwertende Verwendung dieses Begriffs in den Medien, wo mit ihm alle abqualifiziert werden, die sich gegen den Status quo wenden“ (Mouffe 2018: 20f.). Diese Medien werden auch von einer Kommunikationswissenschaft gefüttert, die mit dem Popanz einer populistischen Gefahr spielt. Noch einmal Chantal Mouffe (2018: 33): „Anstatt die Wähler rechtspopulistischer Parteien von vornherein als zwangsläufig von primitiven Leidenschaften motiviert abzutun und sie dazu zu verdammen, für immer in diesen Leidenschaften gefangen zu bleiben, tut es not, den demokratischen Kern vieler ihrer Forderungen zu erkennen.“ Die Schlagworte dazu bei Mouffe: Politik als „Verwaltung der etablierten Ordnung“ und „Domäne von Experten“, das Verschwinden der „agonistischen Räume, in denen unterschiedliche gesellschaftliche Projekte aufeinanderprallen konnten“, und der damit verbundene Verlust „demokratischer Rechte“, sowie das „Dogma, die neoliberale Globalisierung sei alternativlos“. Wer das nicht akzeptiere, werde als „Extremist“ gebrandmarkt oder als „Populist“ disqualifiziert (ebd.: 26f.).

Das wichtigste Ergebnis der Studie von Schindler et al. (2018) ist, dass „medienfeindliche Vorstellungen“ auf „populistische Überzeugungen zurückzuführen“ sind so wie (darauf wird am Schluss zurückzukommen sein) „auf die Nutzung von Alternativmedien“ (S. 283). Um eine solche These aufstellen und dann auch belegen zu können, braucht man eine Theorie, die erklärt, wie Bilder von Realität entstehen. Eine solche Replik ist nicht der Ort, den Kosmos an Ansätzen auszubreiten, den es dazu in Soziologie und Psychologie gibt (um nur die beiden wichtigsten Felder zu nennen). Es geht hier auch nicht darum, einer bestimmten Sichtweise das Wort zu reden. Vertreterinnen materialistischer Ansätze werden andere Antworten auf die Frage haben, wie „medienfeindliche Vorstellungen“ entstehen (so es diese geben sollte), als diejenigen, die ganze Batterien von Persönlichkeitsmerkmalen kennen, Sozialisationstheorien anhängen oder darauf verweisen, dass die Bundesregierung seit mindestens 20 Jahren den Präferenzen der Reichen folgt (vgl. Elsässer et al. 2017). Die Studie von Schindler et al. (2018) nutzt keine dieser Erklärungsmöglichkeiten, sondern misst einfach das, was Kommunikationswissenschaftlerinnen sonst auch immer messen, und wenn irgendetwas davon miteinander korreliert, dann haben wir einen Zusammenhang.

Statt mit einer Theorie beginnt die Studie mit einer Setzung: Es sei „sinnvoll, populistische Überzeugungen in einem ersten Schritt als prinzipiell vorgelagerten Filter zu betrachten“ (S. 285). Warum es „sinnvoll“ sein soll, das Ergebnis so schon vorwegzunehmen, erschließt sich nicht. Der Beleg jedenfalls (ein Aufsatz von Michael Slater) behandelt sich selbst verstärkende Spiralen, ohne dabei einen „vorgelagerten Filter“ zu nennen (vgl. Slater 2007). Im Abschnitt „Theoretischer Hintergrund“ wird anschließend kurz über „subjektive Medienvorstellungen“ gesprochen sowie über „populistische Einstellungen“. Dass es sich hierbei um eine „Ursache für Medienfeindlichkeit“ handeln könnte (S. 296), bleibt reine Vermutung – gestützt auf eine andere Studie aus derselben Schule (Schultz et al. 2017). Dass beide Konstrukte dann im Datensatz stark miteinander zusammenhängen, sagt erstens nichts über Ursache und Wirkung, gibt zweitens dem Verdacht Nahrung, dass hier einfach zweimal mit unterschiedlichen Items das gleiche gemessen wurde, und bleibt drittens vor allem deshalb unbefriedigend, weil das „Analysemodell“ und das „Pfadmodell“ (S. 290, 296) neben „populistischen Einstellungen“ nur zwei Medienvariablen enthalten („Nutzung von Alternativmedien“, „wahrgenommene Interessenvertretung“) und nicht einmal alle denkbaren soziodemografischen Variablen kontrolliert wurden (nur Geschlecht, Alter, Bildungsstand und Herkunft, aber zum Beispiel nicht Einkommen, soziale Position oder Integrationsgrad, S. 293).

Die zweite Setzung ist fast noch problematischer. Die Studie nimmt an, dass es im „deutschen Mediensystem“ Vielfalt gibt („verschiedenste politische Ansichten vertreten“, eine „pluralistische und professionelle Medienlandschaft“, S. 287). Es gibt zwar einen Beleg (Lüter 2008: eine Studie, die Zeitungskommentare aus den 1990er analysiert hat) und drei mögliche Einschränkungen (wenn auch in einem anderen Zusammenhang: Kontakt zu politischen Eliten, der hohe Bildungsgrad von Journalisten und die Indexing-Theorie), ansonsten aber wird das zur Wirklichkeit erklärt, was der Berufsstand gern selbst glauben möchte. Kein Wort von der gesellschaftlichen Debatte um die außenpolitische Berichterstattung, die Ende 2014 sogar dazu führte, dass Frank-Walter Steinmeier, damals noch Außenminister, die Branche bei einer Preisverleihung rügte: „Wenn ich morgens manchmal durch den Pressespiegel meines Hauses blättere, habe ich das Gefühl: Der Meinungskorridor war schon mal breiter. Es gibt eine erstaunliche Homogenität in deutschen Redaktionen, wenn sie Informationen gewichten und einordnen. Der Konformitätsdruck in den Köpfen der Journalisten scheint mir ziemlich hoch. Das Meinungsspektrum draußen im Lande ist oft erheblich breiter“ (Steinmeier zitiert in



Böning 2018: 122). Kein Wort von der Literatur, die seitdem erschienen ist und die hier nicht referiert werden muss, weil Holger Böning (2018) im *Jahrbuch für Kommunikationsgeschichte* gerade einen fulminanten und historisch informierten Überblick zum Thema geliefert hat.

Wohin ein solcher Realitätsverlust führt, lässt sich im Abschnitt „Theoretischer Hintergrund“ studieren. „Pluralismus und Elitismus“ werden dort zu „zwei zentralen Feindbildern“ von „populistisch eingestellten Menschen“ gemacht, weil es in einem homogenen Volk keine Vielfalt geben und ein solches Meinungsspektrum folglich nur „mit der Steuerung von Eliten“ erklärt werden kann (S. 287). Übersetzt: Menschen mit „populistischen Überzeugungen“ nehmen an, dass Eliten (vermutlich Menschen wie Frank-Walter Steinmeier) dafür sorgen, dass in den Medien über Dinge gestritten wird, bei denen sich das Volk längst einig ist. Ich kann die Frage von oben wiederholen: Glaubt tatsächlich jemand, dass Menschen so denken?

Natürlich: Jeder „Staat“ (in Anlehnung an Gramsci hier verstanden als „Kristallisation der Machtverhältnisse und als umkämpftes Terrain“, Mouffe 2018: 59) hat ein Interesse, das zu kontrollieren, was über ihn in der Öffentlichkeit gesagt wird (vgl. Meyen 2018). Allein das Presse- und Informationsamt der Bundesregierung beschäftigt mehr als 400 Menschen, die Apparate der Ministerien und so weiter noch gar nicht mitgezählt (Schulz 2016: 214). Diese Menschen machen nichts anderes, als die Welt darüber zu informieren, was die Kanzlerin und ihre Minister so tun. Nachrichten produzieren, Dossiers, zitierfähige Sätze. Sich in jeder Hinsicht darum kümmern, dass Politik und Politiker gut dastehen. Dafür auch in den Redaktionen anrufen, mit dem winken, was die Macht im Guten und im Schlechten zu bieten hat. All das macht die Debatte um Vertrauen in die Medien obsolet. Wir müssen nicht „glauben“, was uns die *Tagesschau* erzählt, die FAZ, die *Süddeutsche Zeitung*. Wenn wir Medien nutzen, dann beobachten wir Definitionsmachtverhältnisse. Wer schafft es, seine Themen, seine Sicht der Dinge in die Öffentlichkeit zu bringen?

Die Realität der Massenmedien ist dabei ganz real. Diese Realität (anders als zum Beispiel die Realität der sozialen Medien) kann niemand ignorieren – selbst der nicht, der nichts davon glaubt und vielleicht sogar (in der Terminologie des hier zu behandelnden Aufsatzes) „medienfeindliche Vorstellungen“ hat. Medien definieren, was ist, ordnen die Welt, liefern Kategorien, mit denen wir die Welt beschreiben können, und sorgen so dafür, dass ihre Realitätskonstruktionen in Alltagshandeln und Weltanschauungen übernommen werden (vgl. Couldry 2012: 84-91). Medienrealität ist eine Realität erster Ordnung. Wenn es „Medienfeinde“ gibt, dann muss es auch Bergfeinde, Flussfeinde, Straßenfeinde geben. Die symbolische Gewalt, die von der Medienrealität ausgeht, erklärt, warum bei Medienkritik das große Ganze auf dem Spiel steht. Selbst wenn es vordergründig um einen bestimmten Beitrag oder eine einzelne Redakteurin gehen sollte: Medienkritik ist Systemkritik.

Man könnte jetzt in die Details der empirischen Umsetzung gehen und neben dem Convenience-Sample (54 Prozent AfD-Anhänger) vor allem die Operationalisierung der zentralen Konstrukte kritisieren. Ganz allgemein gefragt: Woran mögen die Menschen denken, wenn man sie um ein Urteil über „die Medien in Deutschland“ bittet (S. 292, vgl. Böning 2018: 124)? Die neun Items zur „Medienfeindlichkeit“ sind dann mehr oder weniger Konkretisierungen der Skala, mit der Populismus gemessen wurde („von der Regierung gesteuert“, „korrupt“, „gleichgeschaltet“, „vertreten nicht die Interessen der Bevölkerung“). Im Text wird zwar für alle Variablen behauptet, dass es sich „um inhaltlich unterschiedliche Konstrukte mit hoher Erklärungskraft“ handeln würde, und auf VIF-Werte sowie auf „theoretische Begründungen“ verwiesen, die der Aufsatz an-

geblich liefert (S. 293), die Korrelationsmatrix und die ungewöhnlich große Erklärungskraft von „populistischen Einstellungen“ (S. 293f.) sagen aber eher das Gegenteil.

Wichtiger als ein solcher Methodenstreit scheint mir an dieser Stelle (wie schon angekündigt) ein weiterer „Befund“: Die „Nutzung von Alternativmedien“ verstärkt „medienfeindliche Vorstellungen“ (wenn auch nur „leicht“, S. 294). Ich will hier weder über die Definition von „Alternativmedien“ streiten (in Kurzform: sehen aus wie „klassische journalistische Angebote“, arbeiten aber anders, positionieren sich anders und können „folglich als Gegenentwurf bzw. Gegenöffentlichkeit auftreten und wahrgenommen werden“, S. 288) noch über die im Text genannten Beispiele (links, rechts, russisch, pro-amerikanisch/antiislamisch, also passend zum Gesellschaftsbild des Aufsatzes: *Junge Welt*, *Junge Freiheit*, *RT Deutsch*, *PI-News*, S. 289, 292) oder über die Kurzbeschreibung des Inhalts solcher Angebote („stark ideologisch geframed, selektiert oder falsch“ – der Gegensatz zu „Medien, die nach professionellen journalistischen Standards arbeiten“ und offenbar ohne Frames oder Selektivität auskommen und auch sonst ein Hort des Wahren und Richtigen sind, S. 289). Die Frage ist: Was macht die Politik mit einer Studie, die in einem Pfadmodell „populistische Einstellungen“, „Medienfeindlichkeit“, die „Nutzung von Alternativmedien“, „Wut“ und Formen „politischer Partizipation“ zusammenführt, die „tendenziell ohne die Akzeptanz vielfältiger Meinungen, die Anerkennung grundlegender Fakten und/oder in isolierten Räumen stattfinden“ und so den „demokratischen Diskurs“ gefährden (S. 296f.)? Was machen Regierungen damit, die sich noch stärker bedroht fühlen als die letzten Kabinette von Angela Merkel?

Ich bin dankbar, dass die Definitionsmacht der Kommunikationswissenschaft nach wie vor eher bescheiden ist. Das entbindet Vertreterinnen und Vertreter dieser Disziplin allerdings nicht von der Aufgabe, die uns Kollegen wie Larry Gross (2011) oder Geoffroy de Lagasnerie (2018) gestellt haben. Dazu gehört, das Theoriepotenzial zu nutzen, das es jenseits des Fachs gibt und das hier nur angedeutet werden konnte, und die eigenen Forschungsprobleme im Lichte der Herausforderungen neu zu gewichten, vor denen die Menschheit im Moment steht (vgl. Krüger & Meyen 2018). In Kurzform: sich entscheiden, auf welcher Seite des Kampfes um diskursive Hegemonie man stehen möchte. Radikalisierung von Demokratie oder ihr Abbau (etwa: weniger Räume für Partizipation und Meinungsäußerung), das ist hier die Frage. Deshalb: Eine „wissenschaftsgeschichtliche Besinnungspause“ bitte, wie von Wolfgang R. Langenbucher und Hans Wagner schon vor einem Vierteljahrhundert gefordert.

## Literaturverzeichnis

- ANF News (2018): Anselm Schindler: Ich nehme das Urteil nicht hin. <https://anfdeutsch.com/aktuelles/anselm-schindler-ich-nehme-das-urteil-nicht-hin-7756> (15. Januar 2019).
- Arnold, K. (2009): *Qualitätsjournalismus. Die Zeitung und ihr Publikum*. Konstanz: UVK.
- Beck, U. (2017): *Die Metamorphose der Welt*. Berlin: Suhrkamp.
- Böning, H. (2018): „Lügen-Presse“, „Fake-News“ und „Medien-Mainstream“. Gedanken zu einigen Neuerscheinungen zum Thema und zum Zustand der gegenwärtigen Presseberichterstattung. *Jahrbuch für Kommunikationsgeschichte*, 20, 122–155.
- Castells, M. (2017): *Das Informationszeitalter. Wirtschaft, Gesellschaft, Kultur*. Drei Bände. Wiesbaden: Springer VS.
- Couldry, N. (2012): *Media, Society, World. Social Theory and Digital Media Practice*. Cambridge: Polity Press.
- Dewey, J. (1927): *The Public and its Problems*. New York: Holt.
- Elsässer, L., Hense, S., & Schäfer, A. (2017): „Dem Deutschen Volke“? Die ungleiche Responsivität des Bundestags. *Zeitschrift für Politikwissenschaft*, 27(2), 161–180.

- Gross, L. (2011): 'We Have a Responsibility to Contribute.' *International Journal of Communication*, 6, Feature, 1630–1637.
- Hölig, S. (2018): Eine meinungsstarke Minderheit als Stimmungsbarometer?! Über die Persönlichkeitseigenschaften aktiver Twitterer. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 66(2), 140–169.
- Jones, J. P. (2010): *Entertaining Politics. Satiric Television and Political Engagement*. Second Edition. Plymouth: Rowman & Littlefield.
- Krauss, D. (2019) (Hrsg.): *Die Rache des Mainstreams an sich selbst. 5 Jahre „Die Anstalt“*. Frankfurt/Main: Westend.
- Krüger, U. (2018): Der neue Strukturwandel der Öffentlichkeit und die German Angst. In G. Hooffacker, W. Kenntemich, & U. Kulisch (Hrsg.), *Die neue Öffentlichkeit. Wie Bots, Bürger und Big Data den Journalismus verändern* (S. 9–25). Wiesbaden: Springer VS.
- Krüger, U., & Meyen, M. (2018): Auf dem Weg in die Postwachstumsgesellschaft. Plädoyer für eine transformative Kommunikationswissenschaft. *Publizistik*, 63(3), 341–357.
- Laclau, E. (2005): *On Populist Reason*. London, New York: Verso.
- Lagasnere, G. de (2018): *Denken in einer schlechten Welt*. Berlin: Matthes & Seitz.
- Lichtenstein, D., & Nitsch, C. (2018): Informativ und kritisch? Die Politikdarstellung in deutschen Satiresendungen. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 66(1), 5–21.
- Lippmann, W. (2018): *Die öffentliche Meinung. Wie sie entsteht und manipuliert wird*. Herausgegeben von Walter Otto Ötsch und Silja Graupe. Frankfurt/Main: Westend.
- Lüter, A. (2008). *Die Kommentarlage. Profilbildung und Polyphonie in medienöffentlichen Diskursen*. Wiesbaden: VS.
- Meyen, M. (2018): Journalists' Autonomy around the Globe: A Typology of 46 Mass Media Systems. *Global Media Journal, German Edition*, 8(1). DOI:10.22032/dbt.35003.
- Mouffe, C. (2018): *Für einen linken Populismus*. Berlin: Suhrkamp.
- Pörksen, B. (2018): *Die große Gereiztheit. Wege aus der kollektiven Erregung*. München: Hanser.
- Schindler, J., Fortkord, C., Posthumus, L., Obermaier, M., Fawzi, N., & Reinemann, C. (2018): „Woher kommt und wozu führt Medienfeindlichkeit?“ Zum Zusammenhang von populistischen Einstellungen, Medienfeindlichkeit, negativen Emotionen und Partizipation. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 66(3), 283–301.
- Schreyer, P. (2018): *Die Angst der Eliten. Wer fürchtet die Demokratie?* Frankfurt/Main: Westend.
- Schultz, T., Jakob, J., Ziegele, M., Quiring, O., & Schemer, C. (2017): Erosion des Vertrauens zwischen Medien und Publikum? Ergebnisse einer repräsentativen Bevölkerungsumfrage. *Media Perspektiven*, 5, 246–259.
- Schulz, S. (2016): *Redaktionsschluss. Die Zeit nach der Zeitung*. München: Carl Hanser.
- Slater, M. D. (2007): Reinforcing Spirals: The Mutual Influence of Media Selectivity and Media Effects and Their Impact on Individual Behavior and Social Identity. *Communication Theory*, 17(3), 281–303.
- van Eimeren, B., Simon, E., & Riedl, A. (2017): Medienvertrauen und Informationsverhalten von politischen Zweiflern und Entfremdeten. *Media Perspektiven*, 538–554.
- Wagner, H. (1993): Kommunikationswissenschaft – ein Fach auf dem Weg zur Sozialwissenschaft. Eine wissenschaftsgeschichtliche Besinnungspause. *Publizistik*, 38(4), 491–526.