Haben Medien Macht?

Von Klaus von Welser

Jedem ist heute klar, dass die Medien die Welt nicht nur widerspiegeln, sondern sie auch verändern. Niemandem aber ist klar, wohin das führen wird. Die Lage ist unübersichtlich. Das beginnt schon beim lateinischen Begriff „medium", der ebenso ein bescheidenes Vermitteln wie auch ein Im-Mittelpunkt-stehen-Wollen bezeichnen kann. Das Beste, was man von Medien sagen kann, ist, dass es sie immer schon gegeben hat – wenn man die Höhlenmalerei dazurechnet. Medien gehören anscheinend zum Menschsein wie die Sprache. Allerdings unterscheiden sich die modernen Medien von den alten durch ihre Aufdringlichkeit. Sie sind jetzt nicht nur in Höhlen, Museen und Bibliotheken, sondern allgegenwärtig im Alltag. Und das bedeutet, dass sie Macht haben. Aber was ist das für eine Macht?

Medienmacht heißt zunächst Herrschaft über die Auswahl aus dem Nachrichtenpool. Zeitung und Tagesschau suggerieren, was sie melden, sei das Wichtigste vom Tage. Einen Kompetenznachweis für die Selektionshoheit gibt es nicht. Das sei „Erfahrung", heißt es. Doch wie es mit dieser steht, ersieht man schon daraus, dass keiner der geschichtlichen Wendepunkte der letzten Jahrzehnte sich in den Medien angekündigt hat, z.B. freiwillige Rückkehr Spaniens zur Demokratie, fast unblutiges Ende der Apartheid in Südafrika, Fall der Mauer, Ende der UdSSR, Finanzkrise, Arabischer Frühling. Zudem vereinnahmen die großen, noch vom Print ausgehenden Medienunternehmen, nicht nur durch das, was sie „bringen" (und was alles nicht), sondern mehr noch durch dreiste Rhetorik und affektive Bilder, von Alfred Hugenberg über Springer bis Rupert Murdoch. Sie sind Tendenzbetriebe und haben heute Jahresumsätze im dreistelligen Millionenbereich.

Und die Macht der Medien wächst. Den Grund formuliert ein Politiker, der es wissen muss: „Schon allein die Tatsache, dass vieles, was geschieht, überhaupt nur geschieht, damit es in der Presse steht, zeigt, welchen Einfluss die Presse auf den Gang der Ereignisse hat." (Walter Scheel 1977) Schließt das nicht sogar den Terrorismus schon mit ein, d.h.: kein Terrorismus ohne Medien? Jedenfalls wachsen Nachrichten normalerweise nicht wild, sondern werden industriell hergestellt wie Kleidung und zunehmend auf Zielgruppen ausgerichtet. Ein Blick auf den Kiosk genügt. Heute produzieren Medien Prominenz – und stampfen sie nach Belieben wieder ein. In diesem Sinne sind Medien inzwischen mächtiger als Politik. Der Politiker hat geringe Chancen, den die Medien nicht vorkommen lassen. Das entmachtet – von den reibungslos funktionierenden Medien in Diktaturen ganz abgesehen – auch die Demokratie, da die agierenden Journalisten bekanntlich nicht vom Volk gewählt sind. Sie sind niemandem Verantwortung schuldig, allenfalls dem Strafgesetz. Und dennoch sollen wir glauben, dass eine Macht, die keine Kontrollinstanz über sich hat, sich selbst kontrolliert und ihre Macht nicht missbraucht? Es wäre wohl das erste Mal in der Geschichte.

Mächtige überregional empfangbare TV-Sender können bereits mit Milliarden-Umsätzen aufwarten. Denn das bewegte Bild verstärkt die Abhängigkeit des Konsumenten: Er kann nicht überblättern, er muss Zeit absitzen, einschließlich Werbung. Der Rang der Nachricht sinkt, fiktive Stoffe gewinnen an Bedeutung. Wer hier regiert, wissen nur Insider. Die weltweite Filmindustrie erwirtschaftet schon einen Umsatz, der dem Haushalt eines Staates entspricht, z.B. Griechenlands mit etwa 100 Milliarden Euro (allerdings ist sie nicht überschuldet). Das relativiert auch die traditionelle, z.B. noch im *Kampf der Kulturen* 1996 dargestellte territoriale Sortierung der Weltmächte.

Vollends zeigt die digitale Branche mit noch weit umsatzstärkeren interkontinentalen Hard- und Software-Herstellern, Internet-Portalen und Netzbetreibern, dass die Macht-Expansion in Richtung Fiktion und Subjektivierung geht. Der Gefällt-mir-Button bemächtigt sich der Information und unterwirft sie der Meinung. Nicht das Wissen ist Macht, sondern Meinung

bewertet und entwertet Wissen. So scheint in dieser Sekundär-Welt ein Höchstmaß an Selbstbestimmung des Volkes der Meinenden zu herrschen. Die Stimmung ist gut, musikgepolstert. Andererseits übernehmen Datenhändler die statistische Auswertung und definieren das Interesse der Leute. Wartet hinter der Interaktiv-Falle ein neuer Eingang in selbstverschuldete Unmündigkeit? Handelt es sich um eine Weiterentwicklung oder um einen Wechsel im Geschäftsmodell der Medien?

Ein antiker Mythos: Der Gott Apollon hatte in Thessalien eine Geliebte namens Koronis. Die wurde von ihm schwanger. Als nun Apoll einmal nach Delphi ging, ließ er bei Koronis eine schöne weiße Krähe zurück. Koronis aber nahm sich einen anderen Liebhaber. Als die weiße Krähe das sah, flog sie nach Delphi, um es Apoll zu berichten. Er verfluchte die Krähe und machte ihr Gefieder schwarz, ebenso das ihrer Nachkommenschaft. Er sagte, die Krähe hätte, statt auf Belohnung für die Meldung zu hoffen, dem fremden Liebhaber die Augen aushacken sollen.

Aufschlussreich ist das psychische Muster: Die Krähe handelt nicht, sie meldet nur. Es geht um eine Art Ent-Verantwortlichung. Dazu muss die Krähe einerseits das natürliche Mitgefühl ausschalten, sonst würde sie einschreiten oder zumindest Koronis vor den Folgen warnen. Andererseits muss sie trotzdem die emotionale Bedeutung der Nachricht einschätzen. Sonst würde sie gar nicht losfliegen. Die Krähe leidet quasi unter einer halbseitigen geistigen Lähmung. Die Story ist ihr wichtiger als die reale Situation. Kurz gesagt: Die Krähe ist eine Petze. Das Prinzip lautet: Aus der absterbenden Empathie die Emotion herausoperieren, um sich damit wichtig zu machen. Darin liegt ihr subjektiver Gewinn. Die Krähe ist ein Symbol. Ihr Prinzip lässt sich unter Verwendung einer Volksweisheit auf die Medienwelt übertragen: „Wenn zwei sich streiten, filmt sie der Dritte und verkauft den Film." Für den Dritten ist der subjektive Nebeneffekt – dass Staub aufgewirbelt wird – die Hauptsache. Der Streit ist nur Anlass. Hieraus leitet sich der bemerkenswerte, oft dargestellte medienübliche Zynismus ab, der auch noch die Bloggerszene beherrscht.

Streit ist eine natürliche Energie wie Elektrizität. Und so wie man einst den Blitz zähmen und als Strom lenken lernte, so lernt man jetzt, die emotionale Energie abzufangen, ja sogar emotionales Gefälle künstlich zu erzeugen, um mit Hilfe von „Spannung" den Emotions-Strom dienstbar zu machen. Heere von Drehbuchschreibern, Designern und marketinghörigen Moderatoren setzen diese Psychophysik in lenkbare Aufmerksamkeit um. Eine Anwendung erleben wir u.a. bei der Werbeunterbrechung, die ein erregtes Mitgefühl abschneidet und die „frei" werdende Emotion einfängt, um damit die Aufmerksamkeit anderswohin zu transportieren. Das Verfahren ist natürlich auch politisch verwendbar. Voraussetzung des Emotions-Handels ist nur ein Streit oder Konflikt oder wenigstens Sympathie-Gegensatz; und es gibt wohl kaum eine Meldung oder Filmhandlung ganz ohne diese Elemente.

Der rasante Machtzuwachs der Medien ist also technopsychischer Art und besteht in der massenweisen Verfügbarkeit emotionalisierter, jederzeit mobilisierbarer Aufmerksamkeit, vergleichbar bereitstehenden Truppen früherer Zeiten. Die Tests ergeben eine beachtliche Spenden- sowie auch Lynchbereitschaft, beides Drohpotential. Man wird das Ringen um Quoten und Formate weiter dazu nutzen, die Grenzen der Zumutbarkeit auszuweiten. Möglich, dass wir demnächst eine Live-Hinrichtung zu sehen bekommen, arrangiert als „Kulturbericht" aus einem Schurkenstaat. Das Ziel ist Öffentlichkeit als reines Medienprodukt, und der Mensch im Standby-Modus. Die Zwecke werden sich einstellen.

Düstere Aussichten? Freilich gibt es noch den Menschen, der Medien nicht als Welt-Ersatz, sondern als Werkzeug benutzt, privat und beruflich. Man weiß aber, dass schon die ältesten Medien mit dem Irrationalen spielen; und dass die Geschichte Rückfälle kennt. Die Beobachtung der Szene empfiehlt sich. Vor gut 200 Jahren schreibt der Physiker Lichtenberg: „Jetzt sucht man überall Weisheit auszubreiten, wer weiß, ob es nicht in ein paar hundert Jahren Universitäten gibt, die alte Unwissenheit wiederherzustellen." Möglicherweise hat er recht, denn es sieht so aus, als wollten die Medien den Anfang machen.