

## **II. Das Umfeld, in dem wir versuchen, die Freiheit unserer Gedanken zu erkämpfen und zu erhalten**

Wer sich die Fähigkeit zum Selbstdenken erhalten will, muss einiges wissen und beachten. Veränderungen im Bereich der Medien zum Beispiel:

Sich von fremden Einflüssen freizuhalten, ist heute ein bisschen einfacher und deutlich schwieriger zugleich. Einfacher, weil es möglich ist, sich schnell über das Internet zu informieren und mit seiner Hilfe zu recherchieren. Das stimmt für viele Bereiche unseres Lebens. Allerdings ist im Netz nur zu finden, was dort auch eingestellt wurde und erhalten bleibt.

Mit den Mitteln des Internets ist es möglich, jenseits der herkömmlichen Medien, also der Zeitungen, des Fernsehens und des Hörfunks, spürbar aufzuklären. Ich tue das selbst zusammen mit meinen Kollegen seit 2003 mithilfe des kritischen Internetportals NachDenkSeiten. Auch andere Webseiten kritischer Art haben sich in den letzten Jahren etabliert.

### **Influencer**

Im Mai 2019 ist schlagartig und für einen breiteren Kreis von Interessierten sichtbar geworden, dass man mit kritischen und durch Fakten gestützten Analysen im Netz Millionen von Menschen erreichen kann. Das hat der YouTuber Rezo mit seinem Video »Die Zerstörung der CDU« bewiesen. Das Video hat – Stand März 2022 – 19,5 Millionen Aufrufe. Wahrscheinlich werden derartige Versuche der Einflussnahme auf die Meinungsbildung und Willensbildung zunehmen. Der demonstrierte Einfluss von Rezo war so beeindruckend, dass »Anschlussstäter« mit hoher Wahrscheinlichkeit Ähnliches versuchen werden. Das ist, anders als die ehemalige CDU-Vorsitzende Annegret Kramp-Karrenbauer meinte, durchaus legitim – so legitim übrigens wie die gesamte Branche der Influencer, die bei dieser Gelegenheit für eine große Zahl von Menschen überhaupt erst sichtbar geworden ist.

Wer sich den kritischen Verstand erhalten will, muss sich darüber informieren, was Influencer tun und können und für wen sie arbeiten.<sup>1</sup>

Sympathisch ist, dass die in diesem Bereich tätigen, meist jungen Menschen nicht verbergen, dass sie Einfluss nehmen wollen auf das Denken anderer. Man könnte einwenden, das sei erstaunlich, aber auch nichts Neues. Jede Werbeagentur und Public-Relations-Agentur gibt ja offen zu, dass die Meinung anderer Menschen beeinflusst werden soll und dass sie dafür bezahlt wird.

### **Programmvermehrung und Kommerzialisierung von Hörfunk und Fernsehen**

Man muss wissen und beachten, dass in den letzten Jahrzehnten in der Welt der etablierten Medien erhebliche Veränderungen stattgefunden haben. So hat die Vermehrung der Programme beim Fernsehen und Hörfunk, die es in Deutschland-West seit 1984 gibt, und die damit verbundene Kommerzialisierung der elektronischen Medien dazu geführt, dass die Menschen im Durchschnitt viel länger vor dem Fernseher sitzen. Die Nutzungsdauer der Zuschauer ab 14 Jahren betrug 1985 121 Minuten am Tag, 2015 208 Minuten; das ist ein Anstieg von zwei Stunden auf fast dreieinhalb Stunden. Die Konkurrenz der kommerziellen Programme hat zusätzlich dazu geführt, dass auch die Programme und Inhalte der Öffentlich-rechtlichen Sender im Kampf um die Einschaltquoten ein gutes Stück an die Programme der kommerziellen Sender angepasst wurden. Das Resultat sind zum Beispiel nur noch kurze Texte im Hörfunk – von Ausnahmen abgesehen –, im Fernsehen eine nicht enden wollende Abfolge von Krimis und Rätselrate-Sendungen. Wir haben also, einige Sondersparten ausgenommen, beim Fernseh- und Hörfunkangebot nicht mehr Pluralität, sondern weniger, oder wie wir in früheren Auseinandersetzungen zum Thema gesagt haben: weniger Vielfalt, mehr Einfalt.

Wenn man sich sein eigenes Urteil erhalten will, dann sollte man wissen und beachten, dass bei den Medien eine erhebliche Konzentration stattgefunden hat. Es gibt nur noch wenige Regionen und Städte in Deutschland, in denen die dort lebenden Menschen über mehr als ein Printmedium verfügen können. Oft ist zudem der lokale Hörfunksender auch mit dem Printmonopol verbunden beziehungsweise in den Händen der gleichen Eigentümer.

Man sollte auch zur Kenntnis nehmen, dass eines der großen Medienunternehmen in Deutschland, der Springer-Konzern, demnächst wesentlich von der US-amerikanischen Heuschrecke KKR beherrscht wird. In Deutschlands Medien wurde dieser Einstieg so dargestellt, als ginge es KKR vor allem ums Geld, also einsteigen und mit Gewinn in einigen Jahren wieder aussteigen. Vermutlich steckt dahinter aber auch der Versuch, über einen

einflussreichen Medienkonzern in Deutschland weiter im Sinne des konservativen Teils des Westens Meinung und Stimmung zu machen. Dazu ist die *Bild*-Zeitung, die zum Konzern gehört, bestens geeignet.

Man sollte weiter wissen, dass einige wichtige, ehemals fortschrittliche Medien ihre Ordinate, ihren Standort im Schema zwischen links und rechts, verschoben haben. Wer das nicht beachtet, wird tendenziell mit-verschoben.

Das gilt zum Beispiel für den *Spiegel*, für die *Frankfurter Rundschau*, für die *taz*, für die *Süddeutsche Zeitung*, für *Die Zeit*, für die *Blätter für deutsche und internationale Politik* und für den *Freitag*. Es gilt für einzelne Sendeformate wie Panorama bei der ARD und in Ansätzen auch für Monitor. Besonders deutlich ist die Entwicklung bei der *taz*. Dort gibt es mittlerweile Kriegshetze<sup>2</sup> wie auch unsägliche Kommentare, die den Krieg zwischen Jung und Alt fördern.<sup>3</sup>

In den genannten Medien findet man immer wieder sehr gute, aufklärende, informative und kritische Beiträge. Aber in zentralen und die Politik bestimmenden Fragen hat eine bemerkenswerte Anpassung stattgefunden.

Ein Teil des Publikums dieser Medien hat sich mit diesen Medien mit-bewegt. Offensichtlich können die erwähnten Medien mit einer beachtlichen Treue ihrer Leserschaft, Zuhörerschaft und Zuschauerschaft rechnen. Die eigentlich bewundernswerte Charaktereigenschaft, Treue, macht im konkreten Fall immun gegen die Wahrnehmung von Veränderungen grundlegender Art. Vielleicht ist es aber auch nur Gewohnheit.

Wer über einen längeren Zeitraum hinweg kontinuierlich die oben genannten Medien gelesen, gehört oder angeschaut und eine enge Bindung entwickelt hat, merkt eine solche Veränderung nicht mehr. Treue kann zum Verlust der Fähigkeit zum Selberdenken führen.

Anzumerken bleibt noch, dass die Missachtung von Veränderungen einiger wichtiger Medien des ehemals fortschrittlichen Medienbereichs auch etwas damit zu tun hat, dass während dieser Zeit nicht nur einzelne Leser, sondern Leserinnen und Zuschauer die Veränderungen scharenweise mitgemacht haben. Angepasst haben sich also nicht nur einzelne Personen, sondern Gruppen unter Einfluss des eigenen Milieus. Anette Sorg hat am 30. April 2019 in einem viel beachteten Beitrag auf den NachDenkSeiten auf diesen Umstand hingewiesen: »Lieber dazugehören, als aufgeklärt sein.«<sup>4</sup>

### **Es gibt noch andere gravierende Veränderungen:**

Zum Beispiel sind unsere Medien sehr offen für PR-Aktionen der Wirtschaft und

einiger politischer Parteien. Sie beugen sich Kampagnen beziehungsweise machen sie mit. Das beste Beispiel ist die Kampagne zur Privatisierung der Altersvorsorge verbunden mit der Behauptung, der demographische Wandel sei beängstigend und verlange als Lösung die staatlich geförderte Privatvorsorge. Siehe IV. 2.

Es ist gut zu wissen, wo die jeweiligen Artikel geschrieben werden. Manche Artikel in deutschen Zeitungen und anderen Medien werden von externen Agenturen zentral verfasst. Um das erkennen zu können, ist es wichtig zu wissen, was einzelne Kürzel unter den Artikeln bedeuten. Zum Beispiel ots. Wenn Sie im Netz nachschauen, dann werden Sie folgenden Eintrag von ots finden:

»Das macht uns aus.

Wir sind ein erfolgreiches Unternehmen im Herzen der Medienmetropole Hamburg: news aktuell, eine hundertprozentige Tochter der Deutschen Presse-Agentur (dpa). Seit 25 Jahren geben wir alles für Ihre PR-Inhalte. Egal, ob Sie Pressemitteilungen, Bilder, Videos oder Infografiken verbreiten wollen, wir sind Ihr starker Partner in Sachen PR. Perfektionieren Sie Ihre Kommunikation mit dem ots-Netzwerk. Ihre Pressemitteilungen erscheinen zeitgleich in allen relevanten Redaktionen (via dpa), auf sozialen Plattformen, auf Presseportal.de (9 Mio. Visits/Monat) und sind gleichzeitig auch noch mobil abrufbar und suchmaschinenoptimiert.«<sup>5</sup>

Das bedeutet, dass Unternehmen, Verbände und Parteien Pressemitteilungen absetzen und zumindest hoffen können, dass diese dann via dpa, wie es so schön heißt, auf den Redaktionstischen der Zeitungen und Sender landen und verwendet werden. Gefördert wird diese seltsame antidemokratische Entwicklung noch dadurch, dass die meisten Redaktionen heute chronisch unterbesetzt sind.

Es ist hilfreich zu wissen, dass bei den Nachrichtenagenturen in Deutschland eine Konzentration stattgefunden hat: dpa ist entscheidend.

### **Einige Medienmacher und einflussreiche Journalisten arbeiten im Einflussbereich der USA und der NATO.**

Für die eigene Meinungsbildung ist es außerdem gut zu wissen, woher Meldungen, Berichte und Kommentare kommen. Es gab schon immer Journalisten, die zum Beispiel der NATO eng verbunden waren. In der ZDF-Sendung Die Anstalt vom 29. April 2014<sup>6</sup> wurde das Beziehungsgeflecht eindrucksvoll visualisiert. Da erfuhr ein recht breites Publikum, dass zum

Beispiel der Leiter des außenpolitischen Ressorts der *Süddeutschen Zeitung* Stefan Kornelius, die *FAZ*-Journalisten Klaus-Dieter Frankenberger und Günther Nonnenmacher, die *Zeit*-Redakteure Josef Joffe und Jochen Bittner und Kai Diekmann von der *Bild*-Zeitung mit einem atlantischen Netzwerk und damit eng mit der NATO verbunden sind. Das merkt man auch an ihren Texten.

Eigentlich müsste man ja annehmen können, dass in einer Gesellschaft, die sich demokratisch nennt, so etwas nicht möglich sein sollte. Aber die Realität hat diese Qualitätskriterien für eine lebendige Demokratie schon lange überlagert. Regierungen und internationale Organisationen haben genauso wie die Wirtschaft Strukturen von Einfluss-Agentinnen und -Agenten aufgebaut. Das werden wir nicht so schnell ändern können. Wir können aber unser Wissen verbessern und deshalb skeptisch werden, wenn wir Texte und Sendungen dieser abhängigen Medienarbeiterinnen und -arbeiter anschauen und lesen.

Parallel zu den Veränderungen bei der Struktur und Konzentration der Medien und parallel zum wachsenden Gewicht der Public-Relations-Agenturen und der Public-Relations-Tätigkeit insgesamt gab es eine Verschiebung in unserem Land, die sonderbarerweise von großer Bedeutung für die Meinungsbildung ist: Die Einkommens- und Vermögensverteilung wurde einseitiger – schlechter kann man sagen, wenn man die Bewertung nicht scheut. Im unteren und mittleren Bereich der Gesellschaft stagnieren die Einkommen beziehungsweise haben real abgenommen, im oberen Bereich hat es einen gravierenden Zuwachs an Einkommen und Vermögen gegeben.

Diese Verschiebung verschärft eine immer schon erkennbare Schlagseite der demokratischen Meinungsbildung und politischen Entscheidungsfindung: Wer über viel Geld oder publizistische Macht verfügt, kann in viel größerem Maße als die normalen Menschen Einfluss nehmen. Diese Einflussnahme bezieht sich auf die Bildung der öffentlichen Meinung und auch schon auf die Bildung der veröffentlichten Meinung, also die Meinung der Medienmacher. Auf diese Weise wird auch direkter Einfluss auf die politischen Entscheidungen genommen. Es gibt einen kleinen Lichtblick: Plattformen wie YouTube erlauben es »kleinen Leuten« (Rezo), Einfluss auf die Meinungsbildung zu nehmen.

Die Lage wird noch dadurch verschärft, dass mehrere Besitzer von Medien, also von großen Zeitungskonzernen und Rundfunksendern, zur Gruppe der besonders reichen Personen in unserer Gesellschaft gehören und sich mit dieser Schicht identifizieren. Und auch die Medienmacher in den Fernsehsendern sind inzwischen in Einkommenssphären, die sie zu der Einkommensoberschicht