

Gelenkte Medien

Wie es zum Eindruck kommt, die Medien seien ferngesteuert

Die Deutsche Presse Agentur ([dpa](#)) wurde am 18. August 1949 in Hamburg gegründet, um Zeitungen, Zeitschriften und Radiosender mit Informationen zu versorgen. Diese Medien sind zugleich Gesellschafter dieser genossenschaftlichen Nachrichtenagentur. Diese Konstruktion sollte staatliche Eingriffe in die Berichterstattung nach den Erfahrungen des 3. Reichs verhindern. Da aber die rund 180 Genossenschaftler als Medien gleichzeitig Kunden der dpa sind, besteht die Gefahr, dass einige wenige Große, die der dpa auch verhältnismäßig mehr Geld bringen (jedes Medium bezahlt einen Monatsbeitrag, der sich an seiner Reichweite orientiert) auf den Kurs und die Inhalte Einfluss nehmen könnten. Das hat man bei den Besitzverhältnissen dadurch verhindert, dass jedes Genossenschaftsmitglied nur bis zu einer bestimmten anteiligen Höhe in die dpa investieren kann.

Ungefähr 350 Beiträge und 1200 Bilder bietet dpa seinen Gesellschaftern täglich an, ohne, dass diese bei einer Verwendung noch etwas draufzahlen müssen. Da bei den Zeitungen die Werbeerlöse nicht mehr so sprudeln, wird gespart. Man kann das oft schon daran erkennen, dass bei einem Artikel kein Autoren-Name erscheint, sondern das Kürzel dpa oder Kürzel für die entsprechenden „Landesdienste“, die sich mit regionalen Themen befassen. Wenn auch nur eine Kleinigkeit im Text geändert wird, fügen manche Redaktionen dem dpa-Kürzel auch noch ein „red.“ hinzu, um anzuzeigen, dass der Beitrag von der Redaktion bearbeitet wurde.

Da dpa mit rund 1000 Mitarbeitern weltweit Nachrichten sammelt und aufbereitet, können so auch kleinere lokale Blätter aus aller Welt berichten. Da aber gespart werden muss, wird in den meisten Fällen dpa blind vertraut und deren Text ungeprüft und unverändert ins Blatt gesetzt. Durch den Wunsch zu sparen und das Aufkaufen kleiner Blätter, findet man in immer mehr Medien dieselben dpa-Texte. Das erweckt den zum Teil berechtigten Eindruck, als ob in den meisten Medien dasselbe stünde und dadurch der Verdacht, dass die Medien gelenkt seien.

Das sind sie leider zum Teil auch, aber anders, als der Laie es vermutet. Da im Internet gemessen werden kann, wie lange der Benutzer auf einer Seite bleibt, welche Beiträge er liest und weiter gibt, nutzen die Medien diese Daten um möglichst viele Beiträge so zu gestalten, dass der Nutzer von ihnen gefesselt wird, denn das bringt Klicks und die bringen Werbegelder. Wenn man sich etwa bei der [Stuttgarter Zeitung](#) online die „Schlagzeilen“ anschaut, dann findet man vor allem Sportereignisse, Polizeibericht und ein paar wenige sehr bedeutende Themen. Sport ist oft wichtiger als Politik, was auch die horrenden Summen erklärt, die mit Werbung beim Sport verdient werden. Da die Medien sparen, schicken Sportvereine oft selbst kostenlos Ergebnisse und Texte. Den Polizeibericht liefert die Polizei kostenlos, nur ist das längst kein Bericht mehr, sondern Werbung für die Arbeit der Polizei. Die Polizei meldet also nicht mehr, wie das ein seriöser Journalist täte, was besonders wichtig ist zuerst und weniger Wichtiges weiter hinten, sondern da wird schon mal auf Einbrüche hin gewiesen, wenn man selbst Vorträge zum Thema

anbietet, oder es werden gehäuft bestimmte Fahrfehler gemeldet, weil man davor warnen möchte. Die StZ ist darauf herein gefallen, als sie ihre Karte der Verbrechen erstellte, die daher auch nichts mit den tatsächlich von der Polizei bearbeiteten Ereignissen zu tun hatte. Eine derartige fehl geleitete Berichterstattung führt aber auch zu Ängsten; vor allem bei den Bürgern, die sich in der Regel nicht die Mühe machen die Polizeistatistik nüchtern und kritisch zu betrachten, wenn sie sie überhaupt aufrufen.

Dasselbe geschah bei vielen Einrichtungen, dass aus der Pressearbeit, bei der es ursprünglich darum ging den Medien rasch, wahrhaftig und verlässlich Auskunft zu geben, Öffentlichkeits-Arbeit und schließlich Eigenwerbung wurde. Bei vielen Hochschulen wurde alles das, völlig ohne über die Außenwirkung nachzudenken, in einer Abteilung „Hochschulkommunikation“ oder so ähnlich zusammen gefasst. Dahinter steckt, dass man das Bild der Einrichtung (z.B. Uni, Polizei, Sportverein, Politiker) selbst bestimmen möchte und sich nicht mehr der Kritik der Medien stellen will. Damit wird aber von solchen Einrichtungen den Medien ihre Aufgabe als Vierte Gewalt in der Demokratie erschwert unabhängig und so objektiv, wie möglich, über alle wichtigen Vorgänge zu berichten und bei Bedarf zu kritisieren..

Ähnliches geschah bei der Privatisierung von Staatsbetrieben, wie Bahn, Post, Telekom usw. Als Behörde musste der Behördenleiter den Medien Auskünfte geben. Als private Unternehmen nicht mehr. Seither sind in solchen Einrichtungen Millionen Arbeitsplätze abgebaut worden. Um höhere Gewinne einzufahren, unterblieben aber auch nötige Maßnahmen an der Infrastruktur (z.B. Deutsche Bahn) und mussten die Mieter von ehemals städtischen Wohnungen, die an Investoren verkauft wurden, höhere Mieten und oft auch schlechteren Service ertragen. Bei vielen dieser Vorgänge haben die Medien kaum eine Chance mehr die Verantwortlichen zur Rede zu stellen. Erhebliche Teile der Gesellschaft und Wirtschaft sind für die Medien nur noch mit hohem Aufwand zu recherchieren. Wer das vermeidet spart Geld und erhöht den eigenen Gewinn. Auch das, die Beschränkung auf rasch und einfach zu recherchierende Themen, führt zu einer scheinbaren Lenkung der Medien.

Auch die Mediennutzer wählen, oder lassen von Nachrichtensammlern anzeigen, was sie interessiert, oder wovon der Algorithmus im Hintergrund meint, dass es der Nutzer interessant fände. Früher wählte man an Hand der Überschriften, was man lesen wollte. Da aber die Überschriften im Internet von der Kurzinformation zur Fangfrage wurden, die den Leser neugierig machen soll, damit er den Beitrag anklickt (wegen der Werbe-Einnahmen), werden dem Nutzer auch Dinge gezeigt, die zwar die Antwort auf eine Frage versprechen, sie aber dann im Beitrag gar nicht liefern. Die Medien registrieren, welche Beiträge von Nachrichtensammlern ihren Nutzern angeboten werden und versuchen – um mehr Werbegelder zu kassieren – genau das zu liefern, was die meisten sehen möchten.

Die Medien werden also durchaus gelenkt, aber nicht von Staats wegen, auch wenn das einige Politiker gerne so hätten, sondern durch Gewinnsucht, durch die Rückmeldungen der Nutzer im Internet, durch die Produktionskosten und dadurch, was die Gesellschafter der dpa für „unparteiisch und unabhängig von Einwirkungen und Einflüssen durch Parteien, Weltanschauungsgruppen, Wirtschafts- und Finanzgruppen und Regierungen“ halten. Da die Chefs der Medien häufig mit anderen Mächtigen zu tun haben, sehen sie Manches auch ähnlich, wie diese. Aber eine Lenkung durch Eingriffe des Staates gibt es so plump eben nicht.