Donnerstag, 23. Januar 2020, 13:00 Uhr
~24 Minuten Lesezeit

Funke des Widerstands

Alternative Medien sind dringend notwendig, um die von der „Lückenpresse“ hinterlassenen Lücken zu schließen. Ein Interview mit dem AcTVism-Initiator Zain Raza.

von Laurent Stein
Foto: frankie's/Shutterstock

Das Meinungsmonopol der Mainstream-Medien ist gefallen. Besonders deutlich wurde dies im Zuge der

Ukrainekrise, die sich hierzulande vor allem in Form einer medialen Vertrauenskrise äußerte. Seither hat sich die Lage wieder etwas beruhigt, doch der Schein trügt: Ähnlich wie nach der Finanzkrise 2008 hat man auch diesmal die Chance verpasst, die eigentlichen Ursachen für die Krise ausfindig zu machen und aus dem Weg zu räumen. Stattdessen gibt man sich im Kampf gegen „Hate Speech" und „Fake News" weiter fleißig der Symptombekämpfung hin. Jugendredakteur Laurent Stein hat sich eingehend mit der Thematik auseinandergesetzt und mit Zain Raza, Chefredakteur und Gründer der unabhängigen Medienplattform AcTVism Munich, ein ausführliches Interview geführt.

„Lügen-presse, Lügen-presse, Lügen-presse!" hallte es im Frühjahr 2015 durch die Straßen der Bundesrepublik. Der Ausruf stammte von Demonstranten, die dem Appell der Organisation „PEGIDA" gefolgt waren, um im wöchentlichen Rhythmus ihren Unmut über die europäische und speziell die deutsche Einwanderungspolitik kundzutun. Sie sahen und sehen in der Medienlandschaft einen Gehilfen des Establishments, der durch einseitige Berichterstattung die Bevölkerung einzuseifen und politisch auf Linie zu bringen sucht. Auch wenn diese „Ein-Wort-Medienkritik" pauschaler nicht sein könnte, wäre es ebenfalls zu achtlos, sie mit einem nicht minder pauschalisierenden Urteil über die angeblich durch die Bank „minderbemittelten und rassistischen" Demonstranten vom Tisch zu wischen.

Die Flüchtlingskrise hat die tiefe gesellschaftliche Spaltung hierzulande in all ihrer Grässlichkeit offenbart.

> ***Empathie und gegenseitiges Verständnis sind zwischen den Fronten so rar geworden, dass die auf der einen Seite als „Willkommensklatscher“ Verspotteten und die auf der anderen Seite als „Nazis“ Verrufenen in vollkommener Blindheit verharren gegenüber all jenen verbindenden Elementen, die die verhärteten Fronten etwas aufzuweichen imstande wären.***

Dabei gäbe es da in Wahrheit so einige, würde man sich beidseitig nur auf einen Blick über den Horizont des eigenen Feindbildes hinaus einlassen. Schließlich regen uns an „den anderen“ zumeist gerade die Dinge am meisten auf, von denen wir wissen, dass sie zu einem gewissen Grad auch in uns selbst schlummern.

Ein wahrhaftiges Aufeinander-Einlassen könnte dafür sorgen, dass das Amüsement über die „tölpelhaften“ Lügenpresserufe der „ewiggestrigen Nationalkonservativen“ und der Ärger über die im wahrsten Sinne des Wortes „grenzenlose Naivität“ der „Refugees-Welcome-Hoodie tragenden Gutmenschen“ einer wichtigen Sache weichen: einer gemeinsamen, fundierten Medienkritik. Denn die Unzufriedenheit über die Berichterstattung in den hiesigen Medienanstalten beschränkt sich schließlich beileibe nicht auf PEGIDA-Kreise.

Eine 2015 im Auftrag der *ZEIT* von *infratest dimap* durchgeführte repräsentative Umfrage kam zu dem Ergebnis, dass 60 Prozent aller Befragten wenig bis gar kein Vertrauen in die mediale Berichterstattung haben. Ein ähnliches Bild ergab auch eine 2016 vom Bayerischen Rundfunk durchgeführte Umfrage, wonach 60 Prozent der Befragten den Eindruck haben, dass den Medien hierzulande vorgegeben würde, worüber und auf welche Art sie zu berichten hätten. Zwar haben sich mit dem medialen Abebben der Ukrainekrise diese Werte wieder etwas verbessert, doch bleibt aus dieser Zeit die Erkenntnis, dass das Wort „Lügenpresse“ eher Symptom einer Krankheit als die Krankheit selbst ist.

Doch woher kommt diese nun seit einigen Jahren aufkeimende gesellschaftliche Unzufriedenheit über die Zustände in den großen Medienanstalten hierzulande?

> ***Eines ist sicher: Erklärungsversuche mit einer einzigen vermeintlichen Ursache greifen zu kurz.***

Die Medien mitsamt ihrer Belegschaft en bloc der Lüge zu bezichtigen, ist eine ausgesprochene Respektlosigkeit gegenüber all jenen integren Journalisten, die sich tagein, tagaus mit Herzblut dafür engagieren, dem Rezipienten möglichst gehaltvolle Informationen zu bieten. Und doch stellt sich die Frage, wie es – diesen passionierten Vertretern ihrer Zunft zum Trotz – sein kann, dass bei immer mehr Menschen der Eindruck eines sich zusehends verengenden Korridors zugelassener Meinungen aufkommt.

Wenn es nicht am Journalisten per se liegt, so muss das Problem systemischer Natur sein. Und tatsächlich: Nimmt man die Massenmedien genauer unter die Lupe, fallen unweigerlich gewisse Umstände auf, die kritische Fragen aufkommen lassen. Was machen zum Beispiel Deutschlands mediale Wortführer, die sogenannten Alphajournalisten, in transatlantischen Denkfabriken wie dem „German Marshall Fund“, der „Atlantikbrücke“ oder dem „Aspen Institute“? Betreiben sie dort etwa nur Hintergrundrecherchen oder hat die Mitgliedschaft in derlei Elitenetzwerken nicht doch einen größeren Einfluss auf das eigene publizistische Wirken, als sie es sich möglicherweise selbst eingestehen möchten?

Und warum landet wiederholt so manche steile These auf den Titelseiten scheinbar seriöser Gazetten, ohne dass hierfür fundierte Beweise vorliegen würden? Das Cover „Stoppt Putin jetzt!“, kurz nach dem Abschuss von Flug MH 17 über der Ostukraine, war schließlich keines der *BILD*-Zeitung! Und nein, hiermit soll keineswegs eine russische Unschuld an der Tragödie impliziert werden. Doch muss derjenige, der so offenkundig den

vermeintlichen Täter benennt, auch hieb- und stichfeste Nachweise erbringen — Stichwort: im Zweifel für den Angeklagten. Muss man, sofern die Nachweise letztlich ausbleiben, nicht eher von Hetze und Propaganda als von objektivem Journalismus sprechen?

Darüber hinaus tun sich noch zahlreiche weitere interessante Fragen auf: Wie plural kann eine Medienlandschaft sein, die sich zum Großteil in den Händen einiger weniger Medienclans befindet — Axel Springer, Bertelsmann & Co? Wie sehr leidet die Qualität der Berichte unter der neuen Form des „Liveticker-Journalismus“, bei dem es nur noch darum geht, der Konkurrenz mit möglichst reißerischen Headlines im Tagesgeschäft zuvorzukommen? Wie groß ist eigentlich die Macht der Nachrichtenagenturen und wie unabhängig arbeiten diese? Und erfüllen Frühstücksfernsehen, Tagesschau und Tatort wirklich den umfassenden Informations- und Bildungsauftrag gemäß Rundfunkstaatsvertrag – bei jährlich immerhin acht Milliarden Euro an GEZ-Zwangsgebühren?

All diese Fragen verlangen nach einem kritischen Diskurs. Dieser findet, als erfreulicher Nebeneffekt der aktuellen Vertrauenskrise, zumindest im kleinen Rahmen auch statt. Erinnert man sich jedoch an die Reaktion der großen Medienportale auf die Unmutswelle, die im Zuge der Ukraineberichterstattung über sie hereingebrochen ist – sprich: einfach die Leserforen zu sperren und die Kommentarfunktion in den sozialen Netzen zu deaktivieren –, dann wird klar, dass in Sachen Gesprächsführung noch reichlich Luft nach oben ist. Beidseitig.

> ***Die eine Partei muss lernen, Medienkritik insgesamt sachlicher und konstruktiver vorzutragen, während die andere beginnen muss, mit dieser Kritik ebenso konstruktiv umzugehen.***

Ein solcher Prozess ist jedoch aktuell kaum abzusehen. Seitens des Mainstreams ist man von einem Umdenken und kritischer

Selbstreflexion nach wie vor weit entfernt, sodass auch in den kommenden Jahren sinkende Zuschauerzahlen und Leserflucht zu erwarten sind. Was bedeutet das für die Demokratie? Wird die Politikverdrossenheit der Bürger nun noch weiter ansteigen? Dies wäre nur dann der Fall, wenn die Leserflucht mit einem vollständigen Interessensverlust einhergehen würde. Doch eher das Gegenteil ist zutreffend. Die Menschen hören nicht auf, Nachrichten zu konsumieren, sondern ändern schlicht ihr Konsumverhalten. Sie wandern zusehends ins Internet ab und damit also an jenen Ort, der das Informationsmonopol der großen Medienhäuser in seinen Grundfesten erschüttert hat. Eine Entwicklung, der die taumelnde Informationsobrigkeit in recht hilflos anmutender Art und Weise versucht, etwas Substanzielles entgegenzusetzen. Endlose Debatten über „Hate Speech“ und „Fake News“ sind das Ergebnis.

Klar ist im Internet manches problematisch: Hasserfüllte Kommentare aus der Anonymität heraus sind ebenso ein Problem wie die ungefilterte Verbreitung abstruser Behauptungen in Sekundenschnelle. Die Informationsflut hat dank der neuen Medien Ausmaße angenommen, die kein menschliches Gehirn auch nur ansatzweise verarbeiten könnte. Dennoch macht all dies das Internet nicht zu einer No-Go-Area der Informationsbeschaffung. Vielmehr bieten hier großartige alternative Medienplattformen offengeistigen Menschen Formate und Ideen an, die im engen Spektrum des Mainstreams keinen Entfaltungsraum vorgefunden haben.

Ein Ergebnis dieses Demokratisierungsprozesses von Informationsbeschaffung und -bereitstellung ist beispielsweise *AcTVism Munich*, ein unabhängiges, gemeinnütziges und basisdemokratisch organisiertes Onlinemedium in deutscher und englischer Sprache. Sein erklärtes Ziel ist es, den gesellschaftlichen Diskurs kontinuierlich mit seriösen und relevanten Stimmen anzureichern, um so einer medialen Monokultur Einhalt zu

gebieten. Durch die Integration medial meist ausgeklammerter Denkströmungen trägt das Portal seinen Teil dazu bei, das gesellschaftliche Auseinanderdriften etwas abzufedern.

Seit der Gründung im Jahr 2013 wurden über 300 Videos produziert und namhafte Persönlichkeiten interviewt, darunter Whistleblower Edward Snowden und der einflussreiche Intellektuelle Noam Chomsky. *AcTVism* ist ein lebendes Beispiel dafür, wie im Internet – trotz vergleichsweise begrenzter finanzieller Mittel – neue Perspektiven geschaffen werden können.

Im folgenden Gespräch beleuchtet *AcTVism*-Initiator Zain Raza seine Sicht auf den aktuellen Stand der Medienlandschaft, die Potenziale alternativer Medien und seine Ziele für die Zukunft.

Laurent Stein: Herr Raza, ich möchte ganz provokant beginnen: Lügen die Medien?

Zain Raza: Lügen die Medien? Das würde bedeuten, dass man als Journalist oder Redakteur morgens aufsteht und bewusst sagt: „Heute gehe ich lügen!“ Ich glaube nicht, dass das der Fall ist. Vielmehr haben die Journalisten bestimmte Prämissen und Weltanschauungen, die sie von vorneherein mit in den Job hineinnehmen. Da wären zum Beispiel „Wir sind eine Demokratie“, „Wir setzen uns aus Uneigennützigkeit im Ausland ein“ oder „Wir respektieren Menschenrechte“. Durch diese gefärbte Weltanschauung entstehen Lücken, weswegen ich den Begriff der „Lückenpresse“ weitaus zutreffender finde. Wir sollten bei der Berichterstattung zu einem bestimmten Thema immer die Frage nach den Hintergründen stellen. Wurden beide Seiten beleuchtet? Hat man Leute zu Wort kommen lassen, die anderer Meinung sind?

Sehen wir uns zum Beispiel einmal den Vietnamkrieg an. Im Allgemeinen wird uns – ich spreche hier von den westlichen Medien – ein Bild vermittelt, welches den Krieg als einen „strategischen

Fehler“ darstellt. Das bedeutet so viel wie: Man ist mit guten Intentionen reingegangen. Vielleicht hätte man mehr machen müssen, vielleicht weniger, aber dass man reingegangen ist, wird nicht in Frage gestellt. Diese fehlende Selbstreflektion lässt sich bis heute bei allen Kriegen beobachten. Wenn in den Mainstreammedien über den Syrieneinsatz mit deutschen Tornados gesprochen wird, dann ist sofort klar, wer die moralische Hoheit besitzt – wir natürlich!

Dasselbe gilt, wenn medial an den Iran oder Nordkorea appelliert wird, sie sollen gefälligst ihre Atomwaffenprogramme einstellen. Eigentlich müsste dann umgehend jemand dazwischenrufen und sagen: Moment einmal – es ist doch total unglaubwürdig, so etwas zu fordern, wenn wir im eigenen Land Atomwaffen lagern (Anmerkung des Autors: In Büchel in der Eifel werden US-amerikanische Nuklearwaffen gelagert). Das ist wie der Vater, der mit qualmender Zigarette im Mund seinem Sohn das Rauchen verbieten möchte. Man muss immer bei sich selbst anfangen und das passiert in unserer Medienlandschaft leider äußerst selten.

Der Graben zwischen öffentlicher Meinung und veröffentlichter Meinung wird immer tiefer. Welche Ursachen sehen Sie für den dramatischen Vertrauenseinbruch der Bevölkerung gegenüber den Medien?

Hierfür gibt es mehrere Ursachen. Ein Faktor ist zum Beispiel unser Wirtschaftssystem, welches auf ständige Beschleunigung ausgerichtet ist und den Rahmen formt, in dem wir uns tagein, tagaus bewegen. Die Leute in der Mittel- beziehungsweise Unterschicht müssen viele Stunden arbeiten, um zu überleben und haben nur wenig Zeit, sich mit Medien und Politik auseinanderzusetzen. Das allein sorgt schon für eine gewisse Diskrepanz. Hinzu kommt, dass sich das, was die Menschen in den Medien hören und sehen, immer weniger mit ihrer persönlichen Lebensrealität deckt. Folglich wenden sie sich ab.

Eine weitere Ursache ist zudem die Belehrungsresistenz in der Politik. Sehen Sie sich mal eine politische Debatte im Fernsehen an. Die Menschen gehen mit vorgefertigten Meinungen in solche Sendungen und legen kaum Offenheit für andere Blickwinkel an den Tag. Sie denken: Wenn ich in den Medien erscheine und dort meine Meinung ändere, verliere ich an Glaubwürdigkeit. So kommt es, dass es noch heute zahlreiche Politiker gibt, die behaupten, der Irakkrieg sei notwendig und richtig gewesen. Sie versuchen mit aller Kraft, ihr Gesicht zu wahren, anstatt sich eigene Fehler einzugestehen. Für ihre Lügen benutzen sie die Medien als Sprachrohr, die sich leider oft genug dafür vor den Karren spannen lassen. Die logische Konsequenz ist ein Vertrauensverlust.

Allerdings muss man in dem eben dargelegten Beispiel die Medien auch ein Stück weit in Schutz nehmen, denn in erster Linie handelt es sich hierbei um ein gesellschaftliches Problem. Scheinbar haben viele Menschen im Verlauf ihrer Sozialisation Angst davor bekommen, Fehler zu machen. Es ist unsere Aufgabe herauszufinden, woran das liegt.

Wie gelingt es großen Medienunternehmen, eine Vielzahl an Journalisten zu beschäftigen – alles Menschen, die zu verschiedenen Themen sicherlich auch divergierende Ansichten vertreten – und gleichzeitig den Korridor der zugelassenen Meinungen so eng zu halten? Welche Regulierungs- beziehungsweise Selbstregulierungsmechanismen sind hier aktiv?

Um diese Frage zu beantworten, müssen wir uns die internen Strukturen der Medien etwas genauer ansehen. Noam Chomsky und Edward S. Herman haben dazu ein sehr bekanntes Buch geschrieben: *Manufacturing Consent (deutsch etwa: Die Konsensfabrik)*. Darin haben sie fünf Filter aufgeführt, anhand derer sich Informationen in gewünschte Bahnen lenken lassen – Mittel der Propaganda sozusagen.

Einer dieser Filter ist die Profitorientierung. Der Großteil der Medien sind keine gemeinnützigen Unternehmen. Profit ist der Nenner, an den es sich zu halten gilt und der die Weltanschauung auch innerhalb der Redaktion maßgeblich beeinflusst. Wenn ein Journalist zu seinem Chef geht und sagt: „Ich möchte einen ausführlichen Hintergrundbericht zu Eritrea machen“, dann ist es nicht unwahrscheinlich, dass ihm aus Gründen der Reichweite nahegelegt wird, sich ein massenwirksameres Thema auszusuchen. Das könnte dann zum Beispiel die Flüchtlingsdebatte sein: Sollen sie jetzt rein oder raus? Schwarz oder weiß? Das liefert viele Klicks, und Klicks bedeuten wiederum Geld. Ich habe schon mit vielen Mainstreamjournalisten gesprochen und die haben mir immer wieder bestätigt: „Zain, ich muss eine Story liefern, die Reichweite generiert“.

Wenn ich an dieser Stelle kurz reingrätschen darf: Ein Thema, welches noch immer große Fragen aufwirft und für reichlich Diskussionsstoff sorgt, sind die Terroranschläge des 11. September. Kritische Berichte dazu finden in der Mainstreampresse praktisch nicht statt. Ich meine, das wäre doch zweifellos eine Story, die Reichweite generiert. Warum bringt sie dann keiner?

Weil schon allein Fragen zu 9/11 zu stellen tabu ist. Stellst du eine Frage, bist du ein Verschwörungstheoretiker. Völlig abgefahren! Verschwörungstheorien leben doch gerade davon, dass man keine Fragen stellen darf und Zusammenhänge präsentiert, wo keine sind.

Man mag von der offiziellen Darstellung zu 9/11 halten, was man will, *aber*: Es kann nicht sein, dass seriöse wissenschaftliche Untersuchungen, wie sie überall auf dem Globus stattfinden – man denke nur an das „9/11 Truth Movement“ – einfach totgeschwiegen werden und einzig und allein die Wissenschaft des Establishments für wahr erklärt wird.

Einer unserer internationalen Partner, *The Real News Network*, hat einen amerikanischen Senator namens Bob Graham interviewt. Graham war Teil eines Untersuchungsausschusses, der sich mit der Frage beschäftigt hat, warum die Geheimdienste im Kontext des Attentates so versagt haben. Während seiner Recherchen stieß er auf eine Reihe von Beweisen, die neue Fragen über die Rolle Saudi-Arabiens an den Terroranschlägen aufkommen ließen. Aufgrund der Brisanz des Themas, gerade hinsichtlich der noch heute engen saudisch-amerikanischen Partnerschaft, hat er versucht, das Interview stärker zu verbreiten. Doch von CNN bis FOX News wollte keiner hören, was dieser Insider zu sagen hat. Durch diese bewusste Ausklammerung bestimmter Meinungen entstehen genau jene Lücken, von denen ich eingangs gesprochen hatte.

**Lassen Sie uns auf die strukturellen Probleme der Medien zurückkommen. Warum berichten die Medien so, wie sie berichten? **

Gerne. Vorhin sprach ich bereits von dem Filter der Profitorientierung. Dieser ist eng verwoben mit einem weiteren Filter – dem Filter der Werbung. Werbung ist nichts anderes als eine indirekte Form der Subvention. Es kommt nicht von ungefähr, dass große Waffenproduzenten oftmals auch Anteilseigner großer Medienanstalten sind. Der große Denkfehler, den wir machen, ist zu glauben, das Produkt eines Medienunternehmens sei beispielsweise eine Zeitung. Das ist falsch! Der Leser der Zeitung ist das Produkt und der dazugehörige Markt sind die Werbekunden der jeweiligen Zeitung. Der Kunde ist König und hat dabei ein effektives Druckmittel zur Hand: Er kann den Geldfluss unterbrechen, wenn ihm die Berichterstattung nicht mehr passt. Das hätte dann zur Folge, dass der Preis des Mediums steigen müsste, da erst die Werbesubventionen es ermöglichen, den Preis so niedrig anzusetzen. Um es kurz zu machen: Hier bilden sich gefährliche Abhängigkeiten.

Ich möchte noch kurz auf den dritten der insgesamt fünf Filter zu

sprechen kommen: Zugang. In der *Tagesschau* läuft zum Beispiel das Sommerinterview mit Angela Merkel. Sie, wie auch zahlreiche andere Interviewpartner der ARD, ist eine sehr gefragte Persönlichkeit, deren Meinung die Menschen interessiert. Man spricht also mit Bevölkerungsgruppen, zu denen der normale Bürger gar keinen Zugang hat. Würde man nun bei gewissen Themen, die außerhalb des gewünschten Meinungsspektrums liegen, eine völlig neue Schärfe der Kritik aufkommen lassen, etwa durch ein grundsätzliches moralisches Hinterfragen der deutschen Außenpolitik, so würde man schnell seinen Zugang zu jener „Exklusivität" einbüßen. Damit landen wir wieder bei der Reichweite und mit ihr letzten Endes beim Profit.

Kann sich denn der Einzelne dagegen wehren, zum Produkt der Zeitung gemacht zu werden?

Es ist schwierig. Gehen wir mal davon aus, ein interessierter Bürger kauft sich eine beliebige Zeitung. Mein erster Tipp an dieser Stelle wäre, sich eine Schere zu schnappen und die ganze Werbung auszuschneiden. Unglaublich, wie dünn so eine Zeitung auf einmal wird! Es ist den Menschen oftmals gar nicht bewusst, wie viel Raum der Filter Werbung eigentlich einnimmt.

Dann kommen wir zum wichtigsten Teil — dem Inhalt. Diesen gilt es zu lesen und mit anderen Inhalten zu vergleichen. Das ist unheimlich wichtig und bezieht sich ausdrücklich nicht nur auf die sogenannten Mainstreammedien! *AcTVism* ist nicht fehlerfrei. Unsere Darstellung ist nicht die universelle Wahrheit. Auch wir können an mancher Stelle vielleicht nur die eine Seite der Medaille beleuchten, und sei es aus Kapazitätsgründen. Deswegen bin ich auch dagegen, die Medien im Allgemeinen zu boykottieren. Ab und zu sitze ich vor dem Fernseher und denke mir: „Hey, das war mal eine coole Reportage!". So wie man sich vielseitig ernähren sollte, sollte auch die „Mediendiät" abwechslungsreich sein. Fast-Food-Produkte wie die *BILD*-Zeitung sollten die Ausnahme darstellen. Das

alles nimmt sehr viel Zeit in Anspruch, ich weiß! Aber aktuell sehe ich einfach keinen besseren Weg, das Problem anzugehen.

Wie interpretieren Sie die Rolle der Medien beziehungsweise der Medienschaffenden, also der Journalisten und Reporter? Was sollten Medien leisten?

Ich erwarte von jedem, der in irgendeiner Weise investigativ arbeitet, vor allem eines: Transparenz. Ein Reporter sollte seine Weltanschauung klar und deutlich äußern. So kann der Konsument die in jeder Arbeit vorhandene Subjektivität leichter herauslesen und kritisch hinterfragen.

Aber es heißt doch, ein guter Journalist soll sich mit keiner Sache gemein machen, auch nicht mit einer guten.

In der Theorie klingt das wunderbar, aber daran glaube ich nicht. Wir alle werden seit unserem ersten Tag auf dieser Welt durch unsere Lebensumstände, die Kultur, die Religion und noch viele weitere Faktoren, auf die wir meistens keinerlei Einflussmöglichkeit haben, maßgeblich geprägt. Schon alleine deswegen gibt es so etwas wie „absolute Neutralität“ nicht. Klar kann man sich auch von Ideologien lösen, aber das bedeutet lediglich, dass man die alte Ideologie durch eine neue ersetzt.

Der Planet, auf dem wir leben, bewegt sich. In einem fahrenden Zug kann ich auch nicht einfach sagen: „Eigentlich will ich lieber rückwärtsfahren“. Wir alle bewegen uns in gewisse Richtungen und das ist auch vollkommen in Ordnung. Man sollte einfach ehrlich sein, wohin man sich bewegt. Wenn ich einen deutschen Journalisten beispielsweise frage: „Findest du es cool, was in Saudi-Arabien mit den Frauen passiert?“, dann wird er mir unter vier Augen antworten: „Nein, natürlich nicht, das geht gar nicht“. Warum dann dieses künstliche Abwägen in Artikeln? Steh doch einfach zu deiner Meinung!

Gefährlich wird es aber, wenn Meinungen als Fakten deklariert werden.

Genau das wäre dann wiederum Propaganda. Kommen wir aber auf die eigentliche Frage nach der Aufgabe des Journalisten zurück. Für mich bedeutet Journalismus, die Macht zu hinterfragen. Es heißt doch immer, die Medien wären so etwas wie die „vierte Säule" der Demokratie. Wenn dem so ist, dann ist es gerade ihre Pflicht, den Mächtigen unbequeme Fragen zu stellen. Und wenn diese Fragen dann nur unzureichend beantwortet werden, muss über die Zivilgesellschaft der Druck erhöht werden. Von Amy Goodman, der Gründerin von *Democracy Now*, einem der erfolgreichsten unabhängigen Medienportale, gibt es diesbezüglich ein wunderbares Zitat. Sie sagt: „Wir brauchen Medien, die über anstatt für die Mächtigen berichten. Wir brauchen Medien als vierte Gewalt neben dem Staat, nicht als Gewalt für den Staat." Das trifft den Nagel auf den Kopf.

Was müsste sich denn ändern, damit die Medien die Funktion der „vierten Säule" tatsächlich auch ausfüllen?

Wo auch immer wir hinblicken, erleben wir derzeit Konzentrationsprozesse. Ob es jetzt der Einzelhandel, die Fluggesellschaften oder eben die Medien sind. Fast täglich hört man Nachrichten über neue Fusionen. In einer solch konzentrierten Gesellschaft konzentrieren sich auch die Meinungen. Deswegen ist es die Aufgabe eines jeden Medienbetreibers, seine individuellen Möglichkeiten zu nutzen, um dieses enge Spektrum wieder ein Stückchen breiter zu machen. Wir brauchen mehr Interviews mit Menschen, die sonst nicht zu Wort kommen. Weg von der Konzentration, hin zur Diversität. Dabei sollten wir die Leute aussprechen, sie ihre Sicht auf die Dinge darlegen lassen, anstatt ihnen beibringen zu wollen, wie die Welt auszusehen hat. Dieses „Belehren-wollen" steckt in jedem von uns. Deswegen ist es gerade die Kunst eines guten Reporters, einfach nur Fragen zu stellen und

weiter nichts. Nur so lernt man neue Blickwinkel kennen.

Wie bekommen wir also bessere Medien? Der Staat wird dieses Problem nicht lösen. Die Konzerne werden dieses Problem nicht lösen. Nur wir, die Bürgerinnen und Bürger, können das, indem wir uns für freie, unabhängige Medien einsetzen. Ist es schon zu spät dafür? Vielleicht schon, vielleicht aber auch nicht. Wir dürfen uns nicht ständig die Frage stellen, ob das, was wir machen „was bringt". Hat das, was Edward Snowden gemacht hat, etwas gebracht? Hat das, was Sophie Scholl gemacht hat, etwas gebracht? Keine Ahnung, aber darum geht es doch gar nicht! Die Frage ist total illegitim. Beide haben Courage gezeigt und sind aktiv geworden. Courage wirkt ansteckend. Sie fängt bei einer Person an und verbreitet sich weiter und weiter. Man muss einfach nur konsequent bleiben und darf nicht erwarten, für sein Engagement Anerkennung und Reichweite zu bekommen.

Ich selbst bin heute angestellt bei *acTVism Munich*. Bis vor vier Jahren habe ich das alles ehrenamtlich gemacht. Inzwischen konnten wir sogar ein paar Minijobs in unserem Verein kreieren. Das war alles nicht geplant. Unser Ziel war es einfach nur, unabhängige, gemeinnützige Informationen für die Öffentlichkeit zu produzieren. Finanzieller Erfolg und Anerkennung sind ein Nebenprodukt. Meine Erfahrung hat mich gelehrt, dass, egal was man macht, ob es jetzt Journalismus, Aktivismus oder soziales Engagement ist, man einfach nur anfangen und am Ball bleiben muss.

Sprachwissenschaftler haben 2014 „Lügenpresse" zum Unwort des Jahres gekürt. Ich hatte das Gefühl, dass sich die Medien sehr darüber gefreut haben, da sie so jegliche Medienkritik mit PEGIDA und dem rechten Spektrum in Verbindung setzen konnten. Ist mit so wenig Fähigkeit zur Selbstkritik überhaupt ein Wandel innerhalb der großen Medienunternehmen möglich?

Es ist schon sehr bezeichnend, wenn im selben Zeitraum die Wörter

„Lügenpresse“ und „Fake News“ eine solche bedeutsame Stellung im globalen Diskurs einnehmen. Zweifellos wurden diese Begriffe zu einem gewissen Grad vom Mainstream instrumentalisiert. Viele wissen zum Beispiel gar nicht, dass es die *Washington Post* – das Sprachrohr des Establishments – war, die den Begriff der Fake News erst groß gemacht hat. Leider haben gerade crowdfinanzierte Portale darunter zu leiden. Vergangenes Jahr war ich in München an der Ludwig-Maximilians-Universität eingeladen, um einen Vortrag über unabhängige Medien zu halten. Bei dieser Gelegenheit konnte ich feststellen, wie groß die Unsicherheit in der Bevölkerung ist, gerade was sogenannte Verschwörungstheorien und Fake News angeht.

Den Mainstreammedien spielt dies insofern in die Karten, als sie es verstehen, die aufkommenden Diskussionen in Bahnen zu lenken, die ihre eigenen Fehler zu kaschieren vermögen. Selbiges gilt übrigens auch für Politiker, die im Zuge dieser Diskussionen nun immer einen passenden Schuldigen für ihr Versagen bei Wahlen vorbringen können. Als Hillary Clinton 2016 die US-Wahlen verloren hat, machte sie postwendend „Fake News“ und „Russiagate“ für ihre Niederlage verantwortlich. Man muss sich mal vor Augen halten, was das für eine Erklärung ist. Das würde bedeuten, dass die Menschen so dumm sind, dass sie aufgrund von ein paar Facebook-Postings – meinetwegen aus Russland – auf einmal eine 180-Grad-Wende machen und statt Hillary lieber Donald wählen.

Das geringe Maß an Selbstreflexion, ob nun in den Medien oder in der Politik, ist schon erschreckend. Vielleicht sollte man nicht mehr so monopolhaft agieren. Vielleicht sollte man wieder mehr in Kontakt zu den Bürgerinnen und Bürgern treten. Vielleicht sollte man wieder mehr vor Ort recherchieren, anstatt den ganzen Tag im Büro zu sitzen und die Meldungen der Nachrichtenagenturen zu übernehmen. Jürgen Todenhöfer hat es geschafft, in den IS zu reisen. Es gibt also keine Ausreden. Und ja, der Weg der kritischen Reflexion ist ein unangenehmer, keine Frage. Aber so

weiterzumachen wie bisher hat auf Dauer einfach keine Zukunft.

Von der Allgemeinheit – also der „Crowd“ – finanzierte Medienunternehmen gewinnen zusehends an Einfluss auf die Meinungsbildung in der Bevölkerung. Welche Potenziale und welche Grenzen sehen Sie für crowdfunding-finanzierte Medienportale?

Die Ironie an der ganzen Sache ist ja, dass in den öffentlich-rechtlichen Medien ständig von „freien Märkten“ gesprochen wird, während sich dieselben Medien mit acht Milliarden Euro GEZ-Gebühren jährlich zwangsfinanzieren lassen. Ja, was jetzt? Aus Sicht der unabhängigen Medienszene ist das wie ein Fußballspiel auf einem Berg und wir sind die Mannschaft, die bergauf spielen muss.

Ich finde: Entweder wir verteilen die Gelder fair oder wir schaffen sie komplett ab. Letzteres wäre spannend, denn dann würde die Kreativität in den Vordergrund rücken und der Zuschauer würde ohne Verfälschungen entscheiden können, welches Programm er am gelungensten findet. Natürlich wird eine solche Diskussion im Mainstream niemals stattfinden, weswegen wir uns mit den Grenzen, vor die wir gestellt werden, abfinden müssen. Als unabhängiges Medienportal muss man einfach schauen, was möglich ist und darf sich nicht von seinem eingeschränkten Handlungsspielraum frustrieren lassen. Jeder von uns hat in all dem, was er tut, einen gewissen Freiraum – für manche ist er größer, für manche ist er kleiner. Allein, dass ich in Deutschland und nicht in Bangladesch lebe, verschafft mir ganz eigene, individuelle Möglichkeiten. Der Raum ist also letztlich nicht das entscheidende, sondern das, was man daraus macht.

Müssen Medien eigentlich auch Hoffnung verbreiten?

Wenn wir all die verschiedenen Medienbereiche zusammenzählen, dann würde ich sagen, ja, es gibt hier ganz klar einen Auftrag zu

zeigen, dass es nicht nur Weltuntergang, Klimawandel und Flüchtlingstragödien gibt. Wer ständig über Probleme und Katastrophen berichtet, sollte den Leuten auch Wege aufzeigen, wie sie in ihrer persönlichen Lebenswelt aktiv werden können. Ab und zu passiert das auch und die *Tagesschau* macht einen Spendenaufruf. Das finde ich super, nur sollte in dieser Richtung noch viel mehr passieren, denn ich glaube, dass die Negativität von den Medien gar nicht bewusst herbeigeführt wird. Die Programmherren sind vielmehr „Gefangene" ihrer eigenen Formattraditionen.

Wir von *acTVism* stehen natürlich vor demselben Problem. Deswegen haben wir unser Format „Der Funke" ins Leben gerufen. Hier interviewen wir Menschen, die sich in den verschiedensten gesellschaftlichen Bereichen engagieren. Wir möchten ihnen eine Plattform geben, auf der sie sich vorstellen und für Unterstützung werben können. Ihr Funke soll auf uns überspringen.

Du sprachst eben von Hoffnung. Ich glaube „gesunder Realismus" ist in diesem Zusammenhang passender. Es ist realistisch, Alternativen zu Plastik zu finden. Es ist realistisch, Alternativen zu Fleisch aus Massentierhaltung zu finden. Wir sollten uns alle als Forschende verstehen, die sich überlegen, wie man im Alltag handeln kann, ohne dass daraus eine Umweltkatastrophe entsteht.

Was habt Ihr Euch mit *acTVism Munich* für Ziele für die Zukunft gesteckt?

Wir wollen die unabhängige Medienszene stärken. Dafür gehen wir Kooperationen mit anderen Portalen ein, um größere Projekte realisieren zu können. Das bedeutet nicht, dass wir fusionieren – sprich konzentrieren –, sondern dass sich gewisse Vorhaben manchmal eben nur dann realisieren lassen, wenn man die Last auf mehreren Schultern verteilt.

Darüber hinaus wollen wir gerne mehr direkten, investigativen Journalismus betreiben. Derzeit interviewen wir Leute, die investigativ recherchieren, weil wir uns diese Art des Recherchierens selbst noch nicht leisten können. Investigativer Journalismus ist leider schweineteuer und dazu noch sehr risikobehaftet. Einen Kollegen mal eben für ein Jahr in den Irak zu schicken, geht nicht einfach so ohne Weiteres. Aber es ist unser Wunsch, solche Dinge irgendwann einmal machen zu können.

Ein weiterer wichtiger Punkt für die Zukunft ist Mehrsprachigkeit. Wir wollen uns internationaler aufstellen, um globale Zusammenhänge besser darlegen zu können. Es ist wichtig, dass die Menschen verstehen, dass den Problemen in Kolumbien, Haiti, Eritrea, China oder Deutschland ganz ähnliche Ursachen zugrunde liegen. Machtmissbrauch ist ein globales Phänomen und wie ich ja zuvor bereits geschildert hatte, ist es die Aufgabe des Journalisten, die Macht zu hinterfragen.

Noam Chomsky, Jürgen Todenhöfer, Edward Snowden … Ihr habt inzwischen viele namhafte Persönlichkeiten interviewt. Welche Traumgäste haben Sie noch für die Zukunft, sowohl aus dem deutschsprachigen als auch aus dem englischsprachigen Raum?

Wenn ich mir einen aussuchen dürfte, dann wäre es auf jeden Fall Jeremy Corbyn. Zu ihm gibt es hierzulande viel zu wenig Berichterstattung, obwohl er die Labour Partei einfach mal komplett umgekrempelt hat und für eine regelrechte Eintrittswelle mit circa 500.000 neuen Parteimitgliedern gesorgt hat. Auf Deutschland übertragen wäre das ungefähr, wie wenn Gregor Gysi den Vorsitz der SPD übernehmen würde. Dann würde ich gerne Bernie Sanders interviewen. Als spannend empfände ich es zudem, mit Kriegsverbrechern zu sprechen, um ihnen Fragen zu stellen, die sie sonst nicht gestellt bekommen.

Abseits der Politik interessiere ich mich stark für das Thema

Atheismus. Richard Dawkins und Sam Harris wären in diesem Zusammenhang spannende Gäste. Und im deutschsprachigen Raum wäre Volker Pispers natürlich der Hammer. Ich bedauere es sehr, dass er sich komplett aus der Öffentlichkeit zurückgezogen hat, weil er einfach so viele Menschen in unserem Land zum Nachdenken angeregt hat.

Zain Raza, ich danke Ihnen für Ihre Zeit!

Dieser Artikel erschien bereits auf www.rubikon.news.

Laurent Stein ist Journalist aus Frankreich. Im Zeitalter des Neoliberalismus versucht er nach dem Prinzip des Trial and Error den Antagonismus von Freiheit und „freiem Markt“ in seinem eigenen Leben bestmöglich zu überwinden. Eine Lebensaufgabe, die gerade einem Millenial zahlreiche persönliche Strukturanpassungen abverlangt. Glücklicherweise steht ihm bei diesem Prozess sein Sinn für Humor seit jeher als treuer Begleiter zur Seite. Entsprechend hält er es bei seinen Texten auch gerne mit Wilhelm Busch: „Was man ernst meint, sagt man am Besten im Spaß.“

Dieses Werk ist unter einer **Creative Commons-Lizenz** (**Namensnennung - Nicht kommerziell - Keine Bearbeitungen 4.0 International** (https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.de)) lizenziert. Unter Einhaltung der Lizenzbedingungen dürfen Sie es verbreiten und vervielfältigen.