



Stefan Burgdörfer
ist verantwortlicher
Redakteur der KAS-
Auslandsinformationen.

US-MEDIEN ERGREIFEN PARTEI

GEFAHR ODER CHANCE FÜR DIE POLITISCHE KULTUR?

Stefan Burgdörfer

In der politischen Debatte in den Vereinigten Staaten stehen sich zwei Lager unversöhnlich gegenüber. Das gilt nicht nur für die aktive Politik, wo ideologische Debatten zwischen Republikanern und Demokraten das Land im vergangenen Sommer an den Rand der Zahlungsunfähigkeit geführt haben. Auch die Medien beziehen immer häufiger eindeutig Partei. Die politische Positionierung (*partisanship*) zeigt sich besonders im Fernsehen: Jahrzehntelang lieferten die Fernsehsender der amerikanischen Bevölkerung „eine homogene und übergreifende Pro-und-Kontra-Perspektive in den Nachrichten und machten die Berichterstattung so zu einer gemeinsamen Erfahrung“.¹ Diese Situation hat sich gewandelt: Der Kabelsender *Fox News* wendet sich ideologisch ausschließlich an die republikanische Klientel, während *MSNBC* die liberalen Zuschauer anspricht. Dazwischen steht der Sender *CNN*, der sich lange Zeit um eine ausgewogene Berichterstattung bemüht hat und dafür mit einem erheblichen Zuschauerschwund bestraft wurde.² Den Zuschauern kommt die deutliche

- 1 | Originalzitat: „a homogenous and generic ‚point-counterpoint‘ perspective on the news, thus ensuring that exposure to the news was a common experience“. Shanto Iyengar und Kyu S. Hahn, „Red Media, Blue Media: Evidence of Ideological Selectivity in Media Use“, *Journal of Communication*, 59, 2009, 19-39, hier 20.
- 2 | Erst in jüngster Zeit haben sich die Quoten stabilisiert, mit leicht positiver Tendenz. Vgl. Jesse Holcomb, Amy Mitchell und Tom Rosenstiel, „Cable: CNN Ends Its Ratings Slide, Fox Falls Again“, Pew Research Center for the People and the Press (Hrsg.), *The State of the News Media 2012*, 19.03.2012, <http://stateofthemedias.org/2012/cable-cnn-ends-its-ratings-slide-fox-falls-again/?src=prc-section> [06.04.2012].

Positionierung der Medien durchaus entgegen.³ Sie wenden sich den Medien entsprechend deren politischer Ausrichtung selektiv zu und möchten vor allem ihre eigenen Meinungen bestätigt sehen. Dieser Trend, der im Fernsehen seit Mitte der 1990er Jahre zu beobachten ist, setzt sich im Internet fort. Besonders die jüngeren Mediennutzer wenden sich auch online dezidiert parteiischen Medien zu oder folgen Bloggern und Journalisten, deren politische Überzeugungen sie teilen, über Twitter und soziale Netzwerke wie Facebook und Google Plus. Darüber hinaus teilen sie diese Nachrichten, die eigentlich eher Meinungen und Kommentare sind, wiederum mit Menschen, mit denen sie online vernetzt sind.

Auf diese Weise entstehen zwei voneinander getrennte politische Diskurse. In den US-amerikanischen Medien, in den sozialen Netzwerken und auch in der Politik wird immer mehr übereinander geredet und immer weniger miteinander. Die Folge ist eine Kultur, in der eine rationale politische Diskussion zunehmend schwerer zu führen ist. Denn die Menge derjenigen Informationen, die von allen Seiten als Fakten anerkannt werden, nimmt ab. Als US-Präsident Barack Obama im vergangenen Jahr – unter ironischen Bemerkungen, aber doch gezwungenermaßen – seine Geburtsurkunde in die Kameras hielt, wurde dies wieder einmal deutlich: Ein beträchtlicher Teil der Bürger ging wegen der parteiischen Berichterstattung und der Vehemenz, mit der dieses Gerücht in republikanischen Blogs und *talk radios* verbreitet wurde, tatsächlich davon aus, dass Obama kein amerikanischer Staatsbürger war, oder hielt das zumindest für möglich.⁴ Christoph von Marschall, Washington-Korrespondent des *Tagesspiegels*, schließt aus diesen Eindrücken auf eine kulturelle Teilung des Landes, die er für „brandgefährlich“ hält: „Momentan erleben wir,

In den US-amerikanischen Medien, in den sozialen Netzwerken und auch in der Politik wird immer mehr übereinander geredet und immer weniger miteinander.

3 | „Most Americans (58%) do not care if the news reflects their own viewpoint on politics and issues. But the minority of Americans that like the news to reflect their own views (36%) are highly selective in their choices of news outlets.“ Pew Research Center for the People and the Press, *Online news audience larger, more diverse: News audience increasingly polarized*, Washington D.C., 2004, <http://people-press.org/files/legacy-pdf/215.pdf> [25.03.2012], 35.

4 | „A Certificate of Embarrassment“, *The New York Times*, 27.04.2011, <http://nytimes.com/2011/04/28/opinion/28thu1.html> [24.03.2012].

dass die Leute nur noch in ihrer eigenen politischen Gruppe kommunizieren, ein Austausch findet fast gar nicht mehr statt.“⁵

In den USA selbst finden sich jedoch neben den Stimmen, die sich dieser Einschätzung anschließen und vor einer noch weiter reichenden Polarisierung warnen, auch Beobachter, die der Entwicklung positive Seiten abgewinnen: Die Wahlbeteiligung ist zuletzt wieder gestiegen, junge Menschen tauschen sich vermehrt über Politik aus und Fernsehshows wie diejenigen von Jon Stewart und David Letterman, die sich satirisch mit Politik auseinandersetzen, werden bei stabilen Quoten in der Hauptsache von jungen Menschen gesehen. Diese Seite wirft Journalisten, die sich politisch nicht festlegen wollen, Indifferenz vor und billigt dieser Haltung gerade keine Demokratie fördernde Wirkung zu.⁶ Ist die zunehmende Polarisierung in den Medien und der Gesellschaft der Vereinigten Staaten also vor allem eine Bedrohung für die Demokratie – oder eine Chance?

Ist die zunehmende Polarisierung in den Medien und der Gesellschaft der Vereinigten Staaten vor allem eine Bedrohung für die Demokratie – oder eine Chance?

POLITIK IM FERNSEHEN: AGITATION STATT INFORMATION

Nach zehn Jahren, in denen Pat Buchanan auf *MSNBC* die politischen Ereignisse kommentiert hatte, kündigte ihm der linksliberale Sender im Februar die Zusammenarbeit. Buchanan, ehemaliger Berater der US-Präsidenten Nixon, Ford und Reagan, hatte in seinem aktuellen Buch *Suicide of a Superpower* die Gefahr beschworen, die es bedeute, wenn es in den USA wegen verfehlter Einwanderungspolitik bald keine weiße Mehrheitsgesellschaft mehr gebe. Nun erschien er dem Sender, der sich fast ausschließlich an ein liberales Publikum wendet, nicht mehr tragbar. Tagespolitische Fragen werden in den Nachrichtensendern der USA traditionell so erörtert, dass auf Vertragsbasis angestellte Kommentatoren, so genannte talking heads, live zugeschaltet

5 | Vortrag von Christoph von Marschall auf der 11. Internationalen Konferenz für Politische Kommunikation (IKPK11) der Konrad-Adenauer-Stiftung, Berlin, 11.10.2011.

6 | Beispielhaft für diese Argumentation: Michael Luciano, „The Problem With Bipartisanship“, *policymic*, <http://policymic.com/articles/5015/the-problem-with-bipartisanship> [16.04.2012]. Dazu ein Leserkommentar: „I think that people who are intensely partisan are usually just more honest.“

werden und die Ereignisse einordnen. Nach dem Abgang Buchanans, fürchtete die *New York Times*, würden kontroverse Debatten auf *MSNBC* seltener: „Zuweilen lässt sich eine gewisse Abneigung der Medien gegen kontroverse Meinungen feststellen, auch wenn kontroverse Meinungen nicht selten den Ausschlag dafür geben, bestimmte Kommentatoren einzukaufen und sie die Zuschauer zum Einschalten bewegt.“⁷ Eine Position, die derart konträr zur Einstellung der Zuschauer ist wie diejenige Buchanans, wollte der Sender dennoch nicht mehr akzeptieren.

Im Internet, auf der Homepage des Kabelsenders und in sozialen Netzwerken, kritisierten zahlreiche *MSNBC*-Zuschauer Buchanan als Extremisten, dem der Sender kein Forum bieten dürfe. Dankbar aufgenommen wurde das Thema durch den rechtsgerichteten Antipoden von *MSNBC*, den zum Medienkonzern von Rupert Murdoch gehörenden Sender *Fox News*. Wenn die Prämisse gelautet habe, Extremisten zu feuern, dürfe bei *MSNBC* heute niemand mehr auf Sendung sein, kommentierte Bill O'Reilly, dessen Show *The O'Reilly Factor* die meistgesehene politische Gesprächssendung im amerikanischen Fernsehen ist.⁸ In derselben Sendung gingen O'Reilly und seine zugeschaltete Kollegin, die ganz seiner Meinung war, so weit, die Entlassung Buchanans als einen Verstoß gegen den ersten Artikel der amerikanischen Verfassung zu sehen – im 1st Amendment geht es um den Schutz der freien Rede. Doch wäre ein linksgerichteter Kommentator auf *Fox News* denkbar?

Wenn die Prämisse gelautet habe, Extremisten zu feuern, dürfe bei MSNBC heute niemand mehr auf Sendung sein, kommentierte Bill O'Reilly.

Für den Kabelsender aus Rupert Murdochs News Corp. hat sich diese deutliche Ausrichtung gelohnt: Seit er im Jahr 1996 auf Sendung ging, gingen die Quoten stetig nach oben. Seit dem Jahr 2009 gehen sie leicht zurück, jedoch liegen sie noch immer weit über den Zahlen, die *CNN* und *MSNBC* vorweisen können.⁹ Auch die Quoten von *MSNBC* sind seit der Gründung des Senders – ebenfalls im Jahr

7 | Brian Stelter, „With Book, Buchanan Set His Fate“, *The New York Times*, 26.02.2012, <http://nytimes.com/2012/02/27/business/media/with-book-buchanan-set-his-fate.html> [23.03.2012].

8 | „Pat Buchanan kicked off MSNBC“, YouTube, 27.01.2012, <http://youtube.com/watch?v=BUQOriImqf0> [27.03.2012].

9 | Einschaltquoten ermittelt von Nielsen Media Research, zitiert nach Holcomb, Mitchell und Rosenstiel, Fn. 2.

1996 und als eine Kooperation von *NBC* und *Microsoft* – stetig gestiegen, wenn sie auch auf deutlich niedrigerem Niveau geblieben sind. Der Erfolg der politischen Festlegung von *MSNBC* und *Fox News* sowie einer wachsenden Zahl eindeutig parteiischer Internetseiten lässt sich mit einer Theorie erklären, die der Sozialpsychologe Leon Festinger bereits in den 1950er Jahren formulierte: Die Theorie der Kognitiven Dissonanz. Danach vermeiden Menschen die Aufnahme von Informationen, die nicht im Einklang mit ihren Vorstellungen stehen. Für die Mediennutzung hat dieses Verhalten eine dreifache Auswirkung: Menschen wenden sich Medien selektiv zu, sie nehmen während der Mediennutzung Informationen selektiv auf – überlesen oder überhören also, was ihrer Einstellung widerspricht, – und sie erinnern sich sogar selektiv, nämlich überproportional häufig an diejenigen Informationen, die sie nicht als dissonant empfunden haben.¹⁰

Wenn ein Sender eine klare Positionierung zu erkennen gibt, wird er für politisch festgelegte Zuschauer, die kognitive Dissonanzen vermeiden wollen, interessant.

Diese bekannten und umfänglich erforschten Effekte sind in Zeiten immer weiter differenzierter Medien ein Wirtschaftsfaktor: Wenn ein Sender eine klare Positionierung zu erken-

nen gibt, wird er für politisch festgelegte Zuschauer, die kognitive Dissonanzen vermeiden wollen, interessant. „Das neue, vielfältigere Informationsangebot gestattet es den Nutzern nicht nur, Nachrichten auszuwählen, denen sie zustimmen können, sondern setzt für Nachrichtenanbieter einen starken wirtschaftlichen Anreiz, den politischen Einstellungen ihrer Zuschauer Rechnung zu tragen.“¹¹

CNN, der Sender, der sich offiziell der größtmöglichen journalistischen Objektivität verschrieben hat, wurde im Jahr 2004 nur noch von 32 Prozent der befragten Amerikaner als hochgradig glaubwürdig angesehen.¹² Während demokratisch gesinnte Befragte noch zu 45 Prozent antworteten, sie glaubten alles oder doch zumindest das meiste dessen, was sie auf *CNN* sähen, gaben nur 26 Prozent der Anhänger der Republikaner diese Antwort. Laut Bill O'Reilly von

10 | Zur Hypothese der Selective Exposure vgl. Michael Schenk, *Medienwirkungsforschung*, Tübingen, 2002, 153-166.

11 | „The new, more diversified information environment makes it not only more possible for consumers to seek out news they might find agreeable but also provides a strong economic incentive for news organizations to cater to their viewers' political preferences.“ Iyengar und Hahn, Fn. 1, 21.

12 | Vgl. Pew Research Center, Fn. 3, 2.

Fox News folgt dieser Verlust an Glaubwürdigkeit und, daraus folgend, an Zuschauern der Logik einer veränderten Medienumgebung, auf die sich *CNN* nicht eingestellt habe. Gerade aus der Entscheidung, sich in Zeiten politischer Polarisierung und zunehmender Vielfalt der Nachrichtenkanäle nicht politisch festzulegen, resultiere der Glaubwürdigkeitsverlust: „Wir leben in einem sehr emotionsgeladenen Land, in einer schwierigen Zeit. *CNN* trägt diesen Zwängen kaum Rechnung. Der Sender gibt in erster Linie die Nachrichtenlage wieder. Und das macht er gut. Doch die Menschen in den Vereinigten Staaten sind mittlerweile durch das Internet, durch *talk radios* und andere Medien mit der Nachrichtenlage bestens vertraut, daher erwarten sie Analysen und Kommentare von einem Kabelsender, vor allem zur Hauptsendezeit. Sie wollen nicht noch einmal [die Nachrichten] sehen.“¹³

CNN dagegen will den Markenkern nicht aufgeben und hält das nicht nur für eine Frage der Quote. Richard Griffith, leitender Redakteur in der *CNN*-Zentrale in Atlanta, betont, noch immer gehe es dem Sender darum, Informationen zu liefern, denen sämtliche Zuschauer unabhängig von ihrer politischen Einstellung Glauben schenken könnten: „Wir werden das nicht für höhere Einschaltquoten oder mehr Zuschauer im Internet aufgeben.“¹⁴ Dennoch hat auch *CNN* in den vergangenen Jahren verstärkt Meinung und Kontroverse ins Programm genommen, indem der Sender politisch festgelegte Journalisten anwarb und die Zahl der Diskussionssendungen erhöhte.¹⁵ Den Wahlkampf lässt *CNN* unter anderem von Ari Fleischer kommentieren, dem ehemaligen Sprecher des Weißen Hauses unter George W. Bush.

Richard Griffith, leitender Redakteur bei CNN betont, noch immer gehe es dem Sender darum, Informationen zu liefern, denen Zuschauer unabhängig von ihrer politischen Einstellung Glauben schenken könnten.

Während sich die Zuschauerzahl von *CNN* seit der Gründung des Senders erheblich reduziert hat und in den

13 | Jim Meyers, „O’Reilly: Obama Turning U.S. Into ‚Nanny State‘“, *Newsmax.com*, 28.03.2010, <http://newsmax.com/Headline/oreilly-fox-obama-ailes/2010/03/28/id/354047> [06.04.2012].

14 | David Folkenflik, „Bias Or Balance? Media Wrestle With Faltering Trust“, *NPR.org*, 23.04.2010, <http://npr.org/templates/story/story.php?storyId=126203294> [06.04.2012].

15 | Einen leichten Trend zur Diversifikation gibt es auch beim Sender *Fox News*, der zuletzt Journalisten von *NPR* und *CNN* abgeworben hat.

vergangenen Jahren stagnierte, wenn auch mit leicht positiver Tendenz, hat *Fox News* seit der Gründung im Jahr 1996 kontinuierlich im großen Stil Zuschauer gewonnen.¹⁶

„Fair and balanced news“ – mit diesem Slogan war *Fox News* auf der Bildfläche erschienen, und die Häme der liberalen Zuschauer ließ nicht lange auf sich warten. Die meisten republikanisch gesinnten Fernsehzuschauer indessen werden die politische Ausrichtung ihres favorisierten Senders nicht bestreiten. Sie verweisen jedoch darauf, dass die Medien in den USA insgesamt linkslastig seien. Die subjektive Wahrnehmung dieses Zustands und die Unzufriedenheit damit haben den Erfolg von *Fox News* erst ermöglicht – verstanden nicht als Provokation gegen die um Objektivität bemühten übrigen Nachrichtenkanäle, sondern als Korrektiv für den so interpretierten linksliberalen Mainstream in den Medien.¹⁷

Die meisten republikanisch gesinnten Fernsehzuschauer verweisen darauf, dass die Medien in den USA insgesamt linkslastig seien.

Die Ansicht, wonach die Medien in der Mehrheit linke Positionen vertreten und die Argumente rechts der Mitte nicht ausreichend Gehör finden, ist weit verbreitet: Republikaner bewerten die Nachrichtenkanäle der drei großen Networks *ABC*, *NBC* und *CBS*, die politischen Wochenmagazine und den nicht-kommerziellen Rundfunk, bestehend aus dem Fernsehsender *PBS* und dem Radiosender *NPR*, doppelt so häufig als politisch tendenziös als dies Anhänger der Demokraten tun.¹⁸ Diese Skepsis geht so weit, dass es republikanischen Politikern zum Teil sogar nutzt, von den „Mainstream-Medien“ in den USA hart kritisiert zu werden: Als die *New York Times* im Jahr 2008 einen Beitrag über eine mögliche Beziehung des republikanischen Präsidentschaftskandidaten John McCain mit einer Lobbyistin veröffentlichte, der wegen der dünnen Quellenlage nicht nur auf

16 | Pew Research Center, Fn. 3, 5.

17 | Eine ähnliche Diskussion gibt es seit Jahrzehnten in Deutschland. Ausgehend von der Wahrnehmung, die Medien seien insgesamt eher der linken Seite des demokratischen politischen Spektrums zugeneigt, entwickelte Elisabeth Noelle-Neumann schon in den 1970er Jahren die Theorie von der Schweigespirale, die international Anklang fand und bis heute Grundlage von Studien ist. Danach könne es passieren, dass die Mehrheit in der Gesellschaft ihre Meinung zu einem politischen Thema nicht öffentlich äußert, da die Gewichtung des Themas in den Medien eine andere ist. Die Mehrheit nimmt sich also als Minderheit wahr und schweigt, um sich nicht sozial zu isolieren.

18 | Pew Research Center, Fn. 3.

der Seite der politischen Rechten scharf kritisiert wurde¹⁹, solidarisierten sich viele Amerikaner spontan mit McCain. Die ersten 24 Stunden nach der Veröffentlichung des Beitrags waren der Tag mit dem höchsten Spendenaufkommen in McCains Wahlkampf bis zu diesem Zeitpunkt.²⁰

Der im Februar von *MSNBC* entlassene republikanische Buchautor Buchanan sieht die zunehmende Polarisierung der politischen Debatte selbst sehr kritisch. Er konstatiert eine „tiefe politische und ideologische Spaltung in diesem Land, die mittlerweile kaum noch überwunden werden kann“.²¹ Unmittelbar nach seiner Trennung von *MSNBC* warnte er in einem Interview auf *Fox News*: „Ideologisch und politisch springen wir uns gegenseitig an die Kehle.“ Ursächlich für die zunehmende Polarisierung sind Buchanans Ansicht nach jedoch weder die Mediennutzer noch die Medienunternehmen, sondern vor allem die Politik, und hier vor allem die Demokraten. Hinter dieser Ansicht steht ein häufiger Vorwurf der politischen Rechten: Insbesondere US-Präsident Barack Obama gehe es nicht um die Abarbeitung von Sachthemen und dringenden Aufgaben, sondern um das medienwirksame Führen ideologisch motivierter Debatten. Als entbehrlich, und zudem als Gefahr für die US-amerikanischen Werte, wird von dieser Seite etwa eine Reform der Gesundheitsversorgung oder ein Aufbrechen der Doktrin „Don't ask, don't tell“ über den Umgang mit Homosexuellen im Militär verstanden. Während Obama aus europäischer Perspektive ein Präsident ist, der zu wenig tut und seine angekündigten Reformvorhaben nicht oder nur unzureichend umsetzt, ist der Eindruck insbesondere der konservativen Amerikaner genau das Gegenteil: Ihnen zufolge tut er zu viel, und das, wie sie

Unmittelbar nach seiner Trennung von MSNBC warnte Buchanan in einem Interview auf Fox News: „Ideologisch und politisch springen wir uns gegenseitig an die Kehle.“

19 | Gabriel Sherman, „The Long Run-Up. Behind the Bombshell in ‚The New York Times‘“, *The New Republic*, 21.02.2008, <http://tnr.com/article/politics/the-long-run?id=8b7675e4-36de-43f5-afdd-2a2cd2b96a24> [25.03.2012].

20 | Elisabeth Bumiller, „In Aftermath of Article, McCain Gathers Donations“, *The New York Times*, 23.02.2008, <http://nytimes.com/2008/02/23/us/politics/23mccain.html> [25.03.2012].

21 | Originalzitate: „profound political and ideological divide that is getting almost impossible to close in this country“; „Ideologically and politically we are at each other's throats.“ In: „Pat Buchanan on why MSNBC fired him – Part 2 of 2“, YouTube, 19.02.2012, <http://youtube.com/watch?v=M8ksrG08VUg> [06.04.2012].

ihm vorhalten, aus ideologischen Gründen.²² In einer Zeit, in der sich der republikanische Politiker Mitt Romney in seiner Kampagne für eine Nominierung zum Präsidentschaftskandidaten gegen eine Reihe von Bewerbern durchzusetzen versucht, die sich darin überbieten, noch konservativer als ihre Konkurrenten zu sein, kommt Buchautor Buchanan zu der Ansicht, die Polarisierung werde nicht primär von den Republikanern vorangetrieben. Stattdessen nehme sie vor allem dann weiter zu, wenn Obama eine weitere Amtszeit bekomme: „Ich denke, dass eine Wiederwahl des US-Präsidenten zu einer Stagnation führen wird, zu einem völligen Stillstand in den nächsten vier Jahren, so wie wir es 2011 erlebt haben und 2012 erleben werden, weil er die ganze Zeit umherreist, um Wahlkampf zu führen.“²³

ZEITUNGEN VERLIEREN AN GLAUBWÜRDIGKEIT UND AUFLAGE

Sinkendes Vertrauen in die klassischen Medien, insbesondere in die Zeitungen, hat den parteiischen Nachrichtenkä- nalen ebenso wie den Blogs erheblichen Zuwachs beschert und die wirtschaftliche Not im amerikanischen Zeitungs-

markt verschärft. Jahr für Jahr haben die Zei- tungen Auflagen- und Umsatzrückgänge zu verzeichnen. Allein zwischen 2006 und 2009 gingen die Umsätze um 23 Prozent zurück.²⁴

In dramatischer Weise zurückgegangen ist der Glaube an die korrekte Darstellung der Fakten in den US-amerikanischen Zeitungen.

In dramatischer Weise zurückgegangen ist auch der Glaube an die korrekte Darstellung der Fakten (*accuracy*) in den US-amerikanischen Zeitungen: Im Jahr 1985 stimmten 55 Prozent der vom Pew Research Center Befragten der Aussage „Newspapers get the news straight“ zu, 2009 waren es nur noch 29 Prozent.²⁵

22 | Marschall, Fn. 5.

23 | „I think if the President of the United States is re-elected we will have a deadlock, a gridlock for the next four years that we had in 2011 and we will have in 2012 because he is out campaigning all that time.“ YouTube, Fn. 21.

24 | Markus Horeld, „US-Zeitungen: Bedrohlich nah am freien Fall“, *Der Tagesspiegel*, 19.03.2009, <http://tagesspiegel.de/medien/medienkrise-us-zeitungen-bedrohlich-nah-am-freien-fall/1477126.html> [10.04.2012].

25 | Pew Research Center for the People and the Press (Hrsg.), „Press Accuracy Rating Hits Decade Low. Public Evaluation of the News Media: 1985-2009“, 13.09.2009, <http://people-press.org/2009/09/13/press-accuracy-rating-hits-two-decade-low> [10.04.2012].

Es ist anzunehmen, dass den Zeitungen gerade die um Objektivität bemühte Ausrichtung geschadet hat. Die Zeitungen können es sich allein wegen ihrer regionalen Verortung nicht leisten, nur eine bestimmte politische Klientel anzusprechen: Die USA bestehen fast ausschließlich aus Einzeitungskreisen, es gibt also in aller Regel keine zwei konkurrierenden Regionalzeitungen, die sich politisch unterschiedlich ausrichten könnten. Dies führt dazu, dass die Zeitungen allen politischen Lagern gegenüber kritisch berichten und sich für keine politische Richtung offensiv einsetzen, was zunehmend auf das Missfallen einer immer stärker politisch polarisierten Leserschaft stößt.

Dass Zeitungen sich für keine politische Richtung offensiv einsetzen, stößt zunehmend auf das Missfallen einer immer stärker politisch polarisierten Leserschaft.

Insbesondere unter den republikanisch gesinnten Lesern gingen die Zustimmungsraten zur US-amerikanischen Presse, die das Pew Research Center seit 1985 ermittelt, stetig zurück. Der Hauptvorwurf: Die Zeitungen berichteten zu negativ über die Vereinigten Staaten. Dieser Aussage stimmten im Jahr 1985 34 Prozent der Republikaner zu. Ihr Wert lag damit nicht weit entfernt von demjenigen der Demokraten (25 Prozent). Seitdem hat sich die Schere weiter geöffnet: Im Jahr 2009 gaben 60 Prozent der befragten Republikaner an, die amerikanischen Zeitungen berichteten zu negativ über ihr Land, im Gegensatz zu 33 Prozent der Demokraten. So erklären sich die hohen Zustimmungsraten für die Nachrichtenkanäle im Kabelfernsehen, *Fox News*, *MSNBC* und *CNN*, streng geteilt je nach politischer Einstellung der Befragten. 72 Prozent Zustimmung der republikanisch Gesinnten zu *Fox News*²⁶ zeigt, dass Parteinahme von den Mediennutzern honoriert wird. Das verschafft den Sendern eine sichere Zuschauerbasis, so dass sie auf den Zuspruch der Parteigänger der anderen Seite ohne Not verzichten können.

POLARISIERUNG IN MEDIEN UND BEVÖLKERUNG

Noch bevor die Zustimmungsraten zu den Zeitungen rapide abnahmen, veröffentlichten Kommunikationsforscher in den USA Daten darüber, dass die politische Polarisierung zugenommen hatte. Eine immer größere Zahl der Befragten ordnete sich, nach ihrer politischen Meinung gefragt, an den

beiden Enden des Spektrums von rechten Republikanern bis linken Demokraten ein.²⁷ Zugleich hat die negative Einschätzung des US-Präsidenten unter den Befragten der jeweiligen anderen politischen Richtung stetig zugenommen: „Tatsächlich sind polarisierte Bewertungen der Leistungen des Präsidenten heutzutage so häufig anzutreffen wie nie zuvor in der jüngeren Geschichte, selbst nicht in den Monaten vor dem Rücktritt von Präsident Nixon.“²⁸ Die Gründe liegen eindeutig in der Wechselwirkung zwischen parteiischen Medien und polarisierter Öffentlichkeit, schreibt Paul Starr in der liberalen Zeitschrift *Atlantic*: „An beiden Enden des politischen Spektrums betrachten politisch interessierte Bürger die Führung der Vereinigten Staaten durch die Brille parteiischer Medien, welche die Nachrichtensender, *talk radios* und die Blogosphäre beherrscht.“²⁹

Die 2009 veröffentlichte Studie von Iyengar und Hahn zeigte, dass konservative und republikanische Probanden bevorzugt Beiträge lasen, die *Fox News* zugeschrieben wurden, während sie Nachrichten von *CNN* und *NPR* umgingen. Demokraten und Liberale verhielten sich genau umgekehrt. Die Forscher schlossen daraus, „dass eine weitere Verbreitung der neuen Medien und ein vergrößertes Medienangebot zu einer weiteren Polarisierung des Nachrichtenpublikums führen können“.³⁰ Sie verwiesen auf eine ältere Studie aus dem Jahr 2002, wonach „der Eindruck einer massenhaften Polarisierung sich möglicherweise in der Nominierung radikaler statt gemäßigter Kandidaten sowie in einer stärker nach Parteilinien entscheidenden Wählerschaft niederschlägt“.³¹ Möglich wäre aber auch das Gegenteil: Sind die Parteien mit der Aufstellung extremer

Sind die Parteien mit der Aufstellung extremer Kandidaten (Tea Party) lediglich der wahrgenommenen Radikalisierung in den Medien gefolgt?

27 | Vgl. Iyengar und Hahn, Fn. 1, 20.

28 | „In fact, polarized assessments of presidential performance are higher today than at any other time in recent history, including the months preceding the resignation of President Nixon.“ In: Ebd.

29 | Paul Starr, „Governing in the Age of Fox News“, *The Atlantic*, 01/2010, <http://theatlantic.com/magazine/archive/2010/01/governing-in-the-age-of-fox-news/7845> [06.04.2012].

30 | Originalzitat: „that the further proliferation of new media and enhanced media choices may contribute to the further polarization of the news audience“. Iyengar und Hahn, Fn. 1, 19.

31 | „The impression of mass polarization may reflect the nomination of extreme rather than centrist candidates, and an electorate that votes along party lines.“ Layman und Carsey zitiert nach Iyengar und Hahn, Fn. 1, 19.

Kandidaten (Tea Party) lediglich der wahrgenommenen Radikalisierung in den Medien gefolgt? Haben die Medien die Polarisierung in der Bevölkerung also aufgegriffen, um ihre Quoten und Page Impressions³² zu erhöhen, oder haben die US-Amerikaner, als direkte Medienwirkung, die unversöhnliche Haltung ihrer bevorzugten Sender übernommen?

Wenn die Daten über die zunehmende Parteinahme der Bevölkerung auch etwas älter sind als diejenigen über die Unzufriedenheit mit der Berichterstattung, so ist dennoch schwer zu sagen, an welcher Stelle die Polarisierung zuerst aufgetreten ist, in den Medien oder in der Gesellschaft. Fest steht zumindest, dass die Wechselwirkungen zwischen beiden Sphären, den Sendern und den Zuschauern, dazu geführt haben, dass sich der Trend verselbstständigt hat: „Bei einem polarisierten Publikum bedeuten ‚Nachrichten mit einer eigenen Note‘ Erfolg am Markt.“³³

Das Phänomen, dass US-Bürger für bestimmte Medien Partei ergreifen – meist mit dem Argument, nur hier würde objektiv berichtet – ist in jüngster Zeit näher erforscht worden. Grund dafür könnte die so genannte Hostile Media Perception (HMP) sein: „Die HMP geht davon aus, dass Personen mit zunehmend parteiischer Einstellung verstärkt den Eindruck gewinnen, dass die Medien ihrer Gruppierung oder Position gegenüber feindlich eingestellt sind.“³⁴ Matthew Baum und Phil Gussin haben den Effekt erforscht, indem sie Probanden eine eigens produzierte Fernsehnachrichtensendung über

Die Hostile Media Perception geht davon aus, dass Personen mit zunehmend parteiischer Einstellung verstärkt den Eindruck gewinnen, dass Medien ihrer Gruppierung gegenüber feindlich eingestellt sind.

32 | Page Impressions (PI) sind die Maßeinheit, mit welcher der Erfolg von Internetseiten gemessen wird. Sie gibt an, wie viele Seiten eines Onlineauftritts ein einzelner Nutzer angesehen hat. Daneben spielt auch die Einheit der Unique Visitors eine Rolle, in der gemessen wird, wie viele Nutzer ein Onlineauftritt insgesamt hat (wobei nicht berücksichtigt wird, wenn ein Nutzer dieselbe Seite nach einer Zeit erneut besucht). Die Preise für Internetwerbung haben sich in den vergangenen Jahren jedoch vermehrt an den PI ausgerichtet. So erklärt sich die zunehmende Zahl von Bildergalerien oder auf mehrere Seiten aufgegliederte Artikel, denn jeder Klick erhöht die Zahl der PI.

33 | „When the audience is polarized, ‚news with an edge‘ makes for market success.“ Iyengar und Hahn, Fn. 1, 34.

34 | „HMP posits that as individuals increase in levels of partisanship, they also increase in the perception that the media is hostile towards their group or position.“ R. Trevor Hall und James C. Phillips, „The Fairness Doctrine in Light of Hostile Media Perception“, *CommLaw Conspectus*, Bd. 19, 2011, 411.

die US-Präsidentschaftswahlen 2004 zeigten. Sie behaupteten dann, die Sendung komme etwa von *CNN* oder *Fox News*. Das Ergebnis: Probanden, die ideologisch *Fox News* nahestanden, fanden den Beitrag objektiv und zutreffend, wenn er als eine Sendung von *Fox News* deklariert wurde. Denselben Beitrag lehnten Befragte dieser Gruppe jedoch ab, wenn sie ihn für eine *CNN*-Sendung hielten. Die Autoren schlossen daraus, „dass die Zuschauer eine kognitive Abkürzung nehmen, indem sie anhand der Reputation eines Medienanbieters Urteile über dessen Befangenheit fällen, was zur Wahrnehmung einer voreingenommenen Berichterstattung führt, wo dies gar nicht der Fall ist“.³⁵

SELBSTREFERENZIELLE SYSTEME? INFORMATIONSAUSTAUSCH ÜBER SOCIAL NETWORKS

Optimisten betonten Ende der 1990er Jahre, das Internet ermögliche eine Debatte ohne eine vorab festgelegte Hierarchie der Teilnehmer, in der sich letztlich das bessere Argument durchsetze.

Mit dem Internet waren, bezogen auf die Auswirkungen auf die politische Kommunikation, von Beginn an sowohl Hoffnungen als auch Befürchtungen verbunden. Optimisten betonten Ende der 1990er Jahre, das Internet er-

weitere den Marktplatz der Ideen und erleichtere jedem die Suche nach politischer Information und den Meinungsaustausch mit einer großen Gruppe auch weit entfernter Personen. Darüber hinaus ermögliche es eine Debatte ohne eine vorab festgelegte Hierarchie der Teilnehmer, in der sich letztlich das bessere Argument durchsetze. Weniger Hoffnungsvolle dagegen verwiesen auf mögliche negative Folgen für die demokratische Meinungsbildung und den politischen Diskurs, da es durch das Internet noch einfacher werde, Meinungen und Informationen auszuweichen, die der eigenen Einstellung widersprechen, und stattdessen ausschließlich mit ähnlich eingestellten Menschen in Kontakt zu treten.

Noch informieren sich recht wenige Amerikaner ausschließlich über das Internet (zwei Prozent), aber die Jüngeren nutzen das Netz eher als die Älteren, lesen dabei eine größere Anzahl unterschiedlicher Quellen und informieren sich häufig nicht über die klassischen Onlinemedien, sondern folgen einzelnen Journalisten und Bloggern auf Facebook

³⁵ | Originalzitat: „that viewers utilized the cognitive shortcut of a media outlet’s reputation to make judgments about media bias, which led to the perception of a bias where none existed“. Ebd., 414.

und Twitter.³⁶ Diese Form der Mediennutzung wird zunehmen, und sie wird über die Qualität des politischen Diskurses mitentscheiden: „Die Bedeutung von *source cues*³⁷ und des daraus resultierenden Effekts der ‚Bestärkung bereits vorhandener Einstellungen‘ wird zunehmen, wenn die Technologie größere Verbreitung findet und die Nutzer ihren Konsum von Online-Nachrichten weiter erhöhen. [...] Die Internettechnologie wird in der Praxis den politischen Horizont der Nutzer eher verengen als erweitern. [...] Das Ergebnis wird vermutlich eine weniger informierte und stärker polarisierte Wählerschaft sein.“³⁸

Der Einfluss des Internets auf eine zunehmende politische Polarisierung darf jedoch auch nicht überschätzt werden. Schließlich sind die meisten Foren unpolitisch, und Soziale Netzwerke können ebenso sehr einen wie spalten. Bemerkenswert ist, dass Personen, die sich in Chatrooms über Hobbys austauschen, häufiger als dies zu erwarten wäre auch über politische Themen diskutieren. Hier treffen Menschen mit unterschiedlicher politischer Präferenz aufeinander.³⁹ Auch die sozialen Netzwerke werden voraussichtlich weniger polarisierend wirken als vielfach angenommen. Denn bei Facebook und Google Plus registrieren sich Menschen häufig in einem Alter, in dem sie in der Regel noch kein geschlossenes politisches Weltbild haben. Sie vernetzen sich dann mit sämtlichen Personen ihres sozialen Umfelds – Schule, Sportverein, Familie. Wenn ihre Bekannten divergierende politische Ansichten entwickeln und diese kundtun, wird der Facebook-Nutzer durch den Newsfeed diese Botschaften

Soziale Netzwerke werden weniger polarisierend wirken als vielfach angenommen. Denn hier registrieren sich Menschen häufig in einem Alter, in dem sie noch kein geschlossenes politisches Weltbild haben.

36 | Pew Research Center's Project for Excellence in Journalism (Hrsg.), „Understanding the participatory news consumer. News and the Internet“, 01.03.2010, http://journalism.org/analysis_report/news_and_internet [06.04.2012].

37 | Gemeint ist die Zuhilfenahme zusätzlicher Quellen zur Bewertung der Nachrichten.

38 | „The importance of source cues to news exposure and the resulting ‚reinforcement of priors‘ effect will only grow as technology diffuses and consumers increasingly customize their online news menus. [...] Internet technology will, in practice, narrow rather than widen users' political horizons. [...] The end result is likely to be a less informed and more polarized electorate.“ Iyengar und Hahn, Fn. 1, 34.

39 | Magdalena E. Wojcieszak und Diana C. Mutz, „Online Groups and Political Discourse: Do Online Discussion Spaces Facilitate Exposure to Political Disagreement?“, *Journal of Communication*, 59, 2009, 50.

erhalten, auch wenn er ihnen widerspricht. Der durchschnittliche Facebook-Nutzer hat 190 so genannte Freunde.⁴⁰ Dass er die politischen Ansichten all dieser Personen teilt, ist sehr unwahrscheinlich.

BLOGS: AGITATION STATT TALKING SHOPS?

Während die sozialen Netzwerke also durchaus dafür genutzt werden können, unterschiedliche Positionen auszutauschen, sieht die große Mehrzahl der politischen Blogs in den USA ihre Aufgabe gerade nicht im Austausch unterschiedlicher Meinungen. Liberale und so genannte progressive Blogs wie MoveOn.org und DailyKos.com lassen politisch Andersdenkende ebenso wenig zu Wort kommen wie republikanisch-konservative Blogs, zu nennen wären hier z.B. FreeRepublic.com und InstaPundit.com. Für 94 Prozent der Leser politischer Blogs gehören ausschließlich Blogs von einer Seite des politischen Spektrums zur Lektüre, das ergab eine Befragung der George Washington University.⁴¹ Die Autoren schlossen daraus: „Auf beiden Seiten des ideologischen Spektrums bewegt man sich in einer nach außen weitgehend abgeschotteten Welt kognitiver Konsonanz, wodurch ein substanzieller Austausch über Partei- bzw. Ideologiegrenzen hinweg nur selten zustande kommt.“⁴²

Liberales und progressive Blogs lassen politisch Andersdenkende ebenso wenig zu Wort kommen wie republikanisch-konservative. Für 94 Prozent der Leser gehören nur Blogs einer Seite des Spektrums zur Lektüre.

In der dKosopedia, der politischen Online-Enzyklopädie der DailyKos-Nutzer, wird die Polarisierung der Blogs offensiv verteidigt: DailyKos wird hier von einem Nutzer beschrieben als „eine Seite, die in erster Linie für Demokraten gedacht ist und ihren Schwerpunkt auf eine liberale Politik legt. Sie richtet sich nicht an Republikaner oder Konservative. [...] Es ist keine Seite, auf der konservative Ansichten diskutiert werden. Dafür gibt es andere Seiten. Und es ist keine Seite, wo sich Konservative und Liberale begegnen,

40 | Lars Backstrom, „Anatomy of Facebook“, *Facebook*, 22.11.2011, <http://facebook.com/notes/facebook-data-team/antonomy-of-facebook/10150388519243859> [01.04.2012].

41 | Eric Lawrence, John Sides und Nehry Farrell, *Self-Segregation or Deliberation? Blog Readership, Participation, and Polarization in American Politics*, 10.03.2009, Department of Political Science, George Washington University, Washington D.C.

42 | „Both sides of the ideological spectrum inhabit largely cloistered cocoons of cognitive consonance, thereby creating little opportunity for a substantive exchange across partisan or ideological lines.“ Ebd., 16.

um ihre gegensätzlichen Standpunkte auszudiskutieren. Auch hierfür gibt es andere Seiten. [...] Konservative Beiträge sind hier nicht erwünscht, weil an dieser Stelle eine liberale Infrastruktur definiert und aufgebaut werden soll und Konservative dazu keinen Beitrag leisten können. Gewiss, das birgt die Gefahr einer Ja-Sager-Kultur, doch die Gefahr, zu einem bloßen Debattierclub zu verkommen, wo Diskutieren zum Selbstzweck wird und keine Entscheidungen getroffen werden, ist weitaus größer.“⁴³

Die Rolle der Blogs für die politische Meinungsbildung ist noch begrenzt: Die Amerikaner informieren sich, wenn sie online politische Inhalte konsumieren, noch immer nicht vorrangig über Blogs, sondern über etablierte Nachrichtenseiten, vorrangig die Onlineableger ihrer bevorzugten Nachrichtenkanäle oder gedruckten Publikationen. Studien belegen, dass sich die Inhalte dieser Seiten nicht stark von der Titelseite einer Zeitung unterscheiden: Die Themenauswahl ist ähnlich, und auf den Startseiten findet sich auch nicht mehr Meinung und Kommentar als auf den ersten Seiten der Zeitungen.⁴⁴ Unterschiede bestehen vor allem in der Länge der Texte (Zeitungsbeiträge sind deutlich länger) und der Anzahl der angegebenen Quellen (Artikel im Internet verweisen auf deutlich mehr Quellen). Fast immer verweisen die Blogger und Kommentatoren zudem auf die Originalquelle, und das sind in der Mehrzahl die klassischen Medien.⁴⁵ Der Rezipient kann die Fakten also prüfen, und genau dies entlastet die Blogger in ihrem Selbstverständnis von dem journalistischen Anspruch möglichst weitreichender Objektivität. Transparenz ist „die neue Objektivität“, so lautet das Argument.⁴⁶

Fast immer verweisen die Blogger und Kommentatoren auf die Originalquelle, und das sind in der Mehrzahl die klassischen Medien.

43 | „Troll rating“, zuletzt geändert vom Nutzer Thruthofangels am 24.07.2008, http://dkosopedia.com/wiki/Troll_rating [12.04.2012].

44 | Vgl. Scott R. Maier, „Newspaper Offer More News Than Do Major Online Sites“, *Newspaper Research Journal*, Bd. 31, Nr. 1, Winter 2010.

45 | Pew Research Center's Project for Excellence in Journalism (Hrsg.), „New media, old media. How blogs and social media agendas relate and differ from the traditional press“, 23.05.2012, <http://journalism.org/node/20621> [16.04.2012].

46 | Vgl. Mathew Ingram, „Is transparency the new objectivity? 2 visions of journos on social media“, Nieman Journalism Lab, 28.09.2009, <http://niemanlab.org/2009/09/is-transparency-the-new-objectivity-2-visions-of-journos-on-social-media> [24.03.2012].

REAKTIONEN DER POLITIK AUF PARTEIISCHE MEDIEN

Im September 2009 besuchte Präsident Obama fünf Fernsehsender, um für seine Gesundheitsreform zu werben – der reichweitenstärkste Sender, Fox News, war nicht darunter.

Die politische Polarisierung der Medien führt dazu, dass es zum Boykott durch Politiker kommt. Diese wenden sich nicht nur bevorzugt denjenigen Medien zu, die ihnen politisch nahestehen, sondern lehnen Interviews und Liveauftritte auf der Gegenseite gänzlich ab – unter Ausflüchten oder mit einer offen konfrontativen Begründung.

Sogar vor dem Weißen Haus machte diese Entwicklung nicht Halt. Im September 2009 besuchte Präsident Obama fünf Fernsehsender, um für seine Gesundheitsreform zu werben – der reichweitenstärkste Sender, *Fox News*, war nicht darunter.

Die damalige Kommunikationschefin des Weißen Hauses, Anita Dunn, begründete die reservierte Haltung zum konservativen Sender ganz offensiv: „Es handelt sich hier um als Nachrichten getarnten Meinungsjournalismus. [...] Sie stacheln nur ihr Publikum auf. Das bedeutet aber nicht, dass wir uns jetzt zurücklehnen und nichts tun.“⁴⁷ Eine Studie aus diesen Tagen gab ihr Recht: Hier zeigte sich an dem Kenntnisstand der befragten Fernsehzuschauer über die gesundheitspolitischen Pläne des Präsidenten beispielhaft, wie die Medien zu einer Desinformation der Bürger beitragen.⁴⁸ 52 Prozent aller Befragten gingen davon aus, dass durch die geplante Gesundheitsversorgung auch illegale Immigranten abgesichert werden sollten. Von einer solch weitreichenden Maßnahme war jedoch von Seiten der Regierung nie die Rede. Bezogen auf die jeweiligen Fernsehsender wurde das Maß an Desinformation noch deutlicher: 72 Prozent der Zuschauer von *Fox News* gingen von einer Gesundheitsvorsorge für illegale Migranten aus, auf Seiten von *MSNBC* und *CNN* waren es dagegen lediglich 41 Prozent.⁴⁹ Das Weiße Haus, das in diesen Tagen für eine breite

47 | „It’s opinion journalism masquerading as news. [...] They are boosting their audience. But that doesn’t mean we are going to sit back.“ Michael Scherer, „Calling ‘Em Out: The White House Takes on the Press“, *Time Magazine*, 08.10.2009, <http://time.com/time/magazine/article/0,9171,1929220,00.html> [22.03.2012].

48 | Chuck Todd et al., „First thoughts: Obama’s good, bad news“, *First Read (NBC)*, 19.08.2009, http://firstread.msnbc.msn.com/_news/2009/08/19/4431138-first-thoughts-obamas-good-bad-news [22.03.2012].

49 | Ebd.

Zustimmung zur Reform nicht nur im Parlament, sondern auch in der Bevölkerung warb, reagierte angesichts solcher Zahlen mit Verdruss auf die Berichterstattung von *Fox News*.

Für die strategische Positionierung und die offenen Worte erntete die Sprecherin jedoch nicht nur die erwartbare Häme in den Sendungen des geschmähten Kanals *Fox News*. Auch liberale Kommentatoren und um journalistische Objektivität bemühte Stimmen kritisierten den Schritt, und sie kritisieren den anhaltenden Trend bis heute. Das Problem, das sich durch eine solche Haltung für den demokratischen Meinungsaustausch ergibt, fasste der liberale Blogger Jason Salzman aus Colorado treffend zusammen. Er schrieb anlässlich einer Interviewabsage, die der republikanische Staatssekretär Scott Gessler ihm und liberalen Medien wie dem *Colorado Independent* gegeben hatte: „Wenn die führenden Medien an Einfluss verlieren und kleinere Anbieter sich nach ideologischen Gesichtspunkten ausrichten, wird es für viele Menschen immer weniger wahrscheinlich, dass sie mit gegensätzlichen Meinungen gewählter Mandatsträger in Berührung kommen. Liberale, die Nachrichtenangebote liberaler Medien nutzen, werden beispielsweise wohl kaum etwas von Scott Gessler zu hören bekommen. Das ist keine gute Entwicklung und wir müssen uns darauf einstellen, dass sie sich weiter verschärfen wird, denn politisch kann Gessler die Linke abschreiben.“⁵⁰ Unter diesen Umständen, schreibt er, könne die Polarisierung nur zunehmen.

„Wenn Medien sich nach ideologischen Gesichtspunkten ausrichten, wird es für viele Menschen immer unwahrscheinlicher, dass sie mit gegensätzlichen Meinungen in Berührung kommen“, so der Blogger Jason Salzman.

FAZIT: GEFAHR ODER CHANCE?

Die zunehmende Parteinahme der Medien in den USA hat erheblich zu einem angespannten politischen Klima beigetragen. Sie hat aber auch die Gesellschaft polarisiert und Wähler mobilisiert – mit dem nicht zu unterschätzenden positiven Effekt, dass eine zunehmende Zahl an Menschen in den USA wieder zu den Wahlen geht und eine politische Richtung öffentlich, und zum Teil vehement, verteidigt.

50 | Jason Salzman, „Should Elected Leaders Talk to All Journalists, Even Rabid Ones?“, *Huffington Post*, 21.03.2012, http://huffingtonpost.com/jason-salzman/elected-officials-media-interviews_b_1367182.html [22.03.2012].

„Nach einer langen Phase geringer Wahlbeteiligung wurden bei den Präsidentschaftswahlen 2004 und 2008 so viele Wähler mobilisiert wie schon seit 40 Jahren nicht mehr. [...] Demokratie braucht Leidenschaft, und Parteinahme ist immer mit Leidenschaft verbunden“, schreibt Paul Starr.⁵¹

In der Polarisierung der US-Bevölkerung liegt nicht nur eine Gefahr für die Demokratie, sondern auch eine Chance. Hier zeigt sich, dass eine lebhaftere Debattenkultur zu verstärktem Engagement führen kann.

Gleichgültigkeit gegenüber amerikanischen Politikern, Parteien und ihren Zielen ist seltener geworden. Insofern liegt in der Polarisierung der US-Bevölkerung, die mit den zunehmend parteiischen Medien und einem veränderten, stärker selektiven Mediennutzungsverhalten verbunden ist, nicht nur eine Gefahr für die Demokratie, sondern auch eine Chance. Hier zeigt sich, dass eine lebhaftere Debattenkultur im Internet und im Fernsehen zu einer starken Politisierung und zu verstärktem Engagement führen kann, und das selbst dann, wenn in den Foren und Sendern nicht miteinander geredet wird – was demokratietheoretisch noch besser wäre –, sondern nur übereinander.

Mit der Polarisierung der Gesellschaft geht der Trend einher, in den Medien besonders ausführlich über diejenigen Themen zu berichten, die besonders kontrovers sind. Für die Demokratie kann das positiv sein, wenn die Berichterstattung dazu führt, dass Bürger die Probleme ernst nehmen und gemeinsam diskutieren. Doch sind die besonders kontroversen Themen nicht immer diejenigen, die am dringendsten gelöst werden müssten. Zudem geht der Trend zur Kontroverse häufig zu Lasten der Sachlichkeit. Eine Beobachtung des *Tagesspiegel*-Korrespondenten von Marschall: „Das Verbrechen mit den meisten Opfern der jüngsten Zeit, das Massaker in Oakland, bei dem Täter und Opfer Koreaner waren, gehörte nur etwa 36 Stunden zu den Hauptnachrichten. Die Debatte um einen möglichen rassistischen Hintergrund beim Tod des 17-jährigen Trayvon Martin in Florida ist seit drei Wochen ein Topthema in Amerika.“⁵² Als Folge davon diskutieren die USA nun

51 | Starr, Fn. 29. Der Autor fährt fort: „Journalism needs passion, too, though the passion should be for the truth.“

52 | Christoph von Marschall, „Amerikanische Farbenlehre. Nach den Morden an Schwarzen geht die Debatte um Rassismus weiter“, *Der Tagesspiegel*, 11.04.2012, <http://tagesspiegel.de/weltspiegel/amerikanische-farbenlehre-nach-den-morden-an-schwarzen-geht-die-debatte-um-rassismus-weiter/6493380.html> [13.04.2012].

seit Wochen über latenten und offenen Rassismus in ihrem Land – zu Recht. Befremdlich dagegen ist, auf welchem Niveau dies geschieht: Fernsehsender und Zeitungen haben sich frühzeitig auf die Verteidigung des Täters oder des Opfers festgelegt und entlastende Informationen der anderen Seite zurückgehalten. Rechtskonservative Medien gingen so weit, die Kleidung des jungen Schwarzen für die Tat mitverantwortlich zu machen. Mit seinem Kapuzenpullover sei er schwer erkennbar und daher verdächtig gewesen. Dies wiederum nahmen die liberalen Medien auf. Besonders beliebt waren hier Fotostrecken berühmter Träger von Kapuzenpullovern – darunter Facebook-Gründer Mark Zuckerberg, der Teenagerstar Justin Bieber und Prinz Harry –, verbunden mit der Frage, ob auch sie sich durch ihre Kleidung verdächtig machten. So verstanden und praktiziert nutzt die Polarisierung in Medien und Gesellschaft der US-amerikanischen Demokratie sicher nicht.