

Öffentlichkeit - Aufklärung - Integration Drei Schlüsselbegriffe gesellschaftlicher Kommunikation in historischer Perspektive

Horst Pötter

Journalisten sollen ihr Publikum an den Problemen der Zeit teilhaben lassen, die Leser oder Hörer helle machen und Anwälte des offenen Gesprächs zwischen Gruppen und Milieus sein, auf dass die Gesellschaft besser zusammenhalte. Wenn es um die Aufgaben des Berufs geht, für den wir im Dortmund Institut für Journalistik ausgebildet, fallen häufig die Stichwörter *Öffentlichkeit*, *Aufklärung* und *Integration*. Im Folgenden will ich versuchen, diesen drei Begriffen schärfere Konturen zu geben, indem ich auf ihren geschichtlichen Hintergrund zurückgreife und über ihre gesellschaftliche Bedeutung nachdenke.

1. Öffentlichkeit oder: das Prinzip der Unbeschränktheit

Wenn es um Aufgaben oder Gefährdungen des Journalismus geht, wird kaum ein anderer Begriff so häufig verwendet wie 'Öffentlichkeit'. Kaum ein anderer Begriff ist aber auch so unklar und schillernd. Das zeigt sich z. B. bei der Übersetzung kommunikationswissenschaftlicher Texte. Für den deutschen Ausdruck 'Öffentlichkeit' steht im Englischen eine ganze Reihe von Vokabeln zur Verfügung: 'public', 'public sphere', 'public opinion', 'public discourse', 'publicity' usw. Bei der Auswahl einer dieser Möglichkeiten für eine sinngemäße Übersetzung muss sorgfältig auf den Kontext geachtet werden. In der Regel kommt der Übersetzer eines kommunikationswissenschaftlichen Textes nicht an allen Stellen mit derselben Vokabel aus, woran sich zeigt, dass der Ausdruck 'Öffentlichkeit' in der Originalsprache unterschiedliche Bedeutungen hat.

Das Durcheinander geht nicht zuletzt auf Jürgen Habermas' berühmte gewordene Habilitationsschrift 'Strukturwandel der Öffentlichkeit' zurück (Habermas 1971), die Anfang der 60er Jahre zuerst veröffentlicht wurde. Wie der Titel andeutet, ist Habermas' Untersuchung historisch angelegt. Sie greift auf das 18. Jahrhundert zurück und (re-)konstruiert einen Verfall 'der' Öffentlichkeit seit der Aufklärungsepoche. Da aus einem Verfallsprozess nichts Positives resultieren kann, hat Habermas' Schrift dazu beigetragen, dass Öffentlichkeit heute oft als etwas Problematisches, ja Gefährliches betrachtet wird. Am deutlichsten kommt diese Unterstellung in einem Buchtitel zum Ausdruck: 'Öffentlichkeit als Bedrohung' (Noelle-Neumann 1979). Und da nur etwas Substantielles seine Struktur verändern kann, haben viele sich angewöhnt, in 'der' Öffentlichkeit eine Art Substanz, ein Gebilde zu sehen. Diese Auffassung wiederum ist eine notwendige Voraussetzung für den häufig zu hörenden Hinweis, es sei denn (mehr) möglich, nur von *einer* Öffentlichkeit zu sprechen, es müsste vielmehr deren Differenzierung in zahlreiche (Teil-)Öffentlichkeiten zur Kenntnis genommen werden.

Erste Skepsis gegenüber diesen Auffassungen kommt auf, wenn man die Geschichte des Wortes zurückverfolgt. Lange Zeit war nur das Adjektiv 'öffentlich' gebräuchlich. Wenn bis zur Mitte des 20. Jahrhunderts überhaupt von Öffentlichkeit die

Rede war, dann nur im Sinne des älteren Wortes 'Publizität'. Letztlich muss die Unterstellung, Öffentlichkeit sei ein bedrohliches Gebilde oder Wesen, eine Art Monster, die mit dem Herstellen von Öffentlichkeit befassten Berufe, auch und besonders den Journalismus, in schlechtes Licht rücken. Um dies zu konkretisieren, greife ich auf einen Autor zurück, der nicht nur den höchsten Aufgabenerfolg der Weltliteratur vorweisen kann, sondern der ganz am Anfang der Aufklärungsepoche auch bereits ein Selbstverständnis als Journalist entwickelt hatte.

1.1. Daniel Defoe: ein Pionier journalistischer Mentalität

Seit Kindertagen ist uns Daniel Defoe als Autor des „Robinson Crusoe“ bekannt. Weniger bekannt ist, dass der weltberühmte Schriftsteller, bevor er mit fast 60 Jahren seinen ersten Roman veröffentlichte, der dann in den Kanon des obligatorischen Allgemeinwissens eingehen sollte, lange als politischer Publizist tätig gewesen war.

Bevor Defoe fiktionale Texte zu verfassen begann, hatte er mit streitbar-ironischen Schriften wie „The Trueborn Englishman“ (1701) und „The Shortest Way with Dissenters“ (1702) zu schon damals aktuellen Tagesfragen wie der Fremdenfeindlichkeit (gegenüber dem Oranier-König William III.) oder religiöser Intoleranz (der anglikanischen Staatskirche) kritisch Stellung genommen. Das hatte ihn mehrmals ins Gefängnis oder an den Pranger gebracht. 1704 gründete Defoe von Gefängnis aus die erste politisch-moralische Wochenschrift in England, die „Review“, der weitere wie Richard Steels „Tatler“ (1709) und Jonathan Swifts „Examines“ (1710) folgten. Defoes „Review“ erschien bis 1713, anfangs einmal und dann für die längste Zeit ihres Bestehens dreimal in der Woche im Umfang von vier Seiten. Ursprünglich gedacht, um über den langwierigen spanischen Erbfolgekrieg zu berichten, in dem sich England und Frankreich gegenüberstanden, nahm sich die Zeitschrift im Laufe der Zeit auch zahlreiche andere Gegenstände vor:

„In den Beiträgen, die Defoe selbst verfaßte, standen neben (...) politischen Themen Überlegungen zu wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Fragen im Mittelpunkt. Die materiellen Lebensbedingungen einzelner Bevölkerungsgruppen, die berufliche Tätigkeit und daraus erwachsende gesellschaftliche Position, die Wirtschaftsaktivität des ganzen Landes und die Rolle des Handels als Quelle nationalen Wohlstands sind (...) Bereiche, mit denen Defoe sich beschäftigte.“ (Kalb 1985: S. 22)

In Defoes Welt, dem England um die Wende vom 17. zum 18. Jahrhundert, liegt der Ursprung all dessen, was auch noch die Gegenwart demokratisch-kapitalistischer Gesellschaften prägt: Deklarierte Menschenrechte, Parlamentarismus, Marktregulierung, freies Unternehmertum und freie Medien, um nur einiges zu nennen. Kein Wunder, dass in diese Epoche auch die Entstehung eines Berufs fällt, der für das Zusammenspiel der Funktionselemente westlicher Gesellschaften unerlässlich ist: des Journalismus. Wobei unter ‚Beruf‘ nicht nur „jene Spezifizerung, Spezialisierung und Kombination von Leistungen einer Person“ zu verstehen ist, „welche für sie Grundlage einer kontinuierlichen Versorgungs- oder Erwerbschance ist“ (Weber 1972: 80), sondern im Unterschied zu dieser individualistischen und ökonomistischen Definition Max Webers auch ein Bündel besonderer Kompetenzen, das erforderlich ist, damit eine für Individuum und Gesellschaft wichtige Aufgabe optimal erfüllt werden kann. Zu diesen Fähigkeiten gehört nicht zuletzt das Bewusstsein von der beruflichen Aufgabe und von den Voraussetzungen, die für ihre Erfüllung notwendig sind. Defoe ist ein Beispiel dafür, dass sich diese professionelle Mentalität in ihren Grundzügen bereits um

1700 herausgebildet hatte. Als einer der ersten Journalisten dachte er öffentlich über seinen Beruf und dessen Erfordernisse nach.

1.2. Defoe über den gesellschaftlichen Nutzen der Pressefreiheit

Neben anderen Texten aus seiner Feder weist auf Defoe's ‚berufspolitisches‘ Interesse ein Artikel hin, mit dem er am 29. März 1711 in der „Review“ gegen die von der letzten Stuart-Königin Anne und den regierenden Tories geplante Besteuerung der Presse, die nicht lange danach als ‚Stempelsteuer‘ in Kraft trat, Stellung genommen hat:

In diesem Artikel hieß es u.a.:

„Wer reden will, sollte sich gleich zu Wort melden; und wer wenig Zeit zum Reden hat, sollte schnell zur Sache kommen. Ich warte daher nicht, bis der Erlass gedruckt ist, sondern reagiere schon jetzt auf den ärgerlichen Hinweis im ‚Examiner‘, dass mit der Erhebung einer Steuer auf Presseprodukte zu rechnen sei.“

(...)

Diese Steuer wird als klares Eingeständnis aufgefasst werden, dass ihre Befürworter auf Argumente nicht mit Vernunft und in offener Diskussion antworten können. Das wäre eine Demonstration gegen sich selbst, die zeigte, dass eine Verteidigung mit Worten nicht möglich ist, und die die Scheu offenbarte, die eigenen Argumente in der Auseinandersetzung mit Gegnern zu prüfen. (...)

Sie enthält ein klares Eingeständnis, dass weder in der Politik noch in der Moral die üblichen Praktiken das Licht der Öffentlichkeit ertragen würden; dass die hinter ihr stehenden Personen und deren Partei das Interesse haben, ihre Angelegenheiten geheim zu halten. (...)

Ein Anschlag auf die Presse, von welcher Seite er auch komme, ist immer ein Anschlag auf die Wahrheit. Denn wenn Fälschungen oder Verleumdungen veröffentlicht würden, sind die Gesetze ohnehin ein kräftiges Gegenmittel; und wo die Gesetze unzulänglich sein sollten, steht notfalls das Parlament bereit, um neue Rechtsnormen zu ergänzen. Aber eine generelle Last auf alles Veröffentlichliche zu legen, oder, deutlicher gesagt, die Menschheit zum Schweigen zu bringen, ist ein Anschlag auf die Wahrheit, eine Maßnahme gegen die Freunde von Tugend, Bildung und Religion, was an vielen Beispielen gezeigt werden könnte. So eine generelle Steuer ohne Berücksichtigung der Thematik würde auch alle öffentliche Kritik an Laster und Unmoral behindern sowie alle die Hilfen für Unterricht und Religion, alle die nützlichen Anregungen für Lernen und für Reformen im geistigen und materiellen Leben, die als Handreichungen oft gute Wirkungen auf die Gesellschaft gehabt haben und weiter hätten. (...)

Der Angriff auf die Unmoral wird den Generalangriff auf Presse und Wahrheit nicht überstehen. Dieser Generalangriff wird wie gesagt nützliche Veröffentlichungen unterdrücken und der Welt den Fortschritt nehmen, der durch die Werke redlicher Publizisten zustandekommt. (...)

Wenn eine generelle Beschränkung ohne Ausnahme auferlegt wird, sind vermehrtlich Machenschaften im Gange, die man die Bevölkerung nicht wissen zu lassen magt. Sie sind darauf gerichtet, die freien Bürger Britanniens mundtot zu machen und ihrer rechtmäßigen und wirksamen Verteidigung zu berauben. Und sie werden, was m. E. besonders überlegt werden muss, zahllosen Familien, die in verschiedene Branchen des Pressegeschäfts investiert haben, das Eigentum, den Lebensunterhalt und die Beschäftigung nehmen. Zumindest jene, deren

publizistische Tätigkeit nichts mit dem Staat oder der Regierung zu tun hat, müssten billigerweise von so einer Steuer ausgenommen werden.

Darunter fallen die Urheberrechte an kleinen Büchern, z. B. Almanachen, Katenchismen, Psalmen-Sammlungen, religiöse und moralische Broschüren mancherlei Art, die für viele Familien die Grundlage des Lebensunterhalts sind. (...)

Gleichwohl bin ich für gewisse Beschränkungen der Presse: Skandal machen, die Regierung beleidigen, Minister diffamieren, anderen den guten Ruf verderben usw. Solche Missbräuche der Pressefreiheit sollten durch die Verpflichtung jeden Autors unterbunden werden, seinen Namen unter das Geschriebene zu setzen, damit Entgleisungen persönlich zurechenbar werden. (...) Statt vollem Namen nur die Anfangsbuchstaben drucken (...) - rechtliche Schritte gegen solche Praxis werden die Zustimmung jedes Klugen Mannes finden. (...) Alles andere aber riecht nach Parteiinteresse, Freiheitsberaubung und Willkürmaßnahmen gegen die Bevölkerung.“ (Originaltext in Payne 1951; Übers.: d. Verf.)

1.3. Öffentlichkeit als notwendige Bedingung funktionierender Selbstregulierung

Der rote Faden dieses Textes ist die Idee der Öffentlichkeit; die allerdings nur an wenigen Stellen ausdrücklich benannt wird. Warum verzichtet Defoe auf eine explizite Klärung? Schon zu Beginn des bürgerlichen Zeitalters ist Öffentlichkeit offenbar ein zutiefst negativer, nur über die Verneinung seines Gegenteilens bestimmbarer, vager Begriff. Seine konstitutive Komponente ist die Eigenschaft ‚offen‘. Öffentlichkeit meint die *Abwesenheit* von Absperrungen, Blockierungen, Barrieren. Was öffentlich ist, ist der Wahrnehmung jedes Menschen zugänglich. Öffentlichkeit ist das von diesem Adjektiv abgeleitete Substantiv, mehr nicht. Jeder Versuch, den Begriff positiv zu füllen, etwa im Sinne einer Gruppe von Subjekten, die tatsächlich an der Kommunikation über bestimmte Themen teilnehmen, oder als eine Art von politischer, für das Funktionieren von Staatsorganen notwendiger Institution, führt nolens volens zum Verlust der Vorstellung von Unbeschränktheit, die für den Begriff Öffentlichkeit entscheidend ist.

Dass Defoe dieser negative Begriff von Öffentlichkeit vorschwebte, zeigt sich u.a. an seiner Bereitschaft, eine Beschränkung der Presse in Bezug auf ihre politischen Inhalte und Intentionen hinzunehmen. Heute erscheint es naheliegend, darin einen Ausdruck des Opportunismus gegenüber den Herrschenden zu sehen, weil wir uns seit den bürgerlich-demokratischen Revolutionen in den Vereinigten Staaten und Frankreich, die zur Beförderung der Öffentlichkeit in den Rang eines Verfassungsprinzips führten, an ihre institutionelle Einengung gewöhnt haben. Man kann darin aber auch einen Ausdruck von Defoes Sinn für die notwendige Offenheit der gesellschaftlichen Kommunikation erkennen. Er konnte noch auf die politische Funktion der Presse verzichten, weil es ihm um die Rettung des Prinzips Öffentlichkeit in einer viel umfassenderen, sozio-kulturellen Bedeutung ging.

Für diese Deutung spricht, dass dem Verzicht auf eine positive Definition bei Defoe eine bemerkenswerte Sensibilität für die Nützlichkeit, ja Notwendigkeit von Öffentlichkeit für die Gesellschaft und jedes ihrer Individuen gegenübersteht. Öffentlichkeit ist erforderlich, damit, wie er es ausdrückt, wissenschaftliche, moralische und religiöse Erkenntnisse sich verbreiten können. Insofern ist sie eine notwendige Voraussetzung dafür, dass das Individuum sein Leben auf der Höhe der Kulturentwicklung gestalten kann. Und Öffentlichkeit ist erforderlich, damit das Individuum sich er-

folgreich gegen ungerechtfertigte Beschuldigungen und Angriffe zur Wehr setzen kann. Insofern ist sie ein Menschenrecht, was leicht zu kurz kommt, wenn über zuviel Öffentlichkeit als Bedrohung der Privatsphäre geklagt wird. Defoes Hinweis, dass durch die Stempelsteuer nicht nur die schädliche, sondern auch die nützliche Presse eingeschränkt würde, nimmt demgegenüber die simple Einsicht vorweg, dass ein Mensch in der modernen, parzellierten Gesellschaft, dem eine Vielzahl von Medien zur Verfügung steht, sich ein zutreffendes Bild von der Welt machen und deshalb besser mit ihr zurecht kommen kann als ein moderner Mensch, der bei seiner Konstruktion von Realität ganz auf seine Primärerfahrung ohne die Möglichkeit der Mediennutzung angewiesen wäre.

Aus den Nutzen der Öffentlichkeit für das Individuum ergibt sich ihr Nutzen für die Gesellschaft: Nur wenn deren Mitglieder ihr Recht auf Unverletzlichkeit und Selbstbestimmung verteidigen und an den das soziale Ganze betreffenden Entscheidungsprozessen teilnehmen (Partizipation), kann eine moderne Gesellschaft ihre Probleme wahrnehmen und lösen (Regulierungskapazität). Defoe weist hier und an anderen Stellen in der „Review“ darauf hin, dass zu den Problemen auch ein sensatiosenscher oder parteilicher und deshalb unwahrer Journalismus gehören kann. Der beste Schutz gegen schlecht hergestellte Öffentlichkeit ist demnach nicht Fremdregulierung durch Kontrollinstanzen, sondern Selbstregulierung - durch mehr Öffentlichkeit. Wegweisend ist in diesem Zusammenhang, dass Defoe lügenhafte Berichterstattung nicht durch inhaltliche Auflagen bekämpfen will, sondern durch eine Kennzeichnungspflicht bei jedem Artikel, also durch das Öffentlich-Machen von Verantwortlichkeit.

Komplexe Sozialformationen, deren gesellschaftliche Kommunikation zu stark von ideologischen, politischen oder gesetzlichen Schranken eingeengt wird, sind auch drei Jahrhunderte nach Defoes Grundinsicht in den Nutzen des Prinzips Öffentlichkeit auf die Dauer nicht existenzfähig. Das hat der Zusammenbruch der realsozialistischen Herrschaftssysteme in Osteuropa oder konservativ-autoritärer Regime in Lateinamerika und Südafrika gezeigt.

Am deutlichsten wird Defoes Idee von Öffentlichkeit daran, dass er ihren Nutzen an die Abwesenheit von generellen Auflagen der Presse bindet, seien sie nun politisch-ideologischer oder - wie im 1711 von ihm bekämpften Fall - ökonomischer Art. Der Grundzustand der Medien, damit sie ihrer Aufgabe, Öffentlichkeit im Sinne unbeschränkter gesellschaftlicher Kommunikation zu stiften, gerecht werden können, ist der einer prinzipiellen Freiheit bei Themenfindung, Recherche und Darstellungsweise, die durch eine professionelle Grundpflicht der Journalisten zum Publizieren komplettiert wird. Denn, so können wir nach den erkenntnistheoretischen Debatten seit der Aufklärungsepoche hinzufügen, die Entscheidung darüber, welche Themen öffentlichkeitsbedürftig sind und welche nicht, ist selbst ein öffentlichkeitsbedürftiges Problem. Die Definition und Überwachung von Relevanz kann nicht besonderen Institutionen oder Personen (Zensoren, Kontrollgremien etc.) übertragen werden, sondern muss, da niemand wissen kann, was er (noch) nicht weiß, dem gesellschaftlichen Diskurs selbst überlassen werden, der - soll er gelingen - im Prinzip die Abwesenheit von Kommunikationsbeschränkungen, also Öffentlichkeit voraussetzt.

Bereits Defoe wusste: Pressefreiheit ist weder ein kultureller Luxus, den eine Gesellschaft sich leisten kann oder auch nicht, noch ein professionelles Privileg von Journalisten, sondern ein funktionsnotwendiges Element der modernen Sozialstruktur, von der ihre Problemverarbeitungskapazität und Selbstregulierungsfähigkeit, d.h. ihre Existenz abhängt. Jede Herrschaft, die die grundsätzliche Freiheit der publizisti-

schen Arbeit von oben und aussen einzuschränken versucht, schadet über kurz oder lang der Gesellschaft und damit am Ende auch sich selbst. Generelle Beschränkung der Medienfreiheit bedeutet generelle Beschränkung von Öffentlichkeit; und generelle Beschränkung von Öffentlichkeit bedeutet das Eingeständnis, die von ihr ausgeschlossenen Verhältnisse und Praktiken würden einer offenen Auseinandersetzung, einer intersubjektiven Prüfung durch „Vernunft, Argumente und Tatsachen“ (Defoe) nicht stand halten.

Ein interessanter Nebenaspekt ist der Hinweis, die Stempelsteuer würde im Pressesektor tätige Familien ihrer wirtschaftlichen Existenz berauben. Anders als Karl Marx 130 Jahre später (vgl. Pötter 2001: 49), als die publizistischen und die ökonomischen Berufsrollen sich im Zuge des großen Prozesses der funktionalen Differenzierung zu trennen begannen, blickt Defoe, noch Verleger und Redakteur in einer Person, nicht auf die Widersprüche, sondern auf die Gemeinsamkeiten von Presse- und Gewerbefreiheit. Das erscheint weitsichtig, wenn man bedenkt, dass gesellschaftlich tragfähige Öffentlichkeit sich bisher nur unter den Bedingungen von Kapitalismus und Marktsteuerung entwickeln konnte, nicht in Systemen, die von einem politisch-ökonomischen Machtzentrum aus gesteuert werden. Seröse Wissenschaft kann zwar nicht mit Sicherheit behaupten, dass dies so bleiben muss. Dennoch spricht die historische Erfahrung bisher eher für Defoe als für Marx, was von der kritischen Kommunikationswissenschaft bisher kaum zur Kenntnis genommen, geschweige denn systematisch erklärt wird.

Im übrigen kann Defoe geradezu als Idealtypus des literarischen Journalismus der Aufklärungsepoche gelten, der die Information weder von der Meinung noch von der Eigenwerbung noch gar von der Fiktion getrennt, sondern sich diese subjektiven Beimengungen zunutze gemacht hat, damit aus Medieninhalten Informationen werden.

2. Aufklärung oder: die Methode der weiten Verbreitung

Wohin man zu Beginn des 21. Jahrhunderts in der Kommunikationswissenschaft auch schaut - überall ist davon die Rede, dass der Journalismus „durch ein neu entstandenes Niemandsland zwischen Aufklärung und Unterhaltung, in dem die ‚Schreimakerisierung‘ wüthet“ (Siegfried Weischenberg im „Public Relations Forum“), durch den Trend zum Infotainment also, seine professionelle Qualität einbüße. Dabei wird unterstellt, die Trennung von Information und Unterhaltung sei das A und O eines Qualitätsjournalismus in der Tradition der Aufklärung. Bestimmt man sich auf das 18. Jahrhundert, die reale Epoche der Aufklärung, entpuppt sich diese Vorstellung als Mythos. Das lässt sich sowohl an den sogenannten „Moralischen Wochenschriften“ zeigen als auch an den Schriften einer Bewegung, die sich „Volksaufklärung“ nannte.

2.1. Moralische Wochenschriften: Aufklärung durch Infotainment

Inspiziert von englischen Vorbildern begann um 1720 auch in deutschsprachigen Ländern eine für die Aufklärungsepoche charakteristische Pressegeattung zu erscheinen, die uns in Anlehnung an eine damals gern gewählte Titelformulierung unter dem Sammelbegriff „Moralische Wochenschriften“ gefällig ist. Gemessen an Zahl und Auflage dieser Blätter fiel die Blütephase des deutschen Moraljournalismus, der auch soziale Probleme und Missstände öffentlich machen wollte, in die zweite Hälfte

des 18. Jahrhunderts, nicht in die frühen Jahrzehnte bis 1740, wie es die nach qualitativen Stilkriterien urteilende Literaturgeschichte bisher annimmt.

Angesichts des damals noch weit verbreiteten Analphabetismus bemerkenswert: Auch schon in der Frühphase nahmen die Herausgeber der Moralischen Wochenschriften das ganze Publikum ernst, besonders das weibliche, dessen Bildung ganz oben auf ihrem publizistischen Programm stand. „Die frühen Moralblätter der 20er und 30er Jahre hatten eine durchaus wissenschaftsorientierte Frauenbildung gefordert, sie vertraten die Auffassung, daß kein Themenbereich für den weiblichen Geist unschicklich oder zu anstrengend sei. Diese hoffnungsvolle Perspektive (...) weisen die Moralblätter der Spätphase zurück. Zwar wird die Aufklärung der Frau (...) noch mit Nachdruck gefordert, (...) doch zeichnen schon diese Blätter ein deutlich anderes Bild, (...) in dem Frauenbildung vorrangig als schöne und ästhetische Persönlichkeitserziehung zum Nutzen der Familie charakterisiert ist.“ (Maar 1995: 217f.) Es gehörte zur Aufklärung, dass die Moralischen Wochenschriften scheinbar unpolitische Themen aus der Alltagssphäre der Leserinnen aufgriffen und an deren Kultivierungsbedürfnissen hinsichtlich Mode, Häuslichkeit usw. ansetzten, um das Interesse dieses bildungsbedürftigen Teils des Publikums zu finden. Das sollten wir nicht vergessen, wenn wir heute von der hohen Warte eines vermeintlichen Qualitätsjournalismus aus belächeln, dass eine bestimmte Art von Frauenmagazinen das selbe tut.

Wer meint, die von den Moralblättern befolgte Aufklärungsmethode sei empfindsame Erbauung oder trocken-rationale Belehrung gewesen, täuscht sich. Ihr Programm hieß vielmehr „Bildung durch Vergnügen“, wie Elke Maar ein Kapitel ihrer aufschlussreichen Studie über die Moralischen Wochenschriften überschreibt (Maar 1995: 102-130). Dort werden drei Darstellungsmittel vorgestellt, deren sich bereits Journalisten des 18. Jahrhunderts bedienten, um Information so unterhaltsam zu präsentieren, dass sie bei Leserinnen und Lesern auch ankammt: Die Erzählperspektive des gleichzeitig anonymen und vertraulichen Autors, der (fiktive) Leserbrief als Stimulus der (virtuellen) Partizipation des Publikums und vor allem die Fortsetzungserzählung mit familiärer Thematik und entsprechenden ‚Serienhelden‘ sind Möglichkeiten der vergnüglichen Rezeptionsanregung, die Journalisten auch heute nutzen (können), um mit ihren Produkten ein maximales Publikum zu erreichen - was schon damals ein wesentliches Ziel der Aufklärung war.

Gewiss: Zum Programm journalistischer Aufklärung gehört heute nicht mehr, wie bei den Pleisten des 18. Jahrhunderts, die pädagogische Idee, dem Publikum Gutes tun zu wollen. An ihrer Seite ist das neutralere Konzept der Information getreten. Und das in Aussicht genommene Publikum besteht nicht mehr nur aus Bildungsbürger(inne)n, sondern umfasst alle Schichten, was einen Niveauverlust wohl unvermeidlich macht. Dennoch: Der Moraljournalismus der Aufklärungsepoche ist ein historisches Vorbild, von dem Journalisten, die ein enges und letztlich elitäres Informationskonzept überwinden wollen, eine Menge lernen können. Und dieses historische Vorbild zeigt, dass ‚Infotainment‘ nicht auf ein ökonomisches Gewinnakzill allein zurückgehen muss, sondern sich auch einem genuin publizistischen Ethos verdanken kann.

Damit stellt die Besinnung auf die Moralischen Wochenschriften die übliche Diskussion über das Infotainment auf den Kopf. Sie lenkt die Aufmerksamkeit von der vermeintlich illegitimen Vermischung von Information und Unterhaltung auf die ganz andere Frage, wann und warum die durchaus fragwürdige *Trennung* der beiden Sphären stattgefunden hat. Dass die Moralblätter das männliche und das weibliche

Publikum gleichermaßen ernst genommen haben, verweist auf die von der kommunikationswissenschaftlichen Gender-Forschung unterstützte Vermutung, diese Trennung sei nur ein Teil der großen Trennung in eine männliche, seriöse Sphäre von Politik und öffentlichen Angelegenheiten einerseits und eine weibliche, verspielte Sphäre von Lust und Privatheit andererseits, die sich erst *nach* der Aufklärung vollzogen hat. So gesehen könnte Infotainment auch ein Aspekt der Auflösung bürgerlich-patriarchalischer Geschlechterrollen und Herrschaftsformen sein.

2.2. Aufklärung als Populärkultur

Es hat also wenig mit den Ideen der Aufklärungsepoche zu tun, wenn das Infotainment heute als Anfang vom Ende des aufklärerischen Qualitätsjournalismus empfunden wird. Das dürfte vielmehr mit dem Sonderweg zusammenhängen, den die Aufklärung später in Deutschland genommen hat. Dass sie hierzulande in die Scheidung von Information und Unterhaltung, E- und U-Kultur mündete, womit sie bis heute identifiziert wird, liegt teilweise an der Restauration nach 1815, dem folgenden Scheitern der demokratischen Revolution von 1848 und der dadurch verstärkten ökonomischen Rückständigkeit des deutschen Bürgertums, dessen ohnehin schwaches Selbstbewusstsein im 20. Jahrhundert durch eine Serie von Katastrophen weiter dezimiert worden ist und das, weil es sich nicht selbst durchsetzen konnte, ohne rechtes Verständnis für die liberale Wirtschaftsordnung und die damit verbundenen demokratischen Errungenschaften geliebt ist.

Die Trennung von objektiver Information einerseits und subjektiver Fiktion oder Meinung andererseits gehört allerdings auch zur Tradition des Journalismus in den angelsächsischen Ländern, trotz der dort ausgeprägten Achtung vor dem ‚common sense‘. Von dort hat der deutsche Journalismus nach 1945 sogar erst den Standard übernommen, nicht nur die dokumentarische Information von der unterhaltamen Fiktion und den redaktionellen Teil von den Anzeigen, sondern auch die meinungsabsäthnente Nachricht vom Kommentar zu trennen. Alle drei Trennungsgrundsätze bekunden Respekt vor der Mündigkeit des Rezipienten, weil sie ihn durch das Markieren von Interessenhintergrund und Realitätsgehalt journalistischer Mitteilungen in die Lage setzen sollen, den Wert solcher Mitteilungen selbst zu beurteilen. Die Trennungsgrundsätze repräsentieren daher scheinbar den Geist der Aufklärung.

Bei genauer Betrachtung kommt freilich noch eine andere Bedeutungsschicht zum Vorschein. Überdehnung und Dogmatisierung können die Trennungsgrundsätze zu neuen Kommunikationsbarrieren werden lassen, die der Journalismus gerade zu überwinden hat. Wenn aus der Trennung von Information und Fiktion die Aussparung der literarischen Fantasie aus dem Journalismus wird, dann bleibt Geheimgehaltenes und deshalb der Faktenrecherche nicht Zugängliches aus jenem gesellschaftlichen „Sprechsaal“ ausgespart, den Journalisten bereitstellen sollen (vgl. Groh 1960: 566), wenn die Trennung von Information und Meinung für Journalisten zum Zwang wird, ihre Ansichten für sich zu behalten, dann gefährdet das nicht nur das Menschenrecht auf freie Meinungsäußerung, sondern schließt wiederum innersubjektive und deshalb schwer recherchierbare Vorgänge von der gesellschaftlichen Kommunikation aus; und wenn aus der Trennung von Information und Werbung das professionelle Tabu wird, über den Journalismus öffentlich zu reden, dann resultiert aus diesem Grundgesetz eine zusätzliche Intransparenz des Mediengeschehens, durch die das Publikum noch mehr behindert wird, seine eigenen Einflussmöglichkeiten auf dieses Geschehen zu erkennen. Extensiv und rigide angewandt werden die Trennungs-

Grundsätze zu Instrumenten der Kommunikationsunterdrückung, bei der die äußere Kontrolle ins Innere des journalistischen Subjekts verlegt wird und das Berufsethos an die Stelle der Zensur tritt: Aufklärung hat auch die Aufgabe, das Berufsethos von dieser Funktion freizuhalten (vgl. Pöttker 1999).

Die repressive Seite der journalistischen Trennungsgrundsätze wurde erst in einer Entwicklungsphase der modernen Gesellschaft ausgeformt, in der das ehemals revolutionäre Bürgertum in den westlichen Ländern die Herrschaft erobert hatte und sich nun seinerseits anschlückte, die Emanzipationsansprüche der Arbeiter, der Frauen, der Jugend zu fesseln. In der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts bildeten sich nicht nur das professionelle Verbot der Ich-Form, die Scheidung von der belletristischen Literatur und andere Regeln des harten, auf Objektivität fixierten Nachrichtenjournalismus heraus, sondern auch die Trennung einer ernstern, rationalen, männlichen von einer verspielten, emotionalen, weiblichen Sphäre, die z. B. in der Entwicklung von geschlechtsspezifischer Mode (vgl. Matthiesen 1999) oder im Auseinanderdriften von E- und U-Musik (vgl. Pöttker 1996) zum Ausdruck kommt. Möglicherweise ist die Abdrängung von ästhetischer Fiktion und Subjektivität aus dem, was gegenwärtig immer noch unter Qualitätsjournalismus verstanden wird, nur ein Aspekt der Trennung und Hierarchisierung von Bildungs- und Populärkultur, mit deren Hilfe die traditionelle Elite in allen demokratisch verfassten Gesellschaften des Westens infomell ihre Privilegien aufrecht erhält.

Heute weicht sogar in Deutschland, dem angestammten Hort des Bildungsbürgertums, die Segmentierung der Kultur in Hochgestochenes hier und Populäres da ein wenig auf, weil die Intensivierung und Globalisierung der Märkte gebietet, politisch oder kulturell bedingte Absatzbarrieren zu überwinden. Da das besonders für die Medienbranche gilt, die nicht nur ihre eigenen Produkte absetzen will, sondern auch für die Distribution anderer Produktarten wichtige Funktionen erfüllt, lockert sich die Verbindlichkeit der professionellen Trennungsgrundsätze in ihrer überlieferten Gestalt.

Es wäre wenig sinnvoll, wenn eine der Aufklärung verpflichtete Journalistik sich nur als Bollwerk gegen diese Entwicklung verstehen würde. Bekanntlich ist Aufklärung, wo sie gegen ökonomische Interessen ankämpfen will, eine schwache Kraft. Eine Defensivstrategie, die die professionellen Trennungsgrundsätze unverändert aufrecht erhalten will, ist aus der ursprünglichen Sicht der Aufklärung aber auch gar nicht notwendig, weil der ökonomisch angetriebene Trend zur Populärkultur, z. B. zum Infotainment, auch die restriktive, gesellschaftliche Kommunikation unterbindende Segmentierung von E- und U-Kultur aufweicht. Vielleicht werden die Trennungsgrundsätze durch diese Entwicklung auf das zurückgeführt, was sie ohne Dogmatisierung für die Aufklärung bedeuten: Ausdruck des Vertrauens in die Urteilskraft des Publikums, dem man mehr authentische, von Subjektivität ungeringelte Information zutrauen und zumuten kann, als die Hüter des Grals der Objektivität glauben wollen.

2.3. Rudolph Zacharias Becker: Aufklärung durch Marketing

Was die Frauen für die Moralischen Wochenschriften, waren die Bauern für eine vor allem von Landgeistlichen ausgehende Bewegung in der zweiten Hälfte des 18. Jahrhunderts, die sich „Volksaufklärung“ nannte. Dass der protestantische Prediger Johann Adam Christian Thon seinem 1786 bis 1788 erschienenen Periodikum, das den Lesern am Ende jeder Ausgabe aktuelle Zeitungsnachrichten mitteilte, den Titel „Das

räsonnante Dorfkonvent“ (Thon 2001) gab, brachte das Vertrauen der Volksaufklärer in die Vernunftfähigkeit der Landbevölkerung zum Ausdruck. Wenn wir über diesen Titel heute schmunzeln, mag das daran liegen, dass wir dieses Vertrauen auf dem elitären Weg verloren haben, den die Idee der Aufklärung zumal in Deutschland seither genommen hat.

Das erfolgreichste Projekt der Volksaufklärung war Rudolph Zacharias Beckers „Noth- und Hilfsbüchlein für Bauersleute“, das 1788 mit der nie dagewesenen Startauflage von 30.000 Exemplaren bei Goeschen erschien. In einem haben Jahrhundert AufLAGengeschichte folgten über 50 Ausgaben einschließlich Raubdrucken mit etwa einer halben Million deutschsprachiger Exemplare, dazu Übersetzungen in zwölf Sprachen. Die Voraussetzungen für diese enorme Verbreitung hatte Becker, der sich als Studienabrecher auf dem freien Literaturmarkt behaupten musste, durch ein vorangeschicktes Marketing-Bändchen geschaffen, das seit kurzem wieder als Reprint greifbar ist (vgl. Becker/Zerrenner 2001).

Der Herausgeber Reinhart Siegart nennt Beckers Projekt das erste der Buchhandelsgeschichte, „das durch massierten und generalstäbsmäßig geplanten Einsatz von Werbemitteln“ (Becker/Zerrenner 2001: 299*) zum Absatzsieg geführt worden sei. Das mag zwar etwas übertrieben sein, trifft aber den Kern, dass hier 1785 schon bewusst moderne Marketing-Methoden angewandt worden sind, um das Buch wirklich unter die Leute zu bringen, d.h. seine vernünftigen Empfehlungen wie die Gewinninteressen von Autor und Verleger wirksam werden zu lassen.

Wenn uns das erstaunlich erscheint, mag das daran liegen, dass wir gewohnt sind, Aufklärung und Kommerz als Gegensätze zu empfinden. Beckers Projekt widerlegt dieses Vorurteil, indem es uns vor Augen führt, dass Aufklärungswille und ökonomisches Kalkül von Anfang an Hand in Hand gingen. Das war allerdings nicht die ängstliche, an die Kostenseite geklammerte Ökonomie des Spärens, sondern eine aktive, unternehmerische Variante, die zuerst an die Produktion von materiellem und kulturellem Nutzen dachte.

Der erfolgreiche Volksaufklärer Becker hat Marketing-Methoden angewandt, die auch heute üblich sind. Wen wundert es, dass die von ihm in der Werbroschüre zitierten Bildungspolitiker der damaligen Zeit das Projekt des Not- und Hilfsbüchleins zwar loben, ihre abgedruckten Stellungnahmen aber nicht derart unkritisch sind, dass sie ungläubwürdig wirken. Vielmehr nutzt der geschickte Werber in eigener Sache vorsichtig geäußerte Kritik der Experten als Gelegenheit zur Erwiderung, um weitere Pluspunkte beim Publikum zu sammeln. Dem Bedenken des Herrn von Fürstenberg, der weiten Verbreitung des Volksbuchs könne vielleicht die „Localverschiedenheit der Nahrungsgeschäfte und der Religion“ (Becker/Zerrenner 2001: 22*) entgegenstehen, hält Becker mit dem gebotenen Respekt eine pfiffige, fast subversive Distanz zu den obrigkeitlichen Institutionen entgegen, was ihm bei den Lesern Sympathien eintragen musste:

„Se. Excellenz scheinen (...) vorauszusetzen, daß ich meine Arbeit überall in Deutschland als ein Schulbuch unter öffentlicher Autorität eingeführt zu sehen wünschte. Diese stolze Nebenabsicht habe ich nicht dabey; sondern meine Bitte um Unterstützung der Landesväter und Edlen der Nation schränkt sich darauf ein, daß sie nur Einzelne Exemplare, wäre es auch nur Eins an jedes Dorf, zur Bekanntmachung verschenken möchten. Übrigens wird die von Denen selbst hier geäußerte, auf Sachkenntniß und reife Erfahrung gegründete Bedenklichkeit mir bey der Ausarbeitung gleichsam zum Aufseher dienen, daß ich mich hüte, nicht einseitig oder zu lokal zu werden (...); sondern bios bey den allgemein

angenommenen Vernunftwahrheiten und weltlichen Lebens- und Klugheitsregeln stehen bleibe." (Becker/Zerrenner 2001: 23*f.)

Mit dem bewussten Verzicht auf kulturelle Besonderheiten wird hier bereits eine Regel für das Erreichen eines großen Publikums formuliert, die beispielsweise auch für die globalen Markterfolge des Hollywoodfilms charakteristisch ist.

Außerdem lässt das Zitat das moderne Marketing-Prinzip des Volksbuch-Projekts durchblicken. Ob sie nun auf den aufklärungsseitigen Autor Becker oder den geschäftstüchtigen Verleger Goechen zurückgeht, die sich offenbar gut verstanden: Die geniale Vertriebsidee war in einer ersten Phase die bäuerlichen Endverbraucher über die wohlhabenderen und gebildeteren dörflichen Honoratioren zu erreichen, die das Not- und Hilfsbüchlein kaufen und weitergeben sollten:

„Da nun Deutschland wenigstens 80.000 Dörfer hat, so scheint es kein übertriebenes Vertrauen auf die menschliche Großmuth und Theilnehmung zu seyn, wenn ich annehme, daß die Besitzer und Herrschaften von sechstausend derselben geneigt seyn werden, ihre Untertanen mit einem Not- und Hilfsbüchlein um vier ggl. zu beschenken." (Becker/Zerrenner 2001: 102*)

Schon die Volksaufklärer des 18. Jahrhunderts haben bewusst Multiplikatoren einbezogen, um den Erfolg eines publizistischen Projekts zu sichern.

Das galt übrigens auch für die Verbreitung der Werbebroschüre selbst, die als Separatdruck mit dem seriösen Titel „Versuch über die Aufklärung des Landmannes" gestaltet wurde und gewichtige theoretische Anteile enthielt, um in zahlreichen „gelehrten Zeitungen" besprochen zu werden, wobei die Rezensenten nicht um die Erwähnung von Beckers Buchvorhaben herumkamen. In seiner Marketing-Funktion wurde der „Versuch über die Aufklärung des Landmannes" noch durch einen Prospekt flankiert, der der „Deutschen Zeitung" beigelegt und paketweise an Bekannte und Geschäftsfreunde versandt wurde.

Fazit: Wirksame Aufklärung erfordert Aktivität und Kreativität auch in den praktischen Fragen der Distribution journalistischer Produkte. Rudolph Zacharias Becker hat das am Ende seiner sechs Grundsätze erfolgreicher Volksaufklärung so formuliert: „5. Der Bauer muß das Büchlein bezahlen können. (...) 6. Das Büchlein muß dem Bauer wirklich in die Hände gespielt werden." (Becker/Zerrenner 2001: 101*f.)

2.4. Aufklärung als Orientierung am real existierenden Publikum

Historische Besinnung lehrt, dass Aufklärung nichts mit Bessermiserei zu tun hat, sondern mit Respekt vor der Mündigkeit derjenigen, die es aufzuklären gilt. Das vor allem verbindet die Aufklärung mit dem Journalismus, einem Beruf, der sich von denen des Advokaten, Mediziners oder Pädagogen darin unterscheidet, dass er sich nicht auf einem Autoritätsgefälle an Klienten, Patienten oder Eliven wendet, sondern auf einem gleichen Niveau an *Rezipienten*, deren Mündigkeit er voraussetzen muss, um seine Aufgabe, räumliche und soziale Kommunikationsbarrieren zu überwinden, erfüllen zu können.

Konkreter gesagt: Um Information nicht im Sinne einer gedruckten oder gesendeten Substanz, sondern im Sinne eines Vorgangs der intersubjektiven Bedeutungsübertragung, der Kommunikation überhaupt zustande zu bringen, stellt sich aufklärerischer Journalismus auf das Publikum ein, wie es ist, anstatt sich daran zu orientieren, wie die Aufklärer es vielleicht gern hätten. Der Köder muss dem Fisch schmecken, nicht dem Angler - ein Bild, das allerdings auch irreführend sein kann, weil es beim Journalismus nicht um Menschensfischeri geht wie bei der Religion oder bei der

Propaganda, sondern um möglichst weite Verbreitung von wahren (richtigem, mit Erfahrung übereinstimmendem) und lebensdienlichem (wichtigem, aktuellem) Wissen.

Die Orientierung an den Wünschen und Bedürfnissen des Publikums kann weitgehen, als manche, die den Begriff der Aufklärung gern im Munde führen, sich das vorstellen. Noch einmal Rudolph Zacharias Becker anno domini 1785:

„Wenn es die Psychologie noch zweifelhaft lassen sollte, so hat es die tägliche Erfahrung als ausgemacht. bestätigt, daß man nicht einmal den heiligen und prophanen Aberglauben des Landmanns geradezu angreifen, sondern fürs erste (...) seine Denkkraft zur Thätigkeit zu erwecken suchen, und dann den Erfolg abwarten müsse, wenn man nicht vergebens an seiner Aufklärung arbeite, oder ihn durch unverdaute Kenntnisse unglücklich machen will." (Becker/Zerrenner 2001: 62f.*)

Der Respekt der Volksaufklärer machte selbst vor dem Aberglauben, den Vorurteilen und der Sensationslust der Leser in spe nicht halt. Aufklärerischer Journalismus holt das Publikum da ab, wo es sich befindet, wo das auch sein mag.

Eine günstige Rahmenbedingung für konsequente Orientierung am Publikum ist die Marktwirtschaft, in der die Konkurrenz die Medienunternehmen dazu zwingt, die kommunikative Qualität der journalistischen Produkte zu beachten. Historische Betrachtung lässt keinen Zweifel, dass der Kapitalismus von Anfang an ein Wegegefährte, ja ein Motor der Aufklärung gewesen ist. Offenbar bringt kapitalistisches Nutzenkalkül eine schmutzige Spielart von Aufklärung hervor, die sich wenig um die erkenntnisphilosophische Lehre schert und deshalb besonders lebensnah, populär und effektiv ist.

Für die Moralischen Wochenschriften und die Volksaufklärung waren Infotainment und Marketing die probaten Konzepte, um Licht in das mittelalterliche Dunkel zu bringen, von dem besonders das weibliche und das ländliche Leben zu jener Zeit umhüllt wurde. Dass sie mit diesen Konzepten richtig lagen, beweist der Aufgängerfolg der Periodika und Bücher, die entscheidend zur Alphabetisierung und praktischen Bildung breiter Bevölkerungskreise in der frühen Moderne beigetragen haben. Vielleicht bietet der gegenwärtige Trend zu Infotainment und Marketing die Chance, an diese frühe Tradition der Aufklärung anzuknüpfen, die im durch und durch demokratischen wie kapitalistischen Nordamerika nie abgerissen ist. Das würde freilich erfordern, dass – wie schon im Abschnitt zum Schlüsselbegriff Öffentlichkeit erwähnt – die aktuelle Theorie der öffentlichen Kommunikation ihre Berührungspunkte gegenüber diesem Trend ablegt und ähnlich wie Moralische Wochenschriften und Volksaufklärung vor zwei Jahrhunderten seine produktive Bedeutung für das Herstellen von Öffentlichkeit erkennt.

Im folgenden Abschnitt wenden wir uns dem Schlüsselbegriff ‚Integration‘ zu, der wie ‚Aufklärung‘ und ‚Öffentlichkeit‘ eine Leistung bezeichnet, die oft vom Journalismus erwartet wird. Dabei verlassen wir das 18. Jahrhundert und wenden uns einem exemplarischen Material vom Ende des 19. Jahrhunderts zu, als der Prozess der Modernisierung und funktionalen Differenzierung bereits dazu geführt hatte, dass sich die zum Problem gewordene Gesellschaft in Gestalt der aufkommenden Sozialwissenschaft selbst zum Thema machte.

3. Integration oder: der Sinn für die anderen

Ein bekannter Aufsatz Gerhard Maletzkes trägt den Titel „Integration - eine gesellschaftliche Funktion der Massenkommunikation“ (Maletzke 1980). In der sozial- und kommunikationswissenschaftlichen Literatur findet man zahlreiche Hinweise, dass moderne Gesellschaften mit zunehmender funktionaler Differenzierung und Parzellierung auch einen zunehmenden Bedarf an sozialer Integration entwickeln und dass neben traditionellen Integrationsmechanismen wie Recht oder Markt auch den Massenmedien eine wachsende Bedeutung als Integrationsfaktor zukommt. Auch den Journalisten wird häufig die Aufgabe zugeschrieben, durch ihre berufliche Tätigkeit sozial integrierend zu wirken.

Die Journalisten selbst zeigen sich diesem Anspruch gegenüber eher skeptisch. Und auch eine Journalistik, die den von ihr degletierten Beruf bei aller wissenschaftlichen Distanz unterstützen und optimieren will, winkt beim Stichwort Integration meistens ab.

Dabei gibt es gute Gründe, von Medien und Journalismus soziale Integrationsleistungen zu erwarten. Denn es sind nun einmal Presse, Hörfunk, Fernsehen und neuerdings das Internet, über die sich viele, idealiter alle Mitglieder der Gesellschaft erreichen lassen, was offenbar eine notwendige Voraussetzung dafür ist, dass aus den Individuen und Teilen das gesellschaftliche Ganze erwächst. Wer, wenn nicht Medien und Journalismus, sollten geeigneter sein, „den Prozeß des Zusammenschlusses von Teilen zu einer Ganzheit (...)“, speziell den von Gliedern eines sozialen Systems zu einer umfassenden Einheit“ (Bernsdorf 1969: 469) zu fördern?

Wenn Journalisten und ihnen wohlgesommene Wissenschaftler den Integrationsanspruch ablehnen, mag das auch mit unklaren und ungeeigneten Vorstellungen zu tun haben, die wir uns von Begriff und Realität der Integration machen. Dieser Vermutung gehen die folgenden Überlegungen nach, bei denen ich zwei Grundtypen von Integration unterscheide.

3.1. Integration als Angleichung

Meistens wird nur an den ersten der beiden Typen gedacht, wenn ‚Integration‘ zur Debatte steht. Bei ihm kommt die Ganzheit dadurch zustande, dass die Individuen und Teile, um deren Zusammenhalt es geht, *gleich* oder *ähnlich* gemacht werden (Homogenisierung). Bezogen auf den gesellschaftlichen Prozess der funktionalen Differenzierung läuft das auf die gegenläufige Tendenz hinaus, die durch diesen Prozess hervorgerufene Pluralität mindestens teilweise zurückzunehmen (Entdifferenzierung). Dass der Journalismus integrierend wirken kann, indem er zur Angleichung von Bewusstseinsinhalten in einer Gesellschaft beiträgt, wird besonders von der Theorie der öffentlichen Meinung ins Auge gefasst, wie sie Elisabeth Noelle-Neumann formuliert hat: „Aus den Massenmedien erthimmt der Einzelne die Information, was er sagen und tun kann, ohne sich zu isolieren.“ (Noelle-Neumann 1989: 266).

Es ist nicht zu bestreken, dass für den Zusammenhalt einer demokratischen Gegenwartsgesellschaft ein Minimum an Gleichförmigkeit des Denkens und Handelns ihrer Mitglieder notwendig ist, also an homogenisierender Integration - auch durch Massenmedien. Über den Respekt vor der Menschenwürde, die sich daraus ergeben, den Grundrechte und zivilisiert geregelte Verfahren der Konfliktaustragung muss es einen allgemeinen Konsens geben, der durch einen entsprechenden Journalismus gefördert werden kann. Da beispielsweise das Grundgesetz der Bundesrepublik

Deutschland in seinen elementaren Abschnitten diese konsensbedürftigen Normen zusammenfasst, genügt das Stichwort *Verfassungspatriotismus*, um die Anforderungen dieser Integrationsaufgabe an das journalistische Handeln zu charakterisieren.

Ob es darüber hinaus der Betonung weiterer „gemeinsamer Anschauungen, Werte und Symbole, Erweckung des Nationalbewusstseins etc.“ (Bernsdorf 1969: 471) für die Lebensfähigkeit einer modernen, pluralistischen Gesellschaft bedarf, wie man nicht nur in politischen Sonntagsreden hören, sondern auch in der sozialwissenschaftlichen Literatur nachlesen kann, darf man gerade als Deutscher bezweifeln. Die Verbreitung der NS-Ideologie durch den Goebbelschen Propagandaapparat ist ein Paradebeispiel, wie sich Integration, die mittels nationaler Symbole und vormoderner Schlagworte wie ‚Volksgemeinschaft‘ auf die Einebnung gesellschaftlich gegebener Pluralität zielt, für verbrecherische Zwecke instrumentalisieren lässt. Allgemein gesagt liegt die Gefahr einer durch das Betonen von Außenkonflikten hergestellten Integration für die Lebensfähigkeit einer Gesellschaft darin, dass das Austragen echter innerer Konflikte behindert wird, das für Wandel und Umweltsanpassung des Systems notwendig wäre (vgl. Pöttker 1980).

Dass eine über den Grundwertekonsens hinausgehende Integration etwa durch nationale Symbolik nicht nur gefährlich, sondern auch überflüssig ist, hat eine andere Phase der jüngeren deutschen Vergangenheit gezeigt. Niemand wird Staat und Gesellschaft der seit über fünf Jahrzehnten bestehenden Bundesrepublik Deutschland einen für die Existenzfähigkeit hinreichenden inneren Zusammenhalt absprechen wollen, auch nicht im internationalen Vergleich. Ein Vergleich etwa mit den USA zeigt aber, dass nationale Symbolik von einer großen Mehrheit der Nachkriegsdeutschen, vielleicht mit Ausnahme einer kurzen Phase um das Jahr der Wiedervereinigung 1990, bis heute wenig geschätzt, ja gescheut wird, was m.E. als sinnvolles historisches Lernen aus dem Nationalsozialismus zu erklären ist. Jedenfalls zeigt die unübersehbare Stabilität der Bundesrepublik, vor allem vor dem kontrastierenden Hintergrund der Geschichte des Deutschen Reichs (vgl. Haflner 1987), dass Journalisten sich mit einem relativ geringen Maß an homogenisierender Symbolik begnügen können.

3.2. Emilie Durkheim: Integration bei Komplexität

Beim zweiten, oft übersehenen Typus von Integration kommt die gesellschaftliche Ganzheit nicht durch Vereinheitlichung, sondern durch *Vereinigung, Verbindung* der verschiedenartigen Teile zustande, deren Heterogenität *nicht* infrage gestellt wird.

Auch die auf besondere Lebensfunktionen spezialisierten Teile des menschlichen Körpers bilden nicht deshalb eine Ganzheit, weil sie einander gleich oder ähnlich wären, sondern weil sie miteinander verbunden sind, wobei auch diese Verbindungen durch Organe wie Blut, Nerven, Skelett usw. hergestellt werden, die auf Funktionen der Verbindung spezialisiert sind. 1893 hat Emilie Durkheim in der Manier des 19. Jahrhunderts die moderne, funktional differenzierte Gesellschaft mit dem Körper verglichen und als Antwort auf die Frage, was solche Gesellschaften zusammenhält und aus ihren spezialisierten Teilen ein Ganzes macht, den Begriff der „organischen Solidarität“ geprägt (vgl. Durkheim 1977: 172). Diese moderne Art von Integration, so Durkheim, sei „nur möglich, wenn jeder ein Betätigungsfeld hat, das ihm gehört, wenn er also eine Persönlichkeit hat. Das Kollektivbewußtsein muß also einen Teil des Individualbewußtseins freilassen, damit dort spezielle Funktionen entstehen, die

es nicht regeln kann. Je größer diese Region ist, umso größer ist die Kohäsion, die aus dieser Solidarität entspringt." (Durkheim 1977: 171f.)

Was die Verbindung zwischen den „Organen“ der modernen Gesellschaft, den spezialisierten Institutionen ausmacht, lässt sich dem dritten Teil seines Buchs entnehmen, in dem er sich mit den dysfunktionalen Formen der „sozialen Arbeitsteilung“ auseinandersetzt. Organische Solidarität könne nicht entstehen, wenn die „Organe keinen genügenden Kontakt haben“ (Durkheim 1977: 14). Der Normalzustand sei, dass solcher Kontakt besteht. In Bezug auf die handelnden Subjekte formuliert Durkheim: „Normalerweise verlangt das Spiel einer jeden speziellen Funktion, daß sich das Individuum nicht eng darin einschließt, sondern in ständigem Kontakt mit den Nachbarfunktionen bleibt, ihrer Bedürfnisse der Veränderung, die dort eintreten, bewußt wird usw. Die Arbeitsteilung setzt voraus, daß der Arbeiter, statt über seine Aufgabe gebeugt zu bleiben, seine Mitarbeiter nicht aus den Augen verliert“ (Durkheim 1977: 415). Damit wird das *Wissen* der einzelnen Funktionsparzellen voneinander zur notwendigen Bedingung der Integrationswirkung, womit Durkheim ausdrücklich nicht eine in abstrakte und zeitlose Begriffe gefasste Allgemeinbildung meint, sondern das konkrete und aktuelle Informiertsein übereinander.

Aber auch damit ist es noch nicht getan. Denn offenbar ist es für die Integration nicht gleichgültig, *was* die diversen Funktionsparzellen der komplexen Gesellschaft voneinander wissen und übereinander denken bzw. „fühlen“, wie Durkheim sich ausdrückt: Zunächst gehe es darum, „jedem Individuum begreiflich zu machen, daß es nicht allein bestehen kann, sondern ein Teil des Ganzen ist, von dem es abhängt“ (Durkheim 1977: 403). Allgemein gesagt ist das Bindemittel der nicht-homogenisierenden Integration also das Bewusstsein vom Aufeinander-angewiesen-Sein der verschiedenen Institutionen. Auch damit ist es jedoch noch nicht getan, solange dieses Bewusstsein abstrakt bleibt. Wieder Durkheim: „Damit die organische Solidarität existieren kann, genügt es nicht, daß es ein System von einander notwendigen Organen gibt, die auf allgemeine Weise ihre Solidarität fühlen, sondern dazu muß auch die Art und Weise bestimmt sein, wie sie mitwirken müssen, wenn auch nicht in jeder Art der Begegnung, so doch in den häufigsten Umständen.“ (Durkheim 1977: 407)

Was die Teile einer funktional differenzierten, pluralistischen Gesellschaft wirksam verbinden kann, wenn ihre Verschiedenartigkeit nicht angezastet werden soll, ist nicht die gemeinsame Anerkennung abstrakter Werte wie Gerechtigkeit, sondern das in jeder Funktionsparzelle lebendige Wissen, dass jede andere Funktionsparzelle für das Ganze nützlich ist und worin dieser Nutzen im einzelnen besteht. Anders gesagt: Das Bindemittel der nicht-homogenisierenden Integration ist das konkrete Bewusstsein der verschiedenen Institutionen von der Funktionalität aller anderen Institutionen.¹ Da es mit zunehmender Komplexität unmöglich wird, dass jede Institution über die Funktionalität wirklich *aller* anderen Institutionen Bescheid weiß, beschränkt sich Durkheim realistischemweise auf das Bewusstsein vom Zusammenwirken „nicht in jeder Art der Begegnung“, sondern nur in den „häufigsten Umständen“.

Wie kann das konkrete Bewusstsein von der Funktionalität anderer Teile entstehen? Durkheim beschreibt als elementare Begleiterscheinung spezialisierter Arbeit, dass der Arbeiter „fühlt, daß er zu etwas dient.“ (Durkheim 1977: 415) Moderne In-

¹ Unter „Institution“ wird hier eine gesellschaftliche Einrichtung verstanden, die sich auf die Erfüllung einer bestimmten Aufgabe oder Funktion konzentriert. In diesem Sinne ist beispielsweise jeder Beruf eine Institution.

tegration soll also mit dem Bewusstsein jedes Spezialistertums von der *eigenen* Funktionalität beginnen. Das ist plausibel, weil sich nur so Sensibilität für die grundlegende Qualität bildet, um die es hier geht, ähnlich wie sich Achtung vor anderen Menschen nur auf der Basis von Selbstachtung bildet.

Zum Sinn für das Wesen der Funktionalität muss ein sachliches Wissen darüber kommen, worin „in den häufigsten Umständen“ die Aufgaben der anderen Institutionen liegen und wozu diese nütze sind. Jedes Mitglied der Gesellschaft sollte wissen, dass die Feuerwehr dazu da ist, bei Bränden und Unfällen zu helfen, die Universität, um Erkenntnisse zu sammeln und zu tradieren, der Journalismus, um möglichst viele Menschen mit möglichst relevanten Informationen zu versorgen.

Um sich vorzustellen, was mit dieser zweiten, modernen Pluralität nicht antastenden Art von Integration gemeint ist, empfiehlt sich ein Blick auf klassische Einwanderungsgesellschaften. In den USA existieren zahlreiche, teilweise extrem verschiedene kulturelle Milieus nebeneinander, ohne dass jemand auf die Idee käme, die Existenzberechtigung dieser Subkulturen unter einem programmatischen Schlagwort wie „Leitkultur“ infrage stellen und ihre Unterschiede einreßen zu wollen. Was die amerikanische Gesellschaft zusammenhält, ist nicht, wie manchmal angenommen, gleiche Sprache, Religion, Lebensart oder Hautfarbe, sondern das mit mehr oder weniger Toleranz gepaarte Bewusstsein, dass auch die jeweils anderen Teilgruppen auf ihre Weise zur Funktionsparzelle der gemeinsamen Ökonomie beitragen. Die Amischen sind ursprünglich nach Amerika ausgewandert, weil sie in Deutschland und der Schweiz wegen ihres Glaubens nicht geduldet wurden. In jeder europäischen Gesellschaft würde eine Gruppe, die heute mit Pferd und Wagen durch die Gegend fährt, sich weigern, ihre Kinder in die allgemeine Schule zu schicken und sich nicht ans Stromnetz, geschweige denn ans Internet anschließen lässt, als nicht integriert empfunden werden. In den Vereinigten Staaten ist das anders, nicht zuletzt weil sich die handgemachten Produkte dieser traditionell in der Landwirtschaft tüchtigen, die Distribution selbst organisierenden Gruppe zumal in einer Zeit zunehmender ökologischer Sensibilität beachtlicher Nachfrage erfreuen, was bei ethischen Amischen zu überraschendem Reichtum führt.

Wie hat man sich das Verhältnis der beiden skizzierten Arten von Integration vorzustellen? Vor moderne Gesellschaften werden hauptsächlich durch die Ähnlichkeit ihrer Teile zusammengehalten, Durkheim spricht dabei von „mechanischer Solidarität“ (Durkheim 1977: 171). Mit zunehmender funktionaler Differenzierung gewinnt dann die „organische Solidarität“ an Bedeutung, ohne jedoch einen Kern an Gemeinsamkeit überflüssig zu machen. Aus der sozialgeschichtlichen Perspektive Durkheims löst der zweite Typus den ersten nicht vollkommen ab, aber die beiden Arten von Integration sind komplementär, der nicht-homogenisierende Typus dringt auf Kosten des homogenisierenden vor.

Das Zurückweichen der „mechanischen Solidarität“ konkretisiert sich nach Durkheim auf zweierlei Weise: Einerseits nimmt sie „immer unscheinbarere Formen“ (Durkheim 1977: 9) an, indem ihre Wirksamkeit nur innerhalb jeder Institution erhalten bleibt, in der ganzen Gesellschaft aber schwindet. Andererseits werden die Werte und Regeln, denen sich alle Gesellschaftsmitglieder beugen und in deren Akzeptanz die Wirksamkeit der homogenisierenden Integration auf gesamtgesellschaftlicher Ebene zum Ausdruck kommt, mit dem Zurückweichen dieses Integrationstypus immer vager. „Diese Unbestimmtheit läßt für die individuelle Variabilität mehr Platz“ (Durkheim 1977: 12). Als Beleg führt Durkheim neben der zunehmenden Transzendenz