



# 2017/33 Thema

<https://shop.jungle.world/artikel/2017/33/volksverraeter-light>

**Die »Flüchlingskrise« in den deutschen Medien**

## **Volksverräter light**

Von **Georg Seeßen**

**Die Otto-Brenner-Stiftung wirft in ihrer im Juli veröffentlichten Studie »Flüchlingskrise in den Medien« deutschen Tageszeitungen Fehler in der Berichterstattung über Flüchtlingspolitik vor. Anmerkungen zum Zusammenhang zwischen »Flüchlingsstrom« und »Zeitungskrise«.**

Als die deutsche Bundeskanzlerin ihre vermutlich historische Aussage »Wir schaffen das« zur Aufnahme von Flüchtlingen in Deutschland »verkündete« und daraufhin für gewisse Zeit deutlich an Zustimmung in der Bevölkerung verlor, wunderte sich der eine oder die andere im In- und Ausland: Eine »konservative« Politikerin, die sich so lange einer breiten Mehrheit sicher sein konnte, geriet in eine Vertrauenskrise, ausgerechnet weil sie einen seltenen Anfall von Empathie und Solidarität zu zeigen schien. Was für ein Volk!

Mehrheitlich schienen auch die bürgerlichen Medien diesem Anflug von Empathie und Solidarität zu folgen. Sie fühlten sich gern als Teil einer »Willkommenskultur«, waren stolz auf die eigene Gesellschaft, setzten ausnahmsweise auf »gute Nachrichten« – und wurden prompt für das völkische Volk zur »Lügenpresse«.

Dem emblematischen Satz der Kanzlerin und der freundlich-optimistischen Berichterstattung folgt, seit in Deutschland selbst von einer »Flüchlingskrise« nur noch polemisch die Rede ist, ein kritisches Echo.

Die Verfasser können nicht die geringste Ahnung von Ikonographie, Semantik und der Konnotation von Bildern haben.

Bemerkenswerterweise kommt es aus der liberalen Mitte. Der Vorwurf an die sogenannten Leitmedien wird laut, allzu blauäugig, regierungsnah und »flüchtlingsfreundlich« berichtet und so das Vertrauen der Leser verloren zu haben. An der sogenannten Mainstream-Presse gibt es viel zu kritisieren, doch ausgerechnet dafür, dass sie sich einmal eher solidarisch und empathisch gezeigt hat, wird sie derzeit gescholten und abgekanzelt, und das nicht von irgendeinem neurechten *think tank* oder einem Populistenorgan, sondern von der **zur IG Metall gehörenden Otto-Brenner-Stiftung (OBS)**, die als ein Bollwerk der Demokratie und kritischer Aufklärung gilt und sich vorsichtshalber gleich gegen Beifall von der falschen Seite verwahrt. Auch das könnte man als notwendige Kritik und aufklärerische Begleitung eines

zweifellos einigermaßen krisenhaften Geschehens in der deutschen Publizistik verstehen, wenn nicht die Übernahme dieser Kritik – mit einem eher naiven Grundsatz der »Neutralität« operierend – in eben die gescholtene Mainstream-Presse so reibungslos geschähe. Man könnte es dabei bewenden lassen und kopfschüttelnd seiner Wege gehen, wenn damit nicht zwei tiefer liegende Diskurse verbunden wären.

### **Wir schaffen das nicht**

Den einen könnte man als eine allgemeine und umfassende Abkehr von der »Willkommenskultur« ansehen, die auch viele von jenen erfasst hat, die das einmal anders gesehen haben. Die Ursachen für diese Abkehr sind nicht allein Ernüchterungen oder Ereignisse wie die berüchtigte Silvesternacht in Köln, sondern Grund ist mehr noch das antisolidarische und antisoziale Verhalten der Mehrzahl der europäischen Regierungen, die Flüchtlinge nur widerwillig oder gar nicht aufnehmen wollen. Wenn man Deutschland – als Staat wie als Gesellschaft – als den Dummen ansieht, der sich ein Problem aufdrängen ließ und von den anderen im Stich gelassen wurde, ist man von einer »Volksverräter light«-Phantasie nicht mehr weit entfernt. Ein anderer Grund dürfte der unaufhaltsame Sog von Staat und Gesellschaft nach rechts sein. Die öffentliche Abkehr vom »Wir schaffen das« und von der »flüchtlingsfreundlichen« Berichterstattung der vergangenen Jahre mag also sowohl einem Stimmungswechsel aus der Mitte als auch einem Politikwechsel entsprechen – eine Justierung des Leitdiskurses mit Hilfe von außen.

Der zweite Diskurs, in dem dieser merkwürdige Nachklang stattfindet, dreht sich um eine Positionsbestimmung und Krisenbewältigung der politischen Leitmedien. Dass die Frage nach ihrer Regierungsnähe ausgerechnet in Bezug auf ein humanitäres Anliegen auftaucht, scheint bezeichnend: Diskurs eins und Diskurs zwei haben offenbar miteinander zu tun. Es wird etwas »Schuldiges« für die unübersehbare Krise der in der Studie als solche behandelten Leitmedien gesucht. Ein Krisenkarussell: die Zeitungen, die irgendwie schuld an der Flüchtlingskrise sind, und die Flüchtlingserzählung, die irgendwie schuld an der Zeitungskrise ist.

### **Die Macht der Bilder**

Ohne Illustration geht auch bei bei der OBS nichts, und so beginnt die Kritik mit dem Bild auf dem Cover der Studie: Wieder ist es übermächtig, dieses Ikon vom Flüchtlingsstrom, ohne Anfang und ohne Ende wälzen sich Menschen, mühsam geordnet von Polizisten, die sie begleiten, in Schlangenform auf den Betrachter zu, signifikant der Anteil von Frauen mit Kopftüchern. Diesen Menschenstrom, der kaum daran gehindert werden kann, deutschen Rasen zu betreten, rahmt, begleitet und definiert auf der rechten Seite ein ins Bild montierter Zeitungsaufsteller, in dem ganz vorn, mit einer lesbaren Titelschrift (»Wie schaffen wir das bloß, Frau Merkel?«) die *Bild*-Zeitung prangt, erkennbar dahinter noch die *Augsburger Allgemeine*, die *Frankfurter Rundschau*, die *Stuttgarter Zeitung* und zwei ausländische Zeitungen, *El Pais* aus Spanien und *L' Arena* aus Italien. Auf der linken Bildseite befindet sich, ebenfalls hineinmontiert, eine junge Fernsehreporterin, den Spickzettel in der Hand, eher sportiv als studiomodisch gekleidet. Man könnte anhand aller Signale, von den langen Haaren bis zum besorgten Blick, argwöhnen: eine typische »Wir schaffen das«-Unterstützerin, eine Willkommenskulturlerin, journalistischer Nachwuchs sowieso. Merkwürdig scheint nur der Sender, für den sie berichtet: das baskische Fernsehen. Auf der Kamera, die noch ins Bild ragt, ist das Wort »actua« zu erkennen, irgendwie kommt einem das alles spanisch vor.



Michael Haller

## Die „Flüchtlingskrise“ in den Medien

Tagesaktueller Journalismus zwischen Meinung und Information

Eine Studie der Otto Brenner Stiftung  
Frankfurt am Main 2017

Medien wurden von Februar 2015 bis März 2016 untersucht. Bild: @Complot Mainz

Normalerweise müsste man einen Bericht über die Beziehung von Meinung und Information gar nicht weiter lesen, der mit einem solchen Bild beginnt, denn die Verfasser können offensichtlich nicht die geringste Ahnung von Ikonographie, Semantik und der Konnotation von Bildern haben. Glücklicherweise aber kommen dann nur noch lauter geile kleine Zahlen und Nummernkästchen, Graphiken und Tabellen, die die Untersuchung objektiv und anschaulich machen. Allerdings beginnt auch sie mit einer Erzählung als Vorwort: »Nach der Politik der Westintegration in der Adenauer-Ära, der Ostpolitik Willy Brandts in den siebziger Jahren und der friedlichen Überwindung der staatlichen Teilung in der Regierungszeit von Helmut Kohl stellt die Flüchtlingspolitik Angela Merkels für viele Beobachter eine prägende Weichenstellung in der bundesrepublikanischen Geschichte dar.

Die Aufnahme Hunderttausender Flüchtlinge hat gesellschaftspolitisch polarisiert: Soziales Engagement in der Zivilgesellschaft und die spontane Hilfsbereitschaft vieler Menschen beschreiben die eine Seite. Massive Distanz, aggressive Ablehnung der Geflüchteten stehen für eine andere, ›dunkle‹ Seite. Innenpolitisch hat die Flüchtlingspolitik den rasanten Aufstieg einer rechtspopulistischen Protestpartei begünstigt – außenpolitisch hat das ›einseitige‹ Vorgehen Merkels eine europäische Verständigung und den weiteren Integrationsprozess einer schweren Belastungsprobe ausgesetzt. Manche zeitgenössischen Beobachter sehen in den wenigen entscheidenden Tagen im September 2015 einen epochalen Einschnitt: Gesprochen und geschrieben wird von einer Zeitenwende – der Zeit vor und der Zeit nach der ›Grenzöffnung‹.«

Nun mag man sich fragen, wer denn die »vielen Beobachter« oder auch »manche zeitgenössische Beobachter« sein mögen. Ganz allgemein kann man sich des Eindrucks nicht mehr erwehren, diese Studie sei, beginnend mit dem Coverbild und Vorwort, selbst Teil des Problems, das sie behandeln will. Man muss nicht unterstellen, dass es dazu eine Intention gibt, um zu begreifen, dass die Konflikte sehr viel tiefer reichen als es Gegensatzpaare von Fakt/Nichtfakt oder die Auswahl der Themen und Ansprechpartner zu einem Geschehen allein erscheinen lassen.

### **Man darf doch mal fragen**

Möglicherweise handelt es sich bei der »Flüchtlingskrise« ja um ein Scheinproblem, wie geschaffen, um die Aufmerksamkeit von anderen, gravierenderen Transformationen in Staat und Gesellschaft abzulenken. Und möglicherweise ist die Frage, die sich die Studie stellt – »Wurde in den analysierten Medien neutral über die Ereignisse berichtet?« – entsprechend eine Scheinfrage, die weit hinter das zurückfällt, was an semantischer und ikonographischer Analytik entwickelt wurde. Schon die nächste Frage verlässt jede Vorstellung von Neutralität: »Trug die mediale Berichterstattung zu einer gesamtgesellschaftlichen Erörterung und Verständigung über eine allgemein gewollte Form der Willkommenskultur bei?« Die Untersuchung konstruiert selbst, was sie untersucht. Sie muss, sonst würde sie ja nicht funktionieren, Neutralität, Meinung, Gesellschaft und Bild als gesetzte Größen verwenden und eine Theorie der Nachricht vermitteln, die recht old school ist.

Nicht dass man der deutschen Presse in Bezug auf die Flüchtlingskrise keine Schlamperei, Bequemlichkeit, Kampagnenhaftigkeit, Regierungsnähe, Emotionalisierung, Kritiklosigkeit, Human-Interest- und Story-Affinität und vieles mehr vorwerfen könnte. Zu einem wirklich aufklärerischen Gestus taugt das allerdings erst, wenn man es in einen größeren politisch-ökonomischen Rahmen und in eine semantische Analyse einbettet.

Blöderweise gibt es für so etwas weder einen Auftraggeber noch einen interessierten Adressaten. Vermutlich wäre nämlich eines der ersten Ergebnisse, dass die Öffentlichkeit ganz allgemein einem falschen Begriff von »Nachricht« aufsitzt. »Sind die veröffentlichten meinungsbetonten Formate ein Beispiel für etablierten Meinungspluralismus, oder bilden sie das allgemeine Meinungsbild eher einseitig ab?« Gegenfrage: Wie bildet man, und zwar mit den Mitteln von Zeitungsbeiträgen, ein allgemeines Meinungsbild eher einseitig ab?

Nach dem großen Zahlensalat kommt die Zusammenfassung. Und die beginnt, wer hätte es gedacht, schon wieder mit dem Flutbild: »Bereits im ersten Halbjahr 2015 überschwemmten die reichweitestarken, als glaubwürdig geltenden Newsmedien tagesschau.de, spiegel.de, welt.de und focus.de ihre User/Leser mit Meldungen und Berichten rund um das Dauerthema

Flüchtlinge/Asylanten. Im Sommer schwoll die Nachrichtenwelle nochmals dramatisch an.«

»Die Inhaltsanalyse der drei als Leitmedien geltenden Tageszeitungen Frankfurter Allgemeine Zeitung, Süddeutsche Zeitung und Die Welt zeigte erstens, dass der Inhalt überwiegend aus nachrichtlichen Berichten und meinungsbetonten Beiträgen besteht. Nur rund vier Prozent der Texte gehören zu den Formen, die dialogisch funktionieren (wie Interviews), nur rund sechs Prozent sind authentisch recherchierte Berichte und/oder erzählende Formen wie Reportagen. Fast jeder fünfte Text gehört zu den kommentierenden Formen – ein ungewöhnlich hoher Anteil, der für die ausgeprägte Meinungsfreude der drei Redaktionen steht.«

Möglicherweise steht sie aber auch für die Verelendung des einstigen »Qualitätsjournalismus«, denn auch eine Meinungsfreude in den Redaktionsbüros hat eine politische Ökonomie. Meinungsstark vor sich hinzublubbern wird nämlich bezahlt, Recherchieren, Erfahren, Nachforschen eher nicht, denn das ist teuer.

### **Wert und Nutzen**

Der Wert einer Nachrichtenerzählung setzt sich aus mindestens fünf Zuschreibungen oder Empfindungen für den Empfänger zusammen.

1. Der Informations- und Newswert: Ich will das Gefühl haben, zu wissen, was in der Welt los ist. Die Nachrichtenerzählung soll insgesamt ein inneres Bild von Geschichte und Landkarte bilden, einschließlich jener Unorte, die der Nachrichtenerzählung nichts oder nur marginal wert sind. Die Nachricht sagt mir, dass man mich nicht ausgeschlossen hat.

2. Der Sensations- und Attraktionswert: Wow und boah! Hier geschieht etwas, das nicht alle Tage geschieht. Und hier brauche ich unbedingt das Medium, um mit dieser Mischung aus Schock und Geilheit fertig zu werden.

3. Der Unterhaltungswert: Es ist eine Geschichte, die sich auf- und abbaut, die sich gut weitererzählen lässt, die ein Management der Gefühle bewirkt, die kompatibel ist mit den Bildern und Erzählungen, die ich mir als Fiktionen gönne.

4. Der Identifikations- und Bestätigungswert: Die Nachricht sagt nicht nur etwas über die Welt aus, sondern sie sagt mir zugleich, wer ich bin, sie bestätigt, was ich schon weiß, und weist mir einen kulturellen, sozialen und politischen Ort zu. Eine Nachricht, die kein imaginäres Wir bildet, sagt mir auch persönlich nichts.

5. Der Einordnungs- und Kanonisierungswert: Die Nachricht schafft Diskurse, in denen man miteinander verkehren kann.

Ebenso ließen sich Zuschreibungen oder Nutzen für den Sender beschreiben: der Konkurrenz- und Exklusivwert (»Wir bringen als erste und exklusiv ...«), der Institutionswert (die Nachricht wertet die Bedeutung des Sender-Instituts auf), der Bindungswert (die Nachrichtenerzählung erhöht die Leser-Blatt-Bindung), der Vermittlungswert (die Nachrichtenerzählung erhöht die Attraktion der vermittelnden Instanz und lockt Werbung, PR und Marketing, aber auch generelles Wohlwollen an) und der Indikationswert (die Nachricht schreibt das Medium weiter in die inneren Kreise der Macht ein, erhebt es zum Stellvertreter von Regierung und Repräsentation).

Selbstverständlich kann dieser Funktionskatalog noch erweitert werden. Es genügt indes, ihn bei der Betrachtung von Medienerzeugnissen in Betracht zu ziehen, um dem Ideal von der Neutralität skeptisch gegenüberzustehen. Neutralität ist ein Wert der Nachrichtenerzählung nur so lange und nur insoweit, wie sie den Beteiligten in der politischen Ökonomie der Medien als solcher erscheint. Ebenso könnte man sagen, dass Neutralität ein Mythos ist, der für geraume Zeit als Marketingargument einer speziellen Form der Berichterstattung gelten durfte. Dieser Mythos ist von zwei Seiten in Bedrängnis geraten. Einerseits von einer Kritik, die in der Lage ist, seine Herstellung zu dekonstruieren, und andererseits durch eine Konkurrenz, die sich mit diesem Mythos gar nicht mehr belastet.

Für das Volk, wie es sich die Populisten vorstellen, sind die Leitmedien längst Teil der verhassten »Elite« und des Establishments. Bis zu einem gewissen Grad sind Verteidigung der Demokratie und Selbstverteidigung für sie in eins gesetzt. Der Flirt mit dem besinnungslosen Entertainment hier und dem rechten Rand da ist Teil der Überlebensstrategie vieler Medien geworden. Klare redaktionelle Abgrenzungen, zum Beispiel was die Anzeigenvergabe anbelangt, kann kaum mehr jemand leisten.

Eine idealistische Kritik der Nachrichtenerzählung, die auf eine Bezugnahme auf die politische Ökonomie ihrer Erzeugung verzichtet, reproduziert nur eine Illusion, von der man sich dringend verabschieden muss.

Für das Volk, wie es sich die Populisten vorstellen, sind die Leitmedien längst Teil der verhassten »Elite«.

### **Divergierende Interessen**

In einer Nachrichtenerzählung realisieren sich wiederum verschiedene Interessen: Das Interesse der Leser, das Interesse der Politik, das Profit- und Wettbewerbsinteresse der Medieninhaber, das Interesse von Werbung, PR, Marketing und viralen Agenturen und das Interesse des Betriebs selbst, der Redaktionen zum Beispiel, die in den Krisen der jüngsten Zeit immer mehr zu Agenten der politischen Ökonomie ihrer Medien geworden sind und die vor allem das eigene Überleben im Sinn haben.

Alles, was Autorinnen und Autoren vermögen, bricht und verändert sich an diesen Interessen. Eine der Ursachen der Krise besteht darin, dass diese Interessen immer weiter auseinandergehen. Ökonomische Erpressbarkeit vernichtet kulturelle Allianzen. Nicht das Medium an sich, sondern die Kampagne, eben die Erzeugung einer »Flut« an Informationen und Bildern, bringt eine rauschhafte Synchronisation. Wenn es so etwas wie eine neutrale Berichterstattung gäbe, wäre sie übrigens schlicht unverkäuflich.

Einen vielleicht entscheidenden Satz der Untersuchung, ausgehend von der Beobachtung, wie wenig die eigentlich Betroffenen, die Helfer, Organisationen und vor allem die Flüchtlinge selbst, in der Berichterstattung zu Wort kamen, könnte man zum Ausgangspunkt weiterer Überlegungen machen: »Aufs Ganze des Jahres 2015 gesehen, haben die Leitmedien dieses sozial- und gesellschaftspolitische Problemthema in ein abstraktes Aushandlungsobjekt der institutionellen Politik überführt und nach den für den Politikjournalismus üblichen Routinen abgearbeitet.«

Vielleicht wäre nun die Zeit gekommen, nach dem Zusammenhang von Presse und repräsentativer Demokratie zu fragen. Nach dem Wie nämlich, wenn genau das die Aufgabe der Leitmedien (als die hier Frankfurter Allgemeine, Süddeutsche Zeitung und Die Welt aufgeführt werden) im demokratischen Kapitalismus wäre? Es wäre kein populistisches Dabeisein, sondern die transparente Darstellung der Beziehungen zwischen gesellschaftlichen Problemen und der Aushandlung von Lösungen in der institutionellen Politik.

Die Presse in der kapitalistischen Demokratie arbeitet nicht an der Wahrheit, wohl aber an einer faktenkompatiblen Form der Erzählung. Darin, immerhin, unterscheidet sich der seriöse Journalismus nach wie vor von der Produktion reiner Unterhaltung oder populistischer fake news. In seiner Dynamik und Korrekturfähigkeit unterscheidet er sich auch von schierer Propaganda oder Nomenklatur. Er erzeugt die politische und soziale Wirklichkeit insofern mit, als er stets zugleich Erklärungen und Stimmungen, Diskurse und Dispositive anbietet. Die Presse des demokratischen Kapitalismus ist so frei, wie es Markt und Regierung erlauben. Die demokratisch-kapitalistische Regierung erlaubt jede formale und normative Freiheit. Zugleich gestattet sie dem Markt, sich die Presse zu erschaffen, die ihm taugt. Eine Binsenweisheit, gewiss. Und doch scheint sie sofort vergessen und verdrängt, wenn es um ein Ethos des Journalismus geht.

Kritik und Selbstkritik nach dem »Abflauen« dieser »Flüchtlingskrise« schaffen nicht nur ernüchterte Distanz, sondern sind selbst Teil der Erzählung. Die nachträgliche Wendung generiert eine zweite Erzählung.

Schluß mit Willkommen

Was in der erneuten medialen Bearbeitung daraus geworden ist, scheint ein doppeltes Verfehlen und zugleich ein doppeltes Revidieren. Die Politik soll in den Stand gesetzt werden, von der »Wir schaffen das«-Setzung abzurücken, mehr Teilhabe der anderen europäischen Staaten zu verlangen und nicht mehr zu leisten als die anderen, um die eigenen Sozialsysteme nicht zu sehr zu belasten. Sie soll aber auch in die Lage versetzt werden, auf den Teil der Bevölkerung zuzugehen, der schon immer dagegen war. Das Wort

»Willkommenskultur«, das den besagten Kampagnenrausch begleitete, soll aus dem kollektiven Bewusstsein gelöscht werden. Das ist das politische Interesse. Es ist aber auch der Versuch, verlorene Kunden zurückzugewinnen. Und schließlich ist es der Versuch, Raum zu schaffen für neue, vielleicht gegenläufige Kampagnen. Nachrichtenerzählungen vermitteln nicht nur Bilder und Informationen, sondern immer auch Sprache und Sprechweisen. Das tun Untersuchungen und ihre Interpretationen auch. Problematisch wird es dort, wo es um ein Ausgrenzen zu gehen scheint, wie es die Autoren der Studie kritisieren: »Andererseits sind die EU-Staaten und ist die Regierungspolitik hilflos zerstritten, während in den östlichen Bundesländern eine gewalttätige Szene agiert. Diese wird pauschal als Dunkeldeutschland etikettiert und damit ausgegrenzt.« Eine »gewalttätige Szene« soll also nicht pauschal etikettiert und ausgegrenzt werden? Oder: »Thematisiert wurden Probleme auf der Vollzugsebene fast nur dann, wenn es um Gewaltakte rechtsradikaler Gruppen ging.« Weiter heißt es: »Die Berichterstattung in den drei Leitmedien ist zu großen Teilen auf die (partei)politische Arena der Koalitionspartner fixiert. Diejenigen, die sich in den Behörden und Einrichtungen um die Bewältigung der ungeheuren Aufgaben und Probleme des Vollzugsalltags kümmern, erscheinen aus der medial vermittelten Sicht der politischen Elite als nicht relevant.«

Erwähnt wird auch das »Indexing«, nach dem Journalisten in den USA der Regierungspolitik folgen, »wenn unter den politischen Meinungsführern in Bezug auf die Bewertung des Hauptthemas Konsens besteht«. Immer wieder wird auf die Ausgrenzung rekurriert: »Kaum ein Kommentar während der sogenannten Hochphase (August und September) versuchte eine Differenzierung zwischen Rechtsradikalen, politisch Verunsicherten und besorgten, sich ausgegrenzt fühlenden Bürgern. So dienten die Kommentare grosso modo nicht dem Ziel, verschiedene Grundhaltungen zu erörtern, sondern dem, der eigenen Überzeugung beziehungsweise der regierungspolitischen Sicht Nachdruck zu verleihen.«

### **Raum für Rechte**

Würde man die Zusammenfassung der Ergebnisse einer quantitativen Untersuchung unterziehen, käme wohl eine überproportionale Klage über die Ausgrenzung des rechten Rands durch die Leitmedien heraus. Gleich noch einmal: »Die Alltagswelt mit ihren Akteuren kam praktisch nicht zur Sprache, ausgenommen im Zusammenhang mit rechtsradikalen Gewaltakten.«

Dem Dispositiv der »Willkommenskultur« steht man skeptisch gegenüber: »Dieser sich selbst begründende Euphemismus wurde in den Tageszeitungsberichten zu einer Art Zauberwort verklärt, mit dem freiwillig von den Bürgern zu erbringende Samariterdienste moralisch eingefordert werden konnten. Wer Skepsis anmeldete, rückte in den Verdacht der Fremdenfeindlichkeit. Hier ist zu fragen, wie es dazu kam, dass das Narrativ im Kontext des Flüchtlingsthemas eine solche auf Konformität gerichtete Meinungsmacht entfalten konnte.« Müsste also der Anti- oder Unwillkommenskultur genau so viel Raum gegeben werden? Und dürfte zugleich diese Unwillkommenskultur nicht pauschal durch Verweis auf die gewalttätigen Szenen etikettiert werden?

Würde man die Behauptung aufstellen, »Willkommenskultur« sei schlicht eine demokratische, humanistische und auch christliche Selbstverständlichkeit, jede Form von Unwillkommenskultur aber antidemokratisch und antihumanistisch, so wäre der ganze Revisionismus überflüssig und gefährlich. Dann nämlich würde man den Leitmedien der demokratischen Zivilgesellschaft zum Vorwurf machen, dass sie die Werte und die Abgrenzungen einer demokratischen Zivilgesellschaft vertreten haben. Wenn also kritisch vermerkt wird, dass annähernd 83 Prozent aller Zeitungsberichte »das Leitbild Willkommenskultur in einem positiven oder mehr positiven Sinne« vermittelten, dann könnte man sich ebenso darüber echauffieren, dass ein guter Teil aller Zeitungsberichte etwa Demokratie oder Menschenrechte positiv sehen. In der Tat: Sie würden damit nicht die »Gesamtgesellschaft« abbilden. Angenommen, es gäbe einen Gestaltwandel der Demokratie in das, was mittlerweile als »Postdemokratie« geläufig ist, dann gäbe es wohl auch einen Funktionswandel der politischen Presse, des kritischen oder weniger kritischen Journalismus. Anders gesagt: Diese Presse spiegelt nicht nur die Zerreißprobe zwischen Demokratie und Populismus wider. Sie ist auch Agent der Spaltung. Mit ihr und in ihr wird das Projekt von Demokratie, Liberalität, Humanismus und Aufklärung verteidigt oder aufgegeben. Eine Kritik, die, statt die Abhängigkeitsverhältnisse der Presse zu klären, diese zu mehr populistischer Öffnung drängt, ist zumindest fahrlässig.