

Das Ende der Ideologie?

Zur Kommerzialisierung und Entpolitisierung der Medien in Luxemburg

Ideologie - Kommerzialisierung - Entpolitisierung. Auf Anhieb läßt die Formulierung des von der forum-Redaktion vorgegebenen Themas auf einen kausalen Zusammenhang der drei Begriffe schließen. Ein Beitrag von LW-Chefredakteur Leon Zeches.



Viele Medien,
wenig Meinungen,
forum Nr. 200, Mai 2000

Impliziert die Frage nach dem Ende der Ideologie in den Luxemburger Medien die Hypothese, dass diese Presse von der Ideologie beherrscht oder gar von ideologischen Systemen in Beschlag genommen und manipuliert wurde oder noch wird?

Suggeriert der angebliche Zusammenhang „Kommerzialisierung“-„Ende der Ideologie“ das Aufgeben von „ideologischen“ Prinzipien oder Bindungen zugunsten des Geschäfts- und Konkurrenzdenkens? Werden demzufolge Prinzipien (Ideologie) auf dem Altar des goldenen Kalbes geopfert?

Stellt der angebliche Zusammenhang „Entpolitisierung“-„Ende der Ideologie“ eine Gleichung her zwischen Ideologie und politischem Engagement?

Ideologie und Meinungslegitimation

Das Ende der Ideologie? - Gab und gibt es diese überhaupt in den Luxemburger Medien? - Es gab sie mit Sicherheit. Die ideologischen Auseinandersetzungen der Vergangenheit, so zeigt es die Pressegeschichte, verknüpften kreuz und quer und drunter und drüber die parteipolitischen und die gesellschaftlichen, die wirtschaftlichen und die sozialen, die religiösen und die kulturellen Belange und Tagesthemen miteinander und bezogen in oft ungemein scharfer Form und mit erbarmungsloser Heftigkeit, scheinbar fern jeden Anfluges von gutem Willen und von Versöhnungsbereitschaft, Menschen und gesellschaftliche Gruppen mit ein. Nur der Wille zur schlimmen Provokation einerseits und ideologischer Starsinn andererseits konnten jene tiefen Wunden schlagen, die das politische und weltanschauliche Tauziehen während langer Zeit, besonders im 19. Jahrhundert und bis weit ins 20. hinein charakterisierten.

Man begegnet ihr auch heute noch, jener Konkretisierung der Ideologie von damals in den Luxemburger Medien, allerdings nur noch sporadisch und aus bestimmten Gründen, auf die zurückzukommen sein wird. Ansonsten ist es angebracht, in bezug auf die heutige, wenn auch bisweilen noch scharfe Auseinandersetzung in der Presse mit dem Begriff Ideologie doch etwas vorsichtig umzugehen.

Es ist natürlich ein Leichtes, gerade die Medienschaffenden mit Ideologie im pejorativen Sinne des Wortes in Verbindung zu bringen, besitzen sie doch in besonderem Maße jene Überzeugungsfähigkeit des Formulierens und jene Instrumente der Beeinflussung bis Vereinnahmung, die sie gewissermaßen zu berufenen potenziellen Helfern einer Ideologie machen. So wie die Presse in der Vergangenheit oft mißbraucht wurde und sich leider oft genug willig mißbrauchen ließ, so ist sie auch heute und wird sie auch morgen ein begehrtes Ziel jedweder Ideologie sein. Jede Diktatur „kümmert“ sich zuerst und bis zuletzt darum, sich die Medien gefügig zu machen.

Medien hingegen, die sich einer weltanschaulichen und/oder politischen Familie im Rahmen der Achtung von Freiheit und Demokratie, Recht und Gerechtigkeit zuordnen und dies offen - quasi mit Signalfarbe - bekannt geben, so dass niemand hinters Licht geführt wird und die okkulte Manipulation im Sinne einer Krypto-Ideologie gar nicht erst möglich ist, solche Medien können und dürfen nicht ohne weiteres als „verideologisiert“, „ideologiehörig“ oder „abhängig“ bezeichnet werden. Jedes freie Medium wird sich heute dagegen wehren, sich beiseite schieben oder gering schätzen zu lassen, nur weil es einer bestimmten philosophischen oder gesellschaftspolitischen Auffassung den

Vorzug gibt und aus Überzeugung daran festhält.

Und wer jeder Ausfälligkeit und Einfältigkeit, jeder Ideologie und Provokation ein mediales Megaphon zur Verfügung stellt, ist nicht eo ipso „frei von Ideologie“ und ein Beispiel an Toleranz. Auch Toleranz, genau so wie die Pressefreiheit, muß Rücksichten nehmen, besitzt also keinen Absolutheitsanspruch, sonst wird diese Einstellung selbst zu einer Art Ideologie. Im wirtschaftlichen Bereich charakterisieren wir den schonungslosen, grenzenlos toleranten Liberalismus ja auch gerne als eine Ideologie im pejorativen Sinne.

Ideologie oder Verpolitisierung?

Kommen wir zur konkreten Situation in Luxemburg zurück. Geschichtlich gesehen also läßt sich eine traditionelle „Verideologisierung“ des größten Teils der einheimischen Presse nicht leugnen. Sie ist geschichtlich entstanden und gewachsen. Sie ist infolge ungewöhnlicher gesellschaftlicher Polarisierungen wie der Kulturkampf übermächtig geworden. Mit der Zeit hat sie stark abgenommen. Ganz am Ende ist sie nicht. Doch ist, was übrig geblieben ist, immer Ideologie?

Der größte Teil der Luxemburger Journalisten bzw. der einheimischen Presse verstand sich politisch vielleicht nie wirklich als bedingungslos ideologiegebunden. Der Schein der schroffen Abgrenzungen und harten Auseinandersetzungen mag trügen. Die innere Luxemburger Nähe, unsere Per-du-Zwischenmenschlichkeit läßt die parteipolitische Wagenburgmentalität, die mit dem Begriff der Ideologie einhergeht, zumindest im nationalen Ernstfall nicht zu (siehe das versöhnende Zusammenrücken in Kriegszeiten oder im Fall ernster ausländischer Versuche, Luxemburgs Rechte und Interessen zu schmälern).

Die Einbindung der verschiedenen Luxemburger Medien in die Parteipolitik war also geschichtlich sehr fest verankert und konnte sich mehr oder weniger hartnäckig bis noch lange nach dem Zweiten Weltkrieg halten. Wie stellt sich die Frage heute innerhalb des demokratischen Spektrums? Ganz konkret: Kann man sich eine der traditionellen Luxemburger Zeitungen vorstellen, die erklärtermaßen auf jegliche einengende Tendenz und also auf besondere Nähe zu einer bestimmten Gruppe bzw. „Familie“ verzichtete, um in strikter Äquidistanz zu allen Denk- und Handlungsweisen jeden frei zu Wort kommen zu lassen? Theoretisch wäre das sicher möglich. Dann hätte man den nun durch mehrere verschiedenartig orientierte Medien garantierten Meinungspluralismus je ganzheitlich auf jedes einzelne Organ verteilt, d.h. jede Zeitung spielte letztlich die gleiche Rolle und präsentierte sich tendenziell in ähnlicher Weise. Überspitzt ausgedrückt, bräuchte das kleine Luxemburg in dem Fall eigentlich nur eine Zeitung. Eine abstruse Vorstellung!

Die Ideologie hat abgenommen

Weder die Kommerzialisierung noch die (Ent)politisierung der Medien müssen etwas mit Ideologie zu tun haben. Eine Zeitung, ein Radio- oder Fernsehsender kann einer bestimmten Politik, ja sogar Parteipolitik näher stehen als einer anderen, was in den meisten Fällen zutrifft, ohne „verideologisiert“, sprich dieser Partei hörig zu sein oder ihr auch nur irgend etwas zu schulden.

Sehen wir einmal ab von weltanschaulich-ideologischen Differenzen in der Luxemburger Medienszene, dann hat die traditionelle politisch-ideologische Verbissenheit in den vergangenen Jahren und Jahrzehnten sicher abgenommen, bei den einen mehr, bei den anderen weni-

Nur der Wille zur schlimmen Provokation einerseits und ideologischer Starrsinn andererseits konnten jene tiefen Wunden schlagen, die das politische und weltanschauliche Tauziehen im 19. Jahrhundert und bis weit ins 20. hinein charakterisierten.



Zeitungsherstellung im 19. Jahrhundert: Schnellpressensaal in einer Großdruckerei

ger. Ein Ende des prononcierten politischen und weltanschaulichen „parti pris“ wird es aber in unserer Medienlandschaft wohl nie geben. Denn die Medien sind Teil und Spiegelbild der betont pluralistischen Luxemburger Gesellschaft. Und die hat ihre Eigenarten. Sie bildet einerseits eine vollständige soziologische Entität mit allen den einer politisch strukturierten freien und demokratischen Nation eigenen Diversitäten (politische und weltanschauliche große Familien und relevante Gruppen), andererseits ist Luxemburg als nationale und kulturelle Einheit so klein, dass die unterschiedlichen Tendenzen innerhalb dieser vorgegebenen engen Form notwendigerweise ihren Platz und ihren gesellschaftlichen Anteil dezidiert erkämpfen müssen als in einer größeren Sphäre. Das politische Leben und die demokratische Auseinandersetzung bilden bei uns gewissermaßen ein Konzentrat, besonders scharf, oft genug ätzend, in der privaten ebenso wie in der institutionellen politischen Auseinandersetzung (Parlament usw.) und in den Medien. Das ist naturgemäß wohl nicht aus der Welt zu schaffen, scheint ob der nicht weniger vorhandenen menschlichen Nähe und oft schnellen Konzilianzbereitschaft der Akteure aber nicht weiter tragisch; man kann darin - von atypisch virulenten Ausnahmen (die wahren Ideologen!) abgesehen - auch eine Bereicherung der demokratischen Auseinandersetzung erblicken.

In diesem ständigen, meist fruchtbar kontroversen Dialog (das Wort Streit-Kultur ist mir zuwider, aus Liebe zur Kultur) werden noch hin und wieder alte Kulturkämpferstimmen laut, aber nicht mehr im eingangs erwähnten, früher restlos alles miteinander verknüpfenden globalen Sinne, sondern in den ideologisch dafür besonders geeigneten Einzelbereichen von Moral, Religion(en) und Kirche(n), obwohl diese „verideologisierten“ Themen von ihrer Essenz her keineswegs einer Ideologie, sondern, im Gegenteil, den universalen Werten wie den Menschenrechten zuzurechnen sind: etwa der Respekt vor dem geborenen und ungeborenen Leben, die Achtung der Menschenwürde, der öffentliche Auftrag der Erziehung zu ethisch verantwortlichem Handeln, das „droit de cité“ auch des religiösen Anspruchs...

Heute wird von manchen sogar bisweilen bedauert, dass die engagiert ideologische Auseinandersetzung vor allem in der geschriebenen Presse fehle. Tatsächlicher Mangel an ideologischer Auseinandersetzung? In Wirklichkeit entbehren viele Meinungsartikel heute ganz einfach eines betont persönlichen Engagements, das man sich klarer und dezidiert wünschte, bei aller gleichzeitig gebotenen fairen Analyse. Vieles riecht heute nach Erledigung von Pflichtarbeit, nicht aber nach persönlichem Einsatz. Besonders jün-

gere Journalistengenerationen zählen in ihren Reihen weniger überzeugte „Kämpfer“ für eine bestimmte Sache, als es früher der Fall war. Ob man diese Entwicklung nun persönlich begrüßt oder bedauert, fest steht, dass man als Antwort auf die Titel-Frage feststellen kann: Im Vergleich zu früher hat die Ideologie abgenommen, sie ist schlanker geworden.

Die Presse - ein Spiegel der Gesellschaft

Die „Schlankheitskur“ der Ideologie ist aber nicht ein pressenspezifisches, sondern ein allgemeines gesellschaftliches Phänomen. Man läßt sich heute nicht mehr ohne weiteres vor den politisch-ideologischen Wagen einer Partei spannen. Und diese „Gehorsamsverweigerung“, in Wirklichkeit eine Infragestellung oder Verweigerung der Autorität von traditionell die Gesellschaft dirigierenden Kräften, ist kein exklusives Merkmal der jungen Journalistengenerationen. Die Medien sind die Antwort auf eine gesellschaftliche Evolution, die in bezug auf die 68er Ereignisse oft sogar als Revolution bezeichnet wird. Die Infragestellung der Autorität stand damals im Mittelpunkt. Das mußte zur Krise all jener Institutionen und gesellschaftlichen Kräfte führen, deren Macht und Einfluß auf Autorität gründeten: die Parteien, die Gewerkschaften, die Kirchen, die Familie, die strukturierten Verbände und Vereinigungen usw. Diese globale Autoritätskrise wurde zur Krise der genannten Institutionen einfachhin, Krise, die zumindest dort noch nicht überwunden ist, wo nicht die entsprechenden Lehren aus der Erkenntnis unumkehrbarer und legitimer gesellschaftlicher Wandlungen und Bedürfnisse gezogen wurden.

Die Abwendung ganzer Generationen vom übertriebenen Autoritätsgedanken und seiner Faktualisierung, d.h. der zu starren Hierarchien und Dogmen, führte unausweichlich zum wachsenden Mißtrauen gegenüber der Ideologie im klassischen, heute in der Regel negativen Sinne des Wortes.

Dieser gesellschaftliche Wandel also spiegelt sich im Generationenwechsel der Journalisten und damit in der Presse als Teil derselben Gesellschaft wider. Der epochale Mentalitätswandel mußte ja eine gewaltige Eigendynamik entwickeln, die weltweit die Medien mit einbezog, die ihrerseits wiederum einen stimulierenden Einfluß auf die Gesellschaft ausübten, freilich oft genug unter primär kommerziellen Gesichtspunkten.

Die Gewinnsucht hat die einheimische Presse nie dazu verführt, bestimmten morbiden Erwartungen der Öffentlichkeit nachzukommen. Im Gegenteil, die Berufs- ebenso wie die Alternativpresse waren durchaus stets um ein deontolo-

Besteht tatsächlich ein Mangel an ideologischer Auseinandersetzung? Oder entbehren viele Meinungsartikel heute nicht in Wirklichkeit ganz einfach eines betont persönlichen Engagements, das man sich klarer und dezidiert wünschte, bei aller gleichzeitig gebotenen fairen Analyse.

gisch ehrbares Niveau bemüht. Neben der Explosion hemmungsloser Sex & Crime-Produkte im Ausland im Gefolge der „gesellschaftlichen Befreiung“ nahm sich das Luxemburger Medienangebot von Anfang dieser „Revolution“ an als wohlthuende Ausnahme aus. (Gleichwohl sollte man nicht verschweigen, dass die Luxemburger ob ihrer Sprachkenntnisse und Nähe zum Ausland nicht auf solche Produkte Luxemburger Herkunft angewiesen sind.) Fest steht aber, dass Luxemburgs Medien nicht um jeden Preis „kommerziell“ reagieren. Auf diese Frage wird zurückzukommen sein.

Die Zeiten der Hinter-den-Kulissen-Politik sind längst vorbei. Nicht erst seit Gorbatschows Glasnost und Perestroika lebt die medial vernetzte Menschheit in einem neuen Zeitalter der Aufklärung, in dem sich jede devote Beweihräucherung, an die viele von uns noch vor wenigen Jahrzehnten in täglichen Leitartikel der gesamten damaligen Tagespresse gewohnt waren, als antiquiert bis lächerlich ausnimmt, auf jeden Fall ohne nennenswerten Einfluß auf reifer und kritischer gewordene Bürgerinnen und Bürger.

Die Distanz gleichzeitig der Wähler und der Medien zu den Parteien hat es letzteren nicht einfacher gemacht. Hinzu kommt, dass die großen Parteien, so wie in unseren Nachbarländern, für viele Wählerinnen und Wähler in weiten Teilen ihrer Politik quasi auswechselbar geworden sind (z.B. Wirtschafts- und Sozialpolitik), was den politischen Journalisten und ihren Medien, so sie sich überhaupt noch als ideologisch gebunden betrachten, ohnehin das Wasser von der Mühle nimmt und sie, wie schon erwähnt, höchstens dann und wann auf die eher weltanschaulich-moralische Ebene abdrängt, auf der sich ideologische Kämpfe noch austragen lassen und auch tatsächlich zwecks äußerer Abgrenzung von anderen und zur Beschwichtigung bestimmter Militantenschichten jedenfalls noch häufiger ausgetragen werden, als die tatsächliche Notwendigkeit eigentlich rechtfertigte.

Aus dem Mentalitätswandel heraus und entsprechend dem Willen nach Identifikation mit der gesellschaftlichen Evolution hat Luxemburgs politische Presse schon lange begonnen, ihre Konsequenzen im Sinn einer kritischeren

**Luxemburgs
Presse insgesamt
wird
richtungspolitisch
bleiben, wenn
auch immer
weniger
parteilpolitisch
gebunden.**

Pub: Domizil

Die früher kaum vorstellbare Annahme von Anzeigen „nicht befreundeter“ Parteien und Gewerkschaften soll im "Luxemburger Wort" weit stärker ein gewisses Maß an „Entideologisierung“ dokumentieren als den Appetit nach zusätzlichen finanziellen Einnahmen.

Distanz zu ihren befreundeten Parteien zu ziehen. Ihre Ideologie, wenn man denn an diesem Ausdruck festhalten will, ist, wie es auch Alvin Sold in „forum“ Nr. 200 andeutete, das Wohl des Menschen und eine gerechtere Gesellschaft, unabhängig davon, wer sich als Partei gerade mal am stärksten dafür einsetzt. So stellte beispielsweise das „Luxemburger Wort“ sich bereits 1979 im Vorfeld der damaligen Parlamentswahlen die rhetorische Frage, ob eine CSV-geführte Regierung die Wirtschaftskrise der zweiten Hälfte der 70er Jahre besser gemeistert hätte als es die DP-LSAP-Regierung damals tat. Ähnliche Beispiele gibt es mehr. Auch scheute sich das CSV-nahe Blatt nicht, in manchen legislativen Fragen, die vor dem Hintergrund der katholischen Moral- oder Gesellschaftslehre kritisch zu betrachten waren, der befreundeten Partei gegenüber öffentlich und deutlich seine Unzufriedenheit und gegebenenfalls seine Opposition zum Ausdruck zu bringen. Seit einiger Zeit stellt man eine ähnliche kritische Haltung im LSAP-nahen „tageblatt“ fest. Vom „journal“ und der „Zeitung vom Letzeburger Vollek“ Gleiches zu erwarten, ist ob der besonderen Verflechtung dieser Blätter mit ihren jeweiligen nicht nur befreundeten, sondern rechtlich blutsverwandten Parteien unrealistisch; das Gleiche gilt für das wöchentliche Parteiblatt der Grünen, „de Gréngespoun“. Was die sogenannte unabhängige Wochenpresse, vor allem das „d'Letzeburger Land“ betrifft, so nimmt man ihr gerne die Behauptung der parteipolitischen Unabhängigkeit, mit weniger Überzeugung die der politischen und ideologischen Neutralität ab.

Zunehmende Distanz also zu den politischen Ideologien? – Ja! Entpolitisierung? – Nein! Jeder, der engagiert schreibt, betätigt sich politisch, und zwar in einer bestimmten Richtung. Auch Luxemburgs Presse insgesamt wird richtungspolitisch bleiben, wenn auch immer weniger parteipolitisch gebunden. Die einst bedingungslos ideologisch parteinahe Presse misst mehr und mehr der gerechten Sache statt der Rücksicht auf eine befreundete Partei Wert bei. Also doch Entpolitisierung und dafür zurück zur... Ideologie? Lassen wir diese Rhetorik!

Kann Ideologie von kommerziellem Denken entbinden?

Die Entpolitisierung der Medien im Sinne der engen bis bedingungslosen Anbindung an Parteien ist eine Sache (sie ist u.a. gesellschafts- und mentalitätsevolutiv erklärbar), die Kommerzialisierung ist eine andere Sache. An die politische und ideologische Öffnung der Medien den Verdacht der gewollten und gezielten kommerziellen Überlegung zu knüpfen, scheint mir abwe-

gig. Wohl versucht im Konkurrenzkampf ein Medium das andere nachzuahmen in bezug auf positive Wandlungen und Zeitanpassungen. Aber die Kommerzialisierung ist kein Novum, das mit der „Entideologisierung“ einhergeht, sondern das A und O des Entstehens und des Überlebens eines jeden Presseproduktes vom ersten Tag seiner theoretischen Konzeption und praktischen Planung an.

Kommerzialisierung in einen ideologischen Zusammenhang stellen, heißt „ideologische“ (also weltanschauliche und politische) Überzeugungen über Bord werfen zugunsten des Geschäfts. Beispiel: Gegen Bezahlung auch solche Anzeigen annehmen, deren Aussagen nicht mit den Überzeugungen des Mediums übereinstimmen. Tatsächlich macht sich auch in dieser Beziehung ein Wandel bemerkbar, der aber nicht von kommerzieller Ratio diktiert ist, sondern dem oben angesprochenen gesellschaftlichen Wandel entspricht. Beispiel: Evolution des Erotik-Begriffs und Schwund der Prüderie in der Werbung. Dafür sind an die Stelle andere Tabus gerückt. Beispiel: sexistische Werbung. Auch soll, beispielsweise im „Luxemburger Wort“, die früher kaum vorstellbare Annahme von Anzeigen „nicht befreundeter“ Parteien und Gewerkschaften weit stärker ein gewisses Maß an „Entideologisierung“ dokumentieren als den Appetit nach zusätzlichen finanziellen Einnahmen.

Primär ist die Öffnung der Presse im redaktionellen wie im Anzeigen-Bereich eine normale Entwicklung innerhalb der ähnlich evolvierenden Gesellschaft. Es kommt selbstverständlich hinzu, dass die redaktionelle Öffnung möglicherweise neue Leser bringt, was aber angesichts der ohnehin ungewöhnlich hohen Verbreitungsdichte des „LW“ im Fall dieser Zeitung nur ein marginaler kommerzieller Beweggrund wäre, und dass auch in dieser Beziehung ein gewisser Konkurrenzkampf zwischen den Medien entsteht: Wer ist denn nun offener, d.h. in einer aufgeklärten, kritischen Gesellschaft anpassungsfähiger und eventuell anziehender? Hier kann man schon, wenn man will, einen gewissen Zusammenhang zwischen „Entideologisierung“ und Kommerzialisierung ausmachen. Die Kommerzialisierung kann aber nicht der primäre Grund sein, weil diese Entwicklung so oder so nicht zu vermeiden war.

Der gewaltige *wirtschaftliche* Aufbruch der letzten Jahre ist zeitlich zusammengefallen mit dem *gesellschaftlichen* Umbruch und, im Gefolge, der Öffnung der Medien für breitere Meinungsströmungen. Die verstärkte Kommerzialisierung in der Medienwelt ist also vor allem eine zeitgebundene, notwendige Reaktion auf den vermehrten nationalen und internationalen Wettbewerb, der nach Öffnung der Grenzen in Eur-

opa und auch im Rahmen der Globalisierung und der neuen technischen Entwicklungen die einheimische Presse vor völlig neue Herausforderungen gestellt hat. Die notwendige Antwort der größeren Medienhäuser in Luxemburg: Diversifizierung und Modernisierung. Sonst kann man die Zukunft vergessen!

Kommerzielles Denken in einem professionellen Medienbetrieb ist also an erster Stelle eine Notwendigkeit, unabhängig von jeder Ideologie und Politik. Wer nicht kommerziell denkt und es sich finanziell leisten kann, mag vorbildliche Publikationen herausgeben. Das gab es immer und wird es immer geben, vor allem nebenberuflich und ohne größere Verantwortung für andere. Wer aber von seinem Beruf als Medienschaffender lebt und die Sorge um die Arbeitsplätze von anderen, also für die Existenzgrundlage zahlreicher Familien zu tragen hat, muß nicht nur die reibungslose, den Absatz garantierende Produktion seines Mediums sichern, sondern auch vorausschauend in bezug auf die zum Überleben notwendigen Investitionen zuerst einmal kommerziell denken.

Das hat nichts mit Ideologie, wohl aber mit Wirtschaft, sozialer Verantwortung, Sicherung von Arbeitsplätzen, Aus- und Fortbildung in verschiedenen medienpezifischen Berufen zu tun. Zwischen der Absicherung geschäftlicher Erfolge auch im Medienbereich und bestimmten ethischen oder ideologischen Vorstellungen und Prinzipien gibt es keinen Widerspruch, sofern sich das kommerzielle Denken und Handeln innerhalb ethisch und rechtlich einwandfreier Grenzen abspielt.

Läßt die zeitbedingt verstärkte Kommerzialisierung also wirklich die Schlußfolgerung des Abschieds von bestimmten ideellen Auffassungen zu? – Honni soit qui mal y pense!

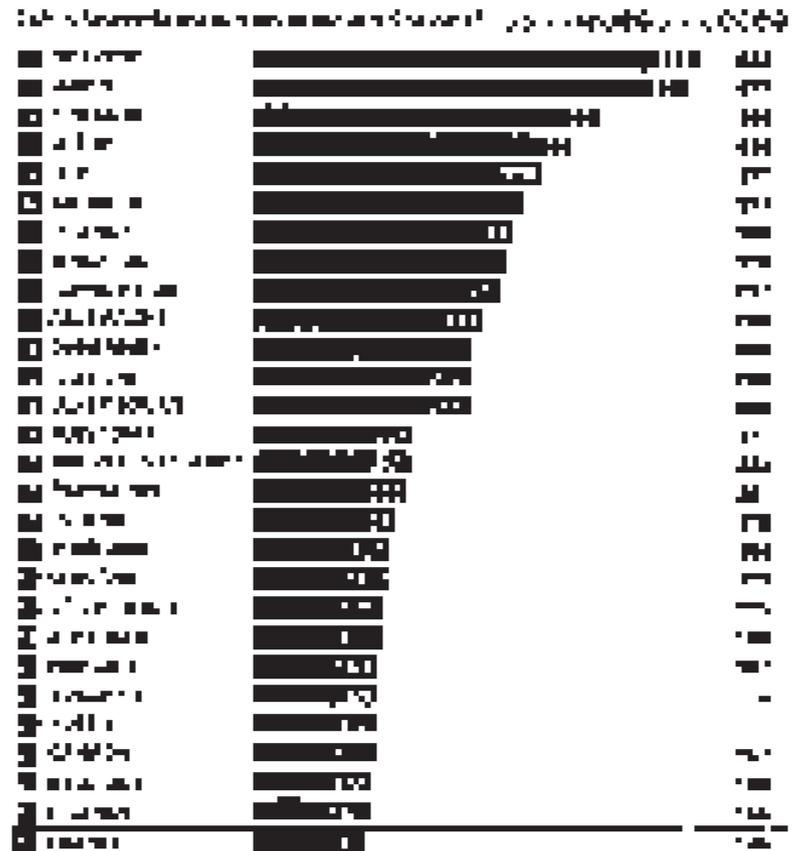
Ende einer journalistischen Ära?

Mentalitätswandel, Verjüngung der Redaktionen, Annäherung der Parteidoktrinen, Befreiung von familiären und gesellschaftlichen „Zwängen“ bis ins politische Wahlverhalten hinein, aufgeklärtere Wählerschaft, Verflüchtigung der politisch fokalisierten bzw. ummünzbaren weltanschaulichen Grundüberzeugungen bei einem wachsenden Anteil der Bevölkerung, Konvergenz immer breiterer Ströme zu einer Art „politischem Weltethos“, Abbau bzw. geschickte Tarnung der verbleibenden realen Klassenunterschiede mit freilich nur noch potenziellem sozialem und politischem Zündstoff, Einschläferung durch Wohlstand und Sucht nach Ego und Bequemlichkeit: Das Volk ist ein anderes geworden, auch das Wählervolk, auch dessen Emp-

fänglichkeit für fundamentalere politische Unterschiede und Auseinandersetzungen. Die Parteien sind gesellschaftskonform statt gesellschaftsreformierend geworden. Luxemburgs „politische“ Zeitungen haben schon eine Weile ihre Konsequenzen gezogen und sich zum Teil in Widerspruch zu mancher Entwicklung gesetzt. Zuerst begann das „Luxemburger Wort“, ohne seine weltanschauliche und politische Grundfarbe zu verleugnen, auf eine wie man sagt „gesund kritische Distanz“ zu der ihr befreundeten CSV zu gehen und gleichzeitig ausführlich und objektiv über die Kongresse anderer Parteien und Gewerkschaften zu berichten. Das „tageblatt“ zog nach. Seit einiger Zeit öffnet das „Wort“ anderen politischen Meinungen seine Spalten nicht nur in der Rubrik Leserbriefe, sondern an hervorragendem Platz neben dem Leitartikel.

Man kann also beobachten, wie sich seit den 70er Jahren in der Presse ein zunächst zögerlicher Wandel in deren Verhältnis vor allem zu den politischen Ideologien und deren Repräsentanten, den Parteien und in geringerem Maße den Gewerkschaften vollzog. Wahrscheinlich wäre in Luxemburg die Evolution schneller vorangegangen, wenn nicht ein ungewöhnliches politisches Ereignis eingetreten wäre und diese Entwicklung zunächst gebremst hätte: Als 1974 die Christlich-Soziale Volkspartei erstmals in die

.Source: Association mondiale des journaux, Le monde 14.5.2000



Das Volk ist ein anderes geworden, auch das Wählervolk, auch dessen Empfänglichkeit für grundlegende politische Unterschiede und Auseinandersetzungen. Die Parteien sind gesellschaftskonform statt gesellschaftsreformierend geworden.

Die Möglichkeit, hereingelegt zu werden, ist nicht weniger groß in der Presse, die sich neutral nennt.

Opposition geschickt wurde und nicht nur Luxemburgs politisch-ideologische Linke im Aufbruchfieber der 70er Jahre die „Befreiung“ von jahrzehntelanger „staubig-konservativer Vorherrschaft“ erleben durfte, verhärteten sich für die Dauer einer Legislaturperiode die Fronten in der Presse, weil einerseits das „Luxemburger Wort“, zusammen mit der CSV, nicht gewohnt war, „Macht“ an andere abzugeben, in der Opposition gestrüppreiches Neuland betrat, jeden Kratzer weinerlich als Breitseitenangriff empfand und deshalb zwischendurch mit schweren Kanonen auf politische Spatzen schoss, und weil andererseits die Antworten aus dem „Gegenlager“ nicht weniger zimperlich waren, wobei die eigentliche damalige „Regierungspresse“ - „tageblatt“ und „journal“ - von praktisch allen anderen Medien Schützenhilfe bekam. Mario Hirsch damals im „d'Lëtzeburger Land“ (23.9.74): „Résultante de l'évolution parfois contradictoire

de nombreuses dynamiques sociales, le gouvernement socialiste-libéral est-il autre chose qu'une vaste coalition anticléricale?“. Summa summarum: Der ideologische Journalismus boomte in diesen fünf Jahren noch einmal wie in früheren Zeiten, obwohl atypisch für die damals wenn auch nur zögerlich, so doch bereits merklich einsetzende Entideologisierung der Luxemburger Presse (im Sinne der „Parteihörigkeit“) in der Post-68-Ära. Dann aber nahm die „Entideologisierung“ ihren gemächlichen Lauf..

Bis zum Ende der Ideologie in unseren Medien? – Sicher nicht. Wünschenswert scheint mir ein weiteres offenes Tendenz-Bekenntnis mit der dazu gelieferten Argumentation, gleichzeitig aber eine breitere Öffnung für andere Meinungen. Darauf hat das Volk ein Recht, und der Presse ist es eine um so stärkere Verpflichtung, als ihre Verbreitung im Volk größer ist. Fügen wir hinzu, dass gerade in der Tendenz-Presse gelegentliche Beiträge mit konträren Ansichten mehr Bedeutung erhalten als in Organen, die sich von ihrem Selbstverständnis her für alle Meinungen und Ideologien öffnen. Der Gastkommentar etwa eines sozialistischen Politikers im „Luxemburger Wort“ hat in dieser politisch und weltanschaulich anders orientierten Zeitung (auch unabhängig von deren hohen Auflage und Verbreitung) sicher ein größeres Gewicht als derselbe Beitrag in der „ideologiefreien“ Wochen- und Monatspresse, wo der Meinungspluralismus zwar zur Redaktionsphilosophie erhoben ist, es dem orientierungsbedürftigen Normalleser aber nicht unbedingt erleichtert, sich zurechtzufinden. Es wäre interessant zu eruieren, in welchem Maße von der Öffentlichkeit in Luxemburg eine totale Entpolitisierung der Medien gewünscht ist. Den (in dieser Beziehung freilich nicht allein maßgebenden) Auflagenzahlen nach zu urteilen, scheint den Medienkonsumenten hauptsächlich daran gelegen, dass die Information an sich ausführlich und so wahrheitsnah wie möglich ist und dass im übrigen die politische und weltanschauliche Tendenz nicht okkultiert wird. Denn es will vor allem niemand hereingelegt werden. Die Möglichkeit aber, hereingelegt zu werden, ist nicht weniger groß in der Presse, die sich neutral nennt, als in den politisch und weltanschaulich „patte blanche“ zeigenden Medien.

Unsere Gesellschaft ist politisch und weltanschaulich pluralistisch. Die Presse als Teil von ihr wird auch in diesem Sinne pluralistisch bleiben, und das scheint mir gut und notwendig, bei aller gebotenen progressiven Öffnung für andere Meinungen.

Léon Zeches

Der Autor ist Chefredakteur des *Luxemburger Wort*.

