

Paper für Momentum 2010

Track #8 Hegemonie in der Mediengesellschaft

Titel: Das Ende der vierten Macht im Staat?

Autorin: Claudia Stubler

Inhaltsverzeichnis

I. Einleitung	3
II. Ökonomisierung der Medien.....	4
III. Partizipationsmedium Internet?	6
IV. Fazit.....	8
Quellenverzeichnis.....	10

I. Einleitung

Neben den klassischen drei Gewalten (Exekutive, Judikative und Legislative) im Sinne von „checks und balances“ gelten die Massenmedien als vierte Macht im Staat. Bereits Mitte des 19. Jahrhunderts existierten populäre und massenhaft verbreitete Medien wie etwa Fotografien, Stereoskopien und Panoramen. Vor allem durch die zunehmende Industrialisierung konnte sich das Pressewesen hin zu einer Massenpresse entwickeln, denn erst technische Neuerungen, durch die Übertragung und Sendung realisiert wurde, ermöglichten Massenkommunikation. Die wohl wichtigste Aufgabe der Massenmedien (neben Unterhaltung) stellt die Weitergabe von Informationen und damit eine öffentliche Meinungsbildung dar, wodurch Kritik und Kontrolle stattfinden können und somit das Funktionieren einer demokratischen Gesellschaft sichergestellt werden soll.¹

Heute gewinnen die neuen Medien wie das Internet und insbesondere Web 2.0 immer mehr an Bedeutung: In Österreich verfügen bereits über 80 Prozent der Bevölkerung über einen technischen Zugang zum Internet, mehr als die Hälfte nutzt dieses Medium regelmäßig.² Die Anzahl der Internet-UserInnen steigt in Österreich stetig und auch hinsichtlich der Nutzerstruktur hat sich in den letzten zehn Jahren viel geändert: Die Anzahl an Frauen, die das Internet nutzen, hat sich verdoppelt; die Alterstruktur wurde ausgeglichener; und auch Menschen aus bildungsfernen Schichten nutzen das Internet vermehrt.³ Bei Jugendlichen nimmt das Internet sogar die erste Stelle hinsichtlich der subjektiven Wichtigkeit von Medien ein.⁴

Weiters kann in Österreich eine starke Verflechtung zwischen Medien und Wirtschaft beobachtet werden, insbesondere im Bereich der Printmedien. Obwohl dies – historisch betrachtet – keinen neuen Trend darstellt, drängen sich dennoch Zweifel auf, ob hierbei überhaupt noch von einer Macht gesprochen werden kann, was vor allem durch abnehmende Unabhängigkeit der Medien mit zunehmender Ökonomisierung verbunden ist. Denn diese (wirtschaftliche) Konzentration untergräbt die Gütekriterien demokratischer Medien, nämlich Vielfalt und Objektivität.

¹ Vgl. *Hartmann*, Medien und Kommunikation (2008), 63.

² Vgl. *Integral*, Austrian Internet Monitor Quartal 2 2010 (2010), URL: http://www.integral.co.at/downloads/Internet/2010/08/AIM_Consumer_-_Q2_2010.pdf [Stand: 21.09.2010].

³ Vgl. *Medienforschung ORF*, Online Bevölkerung gesamt: Entwicklung der Nutzerstruktur (2010), URL: http://mediaresearch.orf.at/c_internet/console/console.htm?v=5&z=1 [Stand: 21.09.2010].

⁴ Vgl. *GfK*, Jugend Online (2008), URL: <http://www.schuldenkoffer.at/downloads/highlightsjugendonline08.pdf> [Stand: 21.09.2010].

Es stellt sich nun die Frage, wie sich diese Entwicklung auf politische Prozesse auswirkt und ob die klassischen Massenmedien (Printmedien, Fernsehen, Radio) an Macht verlieren.

Ist es überhaupt noch sinnvoll, trotz zunehmender Ökonomisierung der Medien sowie der enormen Bedeutung von Internet und Web 2.0, Massenmedien als vierte Macht im Staat zu bezeichnen? In meinem Beitrag möchte ich mich somit kritisch mit diesem Spannungsverhältnis auseinandersetzen und die Ursachen und Wirkungen beleuchten.

II. Ökonomisierung der Medien

Obwohl Massenmedien neben ihren Hauptfunktionen (Weitergabe von Informationen, Herstellung von Öffentlichkeit,...) seit Beginn an gleichzeitig als Wirtschaftsunternehmen agieren, stellt sich dennoch die Frage, welche Folgewirkungen die Ökonomisierung von Medien, eingebettet in einem neoliberalen Wirtschaftssystem, mit sich bringt und ab wann sie ihre Stellung als Kritik- und Kontrollorgan verlieren.

In Österreich lässt sich ein sehr hoher Grad an Pressekonzentration feststellen. Vor allem auf regionaler Ebene gibt es teilweise monopolartige AnbieterInnen. Gebündelte Besitzverhältnisse inklusive wirtschaftlicher Potenz sind somit vorherrschend. Auch lassen sich weitgehende Verflechtungen zu mächtigen Wirtschaftsunternehmen feststellen wie etwa im Fall der Raiffeisenbank, die die Mehrheit der Anteile an der Tageszeitung Kurier hält, diese Tageszeitung ein Teil des marktbeherrschenden Zeitungsverlages Mediaprint ist und von Mediaprint wiederum auch die Kronenzeitung verwaltet wird.

Der Einfluss aus der Wirtschaft auf die Medien lässt sich nicht abstreiten. Dies betrifft aber nicht nur die Steuerung der öffentlichen Meinung, sondern wirkt sich auch auf die Arbeitsverhältnisse von JournalistInnen aus: Wie der Schweizer Medienforscher Kurt Imhof erst kürzlich beim „Science meets practise – Diskursbrunch“ resümierte, arbeiten JournalistInnen schon heute unter prekären Verhältnissen beziehungsweise

einem enormen Arbeitsdruck, was einen Qualitätsjournalismus unmöglich macht, da für Recherchen keine finanziellen Ressourcen mehr vorhanden sind. Ein Indikator für diese Entwicklung ist, dass sich heute vermehrt Frauen in diesem Berufszweig wiederfinden. Sinkt der Wert eines bestimmten Berufszweiges, findet in den meisten Fällen eine Feminisierung in diesem Bereich statt. Dies liegt nicht an der mangelnden Qualität von Frauenarbeit, sondern daran, dass Frauen mehrheitlich Arbeiten ausüben, die schlecht bezahlt werden.⁵

Durch diese fortschreitende Kommerzialisierung, die sich in weiterer Folge auf die Qualität der Berichterstattung auswirkt, wird das Vertrauen in die Massenmedien weiter abnehmen. Vor allem kleinere (alternative) Medienunternehmen werden von diesem Phänomen betroffen sein und großen Schaden davontragen. Es ist meiner Ansicht nach absehbar, dass in der Medienlandschaft die ökonomische Konzentration noch weiter verstärkt wird. Diese Tendenz wäre im Fall von Österreich fatal, weil ohnehin kein breites Spektrum an Printmedien gegeben ist.

Doch führt diese Tendenz tatsächlich dazu, dass die Medien ihre Stellung als vierte Macht im Staat verlieren? Zur Klärung dieser Frage gilt es zuerst das Verhältnis zwischen Medien und Politik zu analysieren: Grundsätzlich lassen sich parallele Interessen feststellen: Auf der einen Seite dient die Politik den Medien als ständige Lieferantin von Neuigkeiten, auf der anderen Seite dienen die Massenmedien der Politik als Kommunikationskanäle. Sowohl die Politik als auch die Medien sind darauf erpicht ihr jeweiliges Publikum zufriedenzustellen. Es liegt also sowohl eine Interdependenz, als auch eine gegenseitige Instrumentalisierung vor, wobei die Frage, wer eigentlich wen steuert nicht eindeutig beantwortet werden kann.

Es herrscht eine tendenzielle Verschmelzung zwischen Politik und Medien vor: Wissen über die Politik wird durch die Medien gewonnen, was wiederum unser politisches Bewusstsein und Handeln prägt. Es lässt sich sogar von einer Mediendemokratie sprechen, da Massenmedien im Zentrum des politischen Handelns stehen. Als Beispiel hierfür lässt sich der Bundespräsidentenwahlkampf 2010 nennen: Nach einer Aufforderung (in Form

⁵ Vgl. Raßhofer, „Österreich hat diesen billigen Journalismus nicht verdient“, URL: <http://www.horizont.at/newsdetail/news/oesterreich-hat-diesen-billigen-journalismus-nicht-verdient.html> [Stand: 21.09.2010].

eines „Leserbriefes“) des –mittlerweile verstorbenen– Kronenzeitung-Herausgebers Hans Dichand musste sich die Präsidentschaftskandidatin der FPÖ, Barbara Rosenkranz, durch eine eidesstattliche Erklärung von nationalsozialistischen Gedankengut distanzieren. Andernfalls wäre ihr die Unterstützung der Kronenzeitung verwehrt geblieben.

Die Kronenzeitung ist mit einer Reichweite von rund 40 Prozent die dominierende Tageszeitung in Österreich.⁶ Gemessen an der Bevölkerungszahl ist sie sogar die stärkste Tageszeitung Europas. Sie setzt ihre Macht durch gezielte Kampagnen ein: So werden besonders polarisierende Themen aufgegriffen, die sich teilweise sogar widersprechen, beispielsweise gegen den Semmeringtunnel (in der niederösterreichischen Ausgabe) und für den Semmeringtunnel (in der steirischen Ausgabe).⁷ Dass die Krone im Bezug auf Politik nicht unterschätzt werden darf, zeigt sich etwa durch das beträchtliche Wahlergebnis von Hans-Peter Martin bei den Wahlen zum Europäischen Parlament 2004 und 2009, welcher von der Kronenzeitung unterstützt wurde.

Meiner Ansicht nach schadet die zunehmende ökonomische Konzentration der Medien nicht ihrem Einfluss in der Politik. Allerdings scheint es mir schwierig von den Medien noch als Korrektivfaktor zu sprechen: AkteurlInnen (aus der Wirtschaft), die schon vorher mächtig waren, werden immer mächtiger, für die Gegenöffentlichkeit bleibt kein Platz. Ob den neuen Medien in dieser Grauzone eine Balance gelingen kann, wird versucht im nachfolgenden Kapitel zu erläutern.

III. Partizipationsmedium Internet?

Computer durchliefen durch Personalisierung und Vernetzung in den letzten Dekaden einen Wandel von reinen Rechnern zu Medien –Stichwort Internet. Auf Basis von dezentralisierter Technologie konnten sich partizipative Kommunikationsmöglichkeiten entwickeln –Stichwort Web 2.0 (beispielsweise MySpace, Facebook, Youtube,...). War politische Kommunikation früher

⁶ Vgl. Media-Analyse 2009, Tageszeitungen, URL: <http://www.media-analyse.at/studienPublicPresseTageszeitungTotal.do?year=2009&title=Tageszeitungen&subtitle=Total> [Stand: 21.09.2010].

⁷ Vgl. Lackner, „Krone“-Chef Hans Dichand stieß erstmals auf Widerstand seiner Redaktion, URL: <http://www.profil.at/articles/1010/560/264221/krone-chef-hans-dichand-widerstand-redaktion> [Stand: 21.09.2010].

printorientiert (1945 bis ~1960) oder TV-zentriert (~1960 bis ~1980), setzte seit den 1980ern eine multimediale Kanalvielfalt ein.⁸

Fakt ist, dass die zunehmende Bedeutung neuer Medien PolitikerInnen nicht kalt lässt, so spielt heute die jeweilige Internetpräsenz (web campaigning) vor allem in Wahlkämpfen eine zentrale Rolle. Jedoch lassen sich diese nicht allein über das Internet gewinnen, die Mobilisierung von WählerInnen insbesondere über Web 2.0 kann jedoch nicht abgestritten werden.

Ein weiterer Effekt dieser Entwicklung ist, dass die klassischen Medien ihre Stellung als gate-keeper verlieren, da das Web 2.0 ermöglicht, dass jedeR Diskussionen in der Öffentlichkeit aufwerfen kann. Im Gegensatz zu Medienunternehmen kommt es dem/der privaten, aktiven Internet-UserIn nicht beziehungsweise zumindest nicht primär auf wirtschaftliche Zwecke an, wenn Themen beispielsweise in einem Blog aufgegriffen werden. Somit können auch Nachrichten an die breite Öffentlichkeit gelangen, über die in klassischen Medien aus verschiedensten Gründen (weil zu wenig spektakulär oder profitabel) nie berichtet worden wäre. Diese Loslösung der Themenauswahl und auch der Art der Themenaufbereitung von Verkaufszahlen, führt zu einem Alternativ- bzw. Mehrangebot an Informationsquellen und wirkt auf den ersten Blick wünschenswert, da klassische Eliten durchbrochen werden können. Die institutionelle Dominanz von Parteien oder (ökonomisierten) Printmedien gegenüber der Zivilgesellschaft, ist im Massenmedien Internet (noch) nicht gegeben, weil sich jedeR über das Internet über alles Gehör verschaffen kann.

Allerdings birgt dies auch zahlreiche Probleme in sich: Da im Internet eine enorme Quellenvielfalt vorherrscht und von den UserInnen Selbstselektion verlangt wird, kann dies zu einer Informationsüberflutung bei Menschen ohne Medienkompetenz führen. Die fehlende Qualitätskontrolle im Internet wiederum führt zu einer abnehmenden Glaubwürdigkeit. Außerdem darf nicht vergessen werden, dass durch das Internet nicht nur ein Raum für (friedlich gesinnte) Gegenöffentlichkeiten geschaffen wird, sondern auch für ExtremistInnen. Als aktuelles Beispiel hierfür ist – bezogen auf Österreich- etwa das rechtsradikale Internetportal Alpen-Donau-Info mit Serversitz in den USA zu nennen, welches das islamfeindliche Spiel „Moschee

⁸ Vgl. *Hartmann*, Medien und Kommunikation (2008), 98f.

Baba“, das im Zuge des lokalen Wahlkampfs 2010 auf der Homepage der Steirer FPÖ zu finden war, jedoch nach wenigen Tagen von der Grazer Staatsanwaltschaft mittels einstweiliger Verfügung verboten wurde, wieder online gestellt hat.⁹

Die Frage, ob das Internet mehr Distanz oder mehr Nähe zur Politik schafft, kann nach derzeitigem Stand noch nicht klar beantwortet werden. Allerdings weist die sinkende Wahlbeteiligung nicht darauf hin, dass das mangelnde Interesse an politischer Mitbestimmung durch das Internet überwunden werden kann. Die Erwartungen an das Internet hinsichtlich politischer Mobilisierung, Partizipation, aber auch Solidarisierung sind meines Erachtens jedenfalls (noch) nicht als erfüllt zu betrachten, vielmehr handelt es sich hierbei um eine Medaille mit zwei Seiten.

Schließlich stellt sich noch die Frage, ob und wie sich der Zugang zum Internet auf das gesellschaftliche (Zusammen)leben auswirkt. Vor allem aus globalisierungskritischer Perspektive kann eine digitale Ungleichheit beobachtet werden, da Menschen ohne die nötigen finanziellen Ressourcen sowie entsprechender Bildung der Zugang zum Internet verwehrt bleibt und sie ausgeschlossen werden. Während in den westlichen Industriestaaten die Mehrheit der Bevölkerung über einen Internetzugang verfügt, bleiben die Menschen in Entwicklungsländern auf der Strecke.¹⁰ In diesem Zusammenhang auch von einer digitalen Klassengesellschaft gesprochen werden.

IV. Fazit

Der Siegeszug von Internets und Web 2.0 hat die Medienlandschaft nachhaltig verändert. Einerseits ist diese Entwicklung begrüßenswert, da sie einen gewissen Ausgleich zur ungleichen Ressourcenverteilung gewährleistet; da eine Plattform zur Verbreitung von Themen geboten wird, die es über die klassischen Massenmedien (Presse, Radio, Fernsehen) nicht in die Öffentlichkeit geschafft hätten. Andererseits wirkt sich diese Möglichkeit der interaktiven Kommunikation aber auch auf die Glaubwürdigkeit des Internets aus, wobei die abnehmende Glaubwürdigkeit auch auf die klassischen Massenmedien überschwappen kann. Ein weiterer Knackpunkt ist,

⁹ Vgl. *DerStandard* (o.V.), „Neonazi-Homepage stellt umstrittenes FPÖ-Spiel erneut online“, URL: <http://derstandard.at/1282978952502/Moschee-baba-Neonazi-Homepage-stellt-umstrittenes-FPOe-Spiel-erneut-online> [Stand: 21.06.2010].

¹⁰ Vgl. *United Nations Development Goal Indicators*, Personal computers per 100 population, URL: <http://unstats.un.org/unsd/mdg/SeriesDetail.aspx?srid=607&crd=> [Stand: 21.09.2010].

dass die Verkaufszahlen von Printmedien sinken werden, wenn das Internet diese hinsichtlich der Informationsbeschaffung weitgehend ersetzt. Dies zieht wiederum einen Imageverlust nach sich, weil aufgrund sinkender Verkaufszahlen noch weniger Geld für qualitativ hochwertigen Journalismus bleiben wird. Die neuen Medien sind somit gleichzeitig Fluch und Segen für die Massenmedien insgesamt.

Die Frage, ob die Massenmedien ihre Aufgaben, die ihnen als vierte Macht im Staat zukommt, wahrnehmen können, ist mit „Jein“ zu beantworten: Dass die Printmedien keine großartigen (politischen) Machteinbußen verzeichnen mussten, steht angesichts der Vorfälle im letzten Präsidentschaftswahlkampfes außer Zweifel. Allerdings sollte sich diese Macht eher an der Demokratie anstatt von Verkaufszahlen orientieren. Durch die Möglichkeit der Einflussnahme der Wirtschaft ist es für JournalistInnen schwierig objektiv und kritisch zu bleiben. Allerdings haben Internet und Web 2.0 gute Chancen ein wichtiger Korrektivfaktor zu werden. Punktuell wurde schon viel erreicht, man denke nur etwa an die soziale Bewegung „Unibrennt“, die ohne das Internet keinen derartigen Solidarisierungsschub erhalten hätte.

Lösungsvorschläge, um die Medien aus der Misere zu führen, gibt es viele, zuletzt wurde auf den Medientagen über die Vor- und Nachteile einer staatlichen Finanzierung im Bereich der Printmedien diskutiert.¹¹ Ich denke man sollte hier vielmehr einen Schritt früher ansetzen und versuchen Mündigkeit durch die Vermittlung von Medienkompetenz zu erreichen. Nur wer in der Lage ist sich seine eigene Meinung zu bilden, kann dem Bann sogenannter MeinungsmacherInnen, die nur auf Umsatz- und Machtzugewinn aus sind, entkommen und neue Medien sinnvoll einsetzen.

¹¹ Vgl. *Fidler/Priesching*, „Gesellschaft muss bereit sein, für Journalismus zu zahlen“, URL: <http://derstandard.at/1285042375164/Medientage-Gesellschaft-muss-bereit-sein-fuer-Journalismus-zu-zahlen> [Stand: 21.09.2010].

Quellenverzeichnis

- *DerStandard* (o.V.), „Neonazi-Homepage stellt umstrittenes FPÖ-Spiel erneut online“, URL: <http://derstandard.at/1282978952502/Moschee-baba-Neonazi-Homepage-stellt-umstrittenes-FPOe-Spiel-erneut-online> [Stand: 21.06.2010]
- *Fidler/Priesching*, „Gesellschaft muss bereit sein, für Journalismus zu zahlen“, URL: <http://derstandard.at/1285042375164/Medientage-Gesellschaft-muss-bereit-sein-fuer-Journalismus-zu-zahlen> [Stand: 21.09.2010]
- *GfK*, Jugend Online (2008), URL: <http://www.schuldenkoffer.at/downloads/highlightsjugendonline08.pdf> [Stand: 21.09.2010]
- *Hartmann, Frank*, Medien und Kommunikation (2008), Facultas, Wien
- *Integral*, Austrian Internet Monitor Quartal 2 2010 (2010), URL: http://www.integral.co.at/downloads/Internet/2010/08/AIM_Consumer_-_Q2_2010.pdf [Stand: 21.09.2010]
- *Lackner*, „Krone“-Chef Hans Dichand stieß erstmals auf Widerstand seiner Redaktion, URL: <http://www.profil.at/articles/1010/560/264221/krone-chef-hans-dichand-widerstand-redaktion> [Stand: 21.09.2010]
- Media-Analyse 2009, Tageszeitungen, URL: <http://www.media-analyse.at/studienPublicPresseTageszeitungTotal.do?year=2009&title=Tageszeitungen&subtitle=Total> [Stand: 21.09.2010]
- *Medienforschung ORF*, Online Bevölkerung gesamt: Entwicklung der Nutzerstruktur (2010), URL: http://mediaresearch.orf.at/c_internet/console/console.htm?y=5&z=1 [Stand: 21.09.2010]
- *Raßhofer*, „Österreich hat diesen billigen Journalismus nicht verdient“, URL: <http://www.horizont.at/newsdetail/news/oesterreich-hat-diesen-billigen-journalismus-nicht-verdient.html> [Stand: 21.09.2010]
- United Nations Development Goal Indicators, Personal computers per 100 population, URL: <http://unstats.un.org/unsd/mdg/SeriesDetail.aspx?srid=607&crd=> [Stand: 21.09.2010]