

Widerspruch gegen Medienmacht

WIDERSPRUCH, HEFT 28: MEDIEN, MACHT & MÄRKTE

Rolf Hürzeler

„Medien, Macht & Märkte“ – dieser Themenkreis kommt im Heft 28 des von einem Herausgeberkollektiv verantworteten *Widerspruch* zur Darstellung. Der Gesamteindruck dieser „Beiträge zur sozialistischen Politik“: Die meisten Aufsätze bestechen durch überzeugende, streckenweise brillante Analysen. Dahinter verstecken sich freilich oft – angesichts der weltweiten Deregulierung und Vernetzung der Märkte – defensive Ansätze. Wer neue Strategien im Hinblick auf die weitere Entwicklung des globalen Medienmarktes erwartet, wird enttäuscht. Man erkennt zwar, dass die Entwicklung in unerwünschten Bahnen verläuft, aber alternative Perspektiven sind ausgesprochen schwer zu formulieren. Auffallend ist zudem, dass eine direkte Debatte im Sinn von Rede und Gegenrede unter den Autoren nicht stattfindet. Mit einer Ausnahme: Die renommierte Feministin *Susanne Kappeler* rechnet ab mit dem vom Soziologen *Alberto Godenzi* im Auftrag des Gleichstellungsbüro des Bundes verfassten Bericht „Medienfunktionen im Kontext der Bedingungen von Gewalt gegen Frauen“. Für sie ist die Medienöffentlichkeit grundsätzlich eine der Voraussetzungen patriarchalischer Strukturen, während Godenzi gewissermassen für eine „Verweiblichung“ dieser Öffentlichkeit plädiert.

Godenzi kritisiert unter dem Titel „Gewalt gegen Frauen in den Medien“ die „Pornographisierung“ des Alltags. Er setzt sich unter anderem für eine „Umverteilung der Macht im Sinne der Gleichstellung der Geschlechter“ ein, die eine Voraussetzung für die Umverteilung der Inhalte bedeute: „Fast schon zwangsläufig geschähe eine friedliche Revolution der Worte und Bilder..., weil Frauen als Gesamtgruppe weniger Freude und Interesse daran haben, ihr eigenes Geschlecht andauernd in entwürdigenden, untergeordneten und gewalterleidenden Rollen darzustellen.“ Dieser Behauptung hält *Susanne Kappeler* entgegen, dass

„auch Frauen in der patriarchalischen Kultur sozialisiert“ würden. Deshalb garantiere eine weibliche Besetzung von Machtpositionen nicht automatisch anti-sexistische Worte und Bilder. Und selbst, wenn dies der Fall wäre, gehe es nicht an, eine „Herren- und eine Damenöffentlichkeit zu schaffen, den ‘halben Äther’ in weiblicher Verantwortung antisexistisch oder gewaltfrei zu gestalten – und die andere Hälfte in männlicher Verantwortung ihren sexistischen Lauf nehmen zu lassen“.

Susanne Kappeler wendet sich auch den vom Zürcher Medienwissenschaftler *Heinz Bonfadelli* dargestellten Defiziten der empirischen Wirkungsforschung kritisch zu: „Frauen betreiben gezwungenermassen ‘Wirkungsforschung’, wenn sie z.B. an der eigenen Person erfahren, dass Live-Übertragungen von Kriegsgeschehen, aber auch fiktionale Kriegsfilme oder das ganz gewöhnliche abendliche Sexfilmprogramm zu vermehrter Vergewaltigung führt – die allerdings von Männern und nicht von den Medienprodukten ‘verursacht’ wird“. Eine gewisse Schärfe ist dieser Argumentation nicht abzusprechen.

Bonfadelli wird sich dieser radikalen Kausalität nicht anschliessen. Zwar bekennt er sich zu einem „kausalen Zusammenhang zwischen kontinuierlicher Nutzung der TV-Gewalt und Aggressivität im Alltag“. Aber in sämtlichen Studien über die Mediengewalt werde betont, „dass das Fernsehen nicht der alleinige Verursacher von aggressiven Verhaltensweisen“ sei: Eine Vielfalt intervenierender medialer, psychischer und sozialer Faktoren relativierten die Medieneinflüsse, indem sie diese je nach Situation verstärken beziehungsweise abschwächen können. *Bonfadelli* zitiert eine amerikanische Studie zur Eindämmung medialer Gewalt, die belege, „dass nur die Werbewirtschaft gegenüber den Networks Einflussmöglichkeiten“ habe. Dazu gehöre der Produkteboykott durch

Publikumsvereinigungen gegen Artikel, für die im Umfeld von Gewaltsendungen geworben wird.

Aus Schweizer Sicht fallen zwei Beiträge der Wissenschaftler *Werner A. Meier* und *Roger Blum* auf. Meier liefert eine anschauliche Darstellung der Konzentrationsprozesse sowie deren mögliche Folgen: „Für die Endverbraucher steht bei Konzentrationsprozessen die Befürchtung im Vordergrund, dass die Informationsvielfalt für die Öffentlichkeit eingeschränkt wird, da die freie Meinungsbildung, der Informations- und Meinungspluralismus durch einen Mangel an Distributionskanälen oder durch Barrieren beim Zugang zu Medien potentiell limitiert wird.“ Er plädiert für kartellrechtliche Massnahmen, um die Konzentration in Griff zu bekommen. Denn es sei „rationeller, das Zustandekommen von Vormachtstellungen zu verhindern, als nachher mit unzureichenden Ressourcen eine „missbräuchliche Ausnützung der Marktposition zu ‘kontrollieren’“. Meiers Beitrag ist eine Grafik über einen Ausschnitt der Schweizer Medienverflechtungen angefügt, der freilich bereits unmittelbar nach Erscheinen des *Widerspruch* in zwei Punkten überholt war – ein Hinweis auf die Schnellebigkeit der anteilmässigen Konstellationen im Medienmarkt. Immerhin diene dieselbe Grafik dem *Vorwärts* (Nr. 1/2) in den ersten Januartagen als schriftlicher Beleg für eine Polemik gegen die Übergabe der operationellen Verantwortung beim Berner *Bund* von Ringier an die *Neue Zürcher Zeitung*.

Roger Blum diagnostiziert eine „Medienohnnmacht“ hierzulande, die auf den Einfluss der Wirtschaft, eine medienfeindliche Justiz sowie eine Medienpolitik der Deregulierung zurückzuführen sei. Er postuliert als Gegenstrategie eine Absage an die Deregulierung, bessere Ausbildung von Medienschaffenden sowie ein neues Gewicht für die Meinungsäusserungsfreiheit in der Mediengesetzgebung. Die Medienohnnmacht in der Schweiz sei freilich noch nicht vergleichbar mit ausländischen Verhältnissen. Kein Konzern engagiere sich bis anhin für eine einzige Partei: „Doch was nicht ist, kann noch werden.“

Mit diesen Worten sind die italienischen und die deutschen Verhältnisse angesprochen.

Der Düsseldorfer Publizist *Fritz Wolf* stellt die zwei Senderfamilien in Deutschland vor: *Bertelsmann/CTL* sowie *Springer/Kirch*. Die bisherige Form der Medienkontrolle mit beschränkten Beteiligungen habe sich nicht bewährt; sie führte zu einem Gewirr von Verschachtelungen, die lediglich die Ohnmacht der Landesmedienanstalten als Kontrollinstanzen illustrierten: „Diagramme der Abhängigkeiten gleichen in ihrer Kompliziertheit dem Bauplan eines Mikrochips.“ Wolf mokiert sich über die Schlamm-

schlachten zwischen den Senderfamilien vor dem Hintergrund durchsichtiger Interessenlagen. Der einzige Konsens bestehe in der Interessenkoalition, die komplette Deregulierung des Marktes voranzutreiben. „Händlerfernsehen in Reinkultur“, schreibt Wolf und denkt dabei an die Bindungen zwischen dem Filmhändler Leo Kirch sowie seinem Freund und Handeskettenbesitzer Otto Beisheim. Schliesslich kommt Wolf auf Murdochs Einstieg im deutschen Markt mit dem Sender *Vox* zu sprechen und stellt gleich den politischen Einfluss des Medien-Macchiavelli klar: „Ohne Murdoch hätte die Eiserne Lady Grossbritannien nicht in eine Ruine verwandeln können.“ Kleine Unsorgfältigkeit: Wolf gesteht dem wöchentlich erscheinenden Revolverblatt *News of the World* den Status eines seriösen Blattes wie der im Murdoch-Imperium zu. Der in Rom lebende Publizist *Rolf Uessler* analysiert, wie Berlusconi's Forza Italia als „politisches Konsumgut“ das Machtvakuum nach dem Zerfall der „Partitocrazia“ auffüllte. Dafür ortet er unter anderem eine verschwörungsartige Strategie der beiden Freunde Berlusconi und Craxi, die in diesem Aufsatz den Stellenwert einer Dämonisierung erhält. Ebenso erscheint der direkte Einfluss der Berlusconi-Medien auf das Wahlverhalten – zumindest aus hiesiger Sicht – ziemlich überhöht.

Der deutsche Politologe *Wieland Elfferding* rekapituliert in einem witzigen Aufsatz den deutschen Wahlkampf vom vergangenen Jahr und kommt dabei auf die enge Verflechtung zwischen *SAT 1* und Kohl zu sprechen. Es sei falsch, zu behaupten, das deutsche Superwahljahr habe sich durch Inhaltslosigkeit ausgezeichnet. Vielmehr habe es einen schwergewichtigen Inhalt gegeben – nämlich Helmut Kohl selbst. Anhand des legendären Kanzler-Wortes von den „blühenden Landschaften im Osten“ belegt Elfferding, wie Kohl von seinem „kontrafaktischen Image“ profitieren konnte: „Nur wer die tausend Tode gestorben ist, welche ihm die Medien bereitet haben, wird wahrhaft unsterblich.“ Diese Unsterblichkeit ist ein Hinweis darauf, dass die Linke nach all den Jahren der Kohl'schen Herrschaft den ehemaligen Wendekanzler zumindest nicht mehr unterschätzt, sondern ihm, ebenso wie seine Anhängerschaft, den Status eines Übervaters zumisst – natürlich mit negativen Vorzeichen. Wahlbeobachter Elfferding entlarvt schliesslich das Wahlritual zwischen Journalisten und Politikern. Dieses beruht unter anderem auf den erprobten Rollenverteilungen bei den ewig gleichen Interviews, eine Sparte, in der sich Kohl als Meister erweist: „Kohl-Sprech ist nicht nur das Wiederholen des ewig Gleichen, bis es, scheinbar unvermittelt, in sein Gegenteil umkippt. Kohl-Sprech ist auch das politische Dementi in

Literatur

Permanenz: 'Aber woher denn..., ich weiss gar nicht, wovon Sie sprechen... Ich sehe das ganz anders... 'Wir 'abn 'ne ganze Reihe von Entscheidungen ...'.“ Fazit dieser Taktik des Kanzlers: „Sie stürzt den politischen Diskurs in ein *Delirium demens*.“

Heiterkeit dieser Art findet sich in dieser Ausgabe des *Widerspruchs* immer wieder und macht das Lesen vergnüglich. Den Vogel schießt in dieser Beziehung Filmautor *Mathias Knauer* ab. Er polemisiert mit der heiligen Wut des Zornigen gegen „Die Ausbürgerung der Kultur“ mit dem Untertitel „Zur Demontage des Programmauftrags beim öffentlichen Radio und Fernsehen“. Seine Pauschalabrechnung mit der SRG gipfelt in der unterschweligen Parole: Wer hat uns, die Medien- und Kulturschaffenden, verraten? Die Sozialdemokraten – Peter Schellenberg und Andreas Blum. Knauers Rundumschlag gegen die Zerstörung der Medienkultur kommt fast schon jener quotenträchtige Unterhaltungswert zu, unter dem *horribile dictu* anscheinend sämtliche SRG-Programme in ihrer Oberflächlichkeit leiden. Die These des Musikwissenschaftlers und Filmautors ist so einfach wie undifferenziert: Radio und Fernsehen werden den Kulturschaffenden enteignet: „Das Geschwafel von 'Akzeptanz', gescheiterte Begriffe wie 'Zuschauermarkt' und 'Marktanteil' sind die sprachliche Metastase dieser politischen Dekadenz.“ Jetzt ist gemäss Knauer die Zeit gekommen, sich zu wehren – und zwar subito. Die Linke hat in dieser Sache lange genug versagt: „Sie hat die einstmals in sieben Genossenschaften demokratisch fundierte SRG erst kampflos der Korrosion überlassen und schliesslich nicht einmal mehr aufgemuckst, als sich die SRG bei der Strukturreform von einer kulturellen Anstalt zur arroganten Unternehmung entwickelte.“ Selbst Minderheitenprogramme wie die „Sternstunden“ im Sonntagmorgen-Programm des Schweizer Fernsehens finden in Knauers Analyse keine Gnade. Ein Münsterchen aus den Anmerkungen zu seinem Aufsatz gefällig? „Die neueröffneten 'Sternstunden'(...) in ausgesuchtestem Kitsch-Dekor kommen schon so daher, dass sie demnächst ohne weiteres von Klosterfrau Melisengeist geschmiert werden können.“

In krassem Gegensatz zu Knauers Witz steht der sprachlich schwer zugängliche Aufsatz des Basler Publizisten Hans Ulrich Reck „Wider den TV-Populismus“. Er fordert ein Fernsehen der „dritten Art“ („public access, Bürgerforen, Kunst im elektronischen Raum“), weil der öffentlich-rechtliche wie der private Rundfunk versagt haben: „Der naivste Sinn fürs Ökonomische paart sich in den Medienköpfen auf eine ethnologisch bemerkenswerte Art

mit dem plattesten Glauben an den Stilrealismus abfotografierter Oberflächen.“ Das Fernsehen der dritten Art impliziere „von vornherein die Zurückweisung der kommerziellen Bilderkultur und die Beobachtung, dass das staatliche Fernsehen seiner selbstgesetzten Aufgabe je länger je weniger gerecht zu werden vermag“. Das unter anderem dadurch bedingte Ende der politischen Öffentlichkeit führt Reck zur Einsicht, dass „die bestehenden Demokratien von heute als nicht strukturell, sondern bloss provisorisch gefesselte Diktaturen“ erscheinen.

Dieser Aufsatz ist, wie alle andern Beiträge, durch moralisches und kulturkritisches Engagement geprägt – der rote Faden durch den *Widerspruch*. Den Tenor stimmt gleich der erste Heftbeitrag des deutschen Kommunikationsforschers *Jörg Becker* an. Er analysiert den „Weltmarkt für Information und Kommunikation“ mit Rückgriff auf den Begriff der „Wissensindustrie“ aus den sechziger Jahren. Becker erinnert an die wachsende Wissensklüft zwischen der Industriegesellschaft und der Dritten Welt. Dabei stellt er traditionelle Wert- und Rechtsbegriffe wie beispielsweise das Urheberrecht in Frage. Dieses gelte weniger dem Schutz von geistigem Eigentum eines individuellen Schöpfers, als vielmehr der „von Kapitalseite bewusst vorgenommenen Ausschaltung des Marktes als Regulator“. Becker stellt eine Dominanz der USA auf dem „Markt der Ideen“ fest, der von wesentlich grösserer Bedeutung sei als der technologische Vorsprung. Zudem werde jeder kommunikationstechnische Erfolg in der Dritten Welt – von der indischen Filmindustrie bis zur Chip-Produktion in Korea – durch neue Entwicklungen in den kapitalistischen Zentren in Frage gestellt. Becker fordert zum Schluss thesenartig vermehrt kulturelle und schulische Anstrengungen sowie eine Zurückweisung jener „neo-liberalen Kreise“, deren medienpolitische Bestrebungen soziale Kosten verursachen.

Was bleibt nach der Lektüre von „Medien, Macht & Märkte“? Grundsätzlich neue Erkenntnisse werden zwar in diesem sorgfältig redigierten Bändchen mit einem ausgebauten Apparat nicht geliefert. Aber bekannte Phänomene – von der Medienkonzentration über die Gewaltfrage bis zur Trivialisierung der Inhalte – erfahren eine vertiefte Darstellung mit streckenweise ungewöhnlichen und überraschenden Aspekten. Besonders diese machen den neuen *Widerspruch* lesenswert – und in ihrer Radikalität immer wieder vergnüglich.

Widerspruch Heft 28, Dezember 1994, Medien, Macht & Märkte, 192 S., Fr. 18.-, im Buchhandel oder bei *Widerspruch*, Postfach 8026, Zürich