

Das aktive Publikum. Institutionalisierung zivilgesellschaftlicher Kontrolle auf europäischer Ebene

Vorschlag für einen Beitrag für die 10. Kommunikationswissenschaftlichen Tage (KWT 04) zum Thema „Medialer Wandel und Europäische Öffentlichkeit“ am 11./12. November 2004 in Wien

*Christiane Eilders, Uwe Hasebrink, Anja Herzog
(Hans-Bredow-Institut, Hamburg)*

Anschrift:

Hans-Bredow-Institut
Heimhuder Str. 21
D-20148 Hamburg
Tel. +49-40-450210
Fax: +49-40-45021777
E-Mail: C.Eilders@hans-bredow-institut.de

Das aktive Publikum. Institutionalisierung zivilgesellschaftlicher Kontrolle auf europäischer Ebene

Zusammenfassung und Bezug zum Tagungsthema

Der vorgeschlagene Vortrag gilt der Rolle des Publikums im Prozess medialen Wandels. Das Publikum wird dabei als Bestandteil von Zivilgesellschaft aufgefasst. Zum einen geht es um den Einfluss, den die Zivilgesellschaft auf den medialen Wandel nehmen kann. Zum anderen wird untersucht, wie sich im Zuge des medialen Wandels die Voraussetzungen für eine institutionalisierte Beteiligung des Publikums an der öffentlichen Kommunikation verändern; dabei geht es insbesondere um die Möglichkeiten der Online-Kommunikation.

Diese Fragestellungen sind insbesondere im Hinblick auf die europäische Ebene relevant: Denn obwohl technologie- und medienpolitische Rahmenbedingungen längst überwiegend auf der europäischen Ebene festgelegt werden, wird doch nach wie vor ein gravierendes Demokratiedefizit konstatiert, die Existenz europäischer Öffentlichkeiten wird weitgehend in Abrede gestellt – unter anderem unter Hinweis auf die Tatsache, dass es keinerlei Anzeichen für transnationale Medienpublika gebe.

Auf der Grundlage einer vergleichenden Bestandsaufnahme der Instrumente und Institutionen, die in 27 europäischen Ländern zur Sicherung der Partizipation und Interessenvertretung der Medienpublika anzutreffen sind, werden Wege diskutiert, wie der zivilgesellschaftliche Einfluss auf die Medienentwicklung in Europa und damit ein zentraler Aspekt europäischer Öffentlichkeit gefördert werden kann.

1 Öffentlichkeit und Zivilgesellschaft

Öffentlichkeit stellt nicht nur eine wichtige Legitimitätsressource demokratischer Herrschaft dar, Öffentlichkeit leistet auch als Kontroll-Instanz für die Produktion und Verbreitung von Medienangeboten wichtige Dienste für die Gesellschaft. Zum allgemeinen Verständnis von Public Service im Medien- und Kommunikationsbereich gehört daher auch die Anforderung von „Accountability“, die Erwartung an die Medienanbieter, sich in ihrem Handeln auf die Interessen und Bedürfnisse der Mediennutzer einzustellen, sich öffentlicher wie individueller Kritik zu stellen und Rechenschaft über die eigenen Leistungen abzulegen. Die kritische Beobachtung von Medienangeboten soll – entsprechend den Erwartungen der deliberativen Demokratietheorie – möglichst alle Gesellschaftssegmente berücksichtigen. Wie auch im Habermas'schen Diskursmodell wird den sogenannten Peripherie-Akteuren eine herausgehobene Rolle zugewiesen. Diese schwach institutionalisierten und mit wenig Macht ausgestatteten Akteure – häufig auch als Zivilgesellschaft angesprochen – gelten als besonders problemsensibel und diskursfähig.

2 Das Publikum als zivilgesellschaftlicher Akteur

In der Fachdiskussion gilt es zwar mittlerweile als Allgemeinplatz, das Publikum als „aktiv“ zu begreifen; diese Auffassung bezieht sich allerdings meist auf den Umstand, dass Rezipienten standardisierte Kommunikate ver- und bearbeiten („texts are made by their readers“) oder doch zumindest sehr selektiv mit dem Medienangebot umgehen. Die empirische Umsetzung dieses Verständnisses besteht in der Regel in den industriell vermessenen Reichweiten und Marktanteilen, an denen, so die These, unbestechlich abgelesen werden kann, was das Publikum will. Weitaus seltener anzutreffen ist ein

Verständnis von Publikumsaktivität, welches die Teilhabe am Prozess öffentlicher Kommunikation enger definiert und zwar im Sinne einer aktiven Interessenvertretung der Publika. Zwar gibt es überall in Europa rechtliche Regelungen für Beschwerdemöglichkeiten, und in vielen Ländern sind die verschiedenen gesellschaftlichen Gruppen in den Aufsichtsgremien der Medien repräsentiert. Allerdings scheinen diese Accountability-Systeme in der Wahrnehmung der Publika kaum Bedeutung zu haben, das Bewusstsein, gegenüber den Medien auch als Akteur auftreten zu können, ist in der Regel minimal ausgeprägt. Immerhin gibt es in einigen europäischen Ländern einige sehr aktive Publikumsorganisationen, die auch auf konkrete Erfolge verweisen und als Vorbild für entsprechende Initiativen in anderen europäischen Ländern dienen können.

3 Institutionalisation von Publikumsinteressen auf europäischer Ebene

Wenn vom Demokratie- und Öffentlichkeitsdefizit der Europäischen Union die Rede ist, wird dies meist an Beobachtungen auf der Ebene der Akteure sowie der Medieninhalte festgemacht. Wenn das Publikum überhaupt in das Blickfeld gerät, fallen die Ergebnisse eher noch skeptischer aus, danach interessieren sich die Europäer kaum für vertiefende Informationen aus anderen Ländern, die Nutzungsgewohnheiten unterscheiden sich, im Zweifel genießen in allen Ländern die jeweiligen inländischen Produktionen die größte Beliebtheit. Von europäischen Öffentlichkeiten im Sinne transnationaler Publika kann angesichts dieser Befundlage keine Rede sein. Vor diesem Hintergrund muss es auf den ersten Blick abwegig erscheinen, die oben genannte schwach ausgeprägte Institutionalisierung von Publikumsinteressen ausgerechnet auf europäischer Ebene fördern zu wollen. Auf den zweiten Blick erweist sich aber diese Ebene doch als möglicherweise erfolgversprechend: Denn auf nationaler Ebene engen die massiven Interessen von Politik und Medienwirtschaft die Partizipationschancen der Mediennutzer stark ein. Demgegenüber ergeben sich auf europäischer Ebene größere Spielräume, zumal die Europäische Kommission gezielt diskursive Formen der (Ko-)Regulierung fördert. Durch europäische Vernetzung, so die Annahme, können sich damit durchaus Impulse auch für die Vertretung der Nutzerinteressen in den einzelnen Ländern ergeben.

Einen Beitrag dazu könnte auch das Internet leisten. Zwar werden die ursprünglich hochfliegenden Erwartungen, denen zufolge das Internet als basisdemokratisches Medium bzw. als Medium der Zivilgesellschaft charakterisiert wurde, mittlerweile relativiert. Doch auch bei nüchterner Betrachtung bietet das Internet gute Voraussetzungen für eine verstärkte Partizipation aller Gesellschaftsmitglieder. Auf nationaler Ebene zeigen einige Webangebote, dass der Diskurs über Publikumsinteressen sich auf diesem Wege anregen und verstetigen lässt und so auch Schritte zur Institutionalisierung der Publikumsinteressen getan werden können.

4 Empirische Basis

Die Darstellung basiert auf einer derzeit laufenden, von der EU geförderten Studie: In 27 europäischen Ländern wird mit Literatur- und Dokumentenanalysen sowie mit Experteninterviews untersucht, wie die Interessen der Mediennutzer abgesichert sind und welche Möglichkeiten die Zuschauer haben, aktiv an der Medienentwicklung zu partizipieren. Dabei geht es insbesondere um bisherige Versuche, die Perspektive der Mediennutzer zu institutionalisieren und damit dauerhaft zu stärken. Ziel der Studie ist es, auf dieser Basis Wege zu einer Vernetzung und Institutionalisierung der entsprechenden Initiativen auf europäischer Ebene aufzuzeigen und diese durch Gründung einer European Association for Viewers' Interests auch zum Teil schon zu beschreiten.