

SEEMO CONFERENCE
ZUR AKTUELLEN MEDIENPOLITISCHEN LAGE IN SÜDOSTEUROPA

DIPLOMATISCHE AKADEMIE, 10.12.02

THOMAS A. BAUER / UNIVERSITÄT WIEN.

VON DER MEDIENSTRUKTURPOLITIK ZUR MEDIENKULTURPOLITIK
ZUM PRADIGMENWECHSEL IN DER MEDIENPOLITISCHEN DEBATTE

1. Zentrale Aufgabe der MP:

Sicherung der öffentlichen Kommunikation -
Versorgung mit relevanter Information,
Sicherstellung des Zugangs zu Medien für Minderheiten.

Der ethische Horizont: Medien- und/oder Meinungsfreiheit, Vielfalt,
Sicherstellung von Publizität, ausgewogenes Verhältnis zwischen
Medien, Politik, Wirtschaft, Gesellschaft

Der mediensystemische Kontext:

- Medien als Massenmedien: Produktion, Allokation und Distribution von Information und Meinung an ein
- Ökonomisch strukturiertes Publikum,
- Über Medienorganisationen, die sich als gatekeeper Organisation verstehen
- unter den Bedingungen des mangels an Ressourcen oder Frequenzen

Bisherige Betrachtung: Strukturpolitik: Konzentration auf Inhalte, Programme, Institutionen, Regelungen

2. Gegenwärtig sich ändernde Bedingungen:

- technische Konvergenz / Durchlässigkeit der Medien
- neue Akteursmodelle durch Internet
- Globalisierungseffekte
- Ökonomisierung und Kommerzialisierung
- Wissenschaftliche Erkenntnis.

- Vom Einflußmodell zum Konstruktionsmodell,
- Cultural Turn

3. daraus folgt: Medienkulturpolitik:

- a) Integrative Betrachtung wird notwendig: Individual- und Massenkommunikation nicht mehr trennbar. Die zunehmende technische Konvergenz vereinheitlicht die Anbieterstruktur (multimediale Unternehmen, die auf verschiedene technische Plattformen gleichartige Angebote verbreiten)
- b) Publizistikprivileg:
Medienpolitik – Zuweisung von technischer oder ressourcenmäßiger Kapazität (z.B. Steuerpräferenzen) in Hinkunft für jene Organisationen/Unternehmen, die auch publizistische Leistung bieten (Info, Orientierung etc.)
- c) vielfältige Angebotsstrukturen (Dualitätsprinzip).
In allen Teilmärkten ist mindestens eine Dualität auf seiten der Anbieter anzustreben, um einseitige Machtbildungen zu verhindern: Ziel ist, Märkte offenhalten, um hinreichenden Marktzutritt zu ermöglichen

Chancengerechtigkeit für Rezipienten/Konsumenten (Zugang zu relevanten Informationen und zur Teilnahme an gesellschaftlicher Kommunikation ermöglichen: Verbraucherschutz, Konsumentenschutz)

- d) Internationale Regelungen. Die zunehmende Globalisierung der Märkte macht es notwendig, die Verhandlungssysteme auf internationaler Ebene zu etablieren (Regionen, EU, UNESCO) . das bedeutet möglichen Verlust von nationalen Vorstellungen, aber umgekehrt die Möglichkeit, eigene Konzepte in eine internationale Medienordnung einzubringen
- e) Zunehmende Ökonomisierung der Medienwelt :
Überantwortung von Kulturbereichen an die Wirtschaft macht, daß der Staat immer weniger steuern kann. Er muß sich auf Regelungen beschränken (Initiativ- und Moderationsfunktion der politischen Administration in bezug auf Konkurrenten, Verbraucher, Marktanteile, Institutionen)

- f) Beihilfen zur Gründung von Akteurskooperationen zum systematischen Aufbau von Selbststeuerungskapazitäten im Medienbereich unter Sicherung politisch-administrativer Interventionsmöglichkeiten. Das demokratiekulturelle Ziel heißt. Das Problemlösungsmanagement möglichst den beteiligten zurückgeben, ihre Eigenaktivität zu stimulieren.

In diesem Sinne muß Medienpolitik aufhören Interessenspolitik zu sein (z.B. einer Partei) zu sein (Absicherung von Zugängen zu Medien, Einfluß auf Inhalte zugunsten von Personen oder Parteien)

Arkanpolitik (policy-Netzwerk) zu sein, die wenigen Stabsfunktionären vorbehalten ist (Medienpolitik als nicht öffentliche Politik) MP als Teilbereich der Gesellschaftspolitik oder als offene Gesellschaftspolitik hat immer noch wenig Chance.

4. Definition / Österreichbezug:

Medienpolitik ist ein offenes Handlungssystem, das vorrangig durch Kommunikation konstituiert wird und sich auf Massenmedien als Regelungsfeld bezieht. Die klassischen Regelungsfelder sind: Presse, Rundfunk und für die politische Kommunikation relevante Medien.

Pressepolitik: zunehmende Zurückhaltung des politisch administrativen Systems zugunsten von Selbstregulierung (z.B. Presserat, Problem: Das Fehlen wirksamer Steuerungsinstrumente bei Systemproblemen wie z.B. Pressekonzentration. Handlungen meist erst nach publizistischen Fehlleistungen)

Rundfunkpolitik: stark im Umbruch, neue Akteure: nationale und supranationale Rundfunkveranstalter, zunehmende Regelungskompetenzen der EU, von einem ursprünglich stark kulturell ausgerichteten Politikfeld zu einem wirtschaftlichen Politikfeld politische Administration übernimmt zunehmend initiierende, moderierende, innovative Funktion, Ressourcen für neue Technologien.

Literaturhinweis:

Hannes Haas / Wolfgang R. Langenbacher (Hg.): Medien- und Kommunikationspolitik. Wien (Braumüller) 2002

thomas.bauer@univie.ac.at / IPI / SEEMO Conference 10.12.02