

Europäische Union und mediale Öffentlichkeit

Theoretische Perspektiven und Befunde zur Rolle der Medien im europäischen Einigungsprozess

Bearbeitet von

Lutz Hagen, Edmund Lauf, Jochen Peter, Hans Kleinsteuber, Helmut Scherer, Patrick Donges, Hartmut Wessler, Martin Stock, Christoph O. Meyer, Barbara Thomass, Martha Kalantzi, Simone Vesper, Siegmund Schmidt, Jens Tenschler

1. Auflage 2004. Taschenbuch. 242 S. Paperback

ISBN 978 3 931606 50 3

Format (B x L): 14,2 x 21,3 cm

Gewicht: 348 g

[Weitere Fachgebiete > Medien, Kommunikation, Politik > Internationale Beziehungen](#)
[> Europäische Union, Europapolitik](#)

schnell und portofrei erhältlich bei

The logo for beck-shop.de features the text 'beck-shop.de' in a bold, red, sans-serif font. Above the 'i' in 'shop' are three red dots of increasing size. Below the main text, 'DIE FACHBUCHHANDLUNG' is written in a smaller, red, all-caps sans-serif font.

beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

Die Online-Fachbuchhandlung beck-shop.de ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.

Lutz M. Hagen (Hrsg.)

Europäische Union und mediale Öffentlichkeit

Theoretische Perspektiven und empirische Befunde
zur Rolle der Medien im
europäischen Einigungsprozess

Herbert von Halem Verlag

Bibliographische Information der deutschen Bibliothek

Die deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation
in der Deutschen Nationalbibliographie; detaillierte
bibliographische Daten sind im Internet über
<http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Lutz M. Hagen (Hrsg.):

Europäische Union und mediale Öffentlichkeit.

*Theoretische Perspektiven und empirische Befunde zur Rolle der Medien
im europäischen Einigungsprozess*

Köln : Halem, 2004

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung
und Verbreitung, sowie der Übersetzung, vorbehalten.
Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch
Photokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren)
ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert
oder unter Verwendung elektronischer Systeme
(inkl. Online-Netzwerken) gespeichert, verarbeitet,
vervielfältigt oder verbreitet werden.

© 2004 by Herbert von Halem Verlag, Köln

ISBN 3-931606-50-3

Den Herbert von Halem Verlag erreichen Sie auch im
Internet unter <http://www.halem-verlag.de>
E-Mail: info@halem-verlag.de

SATZ: Herbert von Halem Verlag

DRUCK: Bertelsmann Media, Pößneck

GESTALTUNG: Claudia Ott Grafischer Entwurf, Düsseldorf

Copyright Lexicon ©1992 by The Enschedé Font Foundry.

Lexicon® is a Registered Trademark of The Enschedé Font Foundry.

LUTZ M. HAGEN

Europäische Union und mediale Öffentlichkeit – ein Überblick über den Band

Der Euro ist seit dem 1. Januar 2002 das einzig gültige gesetzliche Zahlungsmittel in zwölf europäischen Ländern. Er markiert die jüngste Etappe der politischen und wirtschaftlichen Fusion Europas. Die nächsten Meilensteine sind bald erreicht: Eine gemeinschaftliche Verfassung steht zur Ratifizierung an; zehn designierte Mitgliedsstaaten erwarten die baldige Aufnahme in die Gemeinschaft. Die Union des politisch administrativen Systems in Europa ist weit fortgeschritten und die Nationalstaaten haben zunehmend Kompetenzen an die EU abgegeben, während der expandierende europäische Binnenmarkt die Herausbildung multinationaler Allianzen und Konzerne beschleunigt hat.

Mit dem enorm gewachsenen Einfluss der europäischen Politik scheint das Interesse des Volkes allerdings kaum mitzuhalten, im Gegenteil: Die Wahlbeteiligung bei Europawahlen ist europaweit gesunken und fiel in Deutschland zuletzt noch gut halb so hoch aus wie bei Bundestagswahlen. Zu fern erscheint vielen Bürgern die pan-europäische Verwaltung, zu gering ihre demokratische Legitimation.

Auf den Massenmedien ruhen große Hoffnungen, wonach sie Demokratiedefizite in der Europäischen Union beheben können. In ihrer öffentlichen Funktion, als vierte Gewalt sollen die Medien eine gemeinsame Identität unter EU-Bürgern stiften. Sie sollen durch hinlänglich breite und tiefe Information den transnationalen Diskurs erstehen lassen, die politische Kommunikation über Europa demokratisieren und die EU legitimieren helfen.

Tatsächlich fristet Europa aber als Kommunikationsgegenstand nach bisheriger Erkenntnis eher ein Schattendasein in den Medien, wird häu-

fig auf ökonomische Aspekte reduziert und auf die nationale Perspektive herunter gebrochen. Ein europaweiter, europabezogener politischer Diskurs wird oft angemahnt und findet doch nur schlaglichtartig statt, etwa aus Anlass des Kosovo-Krieges.

Der vorliegende Band beleuchtet die theoretischen Hintergründe von Annahmen und Wünschen hinsichtlich der Rolle der Medien bei der Schaffung europäischer politischer Öffentlichkeit.¹ Er geht des weiteren der Frage nach, wie die medial veröffentlichte Kommunikation über die Europäische Union und den europäischen Einigungsprozess faktisch ausfällt: ob sie den theoretisch mehr oder minder fundierten Ansprüchen genügt, welche Faktoren sie prägen und welche Wirkungen sie hat.

Mit der theoretischen Fundierung von Erwartungen an die Medien bei der Europäisierung nationaler Öffentlichkeiten befasst sich eingangs dieses Bandes HARTMUT WESSLER. Dazu untersucht er vor einem systemtheoretischen Hintergrund verschiedene Modelle der Struktur und der Funktionen von europäischer Öffentlichkeit auf ihre Stringenz, auf ihre Erkenntnispotenziale und Kompatibilität mit den Fakten. Weßler kommt zu einer Diagnose, die das Leistungsvermögen der Medien eher vorsichtig einschätzt und die er in drei Thesen zuspitzt. Erstens: »Europäische Öffentlichkeit gibt es nicht im Singular«. So scheint etwa die Hoffnung auf breitenwirksame gesamteuropäische Medienangebote in mittelfristiger Sicht ebenso unrealistisch wie die normative Zielvorgabe an die Medien, eine europaweite kulturelle Identität zu stiften. Zweitens: »Europäische Öffentlichkeit formiert sich im Prozess«. D.h. nationale Öffentlichkeiten werden gelegentlich durch Massenmedien vernetzt, wenn bestimmte Ereignisse und Akteure die Resonanzkriterien erfüllen. Dies wird umso eher der Fall sein, je stärker europarelevantes Geschehen der ausgeprägten Fixierung der Medien auf politische Kontroversen genügt. Entsprechend lautet die dritte These: »Europäische Öffentlichkeit lebt vom Konflikt«.

Ein in seiner Skepsis ähnliches Bild des Status quo zeichnet HANS J. KLEINSTEUBER, der Jürgen Habermas' Studie über den Strukturwandel

1 Der Band beruht im Wesentlichen auf Beiträgen zur Tagung *Europäische Union und europäische Öffentlichkeit*, die im Februar 2002 in Nürnberg stattfand – eine Veranstaltung der Fachgruppe »Kommunikation und Politik« der Deutschen Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft und des Arbeitskreises »Politik und Kommunikation« der Deutschen Vereinigung für Politische Wissenschaft.

der bürgerlichen Öffentlichkeit zum Ausgangspunkt nimmt. Er überprüft sie in ihren empirischen und normativen Aspekten darauf, ob sie heute noch Impulse zum Studium europäischer Öffentlichkeit zu geben vermag. Der Autor thematisiert daneben die transkulturelle Wissenschaftskommunikation in Europa am Beispiel der historischen Analyse durch Habermas, die jüngst im gesamteuropäischen wissenschaftlichen Diskurs eine Renaissance erfuhr, dabei in Deutschland aber vergleichsweise wenig beachtet wurde. Kleinsteuber entdeckt erstaunliche Parallelen zwischen der Situation ausgangs des 18. Jahrhunderts, als das europäische Bürgertum nationale Öffentlichkeit zu erkämpfen begann, und der jetzigen Entwicklungsphase des europäischen Projekts. Folglich ist sein Ausblick in die Zukunft vergleichsweise hoffnungsvoll und sieht die Grundlagen für eine effektive und kritische europäische Öffentlichkeit im Entstehen begriffen. Den derzeitigen Mangel an funktionierender Öffentlichkeit führt Kleinsteuber im Wesentlichen auf zwei Faktoren zurück: Die auf europäischer Ebene »dominierende privat-kommerzielle Medienlandschaft« und das Verhalten der EG/EU, die »jahrelang inaktiv blieb«, später durch »Öffentlichkeitsarbeit in top down-Manier« die Europäer anzusprechen suchte. Beide Aspekte werden in den folgenden Beiträgen aufgegriffen.

Um zu klären, welche Funktionen Public Service Broadcasting für eine europäische Öffentlichkeit erfüllen kann, diskutiert BARBARA THOMAS Sinn und Merkmale eines normativen Modells von Öffentlichkeit. Das Ergebnis besteht in einem Plädoyer für die Erhaltung eines dualen Rundfunksystems mit starkem öffentlichen Sektor.

PATRICK DONGES zeichnet die Rolle der Europäischen Union und ihrer einzelnen Akteure im Feld der Rundfunkpolitik nach. Dabei kommt er zu dem Schluss, dass die EU als zunehmend wichtiger Steuerungsakteur auftritt, allerdings selten direkt durch konkrete Entscheidungen bzw. Ordnungspolitik wirkt, sondern durch die »Konstitution von rundfunkpolitischen Arenen«. Daher will sie auch in die theoretischen Vorstellungen von Medienpolitik nicht recht passen, die bisher auf nationalstaatlicher Ebene entwickelt wurden. Die Politik- und die Kommunikationswissenschaft müssten dementsprechend ihre analytischen Begrifflichkeiten überdenken und weg von einem statischen Begriff, hin zu einem dynamischen Begriff von Rundfunkpolitik kommen.

Aus rechtlicher Sicht wird die Rundfunkpolitik der EU schließlich im Beitrag von MARTIN STOCK beleuchtet, der sich mit der Kodifizierung von Medienfreiheit als Grundrecht durch den Verfassungskonvent der

Europäischen Union befasst. Die wechselvolle Entwicklung wird geschildert, die die EU-Medienfreiheit bereits durchlaufen hat, obwohl sie noch nicht rechtsverbindlich ist. Ursprünglich war ihre explizite Formulierung im Konvent noch nicht einmal vorgesehen, sie wäre dann lediglich implizit aus der Meinungsfreiheit abzuleiten gewesen. Ihre vermutlich endgültige Formulierung im Artikel 11 der EU-Grundrechtecharta ist ein Kompromiss und lautet: »Die Freiheit der Medien und ihre Pluralität werden geachtet«. Diese Formulierung geht nicht so weit, wie etwa die im nationalen deutschen Recht verankerte Medienfreiheit und eröffnet einen breiten Deutungsspielraum. Wobei Stock argumentiert, dass sich eine von Teilen der deutschen Medienwirtschaft und deutschen Bundesländern verfochtene restriktive Lesart durchsetzen wird. Er arbeitet die Gefahren heraus, die die schwache Ausgestaltung des Grundrechts der Medienfreiheit für die Entwicklung einer öffentlichen Sphäre im europäischen Maßstab birgt und entwickelt Vorschläge zur Präzisierung und Weiterentwicklung des betreffenden Artikels 11 der EU-Charta.

Mit der Politikvermittlung durch den Ministerrat der Europäischen Union befasst sich CHRISTOPH O. MEYER und verdeutlicht dabei, warum es den Medien in diesem Fall schwer fällt, ihrer Kritik- und Kontrollfunktion nachzukommen. Auf Seiten der Politik macht Meyer die gewollt intransparente Arbeit des Ministerrats als eine zentrale Ursache aus. Aufseiten der Medien stellt er fest, dass vor allem zwei Faktoren entscheidend sind: mangelnde Ressourcen für die europapolitische Berichterstattung durch das Brüsseler Pressecorps und eine unzureichende Vernetzung des Journalismus über Ländergrenzen hinweg.

Darin mag man auch eine Ursache für den Befund von JOCHEN PETER sehen, wonach die Beachtung der EU in der alltäglichen Medienberichterstattung aus fünf europäischen Ländern anteilmäßig sehr gering ausfällt. Peter repliziert damit Ergebnisse anderer Studien, wobei seine Untersuchung auf relativ breiter internationaler Basis erstmals Gültigkeit für die bislang eher spärlich beleuchtete Routineberichterstattung in den täglichen Fernsehnachrichten beanspruchen kann. Ferner werden oben erwähnte theoretische Folgerungen aus anderen Beiträgen dieses Bandes dahingehend bestätigt, dass die Berichterstattung auf negatives Geschehen fokussiert und dabei thematisch recht homogen ausfällt – auch im Ländervergleich.

Ein weiterer Fokus der Berichterstattung über die Europäische Union liegt erwartungsgemäß auf Personen, und zwar auf solchen, die die

EU repräsentieren. Sie, und nicht etwa nationale Politiker, dominieren als Akteure in den Hauptabendnachrichten der reichweitenstärksten Sender aus dreizehn EU-Mitgliedsstaaten über die Europawahl, die EDMUND LAUF und JOCHEN PETER inhaltsanalytisch untersuchen. Diese Untersuchung findet ferner keine eindeutigen Hinweise darauf, dass eine zunehmende Privatisierung des Mediensystems zu einer geringeren Aufmerksamkeit für die EU führen würde. Zumindest anhand dieses quantitativen Indikators lassen sich also Befürchtungen nicht bestätigen, die in den theoretischen Beiträgen geäußert wurden. In anderer Hinsicht zeigen sich deutliche Unterschiede zwischen den Ländern. So erfahren offenbar die Repräsentanten der EU umso mehr Beachtung, je stärker Kritiker der EU in der aktiven politischen Öffentlichkeit des betreffenden Landes präsent sind und je höher der Neuigkeitswert der EU ist – gemessen an der Dauer, seit der ein Land Mitglied der EU ist.

Nationale Unterschiede in der Beachtung und der Darstellung der EU stehen auch im Zentrum des Beitrages von MARTHA KALANTZI. Sie vergleicht die Zeitungsberichterstattung aus Deutschland und aus Griechenland. Dies erscheint wegen des sehr unterschiedlichen Status beider Nationen interessant, die jeweils relativ typisch für eine bestimmte Gruppe von EU-Mitgliedsländern sind. So variiert die Informationsdichte in Nachrichten über Europa als Folge der unterschiedlichen ökonomischen Ressourcen, über die die Zeitungen aus beiden Ländern verfügen. Allerdings zeigen sich zwischen beiden, so unterschiedlichen Ländern auch erhebliche Gemeinsamkeiten der Berichterstattung. Sie bestehen zum Beispiel im starken Einfluss, den die geopolitische, wirtschaftliche und kulturelle Nähe eines Landes auf seine Präsenz in den Zeitungen des Erscheinungslands ausübt.

Der letzte inhaltsanalytisch orientierte Beitrag, von HELMUT SCHERER und SIMONE VESPER, liefert starke Belege für die These Weißlers, wonach europäische Öffentlichkeit vor allem durch die ereignisbezogene Vernetzung nationaler Öffentlichkeiten in den Massenmedien entsteht. Das zeigt die Entwicklung der Häufigkeit und der Verweisstrukturen von europäischen Pressestimmen in deutschen Qualitätszeitungen im Zeitraum zwischen 1994 und 2000, die durch Scherer und Vesper erhoben wurde. In diesem Zeitraum haben nämlich die Zitate ausländischer europäischer Medien stark zugenommen. Sie wurden immer mehr zum Standardinstrument der Auslandsberichterstattung. Der Wandel der geopolitischen Verteilung der Zitate deutet darauf hin, dass sie auch durch

die Einführung des Euros stimuliert wurden. Wie sich weiter feststellen lässt, nehmen ausländische Pressestimmen in der medial vermittelten Öffentlichkeit nicht nur mehr Raum ein, sie werden auch zunehmend differenzierter: Die thematische Vielfalt der Zitate wuchs im Untersuchungszeitraum und ihre Referenzstruktur wurde komplizierter.

Auch der abschließende Beitrag von JENS TENSCHER und SIEGMAR SCHMIDT verdeutlicht noch einmal die zentrale Rolle, die den Medien bei der Herstellung von europäischer Öffentlichkeit zukommt. In diesem Beitrag wird das allgemeine und europaspezifische Mediennutzungsverhalten von Befragten aus der Grenzregion Südpfalz erhoben und neben anderen Faktoren zur Erklärung der Europa-Affinität herangezogen. Entgegen den Erwartungen der Autoren erweisen sich direkte transkulturelle Erfahrungen mit französischen Nachbarn für die Südpfälzer nicht als wesentlicher Faktor, der das Ausmaß der Folgebereitschaft gegenüber dem Projekt ›Europa‹ prägen würde. Dies trifft vielmehr auf die Intensität zu, mit der die Befragten die Berichterstattung über die Europäische Union in den Medien wahrgenommen haben: Sie wirkt sich positiv auf die Unterstützung konkreter Einigungsmaßnahmen und Integrationschritte aus.