

Zu den Herausforderungen
des Wandels
von Medien, politischer
Kommunikation und Kultur

Neue Medienpolitik für neue Medien

Robert Grünewald

Einen tief greifenden Wandel der Medienkultur konnte man im vergangenen Jahr bei der Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft in Bremen registrieren. In den über dreißig Panels ging es vor allem um das Vordringen des Internets in den Medienalltag der Bürger und das damit verbundene veränderte Medienverhalten, aber auch die veränderte Basis im Verhältnis von Politik und Medien wurde ausführlich diskutiert. Die zunehmende Bedeutung politischer Öffentlichkeit im Netz und die aufseiten der Politik zu registrierende größere und ständig wachsende Bedeutungszumessung für die Medien waren weitere Themen. Sie werden künftig eine große Rolle spielen, wenn man danach fragt, wie der Wandel der Medienkultur die Politik verändert hat und weiter verändern wird. Dies zeigt auch die Tatsache, dass die diesjährige Tagung der Gesellschaft noch einen Schritt weiter geht und fragt, wie die Medienentwicklungen die Kommunikation in der Gesellschaft verändern.

Die bei Weitem gravierendste Veränderung ist allerdings bereits darin zu sehen, dass sich das Internet als Informationsmedium durchgesetzt hat, wenn auch nennenswert zunächst nur in der jüngeren Generation. Nach der Allensbacher Computer- und Technikanalyse 2004 bis 2009 hat sich in den letzten fünf Jahren in der Altersgruppe der 20- bis 40-Jährigen der Anteil derer von zwanzig auf über vierzig Prozent verdoppelt, die angaben, das Internet als wichtigstes Infor-

mationsmedium zu nutzen. Zwar rangiert das Fernsehen mit 71 Prozent immer noch an erster Stelle, aber zumindest die Zeitungen landen mit 39 Prozent bereits hinter dem Informationsbezug aus dem Netz. Allerdings muss man dabei berücksichtigen, dass auch im Internet Zeitung gelesen wird und Rundfunkempfang möglich ist. Dennoch wird so ein Medienutzungswandel angezeigt, der sich in sinkenden Auflagenzahlen der Zeitungen und zurück gehenden Einschaltquoten bei Hörfunk und Fernsehen niederschlägt. Es wäre vermessen zu ignorieren, dass diese Entwicklung nicht auch Folgen für Demokratie, politische Kultur und Partizipation in unserem Gemeinwesen hat. Zu analysieren ist vor allem, ob der Wandel der Medienkultur nicht auch mit einem Wertewandel einhergeht, worin dieser Wertewandel besteht und welche Konsequenzen sich daraus für die gesellschaftliche Kommunikation ergeben. Nicht zuletzt muss danach gefragt werden, ob nicht auch die Politik gefordert ist, den sich daraus ergebenden Handlungsbedarf zu identifizieren und gegebenenfalls zu reagieren.

Wie jede Medieninnovation bisher geht auch der kommunikative Durchbruch des Internets mit Sorgen einher, die man zusammenfassend als Furcht vor einem gesellschaftlichen Werteverfall charakterisieren kann. Allerdings lehrt der Blick in die Geschichte der Medieninnovationen, dass diese Befürchtungen immer auch politische und ethische Instanzen auf den Plan gerufen haben, die

einer solchen Entwicklung des Werteverfalls entgegen gewirkt haben. Auch unser Rechtssystem ist eine solche Instanz, die letztlich ethisch fundiert ist. Dies deshalb, weil sie auf einer Verfassung beruht, die wiederum von ethischen Voraussetzungen lebt, die sie selbst nicht geschaffen hat. Daher ist durchaus auch das Rechtssystem durch den von vielen befürchteten Werteverfall herausgefordert. Im Falle der Medien geht es dabei um die Medienregulierung, die schon eine Reihe von wertebezogenen Schutzzäunen errichtet hat, wie etwa der Blick auf die umfassende Regulierung beim Jugendmedienschutz zeigt. Doch wo zeigen sich überhaupt die behaupteten gravierenden Änderungen und Verschiebungen, und ist tatsächlich überall und an jeder Stelle medienpolitischer Handlungsbedarf festzustellen?

Mediengesetzgebung auch für das Internet

Zunächst muss eingeräumt werden, dass die Politik bislang nur einen sehr begrenzten Reaktions- und Handlungsspielraum hat, da das Internet sich der politischen Medienregulierung durch den Gesetzgeber – in Deutschland die Bundesländer – weitgehend entzieht, da es als nichtlineares Medium nicht als publizistisch relevant betrachtet wird. Allenfalls dem Bund stehen zum Beispiel im Informations- und Kommunikationsdienstegesetz (IuKDG) begrenzte Regulierungsmöglichkeiten zur Verfügung. Damit stellt sich die Frage, ob es nicht an der Zeit ist, auch medienpolitisch umzudenken und zumindest bei den neuen Medien dem Bund ein Mitwirkungsrecht bei der Frage der medienrechtlichen Regulierung einzuräumen und die Mediengesetzgebung von den klassischen Medien auf das Internet auszudehnen. Die Europäische Union betrachtet die Medien insgesamt längst als einheitliche „Regulierungsmasse“, wie der Blick auf die

jüngst in Kraft getretene Richtlinie für audiovisuelle Medien zeigt. Den Mitgliedsländern werden allerdings eigene Regulierungen im Detail zugestanden. Es wäre wünschenswert, dass der zugestandene Handlungsspielraum in Deutschland entsprechend genutzt wird. Dies wäre insofern angemessen, als sich mit dem diagnostizierten Medienwandel auch der politische Kommunikationsrahmen verändert hat. Dafür gibt es eine Reihe von Indizien.

Allein mit Blick auf das intramediäre Konkurrenzverhältnis der Medien untereinander hat es in der jüngsten Vergangenheit gravierende Verschiebungen gegeben. Es ist nicht zu übersehen, dass klassische Tageszeitungen immer mehr der Konkurrenz durch web-basierte Medien ausgesetzt sind, wie Beispiele nicht nur in Deutschland, sondern auch im Ausland zeigen. So sieht sich die renommierte *Washington Post* einem zunehmenden Konkurrenzdruck durch ein Internetportal ausgesetzt, das durch ehemalige Redakteure der Zeitung gegründet wurde und durch mehrmals wöchentlich erscheinende Printausgaben mit Anzeigen und Werbung ergänzt wird. Das neue Medium hat sich zur Aufgabe gemacht, den Washingtoner Regierungsalltag bis in die letzten Ecken auszuleuchten, und trifft damit in der Hauptstadt den Nerv der Leser, vor allem in der politischen Klasse. Vor allem aber zeigen sich immer mehr Interessengruppen, die mit Anzeigenkampagnen Einfluss auf die politische Elite in Washington nehmen wollen, was dem neuen Medium einen ungeahnten Wettbewerbsvorteil verschafft. Das Beispiel zeigt, dass man von der klassischen Aufteilung nach Mediengattungen nicht mehr ausgehen kann. Dies sollte und muss auch Folgen für die Medienregulierung haben. Denn es kann nicht sein, dass Mediengesetze nur für die gedruckte Form bestimmter Medieninhalte gelten, die Internetausgabe dagegen

von der Gesetzgebung unberührt bleibt. Dies würde web-basierten Medien in Deutschland einen beträchtlichen Wettbewerbsvorteil verschaffen, wenn sie den Restriktionen der klassischen Medienregulierung nicht unterlägen.

Schon haben die unterschiedlichen Regulierungstiefen zwischen neuen und klassischen Medien auch in Deutschland bereits zu tiefen Verwerfungen geführt, die dauerhaft nicht hingenommen werden können, weil sie den politischen Kommunikationsrahmen nachhaltig beschädigen.

Konflikte weichen ins Netz aus

So kann hierzulande zunehmend ein Ausweichen publizistischer Inhalte ins Netz dort registriert werden, wo Journalisten Gesetzgebung, Regulierung und vor allem Sanktionen durch den publizistischen Arbeitgeber umgehen wollen. Auf der Internetseite „Wir in NRW“ etwa schreiben Journalisten kritische Texte über die Politik in Nordrhein-Westfalen, dies allerdings jeweils unter einem Pseudonym, das die wahre Identität des Autors verdeckt. Es handelt sich dabei um Redakteure angesehener Tageszeitungen und des Rundfunks. Sie weichen mit ihren Texten in das Internet aus, weil sie diese in ihrer Zeitung oder Rundfunkberichterstattung offensichtlich nicht publizieren können. Letztendlich gehen sie damit publizistischen und politischen Konflikten aus dem Weg, auf die aber eine moderne Gesellschaft in der Demokratie nicht verzichten kann, wenn sie sich weiterentwickeln will. Auch die Medienpolitik kann dies nicht unberührt lassen, denn mit der Publikation im Netz entzieht sich die Berichterstattung jeglicher medienrechtlicher Relevanz. Gegendarstellungen können zum Beispiel nicht verlangt werden, und auch sonst gelten medienrechtliche Vorschriften nur in sehr eingeschränktem Maße. Von der Umgehung des Medienrechts bis zur nachhaltigen Beschädigung

journalistischer Berufsnormen dürfte der Weg allerdings nicht mehr weit sein. Ob dieser Wandel der Medien- und Journalismuskultur allerdings noch konstitutiv für ein demokratisches Gemeinwesen ist, bleibt dahingestellt.

Gleichförmigkeit der Informationsbeschaffung

Ein weiteres Indiz für einen tief greifenden Wandel der Journalismuskultur durch den Einfluss des Web ist die zunehmende Konsonanz der Meinungen. Während früher die journalistische Recherche noch vergleichsweise mühsam war, zumindest zeitaufwendig und mit der Überwindung von Zutrittsbarrieren verbunden, genügt heute der Klick ins Netz, um sich alle aktuellen und relevanten Informationen zu beschaffen. Parteien und Fraktionen etwa veröffentlichen ihre Positionen zu bestimmten politischen Fragen auf ihren Webseiten, und am nächsten Tag kann man diese nochmals in der Presse in verkürzter Form nachlesen. Dieser Verteilmechanismus befördert geradezu eine Gleichförmigkeit der Informationsbeschaffung und damit der journalistischen Arbeitsweisen. Wenn aber Arbeitstechniken und Auswahlregeln der Journalisten übereinstimmen, kommt eine Konsonanz der Berichterstattung zustande, die auf das Publikum wie eine Bestätigung wirkt (Elisabeth Noelle-Neumann, *Die Schweigespirale*). Weil alle es so machen, verbreitert sich der journalistische Mainstream auch meinungsmäßig: Alle Medien sind heute für etwas, um wenig später fast ohne Ausnahme gegen die gleiche Sache zu sein. Zu beobachten war dies zuletzt beim sogenannten Konjunkturpaket, das in seinen ersten beiden Teilen zunächst fast einhellige Zustimmung fand, in seinem dritten Teil, dem Wachstumsbeschleunigungsgesetz, dagegen fast unisono abgelehnt wurde. Auf die Spitze getrieben wird die Gleichförmigkeit der Medienkritik dabei durch

die Konzentration auf eine steuerrechtliche Marginalie, nämlich die Absenkung des Mehrwertsteuersatzes für Hotelübernachtungen. Das Netz erleichtert zweifellos die journalistische Informationsbeschaffung und Recherche; weil es aber alle mit demselben beliefert, ebnet es individuelle Positionierung und Meinungsvielfalt im Journalismus ein.

„Subjektive Mediatisierung“ der Politik

Die Wucht konsonanter politischer Stimmungswechsel ist es auch, die einen Kulturwandel der politischen Kommunikation anzeigt. Unter dieser Überschrift berichteten die Düsseldorfer Medienwissenschaftler Gerhard Vowe und Marco Dohle in einer Studie, der eine Befragung von politischen Akteuren zugrunde liegt, dass bei Politikern mittlerweile eine grundlegend veränderte Sichtweise der Medien vorherrsche. Den Medien werde von der Politik deutlich mehr Macht zugeordnet als früher. Vor allem aber werde den Medien neuerdings ein deutlich größerer politischer Einfluss zugeschrieben als den Bürgern – mit wachsender Tendenz. Die Orientierung der Politik an der Medienlogik – so muss man hinzufügen – wird durch das Internet gefördert, weil dort die Berichterstattung sozusagen schon vorgeprägt ist und einen beschleunigten Journalismus ermöglicht. Das Internet diktiert sozusagen Takt und Tempo der Medien und der politischen Kommunikation. Während die Politik früher auf eine Tagesschau-Meldung reagiert hat, so reagiert sie heute auf die Meldung in einer Internet-Veröffentlichung, so dass die Reaktion bereits in der Tagesschau präsentiert werden kann. Diese Anpassung an die Medienlogik nennen Vowe und Dohle „subjektive Mediatisierung“ der Politik. Damit soll offensichtlich angedeutet werden soll, dass die Anpassungsleistung von der Politik ausgeht, weil sie mit der subjektiven Wahrnehmung

der Politiker korrespondiert. Je höher aber der Einfluss der Medien eingeschätzt wird, so die beiden Medienforscher, desto negativer wird er auch beurteilt. Man muss kein hellseherischer Prophet sein, um zu dem Ergebnis zu kommen, dass bei weiterer Beschleunigung dieses Prozesses das Verhältnis von Medien und Politik möglicherweise irreparablen Schaden erleiden wird. Auch hier zeichnet sich schon jetzt medienpolitischer Handlungsbedarf ab, auch wenn zunächst weitere wissenschaftliche Analyse vonnöten ist.

Die Piratenpartei

Einen mit Händen greifbaren internet-basierten Wandel der politischen Kommunikation konnte man auch bei der letzten Bundestagswahl registrieren. Mit zwei Prozent der Zweitstimmen auf Anhieb errang eine Partei ein eindrucksvolles Ergebnis, die sich erst drei Jahre zuvor gegründet hatte – aus Mitgliedern, die sich im Netz kennengelernt hatten. Auch der Bundestagswahlkampf der „Piratenpartei“ fand fast ausschließlich im Netz statt. In einem Hamburger Stadtteil kam die Partei schließlich auf über zehn Prozent der Wählerstimmen. Nun sind Parteitage über das Virtuelle hinaus avisiert, jedoch findet die Kommunikation zwischen Partei und Anhängern weiterhin fast ausschließlich im Netz statt. In den Internet-Debatten werden ebenfalls die Beiträge von Nichtmitgliedern berücksichtigt. Der Politikwissenschaftler Karl-Rudolf Korte bescheinigt den „Piraten“ daher ein hohes Maß an innerparteilicher Demokratie, mit dem diese den etablierten Parteien ein großes Stück voraus seien. Dass mittlerweile nicht nur das Gründungsthema der Partei, die Netzpolitik, diskutiert wird, sondern auch Debatten über Sozial- oder Außenpolitik geführt werden und diese Themen in ein noch zu beschließendes Parteiprogramm aufgenommen werden sollen, dokumentieren den Fortschritt der

„Internet-Partei“ auf dem Weg zu einem etablierteren Status der Parteiwerdung. Die Mitgliederzahl, die nach eigenen Angaben mittlerweile die 10000er-Marke überschritten hat, ist ein weiterer Beleg dafür. Allerdings dürfte zumindest auf mittlere Sicht die Netzpolitik, wie weiland bei den Grünen die Umweltpolitik, die Hauptantriebsfeder bleiben, womit die „Piratenpartei“ trotz aller Fortschritte über den Status einer Ein-Themen-Partei nicht hinauskäme. Ihr Thema, die Netzpolitik und hier neben dem Datenschutz vor allem die Abschaffung des Urheberrechts, birgt allerdings gesellschaftsverändernden Sprengstoff. Ihre Forderungen, würden sie heute umgesetzt, bedeuteten das Ende der Arbeit von Verlagen, Autoren und Künstlern. Und niemand zweifelt daran, dass die größte „Volkspartei im Internet“ (Handelsblatt) ihre Forderungen auch wahr machen würde, wenn sich politische Mehrheiten dafür finden ließen.

Veränderung der politischen Kultur

Dass die Veränderung der Gesellschaft vom Netz ausgeht, scheint unbestritten. Sie ist jedoch nur die eine Seite der Medaille. „Um politisch aktiv zu sein, dafür muss sich heute niemand mehr aus seinem Haus bewegen.“ Der Politikwissenschaftler Christoph Bieber deutet damit eine Veränderung der politischen Kultur an, die mit der Gesellschaftsveränderung einhergeht. Politische Kultur wird immer noch verstanden als die Orientierung politischen Handelns an Meinungen, Einstellungen und Werten von Menschen, die in der Summe die Bevölkerung einer Gesellschaft beziehungsweise eines Staates bilden. Dazu gehört auch die politische Sozialisation in der Familie, in Schulen, Parteien, Peergroups und Medien sowie Demokratiezufriedenheit, politische Beteiligung und das Vertrauen in die politischen Institutionen. Wenn nun wichtige Kulturationsprozesse wie politische

Sozialisation und Partizipation einer ganzen Generation oder digitalen Klasse sich weitgehend nur noch in einem Teilbereich wie dem Internet vollziehen und sich dort konzentrieren, so bedeutet dies in der Tat einen gravierenden Wandel der politischen Kultur: Sozialisationsorte wie Familie, Schulen und Vereine verlieren damit an Bedeutung. Allerdings: Politische Partizipation wird in der Summe nicht geringer, sie ändert sich nur und verändert dabei die Politik. Darin besteht eine latente Gefahr auch für die politische Kommunikation, dass sie ihre Adressaten zu verlieren droht, wenn sie auf diese Veränderung durch Veränderung ihrer selbst nicht reagiert. Da aber auch die Medienlogiken von der politischen Kommunikation einkalkuliert werden und somit Bestandteil der politischen Kultur sind, bietet der Veränderungsprozess neben den eingangs erwähnten Risiken eines beschleunigten Journalismus auch große Chancen für die politische Kultur. Denn als nicht lineares Medium bietet das Netz dem Nutzer die Chance zur Vertiefung von Information und Wissen – anders als das flüchtige Medium Fernsehen, das politische Inhalte nur selektiv und verkürzt vermittelt. Dies anzuerkennen bedeutet aber auch, dass die Politik das Internet nicht mehr nur als Verteilnetz sieht, sondern auch in seiner publizistischen Bedeutung begreift und in die Medienregulierung mit einbezieht. Die zunehmende Konvergenz von klassischen Medien und Netzmedien und der fortschreitende Medienwandel wird dies über kurz oder lang ohnehin erforderlich machen. Hinzu kommt der politische Einfluss der Netzöffentlichkeit, die zurzeit noch als Parallelphänomen auftritt, im Zuge der technischen Medienkonvergenz aber über kurz oder lang mit der klassischen Medienöffentlichkeit emulgieren und von dieser nicht mehr zu trennen sein wird.

Darauf setzen in erster Linie auch die Fernsehanstalten, bei denen vor allem die

öffentlich-rechtlichen diese Entwicklung für sich nutzen, indem ihnen nichts anderes einfällt als die Expansion ins Netz und das Vordringen in neue technische Empfangswelten wie iPhone und Mobilfunk, die für den Rundfunkempfang eigentlich nicht entwickelt wurden. Auch wenn dies mit dem EU-Recht und dem Rundfunkstaatsvertrag vereinbar sein mag, so zeigt sich hier doch ein gewisser medienpolitischer Überprüfungsbedarf, denn den Medienwandel machen sich mit ARD und ZDF gerade diejenigen zunutze, die ihn sich aufgrund ihrer Gebührenalimentierung leisten können. Der Medienwandel darf jedoch nicht dazu führen, dass er am Ende eine Zweiklassengesellschaft unter den Anbietern begünstigt. Wie weit der Prozess der Rundfunkausbreitung ins Netz bereits fortgeschritten ist, darauf macht eine Studie der Medienwissenschaftlerin Joan Kristin Bleicher aufmerksam. Sie spricht von einer zunehmenden Hybridisierung der Rundfunkangebote im Netz und belegt dies vor allem mit der Ablösung der klassischen Programmmodelle durch Navigationsmodelle im Internetfernsehen. Dabei kommt es in steigendem Maße zu nutzergenerierten Programminhalten, sodass sich mit herkömmlichen Unterscheidungskriterien gar nicht mehr bestimmen lässt, ob es sich noch um Rundfunk (Broad-) oder Einzelmeinung (Microcasting) handelt. So gerät der Rundfunk insgesamt in den Grenzbereich seiner demokratischen Legitimation, denn ein Jedermannrecht zur Programmveranstaltung ist in den geltenden Mediengesetzen ausdrücklich ausgeschlossen. Möglich ist dies bislang nur, weil es sich um ein Phänomen handelt, das in einem unregulierten, weil dem Rundfunk nicht zugerechneten Bereich auftritt.

Verantwortung zur Regulierung

Allerdings ist es vor allem die oben skizzierte Abwanderung des Journalismus

aus dem regulierten in den unregulierten Bereich, die deutlich macht: Die Medienpolitik darf sich nicht ihrer Verantwortung zur Regulierung entziehen. Der Bundesinnenminister hat versichert, der Staat garantiere auch die Freiheit des Internets. Nicht nur, weil er dies auch als Verfassungsminister gesagt hat, sondern weil es sich um eine Garantie handelt, die derjenigen des Artikel 5 des Grundgesetzes gleich kommt, ist es notwendig, den damit verbundenen Gesetzgebungsvorbehalt mit Leben zu erfüllen. Die Schutzgarantie der Verfassung für Presse, Hörfunk und Fernsehen sollte auf das Internet ausgeweitet werden – bei allen politischen und kompetenzrechtlichen Konsequenzen, die ein solches Unterfangen auslösen würde. Die CDU/CSU-Bundestagsfraktion hat beschlossen, eine Enquete-Kommission zu beantragen, die aufzeigen soll, wie Internet und Digitalisierung das gesellschaftliche Leben verändern und welche politischen Konsequenzen daraus zu ziehen sind. In der Begründung heißt es, dass es sich beim Internet nicht mehr nur um eine technische Plattform handelt, sondern wie bei den klassischen Medien um einen integralen Bestandteil des Lebens der Menschen. Der Untersuchungsauftrag zielt unter anderem auf Erkenntnisse zur Medienverantwortung, zur Medien- und Meinungsvielfalt, zu Wettbewerb und Marktsituation, Jugendschutz sowie Persönlichkeitsschutz und weitere Regelungsbereiche, wie sie aus der bisherigen Mediengesetzgebung bekannt sind. Bis zur Umsetzung der Erkenntnisse von Enquete-Kommissionen ist es erfahrungsgemäß zwar meist ein weiter Weg, aber dennoch handelt es sich um einen wichtigen Schritt in die richtige Richtung, um für den Medienwandel den notwendigen medienpolitischen Ordnungsrahmen zu schaffen und eine neue Phase der Medienpolitik einzuläuten.