

Die Herstellung der Wirtschaftsmeinung durch die Medien¹

Frédéric Lebaron

Die Repräsentation(en) der Wirtschaft, wie sie von den Medien produziert oder verbreitet wird (werden), ist (sind) integraler Bestandteil des normalen Funktionierens der Wirtschaft. Zunächst einmal, selbstverständlich, weil die Fernsehketten und Zeitungen das Eigentum von wirtschaftlichen Akteuren (einschließlich des Staates) sind, aber vor allem weil die Sichtweisen auf das Wirtschaftsleben Grundlagen für Erwartungen, geistige Dispositionen und Entscheidungen sind, die das Wirtschaftsleben ausmachen. Derzeit kann man diesbezüglich an die mehr oder weniger fatalistischen oder resignierten Einschätzungen der kapitalistischen Wirtschaft, der Entlassungen usw. denken, aber auch an das ideologische Bombardement in Krisenperioden, wie etwa im Dezember 1995.²

In sehr schematischer Weise unterscheide ich vier Formen, in denen die Medien zur Herstellung der Wirtschaftsmeinung beitragen.

Die erste besteht in der Naturalisierung der geltenden Wirtschaftsordnung. Sie geschieht vor allem durch die Verbreitung eines sehr kohärenten Systems von Gegensatzpaaren, das eine Art Episteme oder, wenn man so will, Elementarformen der herrschenden Ideologie definiert. Die grundlegendsten Gegensatzpaare sind einfach und deutlich polarisiert: mobil/immobil, offen/geschlossen, modern/überholt... Das Funktionsprinzip dieser Gegensatzpaare besteht darin, sie zu kombinieren und sie in verschiedenen sprachlichen Formen auf alle Arten von sozio-ökonomischen Phänomenen anzuwenden. Die Ablehnung von privaten Pensionsfonds gilt als »bornierte« Haltung (defensiv, und daher sowohl unbeweglich als auch überholt: »Schaut, selbst die deutschen Gewerkschaften bewegen sich!«). Die Zurückweisung der »Globalisierung« (mit dem Sub-Text von Freihandel und Liberalismus) gilt sowohl als Ergebnis von »Borniertheit« wie auch als Haltung einer Schließung (gegenüber dem Anderen, der Welt usw.). Damit diese Gegensatzpaarsysteme wirksam sind, müssen sie ziemlich »tief«gehende unbewusste gesellschaftliche Dispositionen (re-)aktivieren: die Hochschätzung der Zukunft, also der Jugend, die Abqualifizierung des Konservatismus usw. Es handelt sich um demagogische Gegensatzpaare in dem Sinne, dass sie vorher bestehenden Dispositionen schmeicheln, vor allem bei den Achtundsechzigern, den Jungen usw. (Liberal-Libertäre vereinen alle guten Eigenschaften). Ihr Effekt ist die a priori Abqualifizierung jeder Form der Infragestellung der Wirtschaftsordnung als »altmodisch«, »Verteidigung von Privilegien« usw. (Die Kritik geht davon aus, Diskursen und Akteuren, die a priori als suspekt gelten, Legitimität und Glaubwürdigkeit zu verleihen.)

Die zweite Form des Beitrages zur Herstellung der Wirtschaftsmeinung ist nicht so unmittelbar sichtbar, dafür aber vielleicht wirksamer, da schwieriger zu kritisieren. Ich nenne dies das Aufzwingen einer Sichtweise. Offensichtlich gibt es davon eine vulgäre, sogar ziemlich verbreitete Form, die darin besteht, dass ein/e Journa-

listIn explizit für eine/n bestimmte/n AkteurIn, meist die Unternehmen oder die Regierung, die eine liberale Wirtschaftspolitik verfolgt, Partei ergreift (vor allem die angepassten LeitartiklerInnen, die RedakteurInnen, die »KommentatorInnen« geben der vorherrschenden Rationalität Kredit). Im Allgemeinen geschieht das Aufzwingen einer Sichtweise subtiler. Es erfolgt vor allem über die Entwicklung wirtschaftlicher Rubriken, die implizit die Sichtweise bestimmter Akteure übernehmen. Die Entwicklung von Finanzmarktseiten (ein Ergebnis von Kämpfen innerhalb des journalistischen Feldes) kann nicht direkt dem Beziehen einer ideologischen Position zugeschrieben werden, aber sie trägt dazu bei, dass der Blickwinkel der AktionärInnen im journalistischen Feld legitimiert wird und eine immer stärkere Präsenz erhält. Sie ist Teil einer Art geistigen Finanzialisierung: Indem er sich universalisiert, wird der Blickwinkel der AktionärInnen eine legitime Wirtschaftsmeinung. Wenn man es erreicht, die Legitimität der Aktionärssichtweise durchzusetzen und man diese auf die Suche nach Höchstprofit in kurzer Zeit einschränkt, so hat dies zahlreiche Konsequenzen. Es gibt das reale Beispiel einer Wirtschaftsstudentin, die als ersten »rationalen« Reflex auf die Bekanntgabe von Entlassungen bei Danone daran denkt, Aktien des Unternehmens zu kaufen. Im Grunde geht es darum, einen rationalen Homo oeconomicus durch ein mediales Aufzwingen zu schaffen.

Die dritte Form des Beitrags zur Herstellung wirtschaftlicher Meinung erfolgt durch die Entwicklung des »Wirtschaftsjournalismus«, verstanden als journalistischer Spezialberuf (ein Effekt der Professionalisierung und Disqualifizierung der Ideologie). Der »Wirtschaftsjournalismus« tendiert dazu, die Sichtweise der dominanten wirtschaftlichen Akteure zu übernehmen. Spontan denkt man hier natürlich als erstes an Formen extremer ideologischer Anhängerschaft (in Frankreich etwa Jean-Marc Sylvestre³). Aber wie etwa Julien Duval (2000) gezeigt hat, ist diese ideologische Anhängerschaft nicht notwendig, damit sich die Sichtweise der dominanten Akteure durchsetzt. In den 50er und 60er Jahren war diese Sichtweise jene der »Modernisierer«, Technokraten, gemäßigten Gewerkschaftsexponenten, aufgeklärten Unternehmern, die den Produktionsapparat modernisieren wollten und eine eher keynesianische Vision der Wirtschaft hatten (Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung, Konjunkturpolitik etc.), denen die WirtschaftsjournalistInnen sozial sehr nahe stehen (Riutort 2000). Seit Beginn der 70er Jahre und während der 80er Jahre ist es der Siegeszug einer mikroökonomischen und finanziellen Vision der Wirtschaft: Man versetzt sich in die Sichtweise des Managements (was schon auf das Ende der 60er Jahre zutrifft), aber immer stärker auch in jene der Aktienbesitzenden und was die Makroökonomie betrifft, jene der internationalen Organisationen und der neoliberalen Verwaltung, während gleichzeitig ein technischer, professioneller, ein Experten-Ton angeschlagen wird (was der Entwicklung der Ausbildung in Ökonomie und Betriebsführung entspricht). Die JournalistInnen der vorangegangenen Periode werden als »Militante« abqualifiziert, und tatsächlich – die neuen WirtschaftsjournalistInnen haben eine seriöse Seite – mobilisieren sie spezifische Kompetenzen, wenden sich vom »ideologischen« Diskurs ab etc. Ihr Modell ist die Zeitschrift »Economist«: Anonymität, fachlicher Charakter, gesunder Menschenverstand. Im Grunde handelt es sich hier um die Rationalisierung und Technisierung der Sichtweise des Finanzwesens, die nach dem 2. Weltkrieg diskreditiert gewesen war (der Periode der »Euthanasie des Rentiers«).

Die letzte Form des Beitrags der Medien zur wirtschaftlichen Meinungsherstel-

lung ist die wohl subtilste und am dringendsten zu dekonstruierende. Sie funktioniert über die Legitimation eines bestimmten ökonomischen Diskurses, der über die Wahl der DiskursproduzentInnen operiert, vor allem des Wissensdiskurses. Man könnte das die Herstellung von Meinung durch die Konsekrationsmacht der Medien nennen. Das betrifft zum Beispiel die Auswahl der regelmäßigen KolumnenschreiberInnen unter den ÖkonomInnen. In den USA haben die ExponentInnen des Monetarismus von dieser Technik sehr profitiert. In Frankreich setzen *Le Figaro*, *Le Monde* und *Libération* diese Methode ein, die darauf hinausläuft, sich (in einer ziemlich lockeren Form) auf Intervention externer Autoritäten an eine politökonomische Linie anzulehnen. Eine andere Technik, scheinbar ein wenig ausgeklügelter, ist die Präsentation von wirtschaftlichen Debatten, die über die Auswahl der KontrahentInnen operiert (Fiktives Beispiel: Pascal Salin⁴ oder Denis Kessler⁵ auf der rechten gegen Jean Pisani-Ferry⁶ oder Dominique Strauss-Kahn⁷ auf der linken Seite). Vor Dezember 1995 waren Debatten zwischen Linksliberalen und Rechtsliberalen die Norm, seitdem werden in Frankreich die kritischen ÖkonomInnen öfter eingeladen (bleiben im Allgemeinen aber noch immer in der absoluten Minderheit). Ein weiteres Prozedere ist die Konsekration einer bestimmten Definition von Wirtschaftswissenschaft. Darunter fällt die jährliche Inszenierung des Nobel-Gedenkpreises (was man selten hört, ist dass 2000 ein Viertel der lebenden Ökonomienobelpreisträger George W. Bush unterstützten), oder die Schaffung von Preisen und Auszeichnungen für ÖkonomInnen auf nationaler Ebene, gestiftet von Zeitschriften und Fachverbänden. Die ÖkonomInnen haben auf diesem Gebiet eine wichtige Verantwortung. Das Fach ist stark von der medialen Konsekration (von Ideen und Personen) abhängig. Zum Beispiel stützt sich der Aufmacher der Zeitung *Le Monde* zum Thema eines Mindestlohns für Junge auf einen Bericht der OECD, der sich wiederum auf Studien stützt, die überhaupt nicht das zeigen, was Jacques Lesourne⁸, selbst Ökonom, darüber sagt. Es handelt sich hier um ein fortgeschrittenes Stadium der ideologischen Manipulation (da es nur noch Fachleute und WissenschaftlerInnen in perfekter Eintracht in der besten aller möglichen Welten gibt, einer sauberen Welt, in der Entlassungen nicht hingehören).

Literatur

- Duval, Julien (2000) *Le journalisme et l'économie*, in: Actes de la recherche en sciences sociales 131/132, Mars.
 Riutort, Philippe (2000) *Le journalisme au service de l'économie*, in: Actes de la recherche en sciences sociales 131/132, Mars.

Anmerkungen

- 1 Eine französische Fassung dieses Texts wurde beim Kolloquium »Légitimation du discours économique« vorgetragen, veranstaltet vom Centre d'études des mutations en Europe und vom Institut d'études européennes in Paris am 8./9. Juni 2001 (www.acrimed.org/article419.html). Übersetzung: Joachim Becker und Beat Weber.
- 2 Anm. d. Übers.: Im Dezember 1995 gab es in Frankreich Massenstreiks.
- 3 Chefredakteur und Präsentator der Sendung »Les Couloirs de l'Économie« des französischen Fernsehsenders TF1.
- 4 Ökonomieprofessor in Paris und ehemaliger Präsident der rechtsliberalen Mont Pèlerin Gesellschaft.

- 5 Ökonomieprofessor und ehemaliger Vorsitzender des französischen Unternehmensverbands MEDEF.
- 6 Ökonomieprofessor in Paris und seit vielen Jahren als Berater für verschiedene französische Regierungen und die EU-Kommission tätig.
- 7 Sozialdemokratischer Finanzminister in den 90er Jahren in Frankreich.
- 8 Ehemaliger Vorsitzender der Vereinigung der WirtschaftswissenschaftlerInnen in Frankreich.