

## Editorial

Joachim Becker, Romana Brait, Assimina Gouma, Oliver Prausmüller

„Ich habe eine APA-Meldung über ein Ranking österreichischer Banken auf der Homepage unserer Zeitung online gestellt. Einer unserer Eigentümer, eine heimische Bank, ist dabei nur im Mittelfeld gelandet. Nach einer Stunde erhielt ich einen Anruf von ganz oben. Die Meldung musste vom Netz.“<sup>1</sup>

Bestandsaufnahmen wie diese werfen eine Reihe von Themen auf, die die politische Ökonomie der Medien berühren: Eigentums- und Machtstrukturen im Nexus „Medien-Wirtschaft-Politik“, Arbeitsverhältnisse im Journalismus oder etwa die Möglichkeiten und Grenzen demokratischer Öffentlichkeit. Dabei zeigen insbesondere auch die Debatten über das Versagen des Wirtschaftsjournalismus, die im Gefolge der Krise 2008f. eingesetzt haben, dass das Bild von Medien als korrektive „vierte Macht“, als kritischer „Wachhund“ gegenüber den Herrschenden äußerst schief liegt. Die Ursachenforschungen, die Suche nach plausiblen Diagnosen und Lösungen eröffnen umso mehr eine weit reichende Kontroverse: Wurden schlichtweg die „falschen Fakten“ geliefert bzw. gegenüber den Redaktionen lanciert – also muss daher auch stärker auf „vorgeordnete“ Probleme wie z.B. die Neoliberalisierung von ExpertInnenöffentlichkeiten reflektiert werden? Greift der „selbsterklärende“ Verweis auf bestehende Machtkonzentrationen und finanzielle Abhängigkeiten im Mediensektor zu kurz? Mangelt es an einfach an investigativem Journalismus und entsprechender Ressourcenausstattung? In welchem Ausmaß fördert etwa das Missverhältnis zwischen finanzstark ausgestatteten „Issue Management“-Aktivitäten von PR-Abteilungen und Sparkurs in den Redaktionen die unkritische Übernahme von Inhalten? Sind die WirtschaftsjournalistInnen in Fragen der Finanzialisierung der Wirtschaft selbst „overnewsed but underinformed“, taugt z.B. die Fokussierung auf ein diesbezügliches Ausbildungsproblem? Oder gab es gar hinreichend kritische Berichte, aber der Wirtschaftsjournalismus konnte sich nicht öffentlichen Wahrnehmungszyklen und somit auch nicht der hegemonialen Konjunktur marktgläubiger Vorstellungswelten in Wirtschaft, Politik und Zivilgesellschaft entziehen? (vgl. Piper 2010, Weber 2012).

Diese Diskussion hat ungebrochene Aktualität, insbesondere angesichts der anhaltenden Krisenresilienz neoliberal geprägter Entwicklungsmodelle. Dieses mehr oder minder befremdliche „Überleben des Neoliberalismus“ wird nicht zuletzt mit einem Aushöhlen demokratischer Institutionen – und damit auch Medien – durch eine exorbitante Machtentfaltung von Privatunternehmen begründet (Crouch 2011). In diesem Zusammenhang sind nicht nur die enger gefassten Übersetzungsmechanismen zwischen „ökonomischer“ und „medialer“ Macht relevant (z.B. unmittelbare Eigentumsverflechtungen). Aus kritischer Perspektive geht es vor allem auch darum, informelle Formen der Machtausübung im Blick zu behalten. Dazu zählt etwa, zu beeinflussen, was in Entscheidungsprozessen (nicht) auf die Agenda kommt (das sog. „non-decision making“), wie Wahrnehmungen, Problemsichten sowie Präferenzen in der Öffentlichkeit herausgebildet werden und was als vermeintliches „Faktenwissen“ klassifiziert wird (Hay 2002: 171ff.). Zugespitzt stellt

sich damit die Frage: Inwiefern sind die vorherrschenden Medienstrukturen Teil des Problems, nämlich zunehmend postdemokratisch bis autoritär verfasster Formen kapitalistischer Vergesellschaftung? Und unter welchen Gesichtspunkten ist es plausibel, „die Medien“ als Teil einer Perspektive zur Redemokratisierung gesellschaftlicher Öffentlichkeiten anzurufen?

Die Suche nach emanzipatorischen Ansatzpunkten führt vor allem auch zu Einschätzungen des Potentials „alternativer Medien“, von „Gegenöffentlichkeit“ in und außerhalb etablierter Mainstream-Medien. Gegenüber einer (Über)Konzentration auf unterschiedliche „Gegenöffentlichkeiten“ (wie z.B. eigene Zeitungen, Radio-, Fernsehprogramme, Social Media, Kommunikationsguerilla, etc.) wird ins Treffen geführt, dass diese nur über vergleichsweise geringe Reichweite verfügen. Dies muss nicht unbedingt zutreffen, lenkt jedoch die Kritik an potentiell zu selbstreferenziellen Gegenöffentlichkeiten („preach to the converted“) in den Blick. Alternativ wird für eine „Doppelstrategie“ plädiert, also ein kritisches Engagement in Massen- *und* Alternativmedien (z.B. BEIGEWUM 2000). Als Beispiel für die Erfolgsmöglichkeiten und Widersprüche einer solchen Strategie können etwa der Fall des Multilateralen Investitionsabkommen MAI im Jahre 1998, aber auch aktuelle Berichterstattungen zum EU-USA Freihandels- und Investitionsabkommen TTIP angesehen werden. Zudem bleibt zu berücksichtigen, dass der Anspruch alternativer Medien weit über Kriterien wie unmittelbare Reichweite oder direkte (massen)öffentliche Intervention hinausgeht: Denn „[i]hre vermeintlichen Nebeneffekte wie Medienkompetenz, kollektive Prozesse, Ausprobieren, Do it yourself-Selbstermächtigung und Rezeptionserfahrungen“ sind demnach „als weit wichtiger und umfangreicher einzuschätzen, als die Vorstellung, mittels Gegenöffentlichkeit direkt gesellschaftliche Verhältnisse verändern zu können“ (Oy 2011: 21).

Dass eine plumpe Gegenüberstellung von „den Mainstream-Medien“ und vermeintlich „wahren Bürgerstimmen“, höchst problematisch werden kann, verdeutlicht zunächst die gegenwärtig starke Konjunktur rechter Medienschelte an der „System-“ bis „Lügenpresse“ (wie z.B. im Zuge ausländischerInnenfeindlicher Proteste – Stichwort: „Pegida“ – propagiert). Zudem wird auch gegenüber einem exklusiven Verständnis von alternativen Medien als „nicht-kommerzielle“ und „partizipative Medien“ eingewandt, dass eine nähere Bestimmung inhaltlicher Kriterien bzw. Maßstäbe von Kritik ausbleibt (Sandoval 2011). Nicht nur in diesem Zusammenhang zeigt sich die Notwendigkeit, das Verständnis „alternativer Medien“ Hand in Hand mit dem Verständnis von „Zivilgesellschaft“ zu schärfen. Dieses geschärfte Verständnis ergibt sich weniger aus einer abstrakten Definition, sondern durch eine Verbindung mit gesellschaftlichen Auseinandersetzungen. So stehen weder alternative Medien noch die Zivilgesellschaft „über“ oder „außerhalb“ bestehender Kräfteverhältnisse. Deswegen ist es auch in den aktuellen Krisenauseinandersetzungen umso wichtiger, Maßstäbe für kritische Wirtschaftspublizistik (weiter) zu entwickeln und diese in unterschiedlichsten Medienformaten wirkmächtiger zu machen. Einige Orientierungspunkte wären dafür beispielsweise nach wie vor: „Wirtschaft nicht als einen Hort von Sachzwängen darstellen, sondern als kontroverses System, wo es unterschiedliche Interessen, Theorien und Meinungen, sowie Alternativen gibt; Nachrichten in einen Zusammenhang stellen; Bedeutung eines Sachverhalts für die konkretere Leserin aufzeigen; Verbindung zum eigenen Leben herstellen; persönliche Betroffenheit und Eingriffsmöglichkeiten betonen, Artikulation und Transport von Kritik; Alternativen zeigen; Betroffene und kritische ExpertInnen sprechen lassen“ (BEIGEWUM 2000). Dass davon bis heute wenig bis das radikale Gegenteil in der medialen Bearbeitung wirtschaftlicher Themen anzutreffen ist, mag

zwar ernüchtern. Aber es sind nicht zuletzt besonders markante Fälle wie die dominante Griechenland-Berichterstattung in deutschsprachigen Medien, die die Suche nach alternativen, kritischen Informationsquellen verstärken und Kluft zwischen journalistischem Anspruch und medialer Wirklichkeit noch deutlicher sichtbar machen können.

Vor diesem Hintergrund wird im vorliegenden Schwerpunktheft der Versuch unternommen, aktuelle Entwicklungen im Mediensektor und konzeptionelle Grundlagen einer kritischen politischen Ökonomie der Medien auszuloten. Der erste Beitrag von *Ulli Weish* widmet sich zunächst einer Bestandsaufnahme zum österreichischen Journalismus, den sie in ein Spannungsfeld zwischen Boulevardisierung und Prekarisierung einordnet. Als eine „Deformation Professionelle“ wird in diesem Zusammenhang gefasst, dass die Reflexion auf die eigenen Arbeitsbedingungen vielfach ausgespart bleibt. Der Beitrag adressiert insbesondere auch die demokratie- und arbeitsmarktpolitischen Dilemmata, die sich aus der verschärften Kosten- und Zeitkalkulation in der Medienproduktion ergeben. Daran schließen zwei Beiträge, die ihren Schwerpunkt stärker auf die Diskussion von Perspektiven und konzeptionellen Grundlagen für eine kritische politische Ökonomie der Medien legen. *Sebastian Sevigiani* führt in seinem Beitrag zentrale Debattenstränge zur Bestimmung der Rolle von Medien im Kapitalismus zusammen. In diesem Zusammenhang gelingt es, die Diskussion über ihre emanzipatorischen Möglichkeiten und Grenzen theoretisch einzuholen und eine Perspektive auf Medien als Teil hegemonialer Kämpfe und gesellschaftlicher Regulation zu entwickeln. *Andrea Grisold* legt den Akzent wiederum auf die Frage, wie sich vor dem Hintergrund der Krise der traditionellen Massenmedien des Print- und Fernsehsektors eine neue Medienlandschaft formiert. Dafür wird als entscheidend erachtet, inwiefern demokratisch verfasste Medien auch demokratische Öffentlichkeit garantieren können. Den empirischen Kern des Beitrags von *Romana Brait* stellt hingegen eine diskursanalytische Untersuchung der Zeitschrift „The Economist“ während des Konkurses von Lehman Brothers 2008 dar. Dabei kommt vor allem auch in den Blick, durch welche Metaphern, Muster von Ursache-Wirkungs-Lösungs-Verkettungen und Akteursbesetzungen in der Berichterstattung systemkonservierende Sichtweisen auf die Finanz- und Wirtschaftskrise begünstigt wurden. Ein anderer gewichtiger Themenstrang zur Diskussion der politischen Ökonomie der Medien findet sich bei *Felix Stalder*. Sein Beitrag unterzieht die Machtformen sozialer Massenmedien wie etwa Facebook, Instagram, Twitter oder Linked-In einer substantiellen Kritik. Dies geschieht zugleich in Abgrenzung von einer als analytisch „hohl“ eingestuften Form der Technologiekritik, die u.a. nicht erklären kann, warum diese Medien ungebrochen populär sind. Wider die Macht der Netzwerkmonopole plädiert er dafür, z.B. auch im Fall von Facebook den Kommunikationsstandard auf der Ebene des technischen Protokolls für alternative AnbieterInnen zu öffnen und dafür verbindliche Regulierungen durchzusetzen. Nicht nur in diesem Zusammenhang zeigt sich, dass für die Entwicklung von Alternativen im Medienbereich auch staatliche Politik wichtig ist. Gewisse Spielräume für eine veränderte Medienpolitik haben die Wahlsiege von (Mitte-)Links-Parteien in Lateinamerika ergeben – und gleichzeitig sahen diese sich auch zur Formulierung einer Position zur bisherigen Medienlandschaft gezwungen. Denn diese zeichnete sich durch eine extrem hohe Konzentration bei privaten Medien, die sich in der Regel eindeutig auf der politischen Rechten positionieren und diese in medialen Kampagnen unterstützen, aus. Wie *Malte Daniljuk* in seinem Beitrag zur Medienpolitik der Linksregierungen in Lateinamerika herausarbeitet, sind Kernelemente linker staatlichen Medienpolitik einerseits die Stärkung zentraler öf-

fentlicher/staatlicher Medien, andererseits die Förderung dezentraler Systeme kommunikativer Medien. Aus der lateinamerikanischen Praxis, die von Seiten der in ihrer Macht und in ihrem Geschäftsumfang beschnittenen Privatmedien heftig angefeindet wird, lassen sich Anstöße auch für wünschenswerte Veränderungen in anderen Weltregionen, einschließlich Europas, gewinnen.

Der Debattenteil dieser Nummer setzt sich mit wirtschaftspolitischer Praxis und Konzepten der nationalistischen Rechten in Europa, die teilweise die Form einer Heterodoxie von rechts annehmen, auseinander. Eingeordnet in ein breiteres Panorama werden der selektive Wirtschaftsnationalismus der Fidesz-Regierung in Ungarn sowie die wirtschaftspolitischen Konzepte des französischen Front National sowie der italienischen Lega Nord als zwei führenden Kräften der nationalistischen Rechten eine kritischen Analyse unterworfen.

### Literatur

- BEIGEWUM (2000): Ist Walter Sonnleitner das revolutionäre Subjekt? *Wirtschaftsjournalismus und gesellschaftliche Emanzipation*, <http://www.streifzuege.org/2000/ist-walter-sonnleitner-das-revolutionaere-subjekt> (z.a. 16.8.2015).
- Crouch, Colin (2011): *Das befremdliche Überleben des Neoliberalismus*. Berlin: Suhrkamp.
- Hay, Colin (2002): *Political Analysis*, Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Oy, Gottfried (2011): *Lebenswelt Gegenöffentlichkeit. Medienkritik und Alltag sozialer Bewegungen*, in: Hüttner, Bernd/et al. (Hg.): *Handbuch Alternative Medien 2011/12*, Neu-Ulm: AG SPAK, 15–23.
- Piper, Nikolaus (2010): *Journalismus in der Krise – Fakten zählen*, <http://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/journalismus-in-der-krise-fakten-zaehlen-1.122838> (z.a. 16.8.2015).
- Sandoval, Marisol (2011): *Warum es an der Zeit ist, den Begriff Alternativmedien neu zu definieren*, in: Hüttner, Bernd/et al. (Hg.): *Handbuch Alternative Medien 2011/12*, Neu-Ulm: AG SPAK, 24–36.
- Weber, Beat (2012): *Einleitung*, in: *imagine economy. Neoliberale Metaphern im wirtschaftspolitischen Diskurs*, Wien: Löcker Verlag.

### Anmerkungen

- 1 Statement eines anonymisierten Journalisten, zitiert im Falter 29/11, S.21.