

Josef Trappel: Medien Macht Markt. Medienpolitik westeuropäischer Kleinstaaten

Wien, St. Johann im Pongau: Österreichischer Kunst- und Kulturverlag
1991, 297 S., DM 43,-

Ohne eine grundlegende medien- und kulturpolitische Neuorientierung könnte sich im dynamisierten europäischen Medienmarkt ein recht düsteres Zukunftsszenario für die Kleinstaaten realisieren. Fänden diese nicht gleichberechtigt Gehör, so bereits der Klappentext, "drohen die feinen Stimmen der europäischen Regionen im Medienkonzert unterzu-

gehen und schließlich ganz zu verstummen." Der Zustand der Stummheit im internationalen Mediengeschehen ist vor vielen Jahren schon beschworen worden - damals aber von dem afrikanischen Staatsmann Joseph Ki-Zerbo mit Blick auf die Rolle der meisten Länder der Dritten Welt gegenüber den Industriestaaten. Heute scheint sich die von dem deutschen Kommunikationswissenschaftler Jörg Becker Mitte der achtziger Jahre getroffene Feststellung zu bekräftigen, nach der unter ökonomischem Druck und angesichts des wachsenden supranationalen Medien- und Informationsgeflechts der Begriff der Souveränität auch in industrialisierten Ländern eine neuartige Renaissance erlebe.

In Europa - und zunehmend über dessen Westteil hinaus - bildet aus kleinstaatlicher Perspektive ein Quartett von Veränderungen der länderübergreifenden Medienlandschaft das Ausgangsproblem: Deregulierung, Kommerzialisierung, Privatisierung und Internationalisierung der expandierenden Medienbranche. In Ergänzung zu und häufiger Verschränkung mit der Medienentwicklung wirkt in der politischen Sphäre ein 'dualer Megatrend', zeitsynchron sich manifestierend in aufkeimendem Nationalismus und sogar Regionalismus sowie in der Orientierung an internationalen Zielen und Dimensionen. Ungleichmäßige Verteilung ökonomischer und politischer Macht begünstigt zudem die "fünf bestimmenden Großstaaten Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Italien und Spanien" (S.19). Hieraus ergeben sich für die Untersuchung drei hauptsächliche Problemkonkretisierungen kleinstaatlicher Medienpolitik: Handlungsspielräume im Umbruch der Mediensysteme, kleinheitsspezifische Chancen und strukturelle Nachteile sowie schließlich Strategien der Wahrung von Souveränität. Die Autoren - Josef Trappel wird unterstützt durch Einzelbeiträge von Peter A. Bruck, Hans Heinz Fabris, Werner A. Meier und Wolfgang Trützschler - behandeln diese Fragen in vier Schritten, deren Resultate anhand eines Resümees (in deutscher und englischer Fassung) verdichtet werden. Auf der Basis der Erarbeitung von Rahmenbedingungen und Hauptmerkmalen nationaler und supranationaler Medienpolitiken der letzten zehn Jahre untersucht Trappel branchenspezifisch die Medien- und Kulturindustrie der fünf ausgewählten Staaten Belgien, Finnland, Österreich, Schweden und Schweiz. Die Brücke vom empirischen Zugriff zum theoretischen Diskurs bilden grundsätzliche Überlegungen zum Konzept der kulturellen Identität, worauf sich wiederum zwei knappe Länder-Fallstudien anschließen, mit denen sich unterschiedliche Grundverständnisse von Medienpolitik weiter konkretisieren lassen. Durch diese Struktur kommt dem Werk eher der Charakter eines Sammelbandes zu, der gespeist wird aus teils bereits veröffentlichten und nun überarbeiteten Beiträgen sowie Resultaten zweier Forschungsprojekte eines am Salzburger Hochschulinstitut für

Publizistik und Kommunikationswissenschaft neu etablierten Europa-Schwerpunktes.

Die ersten beiden Untersuchungsschritte bestätigen die insgesamt prekäre Lage kleinstaatlicher Medien- und Kulturpolitik, gerade auch wenn sie nicht ausschließlich als Industrie- und Wirtschaftspolitik begriffen wird. Insbesondere die äußerst detailreichen Branchenanalysen - vom audiovisuellen Sektor bis zu Buch / Literatur - verdeutlichen, daß bislang in keinem der betrachteten Länder ein kohärentes und umfassendes Medienpolitik-Modell verfolgt wird, das über lediglich "sektorale Politik", "Stückwerk" (S.254) und Kompetenzenfragmentierung hinausweist. Nur in einzelnen Branchen, wie z.B. dem Filmwesen der nordischen Länder, hat Fachpolitik bisher zu Stabilisierung und Eigenständigkeit beitragen können. Dieser unbefriedigende Zustand, so wird deutlich, ist dem Wirken zweier sich wechselseitig verstärkender Faktorenbündel geschuldet: Einerseits kommen 'kritische' charakteristische Strukturmerkmale der Mediensysteme - wie Abhängigkeit, Ressourcenknappheit, beschränkte Marktgröße und Verletzlichkeit (S.26ff.) - zum Tragen, andererseits wird ein bislang wirksamer medienpolitischer Korporatismus nationaler Akteure durch die während der achtziger Jahre weitgehend durchgesetzte Deregulierungspolitik geschwächt. Fixpunkte einer solchen Politik auf supranationaler Ebene sind vor allem die einschlägigen Bestrebungen von Europarat und EG-Kommission, deren weitgehend bekannte Genese der Autor noch einmal zusammenfaßt.

Ermangelt schon die Kleinstaatentheorie einer eindeutigen Begriffsbestimmung ihres Gegenstandes, so setzt sich ein Definitionsdilemma auch bei der kulturellen Identität als strategischem Schlüsselbegriff fort. Die Bandbreite seiner Konnotation ruht auf einer grundsätzlichen Ambiguität: Entweder können ethnozentristische, konservative und nationalistische oder aber dezentrale, dynamische, emanzipative und auch desintegrative Zielsetzungen postuliert werden, wie Werner A. Meier zeigt. Er referiert kursorisch einige wichtige Beiträge der Kommunikationswissenschaft zur Identitätsdebatte, konstatiert aber auch "diskursive Abstinenz" (S.204) als Reflex auf jene Ambiguität und plädiert für eine Vertiefung disziplinärer Analyse.

Wenn Kleinstaatlichkeit als "Tatsache, Ausdruck und Erkenntnis einer Beziehung der Dependenz" (S.210) gefaßt wird, wie von Peter A. Bruck, relativiert sich das Erstaunen über die Integration Kanadas in die Problematisierung kleinstaatlicher Potentiale kultureller Identitätswahrung. Massive Dependenz von den USA hat staatliche Politik veranlaßt, deutlichen Einfluß auf die gesamte Kommunikations- und Kulturindustrie auszuüben. Obwohl sich hieraus zwangsläufig Konflikte zwischen politisch-regulierendem Handeln und individueller Freiheit ergeben, betont

Bruck zu Recht aber hinsichtlich eines kanadischen Referenzmodells für Chancen kleinstaatlicher Medienpolitik die große Bedeutung politischen Willens zur kulturellen Differenzierung und Eigenständigkeit. Ganz anders liegt der Fall Irland: Staatliche Medienpolitik beschränkt sich lediglich auf Industrie- und Standortpolitik, ist nach Meinung Wolfgang Trützschlers weder kohärent noch öffentlich-partizipativ - der "Weg zur Medienkolonie" (S.230) scheint vorgezeichnet.

In ihrer Gesamtaussage dürfen die Autoren nicht dahingehend mißverstanden werden, als redeten sie umstandslos einer massiv interventionistischen, gar autokratischen Medienpolitik das Wort und negierten das Eigeninteresse der Medienwirtschaft. Ihr Ziel ist eine hohe Eigenständigkeit und internationale Beweglichkeit nationaler Medien der kleinen Staaten, jedoch auf einer neuen, medienökologischen Basis. Diese bestimmt zugleich den Weg: Sehr pragmatisch meint ökologische Strategie hier die durchdachte und zielorientierte Allokation knapper Ressourcen durch eine kohärente Kooperation von Politik, Institutionen und Medienunternehmen im Sinne des Aufhebens eines Auseinanderfallens von Medien- und Kultur- sowie Wirtschaftspolitik - und im Interesse der 'feinen Stimmen' der europäischen Regionen im Medienkonzert.

Michael Gedatus (Düsseldorf)