

**Gerhard Wisniewski: Die Fernsehdiktatur.  
Kippen Medienzaren die Demokratie?**

München: Knesbeck 1995, 256 S., ISBN 3-926901-75-6, DM 36,-

Bislang war es zwar beinahe ein Gemeinplatz kritischer Sozial- und Medienwissenschaft, mit pessimistischem Gestus auf die demokratiegefährdenden Tendenzen hinzuweisen, die mit Monopolisierungstendenzen im Medienbereich einhergehen; die Beweisführung geriet allerdings immer ein wenig zu theorie-lastig, um über die Kreise jener, die es ohnehin wußten, hinauszuwirken. Wisniewskis Studie reiht sich einerseits durchaus in diese Tradition linksliberaler, vernunftbesorgter Kritik ein, bietet aber andererseits genügend handfestes Material, um die vorgetragenen Thesen zu belegen. Der Verfasser hat natürlich die Geschichte auf seiner Seite, denn spätestens seit dem 'Fall Berlusconi' kann die Vermengung von Medien und Politik nicht mehr blauäugig weggeredet werden.

Die These des gelernten Politikwissenschaftlers und praktizierenden Journalisten ist, daß Medienmonopole immer im Zusammenhang mit wirtschaftlichen und politischen Interessen analysiert werden müssen. Diese These handelt er in drei Teilen ab. In einem kurzen ersten – historischen – Teil führt er aus, wie der heute weitgehend unbekannte Medienmonopolist Alfred Hugenburg den Boden für den NS-Staat und die Goebbelsche Propaganda-Politik vorbereiten half, und er zeigt, wie im öffentlich-rechtlichen Rundfunk Nachkriegsdeutschlands Reste der Idee vom Rundfunk als Organ der Regierungspartei(en) weiterlebte.

Danach folgt eine ausführliche Auseinandersetzung mit dem Phänomen Fernsehen, wobei von Jerry Mander bis Neil Postman vor allem jene Autoren als Zeugen berufen werden, die das Betäubungspotential dieses Mediums beklagen (Berieselungsauftrag, Scheindemokratie etc). Von da aus schließt Wisniewski, daß das Fernsehen, als Folge der ihm innewohnenden technologischen und institutionellen Zwänge, gleichzeitig antidemokratisch und massenorientiert und daher das ideale „Führermedium“ sei.

Die weltweit wichtigsten dieser potentiellen „Führer“ stellt Wisnewski im dritten und umfangreichsten Teil des Buches hinsichtlich ihrer politischen und wirtschaftlichen Ambitionen vor: Ross Perot, Silvio Berlusconi, Robert Maxwell, Rupert Murdoch und Leo Kirch. Dabei kristallisiert sich immer mehr das Bild eines konservativen bis reaktionären Netzwerkes der politischen, wirtschaftlichen und medialen Macht heraus, in dem auch der CIA, der Vatikan, die Loge P2, Schweizer Banken, und diverse dubiose Vereinigungen eine nicht unbeträchtliche Rolle spielen.

Wisnewskis Jargon ist eher journalistisch denn wissenschaftlich; sieht man von einigen reißerischen Andeutungen und der manchmal nicht hinterfragten Übernahme von Thesen der pessimistisch-kritischen Medientheorie ab, bietet das Buch (vor allem im dritten Teil) eine Fülle von sauber recherchierten Fakten und Details, die als Anregung für das Weiterdenken in Richtung einer zeitgemäßen Theorie zur politischen Ökonomie der Medien dienen können.

Alfred Smudits (Wien)