

## Hörfunk und Fernsehen

### **Christian Steininger: Zur Politischen Ökonomie der Medien. Eine Untersuchung am Beispiel des dualen Rundfunksystems**

Wien: WUV-Universitäts-Verlag 2000 (Dissertationen der Universität Wien, Bd. 66), 272 S., ISBN 3-85114-507-0, Preis noch nicht bekannt

Ein „Versuch einer Wegbeschreibung zu einer Politischen Ökonomie der Medien“ (S.9) – so vorsichtig-bescheiden formuliert der Verfasser in der Einleitung das Ziel seiner Arbeit. Da Vorworte und Einleitungen bekanntermaßen zuletzt geschrieben werden, ist anzunehmen, dass das Vorhaben zunächst größer angelegt war, wie es auch der Titel suggeriert. Mit der (abschließend) eingeräumten Beschränkung konnte dann nichts mehr schief gehen: Ein „Versuch einer Wegbeschreibung“ ist es durchaus geworden, aber auch nicht mehr.

Zentrales Anliegen des Autors war es, über die auf die empirisch messbaren Phänomenen der Massenmedien beschränkte „Medienökonomie“ hinaus zu gehen und zumindest in Ansätzen eine „Politische Ökonomie der Medien“ zu begründen. Nicht ganz einfach, wie Steininger feststellt: „Wer die Unterschiede zwischen *der* Politischen Ökonomie *der* Medien und der Medienökonomie herauszustreichen sucht, wird feststellen, dass dies ein schwieriges Unterfangen ist.“ (S.15) Was aber nicht weiter tragisch sei, denn trotz aller möglichen Unterschiede „ist beiden ein gemeinsamer Fundus an theoretischen Ableitungen und Modellen gegeben.“ (ebd.) Und so kann dann auch mit Marie Luise Kiefer definiert werden: „Die Politische Ökonomie erweitert ihren Fragenkatalog nur weit über den genuin ökonomischen Bereich hinaus in das Feld gesellschaftlicher Ziele und Möglichkeiten, diese Ziele zu realisieren.“ Womit wir dann wieder auf der Oberfläche angelangt wären, wenn auch nicht auf der „nur“ ökonomischen, sondern auch auf der Ebene der (Tages-) Politik und der gesellschaftlichen Realität. Und dann macht es auch Sinn, wenn im – eigentlich zentralen – Kapitel „Politische Ökonomie der Medien“ neben Merksätzen diverser „Politischer Ökonomen“ (allen voran Bruno Frey) Aussagen von bundesdeutschen Politikern und Medienstrategen wiedergegeben werden, welche der Autor im Zuge von „problemzentrierten Interviews“ gewonnen hat. Denn wenn die Politische Ökonomie in ihren Analysen „auch gesellschaftliche und politische Zusammenhänge“ berücksichtigt, so ist logisch, dass „die für das duale Rundfunksystem verantwortlichen Zusammenhänge“ (S.13) von eben jenen Figuren erfragt werden können, die für dieses duale System die gesellschaftliche und politische Zuständigkeit besitzen, also z. B. von den Herren Thoma, Doetz, Zmeck oder gar von einem Rezzo Schlauch... Und besonders erhellend für das theoretische Konstrukt einer „Politischen Ökonomie der Medien“ ist dann auch eine Grafik, auf der abzulesen ist, welche Bedeutung der eine Experte der Insti-

tution des jeweils anderen Experten in Sachen duales Rundfunksystem beimisst... (vgl. S.238)

Ebenso vage wird die Empirie bemüht. Entgegen der Behauptung, die Arbeit erhalte „durch qualitative Erhebungen [...] die gewünschte empirische Fundierung“ (S.9), wird fast ausschließlich auf vorliegende Forschungsergebnisse verwiesen. Gerechtfertigt wird dies mit dem Hinweis auf die Methode der „analytischen Induktion“: „Die analytische Induktion verläßt den Pfad der strikt empiriegeleiteten qualitativen Forschung, um eine Verbindung von Theorie und Empirie zu schaffen, um die Erklärungskraft der Daten zu erhöhen, um die Ebene der reinen Beschreibung zu verlassen.“ (S.13) Eine feine Sache, diese analytische Induktion, darf man dann doch empirische Befunde bemühen, wenn es gilt, die eine oder andere Aussage des einen oder anderen Medientheoretikers oder Politökonomen mit Daten zu „erhöhen“, man kann aber auch darauf verzichten, wenn's gerade nicht so gut passt. Der Beliebigkeit ist somit Tür und Tor eröffnet.

Die vorliegende Arbeit ist im wesentlichen eine umfangreiche Literaturstudie, wobei eine große Auswahl an relevanter englischer, angloamerikanischer und deutschsprachiger Fachliteratur zum Themenkomplex Massenmedien und Ökonomie zugrunde gelegt wird. Die deutschen Medienwissenschaftler, die sich vor allem in den siebziger Jahren intensiv um eine marxistisch fundierte „Politische Ökonomie der Massenmedien“ bemüht haben, kommen dabei allerdings recht kurz: Dieter Prokop, Horst Holzer und Wulf D. Hund werden erst gegen Ende des Buches mit je einem Satz abgehandelt; lediglich Franz Dröges Anmerkungen zum Warencharakter der Massenmedien erfahren eine etwas angemessenere Erwähnung. Überhaupt scheint Karl Marx das (unausgesprochene) Problem des Autors gewesen zu sein. Da Marx „niemals eine vollkommen eigenständige Interpretation der kapitalistischen Presse entwarf“ (S.36), ist er als Theorielieferant wohl ohnehin kaum zu gebrauchen, zumal „der Marxismus“ sich selbst als politische Kraft disqualifiziert, wenn er „signifikante Veränderungen der Medien“ nur im Gefolge einer „sozialistischen Transformation der Gesellschaft“ (S.3f.) für möglich hält. Statt dessen wird das „Habermassche Denkgebäude“ rekonstruiert und mit Kernsätzen der „liberalen Theorie der Freien Presse“ (Nicholas Garnham) oder der „radikal demokratischen Medientheorie“ (James Curran) ausgeschmückt.

So reduzieren sich dann die zentralen Probleme der „Politischen Ökonomie der Medien“ z. B. auf die Gretchenfrage, was die werbetreibende Wirtschaft eigentlich dazu bewegt, sich für die Medien zu interessieren: Ist es das hehre Interesse an der „publizistische(n) Tätigkeit dieser Medien selbst“ oder etwa nur die schnöde Absicht, „sich über den Kauf von Sendezeit Zutritt zu potentiellen Käuferschichten zu verschaffen“? (Die Lösung wird hier nicht verraten, sie ist auf S.162 zu finden.) Oder man stellt sich „die berechtigte Frage, was denn nun eigentlich die ‚Rundfunkware‘ ist?“, um herauszufinden: „Kurz gesagt, es handelt sich um das TV- oder Radioprogramm selbst.“ (S.168). *Hic Rhodos, hic salta!*

Zweifelloos hat die Arbeit ihre Stärken in den Kapiteln, in denen zentrale Kategorien verschiedener Medientheoretiker herausgearbeitet und miteinander gemessen werden. Wäre dies das Hauptanliegen der Publikation, man müsste sie als gelungen bezeichnen. Da der Anspruch aber ein weitaus höherer war, kann dieses Prädikat nicht vergeben werden. Daran ändert auch die abschließende „Konklusion“ nicht mehr viel, in der der Autor die Bedeutung seiner – durchgängig als „Untersuchung“ etikettierten – Arbeit für die weitere Forschung zu erläutern versucht und die von Schlussfolgerungen wie der folgenden gekennzeichnet ist: „Die Institutionen spielen im Rahmen der Politischen Ökonomie der Medien eine zentrale Rolle. Vertreter verschiedener Organisationen wurden von mir interviewt.“ (S.237) Eben.

Klaus Betz (Berlin)