

Vorschlag für einen Beitrag zur Tagung „Medialer Wandel und Europäische Öffentlichkeit“ am 11./12. November 2004 in Wien

Von Barbara Pfetsch, Universität Hohenheim und Ruud Koopmans, Freie Universität Amsterdam

Extended Abstract

Massenmedien als Hindernisse oder Motoren einer europäischen Öffentlichkeit?

Vor dem Hintergrund der Diskussion über die Transnationalisierung des politischen Kommunikationsraumes befasst sich der Beitrag mit der Frage, ob die Massenmedien in Deutschland eher ein Hindernis oder ein Motor der Europäisierung der politischen Öffentlichkeit in Deutschland sind. Ausgangspunkt der Überlegungen ist die demokratietheoretische Annahme, dass die Grundlage von politischer Legitimation öffentliche Kommunikationsprozesse sind. Im Kontext der Europäisierung bedeutet dies, dass eine auf einander bezogene öffentliche Kommunikation zwischen EU-Institutionen und Bürgern jenseits der nationalen Zusammenhänge als eine elementare Grundlage der Demokratisierung von Europa begriffen werden muss. Daher ist die Rede vom sog. „europäischen Demokratiedefizit“ mit dem Problem der europäischen Öffentlichkeit verknüpft:

Über den Begriff und Inhalt der **europäischen** Öffentlichkeit gibt es in der Sozialwissenschaft seit einiger Zeit eine Auseinandersetzung. Im Mittelpunkt stand zunächst die Frage, wie eine europäische Öffentlichkeit theoretisch aussehen könne. Nach dem Leipziger Soziologen Gerhards (1992, 2000) sind zwei Modelle eines Kommunikationsraumes denkbar, in denen politisch relevante Europathemen kommuniziert und diskutiert werden: Erstens, das Entstehen einer umfassenden transnationalen *europäischen Öffentlichkeit* und zweitens, einer zunehmenden *Europäisierung nationaler Öffentlichkeiten*. Folgt man der neueren Literatur, so erscheint allenfalls das zweite Modell der „Europäisierung“ von nationalen Öffentlichkeiten realitätstauglich. Dies würde bedeuten, dass sich die Bezüge der Kommunikation zunehmend europäisieren, wenn sich also die Meinungsbildungsprozesse innerhalb der einzelnen Länder zunehmend öffnen und über Themen und Akteure gesprochen wird, die Europa und andere europäische Länder betreffen.

Im Hinblick auf diese Vorstellung sind die ersten Studien, die europäische Öffentlichkeit als Europäisierung nationaler Öffentlichkeiten Anfang der 90er Jahre untersuchen, sehr ernüchternd. So zeigt sich für Deutschland, dass Europäische Akteure nur marginal in der deutschen Medienberichterstattung repräsentiert sind und dass der Anteil der Europäischen Akteure in der Medienöffentlichkeit sich seit den 60er Jahren und trotz zunehmender politischer und wirtschaftlicher Integration Europas nicht verändert hat. Dieser Befund hat zu einer Diskussion der Gründe geführt, warum Europa eine so geringe Beachtung in den deutschen Medien findet. Es wurde argumentiert, dass die Logik der Massenmedien mit ihren spezifischen Mechanismen der Themenproduktion und –selektion ein Hindernis für die Thematisierung Europas und damit ein Hindernis für eine europäische Öffentlichkeit sei. Europa als politische Gemeinschaft, Politikfeld und politischer Prozess entspräche nicht den professionellen Nachrichtenwerten von Medien, die große und v.a. nationale Publika an sich binden wollen. Europa habe zu wenige prominente Köpfe und zu wenige offene politische Konflikte, die eine Berichterstattung lohnend erscheinen lassen.

In dem Beitrag wird argumentiert, dass diejenigen Studien, die die Präsenz von europäischen Themen und Akteuren in Medien zählen und dann behaupten es gäbe keine europäische Öffentlichkeit einen konzeptuelle Unschärfen aufweisen: Sie konfundieren nämlich die Funktion von Medien als Arena für andere Sprecher mit der Funktion von Medien, eigene Meinungen zu äußern. Vielmehr ist bei Untersuchungen über die Rolle der Medien bei der Europäisierung von einer dualen Funktion von Medien auszugehen: Sie sind Vermittler, d.h. Kommunikationskanäle für öffentliche Sprecher und damit auch ein Medium der Selbstbeobachtung der Gesellschaft. Sie sind aber auch Sprecher, die ihre Stimme auf eigene Rechnung erheben und das Verhalten anderer Sprecher beurteilen.

Wenn man diese duale Funktion von Medien berücksichtigt, dann ist die genuine Rolle der Medien bei der Europäisierung öffentlicher Kommunikation nach wie vor ein Desiderat. So kann es durchaus sein, dass die Medien als Sprecher Europa unterstützen, während politische Akteure oder auch Verbände ihre Äußerungen ausschließlich auf den nationalen Bezugsrahmen abstellen. Und wenn es denn die Medien sind, die eine europäische Öffentlichkeit behindern, so müssten die Berücksichtigung transnationaler Themen und Akteure, die auf die Medien selbst zurückgehen, deutlich hinter derjenigen von politischen Akteuren liegen.

In Bezug auf die Frage, ob die Medien eher Hindernisse oder Motoren der Europäisierung sind, werden im empirischen Teil des Beitrages erste Befunde des Forschungsprojektes „Political Mobilisation and Communication in European Public Spheres“¹ präsentiert. Grundlage ist eine sog. Claimsanalyse, bei der die öffentlichen Äußerungen verschiedener Akteure in unterschiedlichen Politikfeldern und Ländern analysiert werden. Im vorliegenden Beitrag werden die öffentlichen Aussagen von drei Akteursgruppen aus Deutschland im Jahr 2000 miteinander verglichen: Medien, politische Akteure (Regierung und Parteien) sowie zivilgesellschaftliche Akteure (Verbände, NGOs und soziale Bewegungen). Grundlage der Analyse sind die Nachrichtenberichterstattung und der Kommentierung in vier Zeitungen (FAZ, Süddeutsche Zeitung, Leipziger Volkszeitung und Bild). Für das Jahr 200 gehen die Artikel von 156 Zeitungsausgaben und die Kommentare von 624 Ausgaben in die Analyse ein.

Die Befunde zeigen, dass die meisten Claims in der Diskussion über Europäische Integration nicht von politischen Akteuren gemacht werden, sondern von den Medien stammen. Dies bedeutet, dass man den Medien mitnichten vorwerfen kann, sie würden das Thema Europäische Integration herunterspielen. In Bezug auf die Beurteilung der Europäischen Integration zeigen unsere Befunde, dass die Haltungen zur Europäischen Integration im Parteienspektrum polarisieren. Dagegen entfalten die Bewertungen der Medien eine eher zentripetale Kraft. Schließlich fällt in Bezug auf die Argumentationsmuster auf, dass die Verbände vor allem die instrumentelle Seite (sozio-ökonomische Vorteile und Risiken) der Europäischen Einigung betonen. Staatliche Akteure und Parteien heben im Diskurs konstitutionelle Fragen und institutionelle Prinzipien hervor. Die Medien wiederum unterscheiden sich davon durch die Betonung von Begründungsmustern, die sich auf Fragen der kollektiven Identität der Europäer, auf die Prinzipien, Normen und Werte der EU. Die Idee von Europa als Wertegemeinschaft ist der am häufigsten in Anschlag gebrachte

¹ Das Projekt wurde am Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung konzipiert und wird seit 2001 von der EU gefördert. Projektpartner sind Ruud Koopmans, Freie Universität Amsterdam (Koordination), Barbara Pfetsch, Universität Hohenheim, Paul Statham, University of Leeds; Donatella della Porta, Università degli Studi di Firenze; Hanspeter Kriesi, Universität Zürich, Jos de Beus, Universiteit Amsterdam; Juan Diez Medrano, ASEP Barcelona, Virginie Buiraudon, CRAPS Lille. Weitere Informationen: <http://europub.wz-berlin.de>.

Bezugsrahmen. Man kann also sagen, dass die deutschen Medien mehr als alle anderen Akteure ein idealistisches Konzept von Europa propagieren, das vor allem auf die übergeordneten Gemeinsamkeiten der Bürger der EU bezieht.

Die Ergebnisse zeigen, dass die Medien in Deutschland keine Hindernisse, sondern ganz im Gegenteil, Motoren der Europäisierung der politischen Öffentlichkeit sind. In Bezug auf die Diskussion um das Demokratiedefizit bedeuten diese Befunde nicht, dass wir eine Europäische Öffentlichkeit in einem umfassenden Sinn erreicht hätten. Sie signalisieren aber deutlich, dass wir auf dem Weg zu einer europäischen Öffentlichkeit sind und dass die Medien in Deutschland dies unterstützen.