



universität
wien

DIPLOMARBEIT

Titel der Diplomarbeit

„Öffentlichkeit durch Offene Fernsehkanäle. Der
Community TV-Sender OKTO – Eine Plattform für
öffentliche Kommunikation“

Verfasser

Gunnar Steinegger

angestrebter akademischer Grad

Magister der Philosophie (Mag. phil.)

Wien, 2009

Studienkennzahl lt. Studienblatt: A >301 307<

Studienrichtung lt. Studienblatt: Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Völkerkunde

Betreuerin / Betreuer: O. Univ.-Prof. Dr. Thomas Alfred Bauer

Danksagung

Ich möchte mich hiermit bei meinen Eltern Elisabeth und Günter dafür bedanken, dass sie mir eine Hochschulausbildung ermöglicht haben. Dank geht an meinen Vater für die Unterstützung beim Korrekturlesen und an meine Freundin Evelyn für ihre endlose Geduld. Weiters möchte ich mir bei meinem Betreuer Thomas Bauer und allen MitarbeiterInnen des Instituts für Publizistik- und Kommunikationswissenschaften dafür bedanken, dass sie durch ihren Einsatz trotz der widrigen Umstände an der Universität ein Hochschulstudium möglich machen. Kein Dank geht an jene die für diese Umstände verantwortlich sind.

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	9
2	Kommunikationsbegriff	15
3	Öffentlichkeit.....	22
3.1	Öffentlichkeit und öffentliche Meinung	22
3.2	Aufgaben von Öffentlichkeit	24
3.3	Öffentlichkeit und Massenmedien.....	28
3.4	Bürgerliche und proletarische Öffentlichkeit	34
3.5	Nicht-Öffentlichkeit als Element von Öffentlichkeit	36
3.6	Zerstreute Öffentlichkeit.....	38
3.7	Theoretische Konzepte für die Praxis.....	44
3.8	Zusammenfassung und Bedeutung für Offene Kanäle.....	51
4	Medienkritik	54
4.1	Inhalte von Medienkritik	56
4.2	Kritik und Konsequenzen	59
4.3	Kritik in der Praxis.....	65
5	Ökonomische Bedingungen der Massenmedien	71
5.1	Horkheimer und Adorno.....	71
5.2	Negt und Kluge.....	73
5.3	Bourdieu	74
5.4	Ökonomische Strukturen	78
6	Cultural Studies	83
6.1	Der Kulturbegriff der Cultural Studies	84
6.2	Kritik am Zusammenhang von Kultur und ökonomischen Determinismus	88
6.3	Verhältnis zur Kritischen Theorie	90
6.4	Kulturelle Hegemonie als Zielsetzung.....	91
6.5	Neuer Kommunikationsbegriff und die Konstruktion von Bedeutung.....	92
6.6	„Community“ als Lösungsansatz.....	97
7	Zwei klassische Theorien Offener Kanäle: Brecht und Enzensberger.....	99
7.1	Brechts Radiotheorie	99

7.2	Enzensbergers Baukasten zu einer Theorie der Medien	103
8	Offene Kanäle	109
8.1	Zwei traditionelle Zugänge: Offene Kanäle als demokratiepolitische bzw. bildungspolitische Einrichtung	110
8.2	Vier Zugänge der Cultural Studies zu alternativen Medien.....	112
8.3	Interkulturelle Kompetenz durch Offene Fernsehkanäle	119
8.4	Herausforderung Internet	120
8.5	Entwicklung Offener Kanäle in Deutschland	122
9	Der Community TV- Sender Okto	132
9.1	Vorgeschichte Offener Kanäle in Österreich.....	132
9.2	Die Gründung von OKTO	133
9.3	Konzeption des Senders	135
9.4	Der Weg zur Sendung	137
9.5	Okto im Internet.....	139
9.6	Programm.....	142
9.7	Der Community-Aspekt.....	144
9.8	Okto als Rhizom	146
9.9	Okto vs. Offener Kanal	148
9.10	Okto als öffentlich-rechtliches Fernsehen.....	149
10	Resümee.....	155

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Repressiver Mediengebrauch vs. emanzipatorischer Mediengebrauch (Enzensberger 1986: 485)	103
Tabelle 2: Ausrichtung der Sendungen.....	144

Abkürzungsverzeichnis

AKOK – Arbeitskreis für Offene Kanäle und Bürgerfunk

BOK – Bundesverband Offene Kanäle e.V.

EOK – Expertengruppe Offener Kanal

ORF – Österreichischer Rundfunk

ORF-G - Bundesgesetz über den Österreichischen Rundfunk

1 Einleitung

Öffentlichkeit ist ein zentrales Konzept demokratisch verfasster Gesellschaften und steht in engem Zusammenhang mit Meinungsfreiheit, Meinungsvielfalt und Pluralismus. Öffentlichkeit heißt die Möglichkeit zu haben, Standpunkte und Meinungen durch Kommunikation mit anderen auszutauschen. Öffentlichkeit bietet die Möglichkeit neue Sichtweisen, Zusammenhänge, Problemstellungen und Lösungen für sich und andere zu entdecken. Sie macht Unterschiede und Widersprüche sichtbar, lässt die Relativität der Wahrnehmung des Eigenen und Fremden erkennen und kann so Toleranz fördern und ein friedliches Zusammenleben ermöglichen. Öffentlichkeit lässt einen somit an Demokratie teilnehmen.

In einer komplexen und pluralistischen Gesellschaft kann Öffentlichkeit nur durch Massenmedien gewährleistet werden. Nur durch sie hat man die Möglichkeit Sichtweisen und Standpunkte öffentlich zu kommunizieren und anderen zugänglich zu machen. Massenmedien haben somit einen wichtigen demokratischen Wert, der in der Funktion liegt, allen relevanten Standpunkten zu gesellschaftlichen Problem- und Fragestellungen Öffentlichkeit zu verschaffen.

Jeder demokratische Staat hat somit die Verpflichtung öffentliche Kommunikation durch ein funktionierendes Mediensystem zu fördern und zu sichern. Vor allem der Rundfunk bedarf dabei besonderer Beachtung, da er von einer ausgereiften, funktionierenden und allen zugänglichen Infrastruktur abhängt, mit hohen Produktionskosten verbunden ist und als primäres Leitmedium gilt. Die Aufgabe Öffentlichkeit zu ermöglichen, welche einer pluralistischen Gesellschaft gerecht wird, übernimmt der öffentlich-rechtliche Rundfunk. Er hat die Verpflichtung, alles was gesellschaftliche Relevanz besitzt umfassend und für alle zugänglich aufzubereiten. Dabei hat er die kulturelle Vielfalt einer modernen Gesellschaft zu beachten und den Auftrag für Ausgewogenheit zu sorgen.

Um ein qualitativ hoch stehendes Programm zu gewährleisten, braucht öffentlich-rechtlicher Rundfunk ein solides finanzielles Fundament. Dieses soll einerseits durch Rundfunkgebühren und andererseits durch kommerzielle Werbung gesichert werden. Wegen der teilweise finanziellen Abhängigkeit von Werbung muss öffentlich-rechtliches Fernsehen auf eine angemessen hohe Einschaltquote achten, um für WerbekundInnen interessant zu sein. Da aber Fernsehen in erster Linie als Unterhaltungsmedium genutzt

wird, steht öffentlich-rechtliches Fernsehen vor Schwierigkeiten bei der Programmgestaltung. Auf der einen Seite muss der öffentliche Auftrag angemessen erfüllt werden, und auf der anderen Seite muss genug Unterhaltung geboten werden, um eine ausreichende Einschaltquote zu erreichen, mit der ausreichend WerbekundInnen gewonnen werden können. Die dadurch gewonnenen finanziellen Mittel müssen wiederum für eine möglichst qualitative Erfüllung der öffentlichen Aufgaben verwendet werden.

Durch die Einführung von privat-kommerziellem Fernsehen ist der öffentlich-rechtliche Rundfunk zusätzlich unter finanziellen Druck geraten. Privates Fernsehen verfolgt keinen öffentlichen Auftrag und wird gewöhnlich durch Werbung finanziert, weswegen es in direkter Konkurrenz um WerbekundInnen mit öffentlich-rechtlichem steht. Es sind also zusätzliche ökonomische Zwänge entstanden, weswegen öffentlich-rechtliches Fernsehen einerseits mehr Unterhaltung bieten, um keine WerbekundInnen zu verlieren, und andererseits Geld bei den Programmen einsparen muss, die zur Erfüllung des öffentlichen Auftrags beitragen sollen. Die Folge ist nicht nur ein geringerer Anteil an öffentlich-rechtlichem Programm, sondern auch ein Rückgang der Qualität. Man spricht deshalb von einer „Ökonomisierung der Medienstrukturen“ und einer „Kommerzialisierung der Massenkommunikation“, was eine „Konzentration und Internationalisierung publizistischer Macht“ (Bessler 1987: 725) zur Folge hat.

Durch die ökonomischen Prozesse, welche mit dem vorherrschend kulturellen Wert des Fernsehens als Unterhaltungsmedium zusammenhängen, kann öffentlich-rechtliches Fernsehen seinen Auftrag, Öffentlichkeit zu schaffen, nicht mehr erfüllen. Parallel dazu ist unsere Gesellschaft einer „immensen Ausdifferenzierung“ (Hansen 2003: 175) unterworfen. Mit anderen Worten zersplittert Öffentlichkeit immer mehr in Teilöffentlichkeiten und wird somit schwieriger zu fassen. Diese Ausdifferenzierung ist einerseits Resultat einer zunehmenden „Vereinzelung“ und „Individualisierung“ (2003: 176), und wird andererseits durch eine fortschreitende Globalisierung und der damit zusammenhängenden Migration begleitet. Dies hat zur Folge, dass immer mehr kulturelle Unterschiede aufeinander treffen und eine größere Zahl sich scheinbar widersprechender Lebensentwürfe miteinander arrangieren müssen. Öffentlich-rechtliches Fernsehen steht folglich, neben den gestiegenen ökonomischen Zwängen, vor einer weiteren Schwierigkeit: nämlich eine steigende Zahl von mehr oder minder großen Teilöffentlichkeiten gleichmäßig zu versorgen. Es sind also nicht nur ökonomische, sondern auch

gesellschaftliche und kulturelle Gründe, die öffentlich-rechtliches Fernsehen scheitern lassen.

Offene Kanäle, alternative Medien, BürgerInnenmedien, oder Community TV sind der Versuch eine dritte Säule im dualen Rundfunksystem (öffentlich-rechtlichen und privat-kommerziellen Rundfunk) zu etablieren, um den Defiziten der beiden anderen Rundfunktypen hinsichtlich Öffentlichkeit entgegenzuwirken. Der Zugang ist dabei ein komplett anderer und beruht auf Partizipation als „Selbstverständnis westlich-demokratischer Gesellschaften“ (Hollander, Renckstorf 1993: 342). Dieser dritte Weg ist der Versuch solchen Menschen und Gruppierungen Zugang zu den elektronischen Medien zu verschaffen, die in öffentlich-rechtlichen und privaten Medien nicht vertreten sind. Sie haben dadurch die Möglichkeit, mit selbstständig und eigenverantwortlich erstellten Beiträgen, öffentlich zu kommunizieren und so zum Funktionieren einer demokratischen Gesellschaft beizutragen.

Offene Kanäle sind somit ein medienkritisches Unternehmen. Sie sind die Konsequenz einer Kritik am öffentlich-rechtlichen Rundfunk, welche seine Defizite bei der Erfüllung des öffentlichen Auftrags thematisiert. Es handelt sich dabei um den Versuch einer neuen Medienpraxis durch einen offenen Zugang für alle BürgerInnen. Dabei wird durch den Verzicht auf Werbung versucht, ökonomische Zwänge zu umgehen. Dies passiert durch eine rein öffentliche Finanzierung, womit man keinem Konkurrenzkampf um WerbekundInnen unterliegt. Eine weitere medienkritische Komponente liegt auch darin, Programm-Produktionstechniken für den/die BürgerIn offen zu legen und sie zu kritisieren. Es geht also auch um einen medienpädagogischen Zugang, im Zuge dessen aufgezeigt werden soll, auf welcher unterschiedlichen Weise die Wirklichkeit via Medien dargestellt werden kann. Somit soll Medienkompetenz gebildet werden, die unter anderem dazu beitragen soll, aus den Medien abgerufene Informationen kritisch hinterfragen zu können.

Offene Kanäle sind auch ein kulturelles Projekt. Sie sollen ein „inhaltlicher und zugleich ein medien- und kommunikationskultureller Beitrag“ (Thomas Bauer in: Schütz et. al. 2002: 12) sein. Dem liegt eine Medienpolitik zu Grunde, die nicht wirtschaftlich, sondern kulturell motiviert ist. Das heißt, es geht um den Gebrauch elektronischer Medien als kulturelle Praxis, die in der Verankerung einer neuen Kommunikationskultur in der Gesellschaft liegt.

Der Community TV-Sender Okto, der im Herbst 2005 auf Sendung ging, ist so ein Versuch, ein „alternatives“ Medium in der Region Wien zu etablieren. Die Idee von Okto basiert auf dem Konzept Offener Kanäle, hat dieses aber grundsätzlich modifiziert. Dabei wurde vor allem auf die in Deutschland mit offenen Fernsehkanälen gemachten Erfahrungen reagiert. Okto ist dadurch kein Offener Kanal geworden, die Zielsetzungen bleiben aber die Selben.

Diese Arbeit basiert auf dem Interesse, wie mittels Offener Kanäle versucht wird Öffentlichkeit herzustellen. Zunächst muss aber begründet werden, wozu Offene Kanäle gebraucht werden, bzw. warum ein dritter Weg von Fernsehen (neben öffentlich-rechtlichem und privatem) überhaupt notwendig ist. Diese Legitimationsfrage stellt sich besonders dadurch, dass Offene Kanäle aus öffentlichen Mitteln finanziert werden. Es ist also notwendig zu klären, warum herkömmliches Fernsehens in der derzeitigen Konzeption seinen öffentlichen Auftrag nicht ausreichend erfüllen kann. Die Antwort ist vor allem in der wirtschaftlichen Bedingtheit von Fernsehen zu finden. Es soll somit die Frage beantwortet werden, auf welche Weise ökonomische Mechanismen das Programm zu Lasten von Qualität beeinflussen.

Da der Community TV-Sender Okto vor allem auf die Erfahrungen mit Offenen Kanälen in Deutschland aufbaut, sind diese hier von besonderem Interesse. Dabei soll gezeigt werden, wie Offene Kanäle in Deutschland ursprünglich angelegt wurden, bzw. wie man versuchte Öffentlichkeit durch sie zu ermöglichen und zu fördern. Die Anfänge waren von wenig Erfolg gekrönt, wodurch die Konzeption, begleitet von kontroversen Debatten, mehrmals abgeändert wurde. Es soll deshalb dargestellt werden, wie diese Änderungen zusammen mit den begleitenden Kontroversen aussahen, und wie die Zielsetzung – in Form eines mehr medienpädagogischen Zugangs - Offener Kanäle zunächst abgeändert wurde.

In weiterer Folge soll erläutert werden, welchen Zugang man bei Okto gewählt hat, um Öffentlichkeit bzw. öffentliche Kommunikation zu fördern bzw. wie der öffentliche Auftrag erfüllt werden soll. Im Zusammenhang damit werden der Zielsetzungs-Definitionsprozess und der Prozess der Programmgestaltung bei Okto untersucht. Da Okto im Vergleich zu Offenen Kanälen den offenen Zugang einschränkt, soll auch dieser zum Thema gemacht werden. Dabei werden die Unterschiede zwischen Okto und Offenen Kanälen herausgearbeitet. Weiters wird dargestellt, wie das Programm in der Praxis

aussieht, bzw. welche Themen von den ProduzentInnen vorwiegend behandelt werden. Da Okto als öffentlich-rechtliches Fernsehen definiert wird, wird die Konzeption mit den nötigen Kriterien für öffentlich-rechtliche Medien abgeglichen. Im Zuge dessen wird abschließend ein Vergleich mit dem Programmauftrag des Österreichischen Rundfunks (ORF) gezogen, womit die Notwendigkeit einer Ergänzung zum öffentlich-rechtlichen Rundfunks begründet und die Existenz und der Anspruch auf öffentliche Förderung eines Medienprojekts wie Okto legitimiert werden soll.

Da es sich bei Öffentlichkeit um öffentliche Kommunikation handelt, wird in Kapitel 2 zunächst der Kommunikationsbegriff definiert. Ein Verständnis von Kommunikation als reiner Informationsübertragung wird dabei in Frage gestellt und überwunden.

Kapitel 3 thematisiert Öffentlichkeit. Zunächst wird der Begriff „Öffentlichkeit“ erklärt und die Aufgaben von Öffentlichkeit werden aufgezeigt. Danach wird die Verbindung zwischen Öffentlichkeit und Massenmedien beschrieben. In weiterer Folge wird kurz auf die klassischen Zugänge der bürgerlichen und proletarischen Öffentlichkeit eingegangen, gefolgt von einer ausführlicheren Beschreibung aktueller theoretischer Zugänge. Dabei werden Nicht-Öffentlichkeit als Teil von Öffentlichkeit und die Zersplitterung von Öffentlichkeit in den Mittelpunkt gerückt. Darauf basierend werden theoretische Konzepte für die Praxis vorgestellt und deren Bedeutung für Offene Kanäle beschrieben.

Medienkritik ist das Thema von Kapitel 4. Dabei wird zunächst gezeigt, wo die inhaltlichen Schwerpunkte der Kritik liegen, und welche Konsequenzen das auch für die Kritik selbst hat. Danach wird beschrieben, welche Veränderungen für die Praxis angeregt werden, bzw. auf die Wichtigkeit von Medienkritik *als* Praxis hingewiesen. Kapitel 5 ist eng mit Medienkritik verbunden. Hier wird die Realität der Massenmedien thematisiert, wobei vor allem ökonomische Prozesse in den Mittelpunkt gestellt werden. Im Zentrum steht dabei die Problemstellung der mangelnden Qualität des herkömmlichen Fernsehens.

Kapitel 6 beschäftigt sich mit entsprechenden Zugängen der Cultural Studies zur Thematik, wobei zunächst deren Kulturbegriff geklärt wird. Danach werden die Kritik der Cultural Studies am Zusammenhang von Kultur und ökonomischem Determinismus und das Verhältnis der Cultural Studies zur Kritischen Theorie beschrieben. Es folgen Überlegungen zum Kommunikationsbegriff und zur Konstruktion von Bedeutung in Zusammenhang mit Medienrezeption und -wirkung von Fernsehen. Da Okto den Begriff

„Community“ in den Mittelpunkt stellt, wird abschließend ein Community Konzept der Cultural Studies vorgestellt.

Kapitel 7 beschäftigt sich mit den beiden klassischen Theorien zu Offenen Kanälen, nämlich mit der „Radiotheorie“ von Bert Brecht und mit Enzensbergers „Baukasten zu einer Theorie der Medien“. Da diese Zugänge aber nicht mehr aktuell sind, soll hier vor allem die Kritik daran besondere Beachtung finden.

Kapitel 8 hat Offene Kanäle zum Inhalt. Hier sollen zunächst theoretische Ausrichtungen und Zugänge geklärt werden. Zunächst wird die Unterscheidung zwischen den produkt- bzw. den prozessorientierten Ansätzen und Zugänge zu alternativen Medien aus Sicht der Cultural Studies beschrieben. Dabei steht vor allem der Zugang alternativer Medien als Rhizom im Vordergrund. Weiters wird die Bedeutung Offener Kanäle zur Herausbildung von interkultureller Kompetenz und die Bedeutung des Internet für Offenen Kanäle thematisiert. Abschließend werden die Entwicklung Offener Kanäle in Deutschland und parallel dazu geführte Debatten dargestellt.

Kapitel 9 schließlich widmet sich dem Community TV-Sender Okto. Zunächst wird die Vorgeschichte der Offenen Kanäle in Österreich beschrieben. Danach wird die Gründung von Okto skizziert und dessen Konzeption und Ausrichtung dargestellt. Darauf folgend wird der Weg zur eigenen Sendung auf Okto gezeigt, und der Internetauftritt von Okto thematisiert. Dabei wird auf die in Kapitel 8 beschriebene Bedeutung des Internets für Offenen Kanäle zurückgegriffen. Darauf folgend wird das Programm mittels Inhaltsanalyse der einzelnen Sendungen thematisch bewertet. Als nächstes wird eine Einschätzung der potentiellen Leistung von Okto hinsichtlich des in Kapitel 6 beschriebenen „Community“-Aspekts getroffen und der Sender auf eine rhizomatische Struktur untersucht. In weiterer Folge wird das Konzept von Okto mit dem Offener Kanäle verglichen, wobei hier die Unterschiede hinsichtlich eines offenen Zugangs im Mittelpunkt stehen. Abschließend wird ermittelt, ob Okto die Kriterien öffentlich-rechtlichen Fernsehens erfüllt. Hier steht die Frage im Zentrum, inwieweit das Konzept als öffentlich-rechtlich angesehen werden kann, und inwiefern das Programm im Vergleich zum ORF tatsächlich auch einen öffentlichen Auftrag erfüllt. Dabei wird der Public Relations-Bericht des ORF als Vergleichsbasis herangezogen.

2 Kommunikationsbegriff

Es ist unumgänglich, dass eine kommunikationswissenschaftliche Betrachtung des Begriffs „Öffentlichkeit“ auf einer brauchbaren Kommunikationstheorie basieren muss: „Da kommunikationswissenschaftliche Begriffe ein hohes Maß an Abstraktion erfordern, um die nur partiell beobachtbaren und hochvarianten Prozesse sozialer Sinnvermittlung und individueller Informationsverarbeitung angemessen erfassen zu können, greift jeder Ansatz zu kurz, der Öffentlichkeit oder öffentliche Meinung „dingfest“ machen will.“ (Westerbarkey 1994: 63)

Nach Jürgen Fohrmann ist unter „Öffentlichem“ immer „öffentliche Kommunikation“ zu verstehen, also eine Kommunikation die offen gelegt, somit prinzipiell beobachtbar gemacht wird und auch als solche gesehen werden soll (Fohrmann 2002: 203).

Da es also prinzipiell um Kommunikation geht, muss zunächst der verwendete Kommunikationsbegriff geklärt werden. Dazu sollen vor allem auf Ausführungen von Dirk Baecker herangezogen werden, der unterschiedliche Aspekte aus der wissenschaftlichen Diskussion über den Kommunikationsbegriff aufgreift. Dieser Kommunikationsbegriff soll sich möglichst offen gestalten, und das herkömmliche Modell simpler Informationsübertragung hinter sich lassen.

Zunächst soll aber Joachim Westerbarkeys Zugang zum Kommunikationsbegriff angeführt werden welcher diesen nach Luhmann als „erfolgreiche Mitteilung“ definiert, „wobei der Erfolg darin besteht, dass eine als Mitteilung gemeinte Handlung auch als Informationsangebot verstanden wird und der Empfänger diese Botschaft außerdem Inhaltlich deutet“ (Westerbarkey 1994: 53). Bei diesem Prozess *aktualisiere* zumindest zwei *Kommunikanten Sinn*. Bei der Idealvorstellung verfügen danach beide über die gleiche Information, was aber in der Realität nie der Fall sein wird, „denn schon bei der zeichenhaften Rekonstruktion eigener Informationen müssen Kontext- und Präzisionsverluste in Kauf genommen werden, und die Re-Rekonstrukte des Publikums „leiden“ unter weiteren selektiven und perspektivischen Veränderungen“. (1994: 53)

Baecker greift zunächst einen Aspekt von Sören Kierkegaards Zugang auf, welcher aufzeigt, dass Kommunikation nur dann Kommunikation ist, wenn ihr Gelingen davon abhängt, dass „sie als „Zeichen des Widerspruchs“ den/die EmpfängerIn zu einer

„selbsttätigen“ Entscheidung über den Sinn der Mitteilung herausfordert“ (Baecker 2005b: 37), wobei dabei der entscheidende Aspekt in der „Selbsttätigkeit“ liegt.

Weiters greift er eine „ästhetische Akzentuierung des Kommunikationsbegriffs“ auf, welche auf der *Unterscheidung von Individuum und Gesellschaft* und *gelingender und misslingender Kommunikation* beruht, welche zusammengefasst, „für das Individuum den Widerstand der Gesellschaft und für die Gesellschaft den Widerstand des Individuums erfahrbar macht“ (2005b: 50, 51). Daran anschließend bezieht er sich auf Jean-Francois Lyotard, welcher festhält, dass nicht nur Reden ein Resultat von Kommunikation ist, sondern auch Schweigen. Baecker entwickelt daraus eine „Diskursethik“, „die auf dem Postulat beruht, jede Kommunikation unter dem Gesichtspunkt möglichst offener Anschlussmöglichkeiten, das heißt einer zwar strukturierten, aber nicht bereits vorweg entschiedenen Kontingenz der Fortsetzungsoptionen, zu beobachten“ (2005b: 51).

Damit zusammenhängend kann festgehalten werden, dass Dinge, Ereignisse usw. durch Kommunikation einen *Sinn* erlangen, das heißt, „sie reichen sich an mit Verweisen auf anderes, auf eingelöste und uneingelöste Möglichkeiten“ (2005: 54). Kommunikation verweist auch immer auf einen Kontext, was bedeutet, dass eine Aussage und ähnliches nie von der Situation, in der sie getätigt wurde, getrennt betrachtet werden kann. Damit ist gemeint, dass das, was eine Person ausdrücken will, immer mit der aktuellen Situation verbunden ist, aus der heraus man einer anderen Person etwas mitteilen will (2005b: 56, 57).

Baecker umschreibt Kommunikation auf Grund dessen folgendermaßen:

„Als Kommunikation wird die Fähigkeit beobachtet, „signifikante Symbole“ hervorzubringen, von denen sich Individuen ansprechen lassen und mit denen soziale Beziehungen definiert werden können. Diese sozialen Beziehungen sind einerseits Vorgaben für Kommunikation. Man kann signifikante Symbole aufrufen, um zu definieren, auf welche Wechselseitigkeit und damit auf welchen Kontext man sich einlassen möchte. Andererseits sind diese sozialen Beziehungen selbst das Ergebnis von Kommunikation. Denn signifikante Symbole verdanken sich der Kommunikation ebenso wie sie von dieser Kommunikation in ihrem Sinn, das heißt in ihrer Fähigkeit Kontexte und Räume für Wechselseitigkeiten zu definieren, laufend neu und mit leichten oder gravierenden Verschiebungen definiert werden können.“ (2005b: 69)

Wie schon eingangs erwähnt, kann Kommunikation nicht einfach als Übertragung von Informationen definiert werden. Sie muss stattdessen als sozialer Vorgang verstanden

werden. Begründet wird dies dadurch, dass soziale Verhältnisse durch Unterschiede und Unstimmigkeiten zwischen einerseits Individuum und Kommunikation und andererseits zwischen Individuen selbst bestimmt werden, welche nicht überwunden werden können. (2005b: 63)

In diesem Zusammenhang ist es wichtig auf die Selektivität von Kommunikation hinzuweisen, was nicht nur bedeutet, dass Kommunikation nur eine denkbare Kommunikation von anderen denkbaren ist:

„sondern viel radikaler bedeutet die Selektivität der Kommunikation, dass Kommunikation nur zustande kommt, wenn eine bestimmte und als selektiv bestimmte Information im Kontext von Sinnverweisungen beobachtet wird, die Bestimmtes ebenso wie Unbestimmtes, Wissen ebenso wie Nichtwissen, Sichtbares ebenso wie Unsichtbares, anwesendes ebenso wie Nichtanwesendes, Gewisses ebenso wie Ungewisses betreffen.“ (2005b: 66)

Zwei weitere konstituierende Dimensionen von Kommunikation sind *Differenz*, konkret die Differenz zwischen *Individuum* und *Sozialität*, und *wechselseitige Konditionierung*. Ruesch und Bateson definieren in diesem Zusammenhang die essentiellen Bestandteile von Kommunikation, nämlich *wechselseitige Wahrnehmung*, die *Rekursivität*, *Metakommunikation* und „*report*“ bzw. *Bericht* und „*command*“ bzw. *Aufforderung*. (2005b: 74)

Unter wechselseitiger Wahrnehmung wird dabei verstanden, „dass von Kommunikation nur die Rede sein kann, wenn „Sender“ und „Empfänger“ wahrnehmen, dass sie wahrnehmen, dass sie sich wahrnehmen“ (2005b: 74). Weiter bedeutet dies, dass es auf beiden Seiten der Kommunikation *Kontingenzspielräume* als grundlegende Voraussetzung für Kommunikation gibt. Da Kontingenzspielräume auf beiden Seiten vorhanden sind, sprechen Talcott Parson und Niklas Luhmann in diesem Zusammenhang von einer *doppelten Kontingenz*, wodurch Kommunikationsmodellen als simple Übertragung von Information widerlegt werden können. An deren Stelle tritt die Erkenntnis, dass „jedes Individuum für sich konstruiert, was es als Sinn der Kommunikation wahrnimmt“ (2005b: 75). Zusätzlich bedeutet aber das Phänomen der doppelten Kontingenz auch, dass Kommunikation von den Intentionen der Kommunikatoren unabhängig ist, d.h. dass sich Kommunikation eine, vom involvierten Bewusstsein, im Wesentlichen unabhängige Realität generiert. Kommunikation kann dadurch als *Sinnverarbeitung* eines

systematischen Rauschens verstanden werden. Dadurch wird die Kommunikation allerdings nicht, wie vormals angenommen, unmöglich gemacht, sondern sie schafft im Gegenteil neue *Spielräume*. Auf Grund dessen beschreibt Baecker hier Kommunikation als „Interpretation des Rauschens“. (2005b: 76)

Rekursivität der Kommunikation meint, dass Kommunikation nicht als einzelnes *kommunikatives Ereignis* verstanden werden kann, sondern immer nur „als Bezugnahme kommunikativer Ereignisse auf kommunikative Ereignisse“ (2005b: 76). Dadurch kann gesagt werden, dass die Referenz, auf die Bezug genommen wird, sich nicht mit dem/der TeilnehmerIn, der an der Kommunikation teilnimmt, deckt, sondern die Kommunikation selbst. (2005b: 77)

Ein zusätzlicher Kontingenzspielraum ist die Metakommunikation, denn die *Anschlusskommunikation* hat entweder die Option sich auf die Kommunikation, an die angeschlossen wird, zu beziehen, oder auf die Metakommunikation. Dass jeder Kommunikation auch eine Metakommunikation innewohnt, bedeutet gleichzeitig, „dass die Kommunikation sich selbst als Kommunikation vorführt. Nur so kann die Selbstreferenz der Kommunikation gedacht werden, denn nur so aktualisiert sie sich fortwährend als eine eigene Möglichkeit ihrer selbst, die andere Möglichkeiten nicht ausschließt, sondern voraussetzt und erfordert“ (2005b: 77).

Das vierte und letzte Element von Ruesch und Bateson ist „die Doppelung jeder Mitteilung in die beiden Aspekte „report“ und des „command“, welche mit dem Element der Rekursivität verbunden sind. „Report“ nimmt als Bericht auf vorangegangene Ereignisse Bezug, „command“ als Aufforderung an nachfolgende, wobei beide Aspekte im konkreten Fall nicht voneinander getrennt betrachtet werden können. (2005b: 79)

Da bei Kommunikation Beobachtungen eine wichtige Rolle spielt, kann über Massenmedien gesagt werden, dass diese Beobachtungen von Beobachtern liefern. Baecker dazu weiter:

„Sie universalisieren den Verdacht gegenüber allen Mitteilungen und allen Informationen, aber sie steigern auch die Fähigkeit der Gesellschaft sich selbst zu irritieren, in bisher unbekanntem Maße. Sie bilden eine Sinnmaschine, die niemals eindeutig funktioniert und dennoch, oder gerade deswegen in vielen Hinsichten vorhersehbar operiert. Während sie dem Individuum Abweichungschancen in Hülle und Fülle bieten, fangen sie es doch immer wieder auch ein, indem sie es doppelt einbinden in das Interesse daran, für andere beobachtbar zu bleiben einerseits und

andere beobachten zu können andererseits. Die Beobachtung von Beobachtern gibt dieser wie jeder anderen Kommunikation eine Struktur, die nicht mehr die Konformität, sondern die Abweichung präferiert. Denn nur die Abweichung liefert Ansatzpunkte für Imitation und Kopie, die für andere Individuen interessant sein können.“ (2005b: 93, 94).

Baecker verwendet einen soziologischen Kommunikationsbegriff, welcher Medien zwar als unbestimmt betrachtet, aber für bestimmbar deutet. Er beobachtet Kommunikation daraufhin, „dass sie laufen erprobt, variiert und reproduziert, was sie voraussetzen muss, um überhaupt etwas erproben, variieren und reproduzieren zu können“ (Baecker 2005a: 183).

Es wird dabei auf den Shannon'schen Kommunikationsbegriff Bezug genommen, welcher Kommunikation als *Selektion* aus redundanten Möglichkeiten versteht. Der Faktor der *Redundanz* wirft natürlich die Frage auf, wo dabei die *Varietät* bleibt. Dem wird entgegnet, „dass jede Selektion als eine Variation verstanden werden kann, wenn genügend Anlass besteht, sie im Kontext einer anderen Redundanz zu interpretieren als der gewohnten.“ (Baecker 2005a: 24)

Der hier erarbeitete Kommunikationsbegriff ist ein „Begriff der Beschreibung einer Relation von Bestimmtheit und Unbestimmtheit zu sich selbst“ (2005a: 136), wobei die Bestimmtheit der Beobachterposition aus der Unbestimmtheit gewonnen wird. Die Unbestimmtheit ist hier unerlässlich, weil sonst keine Bewegung mehr möglich wäre: „Jede Bestimmung ist bereits ein Konditionierung eines Freiheitsgrades, dem man seine Setzung allzu rasch oft nicht mehr ansieht.“ (Baecker 2005a: 136, 137)

Baecker lässt mit seinem gewählten Kommunikationsbegriff offen was Kommunikation eigentlich ist. Die Beobachtung von Ursache und Wirkung wird dabei überwunden und durch eine „Beobachtung von in Grenzen wählbaren Beziehungen, die auf beiden Seiten Autonomie voraussetzen“ (2005b: 98), abgelöst. Die Frage was Kommunikation ist offen zu lassen wird von Baecker so begründet, dass „nur so aufgenommen werden kann, dass Kommunikation darin besteht, nicht zu determinieren, wie sie fortgesetzt wird“ (2005b: 99).

Ein weiteres Argument für das Arbeiten mit einem offenen Kommunikationsbegriff ist jenes, dass in der momentanen Gesellschaft alles kommunikativ, und nicht durch eine *übergreifende Ordnungsvorstellung* bestimmt wird. (2005b: 99)

Baecker zieht daraus folgenden Schluss:

„Der Kommunikationsbegriff macht auf eine lose Koppelung zwischen Individuum und Gesellschaft aufmerksam, die beide Seiten enorm viel Spielraum verschafft, aber auch immer wieder eine Überforderung darstellt, die dazu verführen kann, mit Sozialmodellen aufzuwarten, die den Bindungsgrad durch Sinnangebote aller Art (und die dazugehörige Drohung mit Unsicherheiten) zu erhöhen versprechen.“ (2005b: 99)

Im Zuge seiner Auseinandersetzung mit dem Kommunikationsbegriff beschäftigt sich Baecker mit der Möglichkeit von *Interventionen*. Diese bieten die Möglichkeit, sich gegen Kommunikationen zu wenden, und dabei neue zu initiieren, das heißt: „Intervention als eine Kommunikation mit zwei Seiten zu sehen, die bestimmte Kommunikationen zu entmutigen versucht, um andere zu ermutigen“ (2005a: 274). Es soll hier also versucht werden, eine Veränderung zu erzielen, wo diese sonst nicht stattfinden würde. Wichtig ist dabei, dass weder das *Eigeninteresse* der Intervention gegen diese stehen darf, die abzulösende Kommunikation mehr Argumente für sich vorzuweisen hat, noch darf die neue Kommunikation Probleme hervorrufen, welche die Intervention nicht lösen kann. (2005a: 274)

Baecker hält fest dass üblicherweise ein Konflikt einen Ansatz für Interventionen bietet und begründet dies folgendermaßen: „Nur der Konflikt kann garantieren, dass das Eigeninteresse der Intervention als sekundär gewertet werden kann, die Motive für den Wechsel der Kommunikation auf der Hand liegen und nahezu jede neue Kommunikation zunächst einmal als attraktiv gelten kann“ (2005a: 274). Danach hat die Intervention die schwierige Aufgabe, sich gegen die *Eigendynamik des Konflikts* zu stellen, welche den Vorteil hat, „dass die Welt des Konflikts im Hinblick auf das Thema, die scheinbar eindeutige Vergangenheit und absehbare Zukunft und die TeilnehmerInnen der Kommunikation so viel evidenter ist als jede andere Welt“ (2005a 275). Baecker plädiert deshalb dafür, dass die Intervention nach *Dritten* Ausschau halten muss, die außerhalb des Konflikts stehen, „die die Konfliktpartner als solche beschreibt und es ihnen damit schwerer macht, für und nicht gegen den Konflikt zu votieren“ (2005a: 275). Dabei muss die Intervention hinter diese Dritten zurücktreten und gleichzeitig die neue Kommunikation so interessant und verlockend dargestellt werden, damit die alte leichter hinter sich gelassen werden kann. (2005a: 274, 275)

Baecker hält daraus resultierend fest, dass Intervention zunächst *Beobachtung* ist:

„Sie muss die Bedingungen klären, unter denen sie wirksam sein kann, und ihr ist klar, dass diese Bedingungen nicht kausal, sondern [...] nur im Kontext eines Situationspotentials zu klären sind. Dann muss die Intervention irritieren, das heißt ihre Beobachtungen so in die Verhältnis einsteuern, dass dies sich mit Blick auf ihre nötige und mögliche Veränderung selbst beobachtet, ohne auf die Idee zu kommen stattdessen die Intervention zu beobachten. Und drittens muss die Intervention etwas zu bieten haben, was die Bedingungen definiert, unter denen es attraktiv sein kann, sich auf Intervention einzulassen.“ (Baecker 2005a: 275)

3 Öffentlichkeit

3.1 Öffentlichkeit und öffentliche Meinung

Öffentlichkeit und öffentliche Meinung sind notwendige Elemente von demokratischen Systemen. In diesem Kapitel sollen neben den Funktionen von Öffentlichkeit vor allem aktuelle theoretische Zugänge jenseits der traditionellen Modelle der bürgerlichen und proletarischen Öffentlichkeit behandelt werden. Aufbauend darauf werden Überlegungen für die Praxis aufgegriffen, bzw. welche Erkenntnisse daraus für Offene Kanäle gezogen werden können. Zunächst sollen aber noch für ein besseres Verständnis die Begriffe Öffentlichkeit und öffentlichen Meinung umschrieben werden.

Joachim Westerbarkey legt dabei auf einen wissenschaftlich präzise formulierten Begriff von öffentlicher Meinung wert, was für ihn dann der Fall ist, „wenn ihr fiktiver Charakter erkannt und sie ausdrücklich als operationales *Konstrukt* zur Beschreibung kommunikativer Bedingungen (Teilnahme) und Folgen (Wissen) verwendet wird“ (Westerbarkey 1994: 60). In diesem Zusammenhang wird darauf verwiesen, dass seitens der Wissenschaft die Gefahr besteht, „die „Baukästen“ ihrer Theorien mit der Wirklichkeit zu verwechseln und damit den Ordnungsgrad der Welt zu überschätzen, der weit hinter dem symbolischer Systeme zurückfallen dürfte“ (1994: 60), womit auch Kritik an Enzensberger Medienbaukasten angedeutet wird.

Ähnliches sieht Westerbarkey für den Begriff „öffentliche Meinung“, dem ebenfalls uneindeutige Bedeutungen zugeschrieben werden. Hier wird auf den Widerspruch verwiesen, den der Begriff in sich trägt, nämlich dass es sich bei „Meinung“ um ein *individuelles Phänomen* handelt und bei „Öffentlichkeit“ um ein *soziales* – eine Meinung kann nur als öffentlich gelten, wenn sie *artikulierte* wird. „Außerdem kann die Kollektivität bestimmter Meinungen wiederum nur eine operationale Fiktion bzw. ein virtuelles System sein“ (1994: 61), auf Grund der Tatsache dass man sich an eine Übereinstimmung nur durch *gemeinsame Sozialisation*, *mutuelle Verständigung* oder *Empathie* annähern kann. Daraus ist der Schluss zu ziehen, dass öffentliche Meinung sich in erster Linie aus Meinungen zusammensetzt, „die andere zu kennen glauben, weil sie sie aufgrund von Kommunikation anderen zuschreiben, also aus der imaginären Verbreitung und Akzeptanz

von Meinungen“ besteht (1994: 61). Westerbarkey hält hier fest, dass Massenmedien nicht die Aufgabe haben und haben sollen, Übereinstimmung bei Werten und Einstellungen zu erreichen. Diese obliegt bestimmter *Sozialinstanzen*: „Fördern diese die Bildung relativ konstanter und homogener Teilöffentlichkeiten, so liegt der Vorteil „großer“ Öffentlichkeit in ihrer prinzipiellen Dynamik und Pluralität.“ (1994: 60, 61)

Ernst Gottfried Mahrenholz versteht unter Öffentlichkeit *Medienöffentlichkeit*, wobei es für ihn sich zwar bei, zum Beispiel Demonstrationen, ebenfalls um Öffentlichkeit handelt, aber erst Massenmedien Öffentlichkeit in einem bestimmten und entscheidenden *Sinn* erzeugen, nämlich „als eine Öffentlichkeit, die prinzipiell räumlich und persönlich unbegrenzt und die gleichzeitig von ganz unterschiedlichen Themen mit verschiedenen Gewicht gefüllt ist“ (Mahrenholz 1994: 43). In diesem Zusammenhang hält Mahrenholz weiters fest, dass es sich bei der öffentlichen Meinung nicht um die Meinung des/der JournalistIn handelt, sonder dass diese „das widersprüchliche Konglomerat verschiedener Auffassungen“ (1994: 43) ist, wobei diese unter anderem von PolitikerInnen, WissenschaftlerInnen usw., welche öffentliche Aufmerksamkeit erhalten, mitgestaltet wird. Hier weist Mahrenholz darauf hin, dass oft polemisch, statt von öffentlicher Meinung, von *veröffentlichter* Meinung gesprochen wird, wobei er dabei zwar nicht in Abrede stellt, dass öffentliche Meinung im Großen und Ganzen durch veröffentlichte Meinung gebildet wird, der Hintergrund der Verwendung des Terminus aber jener ist, dass einem die öffentliche Meinung oder gewisse Richtungen dieser nicht genehm ist, und man nach einer Veröffentlichung seiner eigenen Meinung verlangt. (1994: 43, 44)

Mahrenholz kommt zu dem Schluss, dass Streit eine zentrale Kategorie von Demokratie ist: „Nicht die Eintracht, sonder die Zwietracht [...] hat in der Demokratie eine besondere Würde“ (1994: 54, 46), wobei aber dabei darauf verwiesen wird, dass dies nur mit Einschränkungen zutreffend ist. Das bedeutet, dass in Konfliktsituationen die Widersprüche öffentlich diskutiert werden müssen, weil dadurch Informationen von der Gesellschaft gewonnen werden können. (1994: 46)

Öffentlichkeit in einer demokratischen und pluralistischen Gesellschaft braucht normative Kriterien, woraus (qualitative) Ansprüche an den Journalismus entstehen, da dies der Staat alleine nicht garantieren kann: „Solange Journalismus an die Vielfältigkeit der Menschen, ihre Erwartungen und ihre Ansprüche an die Politik und an die Vielfalt der politischen Probleme, ihre Aspekte und Zusammenhänge anknüpft, kann der Medienpluralismus so

leicht nicht seine Öffentlichkeit erhaltende Kraft einbüßen“ (1994: 47). Dem steht das Faktum gegenüber, dass, Medienunternehmen auch wirtschaftliche Interessen besitzen, bzw. diesen auch (gezwungenermaßen) unterliegen. Das Resultat davon ist, dass Interessen von Minderheiten zu Gunsten von z.B. Sensationsjournalismus weniger Platz eingeräumt wird. Auch der öffentlich-rechtliche Rundfunk unterliegt, trotz Rundfunkgebühren, diesem ökonomischen Druck, da er mit privaten Anbietern im Wettbewerb um Werbeeinnahmen steht. (1994: 47, 48)

3.2 Aufgaben von Öffentlichkeit

Politische Entscheidungen müssen in demokratischen Systemen durch Kommunikation legitimiert werden, d.h. die politischen Vertreter müssen, nicht zuletzt durch „öffentliche Darstellung, „Begründung und Rechtfertigung“, die BürgerInnen am politischen Prozess partizipieren lassen. Sarcinelli verweist in diesem Zusammenhang aber auf den *Neopluralismustheoretiker* Ernst Fraenkel, der dazu anmerkt, „dass die weit verbreitete Auffassung, Demokratie bedeute Herrschaft der öffentlichen Meinung, in der sich gleichsam automatisch ein gemeinwohlverpflichteter Gemeinwille manifestiere und demokratische Politik bestimme, eine schreckliche Vereinfachung darstelle“ (Sarcinelli 1994: 31).

Friedhelm Neidhart beschäftigt sich in seinem Text „Jenseits des Palavers“ mit den Aufgaben bzw. Funktionen von Öffentlichkeit. Dabei geht er zunächst davon aus, dass Öffentlichkeit prinzipiell offen sein muss, das heißt es dürfen keine Grenzen nach Außen gezogen und auf eine bindende *Strukturierung* interner *Kommunikationsabläufe* verzichtet werden: „Insoweit muss sie ihre Organisationsdefizite nicht nur tolerieren, sondern sogar verteidigen. Die Unordnung öffentlicher Kommunikationsprozesse ist Teil ihrer spezifischen Produktivität“ (Neidhart: 1994: 22). Ein pures Chaos von Kommunikationen macht im Gegensatz dazu aber auch keinen Sinn, und so verweist Neidhart auf die zentralen Aufgaben von Öffentlichkeit, nämlich *Beobachtungs-, Kritik- und Orientierungsaufgaben*. (1994: 22, 23)

3.2.1 Beobachtungsfunktion

Die *Beobachtungsfunktion* wird von Neidhart als die wesentliche beschrieben. Sie hat die Aufgabe, „durch die Wahrnehmung von Problemen, Problemlösungsansprüchen und darauf bezogene Entscheidungen *Transparenz* zu erzeugen“ (1994: 23). VertreterInnen des politischen Systems müssen also im Idealfall ihre Entscheidungen transparent machen und öffentlich begründen, und dabei auf Anerkennung dieser seitens der BürgerInnen erhoffen, wodurch diese Entscheidungen legitimiert werden. Dadurch ist es aber unabdingbar, dass durch die erwähnten VertreterInnen, außerhalb Stehende von diesem Prozess nicht ausgeschlossen werden: „Das Publikum muss die Chance haben, Sprecher zu finden, die dem Establishment politischer Instanzen nicht angehören“ (1994: 23). Unerlässlich ist für Öffentlichkeit also ein *Partizipationsgewinn*, der durch eine Teilnahme von jenen erreicht werden kann, die nicht von den herrschenden Instanzen des politischen Systems repräsentiert werden. Das heißt es müssen jene einbezogen werden, welche „an der Peripherie des politischen Systems stehen“ (1994: 23), damit nicht lediglich so genannte „Hofberichterstattung“ betrieben wird. Neidhart sieht es für die Beobachtungsfunktion als entscheidend an, „das wahrnehmbar zu machen, wovon man sonst nichts wissen kann.“ (1994: 23, 24)

Eine Folge von möglichst offener Öffentlichkeit ist aber die *Wahrscheinlichkeit von Widersprüchen*, welche durch eine größere Anzahl von Themen, Meinungen usw. steigt. Diese Informationen müssen deshalb verarbeitet werden, da sie sich sonst überlagern und voneinander verwischt werden. Das passiert in den Massenmedien dadurch, dass diese eine *Selektion* der Information vornehmen, wodurch sich die Frage stellt, wie die Kriterien dafür definiert werden, bzw. inwieweit dabei die Qualität der Information berücksichtigt wird, um den Anspruch einer *kritischen Öffentlichkeit* gerecht zu werden. Hier bringt Neidhart die *Fähigkeit zur Selbstkontrolle* ins Spiel, wobei es hier nicht darum geht zu einem Konsens zu gelangen, da man bei komplexen Themen nicht davon ausgehen kann, dass alle abschließend die gleiche Meinung teilen: „Durch Falsifikation unwahrer Behauptungen und durch Ideologiekritik an manipulierten Rechtfertigungen kann aber ein Rationalitätsgewinn dadurch entstehen, dass der Dissens klarer und seine Gründe verständlich werden. [...] Eine Entstörung des Streits wäre die Folge“ (1994: 24, 25). Das Ziel ist also nicht in einer Schaffung eines Konsenses zu sehen, „sondern in Informationen

über Ausmaß und Gründe seiner Möglichkeit und Unmöglichkeit“ (1994: 25). Neidhart betont, dass eine Grundvoraussetzung dafür das Stattfinden von Kommunikation ist, und zwar insofern, dass „Beiträge der einen durch die anderen wahrgenommen, geprüft und beantwortet werden.“ (1994: 24, 25)

Für die Qualität der öffentlichen Kommunikation bringt Neidhart einige Annahmen über wichtige Kriterien dafür, z.B. ob die *Besetzung der Arena* nur durch VertreterInnen der Interessensvertretungen erfolgt, oder die Zusammensetzung des Publikums. Die Beschränkung auf die Pflege der eigenen Klientel ist zu wenig für einen qualitativ hochwertigen Prozess, es muss diesem zusätzlich ein *unbefangenes* und *engagiertes Publikum* gegenübergestellt werden, welches der vertretenen Positionen kritisch gegenüber steht. Um im Zuge von öffentlichen Auseinandersetzungen nicht nur *strategische Scheingefechte* zum Zuge kommen zu lassen, braucht es Interventionen von Dritten, die selbst kein Interesse in Form von Nicht-Betroffenheit an der diskutierten Thematik haben. Nur diese „konterkariert die strukturell angelegten Tendenzen zu einer „Klientelisierung“ öffentlicher Prozesse“ (1994: 26). Neidhart stellt im Zuge dessen die Frage, wie das Interesse auf Seiten von Unbefangenen geweckt werden kann, welche in der politische Kultur zu finden ist (1994: 25, 26):

„Die Qualifizierung öffentlicher Meinung benötigt eine Mindestmenge an Bürger, deren generalisiertes politisches Interesse ein staatliches Engagement auch dann hervorruft, wenn es nicht um die eigenen Angelegenheiten geht – besser formuliert: die die Betroffenen andere zu ihrer eigenen Angelegenheit machen, wenn Prinzipien verletzt werden, die sie für verbindlich halten.“ (1994: 26)

3.2.2 Orientierungsfunktion

Öffentlichkeit hat *Orientierung* zu geben, das heißt es soll vermittelt werden welche sozialen Probleme aktuell sind und über Gründe und Optionen informieren, wie diese Probleme gelöst werden können. Dies ist wichtig für den *politischen Entscheidungsprozess*, „indem sie bestimmte Optionen aggregiert, andere [...] ausschaltet oder marginalisiert, auf Kompromisszonen verweist oder aber Widersprüche verstärkt, also Auskunft gibt sowohl über Alternativen als auch über deren öffentliche Akzeptanz.“ (1994: 26, 27)

Öffentlichkeit ist also ein wichtiger, aber nicht der einzige Bestandteil von demokratischen Systemen. Neidhart plädiert zwar für einen möglichst offenen Zugang zu Öffentlichkeit, sieht hier aber trotzdem die Notwendigkeit von selbst auferlegten Grenzen. Zum einen hält Neidhart fest, dass Enthüllung nicht schon allein einen Wert darstellt, und verweist dabei auf das Recht auf Privatsphäre, Taktgefühl usw. Das heißt es muss zunächst immer abgewogen werden, ob eine Information für eine kollektive politische Entscheidungsfindung notwendig ist, wobei die Kriterien für diese Entscheidung durch *Selbstkontrolle* definiert werden muss. Dazu braucht es Kritik an den eigenen Maßstäben, welche aber nicht als absolut gesetzt werden dürfen, da diese selbst *chronisch kontrovers* sind. Neidhart spricht hier von der Notwendigkeit einer Dissenstoleranz: „Da Öffentlichkeit als Kommunikationssystem nicht unter Handlungsdruck steht, braucht sie sich auch nicht unter einen Konsensdruck zu setzen, der zur Moralisierung von Kritik und am Ende zur sozialen Ächtung der Kritisierten führen müsste“ (1994: 29). Abschließend plädiert Neidhart dafür, dass Öffentlichkeit selbst keine Politik machen darf, sondern diese lediglich durch „Offenheit, das Stehenlassen von Widersprüchen, Probierhaltungen, Spinnereien [...] beobachten, kommentieren, vielleicht auch stimulieren und unter Druck setzen“ (1994: 29) soll, da sie nur so von *Entscheidungszwängen* befreit bleiben kann. (1994: 28, 29)

3.2.3 Missverständnisse der Kritikfunktion

Kritik wird in Zusammenhang mit der Kritik und Kontrollfunktion von Glotz und Langenbucher geübt. Diese sehen in der Praxis diesbezüglich ein Missverständnis seitens der JournalistInnen. Diese haben zwar, so Glotz und Langenbucher ebenso das Recht auf freie Meinungsäußerung, interpretieren dieses aber als „Individualrecht“, und vergessen dabei ihre gesellschaftliche Aufgabe, nämlich „die Meinungen der anderen zu artikulieren“ (Glotz, Langenbucher 1969: 28). Dies ist allerdings essentiell, da nur so ein Austausch verschiedener (aller) Meinungen, welcher für demokratischen Gesellschaften Grundvoraussetzung ist, geschehen kann: „Deshalb ist es notwendig, dass die Massenkommunikationsmittel Podien sind, auf denen sich die verschiedenen Meinungen begegnen, Foren, auf denen die Konflikte aufgezeigt werden, die im gesellschaftlichen Gegeneinander und Miteinander entstehen“ (1969: 27). Das heißt nicht, dass in den

Medien keine Kritik geübt werden darf, ganz im Gegenteil, Kritik und Kontrolle ist in dem Medien aus den schon genannten Gründen notwendig, sie darf aber kein Sonderrecht für einen Berufsstand, nämlich den der JournalistInnen, sein. Der/die JournalistInnen muss deshalb „Diener“ und nicht „Herr“ des Publikums sein, der dieses Erziehen will. Oft wird hier das gerade, so Glotz und Langenbacher, von den „engagiertesten Demokraten“ übersehen, „und verfallen dem Irrtum, dass diese gut gemeinte Erziehung durch propagandistische Erziehung zu bewerkstelligen sei.“ Das Resultat ist ein Widerspruch zwischen *öffentlicher* und *veröffentlichter Meinung*, welche von Glotz und Langenbacher als politisch gefährlich angesehen wird. (1969: 30 - 32).

Kleiner kritisiert allerdings das Konzept von Glotz und Langenbacher, und zwar insofern dass es sich bei diesem um eine Idealvorstellung handelt:

„Die Auffassung, dass sich [...] autonome Meinungs- und Willensbildung durch einen Journalismus, der sich wesentlich als vermittelnder und moderierender versteht, ausbilden können, übersieht ein grundlegendes Thema, nämlich die Notwendigkeit der kontinuierlichen und umfassenden Lektüre, die hierzu notwendig ist. Weiterhin muss der Leser auch andere Informationsquellen heranziehen, um sich zu jeweiligen Themen eine umfassende Meinung bilden zu können. Dies erfordert nicht nur Zeit, sondern auch Interesse und entsprechendes kulturelles Kapital. Nur im Idealfall, wenn überhaupt, kann erwartet werden, dass jeder Leser bzw. BürgerInnen permanent diese Aspekte realisiert.“ (Kleiner 2006: 134)

3.3 Öffentlichkeit und Massenmedien

Massenmedien sind eng mit der Idee von Öffentlichkeit verbunden und haben demnach einen großen Einfluss darauf. Hier soll nun einerseits kurz beschrieben werden, wie vor allem neue Medien und die daraus resultierenden Formen medialer Kommunikation, bezüglich einer „geteilten Gegenwart“ und „Gemeinsinns“ beeinflussen. Andererseits soll aufgezeigt werden, wie massenmediale Selektion und Reduktion mit Öffentlichkeit verbunden sind.

3.3.1 Geteilte Gegenwart und Gemeinsinn

„Moderne“ Medien produzieren eine „*neue* Einheit von erfahrener Situation und Situation der Erfahrung“, wobei es sich bei dieser Einheit um eine *zeitlich* handelt, nicht eine *räumliche* (Keppler 2002: 57):

„Die mediale Kommunikation schafft eine zeitliche Nähe, die keinerlei räumliche und nicht einmal eine soziale Nähe zur Voraussetzung hat. Alle, die diese Medien gebrauchen, *sind* immer bereits über die Situation ihrer leiblichen Anwesenheit hinaus: sie haben Teil an einer überindividuellen Gegenwart, in der sich die Zeit ihres eigenen Lebens abspielt.“ (2002: 57).

Das bedeutet, dass *mediale Erfahrung* nicht lediglich eine Erfahrung außer einer möglichen Erfahrung eigener Handlungen ist, sondern auch:

„stets die Erfahrung einer mit anderen *geteilten Gegenwart*: Sie schafft Zugang zu einem Horizont von Bedeutungen, die nicht für diesen und jenen, sondern für viele oder sogar alle bedeutsam sind. [...] Die Nutzer der neuen Medien haben Teil an einer durch das Medium konfigurierten *kulturellen Zeit*.“ (2002: 57)

Keppler bezieht sich auf Luhmann wenn sie feststellt, dass man durch Medien ständig mit „kollektiver Gegenwart“ versorgt wird, das heißt es werden „Irritationen“ ausgelöst, welche eine schnelle „Bearbeitung“ nötig machen. Massenmedien erzeugen demnach „allgemeine Irritationen“, welche die Gesellschaft gleichzeitig mit einer „*gemeinsamen Lage*“ versorgt, und von den einzelnen Mitgliedern je nach deren eigenen „Erfahrungshorizont“ verarbeitet werden, wodurch verschiedene Deutungen entstehen. (2002: 61)

Dadurch entsteht aber eine „geteilte Gegenwart“, womit aber nicht gemeint ist, dass die Sicht auf die Gegenwart geteilt wird sondern es werden seitens der Massenmedien Ereignisse angeboten, an denen man teilnehmen kann - in welchem Sinn das passiert kann allerdings nicht bestimmt werden. Keppler weist auf die Wichtigkeit dessen hin, da heutzutage in Kommunikationstheorien oft vernachlässigt wird, dass immer ein „Spielraum von Aneignung“ von dem vorliegt, was kommuniziert wird – und das trotz versuchter Begrenzungen im Zuge der „medialen Produktion.“ Die ProduzentInnen haben also nicht

die Möglichkeit (so wie oft behauptet) zu bestimmen welche „Überzeugungen und Einstellungen“ in die von ihnen generierte Öffentlichkeit transportiert werden, aber genau wegen dieser *Unmöglichkeit* dessen, ist dadurch eine „demokratisch mediale Öffentlichkeit“ möglich. (2002: 62)

Kepler wendet diese Erkenntnisse an dem Bereich der „*moralischen* Kommunikation“ an und führt hier als Beispiel Talkshows und politische „Aufklärungssendungen“ an. In diesen Sendungen ist zwar „Moralisierung“ ein wichtiger Bestandteil, wird aber von den ZuschauerInnen nicht in deren „Lebenszusammenhang“ aufgenommen, sondern eher sehr widersprüchlich betrachtet. Kepler nennt dies „Moralisierung ohne Moral“. Der Grund dafür liegt dass in diesen Sendungen Moral lediglich als „dramaturgisches Mittel“ eingesetzt wird und so wirkungslos bleibt: „Verbindliche Orientierungen, seien sie moralischer oder anderer Art, können nämlich nur dort entstehen und bestehen, wo sie im menschlichen Handeln untereinander eingeklagt, korrigiert oder bestätigt werden können“ (2002: 63). Diese Orientierungen dürfen also nicht, wie in diesen Unterhaltungssendungen, vom sozialen Kontext abgelöst werden, sondern müssen vom Publikum als Problem in deren Alltag integriert werden. Kepler sieht deswegen Medien nicht als ideale „Instanzen der *Vermittlung* allgemeiner Orientierungen“ an. (2002: 62 – 64)

„Was sie liefern, sind Konstruktionen einer kognitiven und normativen Weltaneignung, die aber ihrerseits einer konstruktiven Aneignung bedürfen, um in ein entsprechendes Wissen zu münden. Das Medium Fernsehen kann lediglich *Gelegenheiten* der überindividuellen Orientierung anbieten, die nur in der Interaktion seiner Adressaten tatsächlich *gewonnen* werden können. Dass diese Interaktionen heute selbst vielfach medial instrumentiert sind [...] ändert nichts daran, dass die scheinbar unbegrenzte Macht der Medien an den je eigenen Gesetzen des medialen Gebrauchs eine prinzipielle Grenze findet.“ (2002: 64)

Manfred Fassler spricht von einem „trivialen“ oder „egoistischen Gemeinsinn“, der sich auf Kosten von Gesellschaft und Politik bildet. Dabei stellt er den Gedanken in den Raum, dass sich dabei „die Unhaltbarkeit eines in sich geschlossenen Gesellschaftsbegriff“ (2002: 32) zeigt, was schon länger in der Theorie diskutiert wird. Im Zuge dessen wird „Gemeinsinn auf Wissen, Kommunikation und Bildung als nicht abschließbare Prozesse“ (2002: 33) bezogen, mit der Konsequenz, diesen „in die Wissenskonkurrenz der Welt zu stellen, anzuerkennen, dass Kultur nie fertig, nimmer vollständig ist“ (Fassler 2002: 33).

Und weiter:

„Letztlich hieße dies, Gemeinsinn auf die Füße der individuellen pragmatischen und kommunikationsethischen Verantwortung zu stellen, also auf eine nicht-triviale Grundlage. Es wäre eine Sache der zu fordernden transkulturellen Intelligenz, nicht der nationalkulturellen Gefühle. Der Sinn für das relokalisierte Allgemeine beinhaltet dann Sensibilität gegenüber unbestimmbaren Entwicklungen, - weltweit.“ (2002: 33)

So genannte Individualisierung und „Netztechnologien“ haben gesellschaftliche Auflösungsprozesse bezüglich Kategorien wie „Volk, Land und Leute“ zur Folge. Fassler diagnostiziert dabei konkret mehrere Veränderungen: Erstens hat Gesellschaft ihr Territorium verloren und passiert jetzt wo anders. Zweitens findet sich das, was als Individualität bezeichnet wurde „im Muster der Human-Computer-Interaction / der Mensch-Medien-Mensch-Interaktivität wieder.“ Drittens hat sich der Begriff Volk zu einem „diffusen Anrufungswert“ entwickelt und dient nur mehr als „resignatives Kampfvokabel.“ Und viertens findet das was als Kommunikation bezeichnet wurde „nicht mehr in einheitlich-symbolisch gesteuerter Communitas statt, sondern ist ein Verfahren ohne feste Mitgliedschaft.“ (1992: 34)

Daraus folgert Fassler ein Verständnis von Gemeinsinn, welches den Anspruch stellt, „Zusammenhänge zu verantworten und für diese Anstrengung keinen festen Adressaten, noch einen Orden zu bekommen“ (2002: 35). Folglich ergeben sich für ihn die Fragen, ob „medientechnologische Netzwerke [...] lokale und globale Resonanzkörper für verändertes Kommunikationsgeschehen“ (2002: 35) sind, und ob es sich dabei um „verteilte künstliche Räume für veränderte mediale Anwesenheit von Gemeinsinn“ handelt. (2002: 35)

Für Jürgen Fohrmann ändern sich durch neue Medientechnologien die Voraussetzungen zu Teilhabe. Es wird eine neue Partizipationsform möglich gemacht, das heißt „Teilhabe wird nun immer weniger als Kommunikation zwischen anwesenden Personen sondern viel mehr über Apparate vermittelt wahrgenommen“ (Fohrmann 2002a: 207). Fohrmann hält hier fest, dass im Zuge bestimmter „kulturkonservativer Diskussionen“, daraus Verbunden mit einer angenommenen „Mediatisierung“, eine „Partizipationskrise“ diagnostiziert wird. Dies stellt er aber in Frage, da er der Meinung ist, dass Mediatisierung kein ausschließlicher Prozess der Moderne ist, woraus die Frage aufgeworfen wird, „ob unsere Kommunikation sich wirklich zunehmend von anwesenden Personen verabschiedet“ (2002a: 207). Es ändert sich aber lediglich die „Bedingungen der Teilhabe“ je nach Stand

der „Technologieentwicklung“: die Vermehrung der Medien, die behauptet Integration der anderen Medien im Computer als neuem Leitmedium und der damit verbundene Versuch einer >Steigerung< auch der anderen Medientechnologien.“ (2002a: 207)

3.3.2 Selektion und Reduktion

Trotz großer Medienvielfalt herrscht ein ständiger *Zwang zur Selektion*, welcher einem großen Medienangebot gegenübersteht. Joachim Westerbarkey sieht darin das Paradoxe des „Medienzeitalters“ welches „im Antagonismus von universellem Öffentlichkeitsanspruch und chronisch knapper Aufmerksamkeit“ (Westerbarkey 1994: 60) liegt, und zur Folge hat, „dass Massenkommunikation nur durch temporäre Ignoranz der meisten Informationsmöglichkeiten zu realisieren ist“ (1994: 60). Massenmedien reduzieren ständig „soziale Komplexität“ und sichern deren Übertragung, worin aber genau ihre kommunisierende Leistung zu finden ist. Andersrum müsste sonst Kommunikationsprozesse zu einer unübersichtlichen Anzahl von „Weltbildern“ führen – es ist also eine Organisation, (nämlich *publizistische Medien*) von Nöten, welche „sich auf die periodische Herstellung und Verbreitung symbolisch repräsentierter Realität spezialisiert [...] an deren „operativen Fiktion“ sich die meisten Menschen orientieren“ (1994: 60). Der Preis liegt allerdings darin, dass nur über einen kleinen Teil von Ereignissen berichtet wird, bzw. die ProduzentInnen nur überhaupt einen kleinen Teil von dem erfahren. Die Eigenart ist dabei, dass je mehr Medienprodukte produziert werden und zugänglich sind, desto weniger können diese von allen genutzt werden, obwohl grundsätzlich jeder die Möglichkeit dazu hat. (1994: 60)

Auch Niels Werber weist darauf hin, dass Medien, indem sie Themen eine Öffentlichkeit geben, diese nicht nur thematisch reduzieren. D.h. eine Reihe von Argumenten und Zusammenhänge werden nicht nur auf wenige Sätze und Schlagwörter verkürzt und somit vereinfacht und verständlicher gemacht, sondern, das Dargestellte muss auch in eine *Neuigkeit* verwandelt werden, um Interesse seitens der RezipientInnen zu wecken. Diese *Selektion* orientiert sich also zuallererst „am Aufmerksamkeitswert eines Arguments oder dessen, der die Sache vertritt“ (Werber 2002: 43). Dazu kommt, dass auf Grund des gegenseitigen Wettbewerbs dem Medienunternehmen unterliegen, die Meldung so aktuell und spannend wie möglich erscheinen sollen: „Wer eine Woche wartet, muss mit einem

Publikum rechnen, dass sich schon für informiert hält und in einem weiteren Bericht nur Redundantes erwartet und daher erst gar nicht hinschaut oder – liest – gleichgültig, was wirklich in der Sache berichtet wird. (2002: 43, 44)

Werber betont hier, dass er damit nicht KulturkritikerInnen kritisieren will, sondern zielt, in Bezugnahme auf Luhmann, darauf ab, dass einem durch das Beobachten der Massenmedien unter der Prämisse der „Bilderflut“ entgeht, dass „keine Interaktion unter Anwesenden zwischen Sender und Empfänger stattfinden kann“ (Luhmann zitiert nach Werber 2002: 47). Durch das Nichtvorhandensein eines direkten Kontakts, „sind zwei Selektoren am Werk: die Sendebereitschaft und das Einschaltinteresse, die nicht zentral koordiniert werden können“ (2002: 47). Es ist also kein Feedback möglich, was bedeutet, dass der Sender während der Sendung nicht beurteilen kann, ob das gesendete gerade gesehen werden will, und der Empfänger nur das aktuell gesendete Angebot rezipieren kann. (Werber 2002: 47, 48)

Demnach kann den „Überflutungstheorien“ entgegnet werden, dass RezipientInnen dies nicht so leicht zulassen, auch wenn es seitens der MedienproduzentInnen gewünscht wäre. Der Ort an dem bestimmt wird, welche Sendungen gesehen werden müssen, liegt nämlich woanders: im „jeweiligen Sozialkontext“. Und wenn die Sendung den Interessen der RezipientInnen nicht genügt, nützen diese die Möglichkeit zu anderen Formaten zu wechseln – die „Realität der Massenmedien“ spiegelt sich in diesem Verhalten viel eher wider als im *Topos* der „Bilderflut“. (2002: 50)

Damit wird von Werber aufgezeigt, dass weder „kritische Öffentlichkeit“ im Sinne von Habermas, noch die Fähigkeit der Massenmedien „das Publikum wie Pawlowsche Hunde [...] fernzusteuern“ der Realität der Massenmedien entspricht (2002: 51):

„Ich habe versucht plausibel zu machen, dass beide skizzierten Positionen: dass nämlich die Medien die Einzelnen in interaktiven Kontakt bringen oder dass sie die Massen im Wortsinne in-formieren, in Formation bringen, die Wirklichkeit der Massenmedien deshalb verfehlen, weil sie ihre technische Grundstruktur, die jede Interaktion ausschließt, ignorieren.“ (2002: 51)

Ulrich Sarcinelli betont trotzdem, oder gerade deshalb, die Legitimität des Fernsehens als „Leitmedium“ von Politik durch die Publizität gesucht wird. Dessen ungeachtet sieht er hier aber die Notwendigkeit einer kritischen Betrachtung. Probleme macht er zum Beispiel darin aus, wenn das Fernsehen seitens der Politik zum Instrument reduziert wird, nämlich

„wenn das Mediensystem mehr und mehr zu einem umfassenden Kommunikationssystem mutiert, und dieses Kommunikationssystem mit dem politischen System und gesellschaftlichen Teilsystemen zu einer Art symbiotischer „Superstruktur“ zusammenwächst“ (Sarcinelli 1994: 33). Gerade im Gegensatz zu den Printmedien ist laut Sarcinelli die Gefahr beim Fernsehen, da dieses einem *Visualisierungszwang* unterliegt, technisch aufwendiger ist und einem *Aktualitätsdruck* und *Verknappungszwänge* ausgesetzt ist und so leichter als politische Bühne missbraucht werden kann. (1994: 33)

Ein Problem ist für Sarcinelli, dass zwar die Meinungen im Journalismus darüber, was politische Relevanz besitzt zwar relativ „konsonant“ ist, dies aber nicht auch bedeutet dass alles politisch Relevante auch Aufmerksamkeit zugewandt wird. Durch die gegebenen (Produktions-)Bedingungen des Fernsehens wird im Gegensatz dazu der „unheilvolle Prozess der Umkehrung der Wichtigkeit“ (Weizsäcker zitiert nach Sarcinelli 1994: 37) gefördert. (1994: 37)

Sarcinelli stellt sich, trotz vieler negativer Aspekte im Zusammenhang von Fernsehen und Politik(-vermittlung), gegen eine Reduktion auf die Wirkung des Fernsehens, da eine Vielzahl von Konsequenzen vorhanden sind, worunter sich durchaus auch positive befinden. Er spricht hier von einer „Dialektik der Fernsehdemokratie“, wo einerseits mittels Politikvermittlung durch das Fernsehen BürgerInnen aktiviert werden können, andererseits auch die Gefahr besteht dass diese Vermittlung zum „Polit-Entertainment“ degradiert wird. So können dadurch Einblicke gewährt und kritische Beschäftigung mit Themen motiviert, aber auch eine „Illusion des Bescheidwissens“ gefördert werden. Sarcinelli sieht keine Möglichkeit gegen diese Dialektik vorzugehen oder in eine Richtung (weder rechtlich noch politisch) zu steuern, und plädiert deshalb dafür Medienkompetenz der BürgerInnen zu fördern, um zu verhindern dass „Fernsehdemokratie“ zur „Zuschauerdemokratie“ verkommt. (1994: 38, 39)

3.4 Bürgerliche und proletarische Öffentlichkeit

Bevor auf aktuelle Konzepte von Öffentlichkeit eingegangen werden soll, sollen zunächst in aller Kürze die historisch bedeutenden Zugänge der Bürgerlichen und der proletarischen Öffentlichkeit besprochen werden. Diese spielen in der theoretischen Debatte nicht nur in

der Wissenschaftsgeschichte eine Rolle, sondern sind wichtig für das Verständnis gegenwärtiger theoretischer Konzepte von Öffentlichkeit. Diese bedien Modelle werden hier deswegen lediglich stark reduziert dargestellt, da sie einerseits in der wissenschaftlichen Diskussion der letzten Jahrzehnte bereits ausführlich diskutiert wurden und deshalb bekannt sind, und andererseits die Theorie der letzten Jahre stärker in den Fokus gerückt werden soll.

Im von der Aufklärung ausgehenden Konzept der „Bürgerlichen Öffentlichkeit“ von Habermas, haben Medien nicht die Funktion zu erfüllen Herrschaft selbst zu verändern, sondern dem Bürgerlichen Publikum ein „Kritik und Kontrollinstrumentarium“ zur Verfügung zu stellen und so rationale, politische Herrschaft zu generieren: „*Bürgerliche Öffentlichkeit* verfügt nicht über politische Gewalt, sondern über Vernunft, Argumente. Moral und Kritik“ (Kleiner 2006: 127). Herrschaft soll sich also dadurch vor dem Publikum und der öffentlichen Meinung legitimieren. (2006: 127, 128)

Kleiner betont dabei aber, dass es nicht eine homogene Öffentlichkeit und öffentliche Meinung bzw. ein homogenes Publikum gibt, „sondern nur Öffentlichkeiten, öffentliche bzw. veröffentlichte Meinungen, die als medial vermittelt Öffentlichkeiten bezeichnet werden können, und unterschiedliche Publikumsgruppen“ (2006: 128). In diesem Zusammenhang geht Kleiner auf die Kritik am Modell der Bürgerlichen Öffentlichkeit ein, welche dieses als utopisch bezeichnet. Dieser Kritik wird hier freilich Recht gegeben, allerdings sieht er dieses Modell als zentral für das funktionieren demokratische Gesellschaften an. Öffentlichkeit ist demnach als „Vermittlungsinstanz zwischen legitimer Herrschaftsausübung und gesellschaftlichem Privatinteresse“ (2006: 129) zu verstehen – Massenmedien stehen dabei im Mittelpunkt von Öffentlichkeit. (2006: 128, 129)

Das Modell der *proletarischen Öffentlichkeit*, mit dem zentralen Begriff der *Gegenöffentlichkeit* von Oliver Negt und Alexander Kluge ist eines, das das Modell der *Bürgerlichen Öffentlichkeit* von Habermas kritisiert und ein (marxistisches) Gegenmodell darstellt. Dem Modell der Bürgerlichen Öffentlichkeit werden dabei *repressive Züge* zugesprochen: „Auf diesen Widerspruch, dass Bürgerliche Öffentlichkeit substantielle Lebensinteressen ausgrenzt, gleichwohl aber das Ganze zu repräsentieren beansprucht, basiert die charakteristische Schwäche nahezu aller Formen der Bürgerlichen Öffentlichkeit“ (Negt/Kluge: S 11). Proletarische Öffentlichkeit meint dagegen „die

wirklichen Erfahrungen, Organisationsformen und Lebensinteressen der Menschen“ und nicht die Idealformen der Bürgerlichen. Kleiner dazu:

„*Proletarische (Gegen-)Öffentlichkeit* darf sich daher nicht als den Normen und Werten der Aufklärung, wie es für die *Kategorien der Bürgerlichen Öffentlichkeit* kennzeichnend ist, verpflichtend sehen, weil sie sich so nicht ihren *ureigensten* Lebensinteressen und Lebenszusammenhängen darstellen kann. Vielmehr muss die *proletarische Gegenöffentlichkeit* eigensinnige Ideen, Produkte und Aktionen entwerfen, die ihre Erfahrungen und ihr Denken artikulieren, und die öffentlich mit denen der *Bürgerlichen Scheinöffentlichkeit* in Konkurrenz bzw. Widerstreit treten müssen.“ (Kleiner 2006: 151)

Negt und Kluge sehen hier das Potential zur Produktivität im Sinne einer proletarischen Gegenöffentlichkeit im Zuge einer alternativen Mediennutzung. Dazu benötigt es autonome Räume für eine selbstbestimmte Medienproduktion und –Nutzung, was zumindest in Nischen möglich erscheint, wobei eine Unabhängigkeit von ökonomischen Kriterien und Zwängen eine entscheidende Grundvoraussetzung ist. (Kleiner 2006: 152)

3.5 Nicht-Öffentlichkeit als Element von Öffentlichkeit

Stefan Nowotny kritisiert in seinem Text „Klandestine Öffentlichkeit“ zunächst eine Konstruktion der Aufklärung, dass dort wo Geheimnis ist, keine Öffentlichkeit ist und dort wo Öffentlichkeit ist, kein Geheimnis ist und dass dort, wo noch Geheimnis ist, es auf die eine oder andere Art verschwinden wird und muss. Er bezeichnet diese Konstruktion deshalb als *unbefriedigend*, „weil sie den *inneren* Zusammenhang verfehlt, der das Öffentliche und das Geheime miteinander verknüpft, und zwar so, dass wir, anstatt das Geheime in der Abwesenheit des Öffentlichen verorten, mit seinem Auftauchen gerade *inmitten* des Öffentlichen zu rechnen haben.“ (Nowotny 2005: 67)

Nowotny greift von Oliver Negt und Alexander Kluge den Begriff der „Produktionsöffentlichkeit“ auf, welcher, „im Gegensatz zum klassischen Begriff der am Allgemeininteresse orientierten Öffentlichkeit des Rasonements, die Ausnutzung und Verwertung von Öffentlichkeit im Sinne kapitalistischer Privatinteressen“ (Nowotny 2005: 69) meint. Damit ist gemeint dass durch, unter anderem, Konzentrationen im Bereich der

Medien und durch die Orientierung an Einschaltquoten inzwischen die klassische bürgerliche Öffentlichkeit durch Strukturen der Produktionsöffentlichkeit immer weiter überlagert wurde. Dies darf, so Nowotny, für eine zeitgemäße Theorie der Öffentlichkeit nicht außer Acht gelassen werden. (2005: 69)

Nowotny spricht weiters, wiederum von Negt und Kluge aufgegriffen, von einer „produzierten Nicht-Öffentlichkeit“, wobei diese gerade, wie oben erwähnt, inmitten der (Produktions-)Öffentlichkeit produziert wird. Nicht-Öffentlichkeit darf allerdings nicht als „nicht-produzierte Öffentlichkeit“ verstanden werden, sondern es geht dabei, „um eine strukturelle, teils unmittelbar aktive *Blockierung der spezifischen Artikulation*, die sich im Zusammenhang „nicht legitimierbarer faktischer Verhältnisse“ herstellen könnte.“ (2005: 69, 70)

Nowotny verwendet in seinem Text deshalb den Begriff „klandestin“, weil dieser für ihn das Problem der „Nicht-Öffentlichkeit“ am besten beleuchtet. Nicht-Öffentlichkeit wird hier nicht einfach als Gegenteil von Öffentlichkeit verstanden, sondern sie ist ihr „als *ausgeschlossenes Element* durchaus *eingeschrieben*“ (Nowotny 2005: 71). Nowotny dazu weiter:

„Diese Nicht-Öffentlichkeit verweist in letzter Instanz [...] auf die Frage nach der Möglichkeit einer Artikulation, die den Ausschluss sagbar und sichtbar machen könnte und die ihn letztlich zu überwinden imstande wäre; einer Artikulation, die sozusagen inmitten des Risses, der im Inneren des öffentlichen Zusammenhangs einen radikalen Ausschluss bewirkt, ein Öffentlich-Werden stattfinden ließe.“ (2005: 71)

Mit einer „produzierten Nicht-Öffentlichkeit, bzw. damit, dass das Nicht-Öffentliche in das Öffentliche eingeschrieben ist, meint Nowotny dass einerseits zwar eine rechtliche Diskriminierung (Nowotny geht in dem Text vor allem auf die Figur des „Sans-Papier“ ein) z.B. einer sozialen Gruppe vorherrscht, aber andererseits diese Gruppe in den *ökonomischen Produktionszusammenhang* eingebunden ist. Das heißt, dass hier auf der einen Seite einen *radikalen Ausschluss*, auf der anderen Seite ein *radikaler Einschluss* gegenübersteht (Nowotny 2005: 71)

Für Nowotny ist dem Begriff der „klandestinen Öffentlichkeit“ durchaus ein theoretischen Widerspruch eingeschrieben. Genau hier sieht er aber das Bedeutende für die Theorie und Praxis von Öffentlichkeit, das heißt, Öffentlichkeit aus dem Bezug zum Nicht-Öffentlichen

zu denken, wodurch Modifizierungen und Erneuerungen entstehen können. (Nowotny 2005: 77)

3.6 Zerstreute Öffentlichkeit

Jürgen Fohrmann verortet, basierend auf seine gemachten Beobachtungen und Erfahrungen im Zuge des Symposiums „Zerstreute Öffentlichkeit. Zur Programmierung des Gemeinsinns“ zwei grundsätzlich zu unterscheidende Positionen zur Öffentlichkeitsproblematik. Die eine Position „denkt >Weltgesellschaft< als eine durch digitale Medien erzeugten Zusammenhang, der Partizipation als die Gleichzeitigkeit von globalisierter Kommunikation und lokaler, sehr spezifischer Adressierung zu verstehen erlaubt“ (Fohrmann 2002a: 210). Der traditionelle Zugang der bürgerlichen Öffentlichkeit wird dabei durch die Vorstellung abgelöst, dass sich Kommunikation von einer „Interaktion von Anwesenden“ unabhängig gemacht hat, und „Effekt und Form sie durchgehend bestimmender elektronischer Technologien“ ist. Fohrmann weist hier darauf hin dass es sich bei dem abgelösten Öffentlichkeitsbegriff um eine „operationale Fiktion“ handelt, „die einen gemeinsamen, für politischen Handeln relevanten Raum als Referenzbereich überhaupt erst erzeugt“. Bei der anderen Perspektive wird, wenn auch mit unterschiedlichen Zugängen, am traditionellen Modell kritischer Öffentlichkeit festgehalten. (2002a: 210)

„Dass derzeitige Öffentlichkeit nur eine leer zirkulierende Variante des Showbusiness ist, dass aktuelle Politik sich mehr und mehr am Design ausrichtet, also sich eher an Haltungs- denn an technische Noten interessiert zeigt; dass es keine >wirklichen Themen<, keine >wirklichen Debatten< mehr gibt, so sehr sie auch zu erzeugen versucht werden; dass der >Gemeinsinn< zerstreut und weitgehend durch Karriereplanung ersetzt; dass das Banale immer stärker auf dem Vormarsch ist; dass schließlich die neuen Medientechnologien zu Vorstellungen von Person und Kommunikation führen, deren unüberschaubaren Effekte entweder beunruhigen oder aber das Glücksgefühl erzeugen, den Menschen, dieses ungenaue Wesen, zunehmend überflüssig zu sehen ...“ (2002a: 203)

Diese Einschätzungen versieht Fohrmann im Bezug auf die Gegenwart mit Fragezeichen, denn der „Stand der Dinge“ und die aktuellen Entwicklungen sind unklar und nur schwer

zu erfassen: „Denn es geht darum, jene nachhaltigen Gesellschaftsveränderungen zu verstehen, die durch eine andere Ökonomie, eine andere Politik, die durch den Zuwachs an und die Transformation von Medientechnologien bewirkt wurden.“ (2002: 203)

Wolfgang Ernst geht davon aus dass es Öffentlichkeit nicht mehr gibt, „obwohl sie als Ideal und Korrektiv weiterhin herumgeistert“ (Ernst 2002: 153). Stattdessen gab es eine *Zerstreuung* in viele Öffentlichkeiten, „die untereinander konkurrieren, koalieren oder sich ignorieren“ (2002: 153). Genauer betrachtet hat sich nicht die Öffentlichkeit selbst zerstreut, sondern in Bezug auf Benjamins Kinokritik der „Zerstreuung“, wurde die Zerstreuung von „*broadcast*-Medien“ initiiert. (2002: 153)

Niels Werber argumentiert in dieselbe Richtung. Seine Überlegung dabei ist, dass die Habermas'sche Idee einer öffentlichen Meinung, welche darauf begründet wird, dass aus der Mehrzahl an Meinungen im Zuge eines Diskurses ein Konsens entsteht, der auf den vernünftigeren Argumenten basieren soll und von allen akzeptiert wird, jeglichen Halt verloren hat, und von der Vorstellung einer zerstreuten Öffentlichkeit abgelöst wurde. Dabei hält er aber fest, dass später Habermas selbst seine Idee der öffentlichen Meinung in Frage gestellt hat, da die inzwischen in Sparten unterteilte Medienwelt keine Öffentlichkeit nach diesem Vorbild mehr hervorbringen kann: „... und der Begriff überlegt aus Pietät und womöglich auch wegen des nicht nachlassenden Bedarfs der Politik, einen Ansprechpartner außerhalb ihrer Organisationen zu imaginieren, der sich über alles befragen lässt wie das märchenhafte Spieglein an der Wand“ (Werber 2002: 46). Hier wird auch Luhmann zitiert, der das Modell einer singulären Öffentlichkeit als „operative Fiktion“, dessen Vorstellung eine zerstreute Öffentlichkeit nicht gerecht werden kann, bezeichnet. Im Zuge dessen wird aber trotzdem davor gewarnt, nicht deshalb gleich der Versuchung zu unterliegen, „das schöne demokratienaher, vernünftige und gerechte Modell der Öffentlichkeit“ zu Gunsten der „Bilderflut der Massenmedien“ untergehen zu sehen. (2002: 45, 46)

Joachim Westerbarkey identifiziert als Ursache für die Zerstreuung von Öffentlichkeit so genannte *Systemgeheimnisse*, die *gesellschaftlicher Differenzierung* und *Formalisierung von Beziehungen* entspringen, und Ursache *organisatorischer Segmentierung* sind. „Statt einer gesamtgesellschaftlichen Öffentlichkeit potenzieren sich mithin besagte Teilöffentlichkeiten, strukturiert durch ökonomische, fachliche, politische oder persönliche Interessen“ (Westerbarkey 1994: 61). Daraus entsteht ein komplexes Netzwerk

gegenseitiger Abhängigkeiten, wobei es fast unmöglich ist in das spezielle Wissen anderer Einblick zu erlangen. (1994: 61)

Jürgen Fohrmann argumentiert zwar ebenfalls für eine zerstreute Öffentlichkeit, stellt aber hingegen fest, dass dieses Phänomen, nicht wie behauptet ein neues ist, sondern dass Öffentlichkeit schon immer zerstreut war. Begründet wird das damit, dass die Aufnahmekapazitäten von Personen oder „Teilsysteme der Gesellschaft“ begrenzt sind, und die „Summe des Veröffentlichtem“ bzw. das Herstellen von Verbindungen zwischen den Informationen, für diese immer schon eine Überforderung darstellte. Zusätzlich geht mit der Überforderung und dem Jammer darüber ein „Prozess sozialer Veränderung“ einher, vor allem in Verbindung mit einem „medialen Umbruch.“ (Fohrmann 2002a: 203)

Diese Öffentlichkeit als Summe des Veröffentlichten, stimmt aber nicht hundertprozentig mit dem heutigen Verständnis von Öffentlichkeit, welches auf dem basiert, dass sich im 18. Jahrhundert zu entwickelt begann. Es wird damit eher ein Teil dessen beschrieben was veröffentlicht wird, nämlich ein Teil, der als gesellschaftlich interessant und relevant erscheint und als solches „Karriere macht“, das heißt „in machtvollen Verbreitungsmedien diskutiert wird“ (2002a: 204):

„... es führt zur Vorstellung von einer Allgemeinheit, zur Adressierung eines größtmöglichen und dabei doch auch maximal differenzierten Publikums und gleichzeitig zu einer Stellvertreterschaft, die als >Advokatin der Menschheit< für diese spricht und dennoch einer prinzipiell allgemein gedachten Öffentlichkeit ihre Auswahl und ihre Urteile zur Kenntnis bringt. >Öffentlichkeit< wird mithin aufs engste mit dem >Allgemeinen< verbunden: als Möglichkeit, eine Allgemeinheit anrufen zu können; als Behauptung, Themen allgemeinen Interesses zu behandeln, und als Chance, in einem allgemeinen Diskurs über ihre Wichtig- und Wertigkeit zu entscheiden.“ (2002a: 204)

Diese Vorstellung von Öffentlichkeit steht demnach immer im Zusammenhang mit Demokratie, und eine „Krise“ der Öffentlichkeit bedeutet auch gleichzeitig eine Krise der Demokratie und der Souveränität des Volkes. (2002a: 204)

Fohrmann stellt fest, dass sich Öffentlichkeit zurzeit genau in so einer Krise befindet. Er verbindet dies mit einigen Fragestellungen, z.B. ob die angesprochene Krise mit einer Veränderung des „Zusammenspiels von Politik, Recht und Öffentlichkeit“ zusammenhängt, Politik immer mehr „transnational“ geschieht „und ihre Differenzen immer weniger in der Entgegensetzung von Freund und Feind“ zusammengefasst werden

können. Er fragt weiter, „ob das zunehmende Verschwinden von >Öffentlichkeit< den Rückgang einheitlicher politischer Frontstellungen widerspiegelt.“ und nach der Gültigkeit der Vermutung dass wir es mit einer „Zerstreung der Politik“ zu tun haben, also „eine Bündelung von Aussagen zu klar markierbaren Profilen etwa in Rahmen von Parteien, einfacher Entgegensetzungen.“ Daran anschließend fragt Fohrmann, ob diese „durch ein disperses Feld von Sachzusammenhängen, die sich schwer im Sinne eines kohärenten Programms konstruieren und oppositiv wenden lassen“, ausgetauscht werden. Basierend auf dieser Vermutung sieht er die Problemstellung, dass, wenn die Aufgabe „politischer wie allgemein-öffentlicher Programme“ ist, „deutliche Entgegensetzungen zu bündeln und diese Bündnisleistung Voraussetzung für jene Erkennbarkeit war, die ein bestimmtes Publikum adressierbar machte“, beim Wegfallen dieser Opposition ein „Adressierungsproblem“ entsteht. (2002a: 205).

Einen möglichen Grund für die Zerstreung von Öffentlichkeit sieht Fohrmann in der gestiegenen Zahl von Medienunternehmern (z.B. durch Privatfernsehen), die einander in Wettbewerb stehen und somit kein „gemeinsamer Diskussionsfokus“ mehr gebilligt wird. Damit im Zusammenhang steht das bereits erwähnte entstandene „Adressierungsproblem“, welches mit der „Krise des Stellvertreterdiskurses“ in Verbindung steht. Hier wirft Fohrmann die Frage auf, ob diese Krise „zur Infragestellung eines aufs Gemeinwohl bezogene Relevanzkriteriums selbst“ führt und ob diese „allgemeine Relevanz“ durch „Relevanz für einzelne“ ersetzt wird. Gesetzt des Falles, dass diese Annahmen zutreffen, kommt er zu der Annahme, dass wenn man den Einzelnen in seiner „Besonderheit“ erreichen will, eine „Veränderte Adressierungsleistung“ nötig wird. (2002a: 206)

Eine Abkehr von den traditionellen Vorstellungen von Öffentlichkeit gibt es auch im Konzept des Symposiums „Zerstreute Öffentlichkeiten. Zur Programmierung des Gemeinsinns“ vom September 2000, auf welchem der gleichnamige Sammelband von Fohrmann und Orzessek beruht. Im Zuge dieses Symposiums, an dem Politiker, Medienmacher und Wissenschaftler teilnahmen, wird die These aufgestellt, dass *die eine* Öffentlichkeit nicht mehr vorhanden ist und sich in eine große Zahl von Teilöffentlichkeiten *zerstreut* hat, welche „untereinander konkurrieren, koalieren oder sich ignorieren“ (Orzessek 2002: 8). Dabei wird festgehalten, dass entscheidend dafür ist, welche der Teilöffentlichkeiten wie viel Macht und Einfluss besitzen, durch Massenmedien geregelt wird und diese Teilöffentlichkeiten so zu *Medienöffentlichkeiten*

werden. Es lässt sich dabei oft nicht mehr feststellen, wer *Absender*, *Bote* und *Empfänger* ist, was bedeutet, dass sich die „gesellschaftlichen Machtverhältnisse“ immer undurchsichtiger und verzweigter gestalten. Das ist unter anderem darauf rückzuführen ist, dass „Kommunikation über kommerzielle Rückkopplungsschleifen läuft“. „Politik etwa muss sich zunehmend stärker über Medien an die BürgerInnen adressieren, Medien müssen sich an die EndverbraucherInnen verkaufen, die EndverbraucherInnen wählen PolitikerInnen und Programme.“ (2002: 8)

Orzessek fiel auf, dass dann auch auf dem Symposium von der klassischen Idee von „Öffentlichkeit“ wenig zu merken war, da die erwähnte Zerstreung in Teilöffentlichkeiten bereits zu weit entwickelt sei. Das Konzept sah zwar den Versuch vor, Grenzen zumindest punktuell zu durchbrechen, gelungen ist dies aber nicht. Stattdessen gab es „reflexartiges In-Deckung-Gehen“, „Betriebsblindheit-Bezichtigungen“ und „Irrelevanz-Unterstellungen“ betreffend Argumente und Positionen anderer (2002: 9):

„Es gab zugängliche, Streitbare, theoretisch gewitzte und dabei praxisnahe Beiträge aller beteiligten Teilöffentlichkeiten. Dazwischen lagen radikale Kommunikationsbrüche und -verweigerungen [...] Es waren nicht Argumente und analytische Leistungen, die auf dem Symposium über die Grenzen der jeweiligen Teilöffentlichkeiten hinausreichten und die größte Reichweite erzielten, sondern Posen, Polemik Attitüde und Witz.“ (2002: 9).

Laut Orzessek bildete diese Rhetorik „geradezu (die) Basis des Austauschs sich befremdender Öffentlichkeitssegmente“ und zitiert, bezüglich der fast unmöglichen Nachweisbarkeit, wer nun wen beherrscht, die *Süddeutsche Zeitung*: „Politiker die Medien, Medien die Politiker, Technik die Medien, Wirtschaft die Technik, das Quotenvolk die Parteien oder Big Brother uns alle?“ (2002: 10)

Orzessek diagnostiziert dabei seit den 1970er und frühen 1980er Jahre Veränderungen im Zusammenhang mit politischer Öffentlichkeit als Korrektiv gegenüber den MachthabernInnen, nämlich insofern, dass das *Gemeinwohl* nicht mehr vom Engagement politisch interessierter und aktiver Personen oder Gruppen abhängig gemacht wird: „Heute ist der Einzelne als Elementarteilchen von den Medienmassen der Massenmedien umgeben, aus deren Angebot er die nötigen Stoffe wählt, um in seiner Teilöffentlichkeit satisfaktionsfähig zu bleiben“ (2002: 11). Orzessek sieht diese Entwicklung, so sie tatsächlich so passiert ist, aber keinesfalls als negativ an, ganz im Gegenteil ist für ihn die

„Zerstreuung in segmentierte Öffentlichkeiten“ eine „demokratische Tugend der Emanzipation“ und die „Freisetzung individueller Verantwortung.“ (2002: 10, 11)

Angela Keppler beschäftigt sich in diesem Zusammenhang mit Grenzen die durch die Entwicklung neuer Medientechnologien entstehen oder überschritten werden. Sie argumentiert dabei, dass diese Entwicklungen zwar immer bessere Möglichkeiten bieten Grenzen aufzuheben, allerdings dürfen dabei aber auch nicht auf *begrenzende Effekte* vernachlässigt werden, die damit einhergehen. Aktuell auf elektronische Medien bezogen meint hier Keppler den Prozess der „Departementalisierung“, worunter die immer mehr entstehenden Sparten- bzw. Special-Interestmedien gemeint ist, die es weniger als Ziel haben eine möglichst breites Publikum und möglichst große und unbestimmte Öffentlichkeit zu erreichen, sondern an ein Publikum mit sehr speziellen Interessen gerichtet sind. Keppler sieht dabei das Internet als besonders gutes Beispiel dafür an, „dass die *Vergrößerung* und *Vervielfältigung* der medialen Reichweiten nicht notwendigerweise eine *Verbreitung* der medialen Kommunikation bedeutet“ (Keppler 2002: 58). Hier werden „Chatgroups“ und „Fanclubs“ als Beispiel genannt, welche das Internet für eine *Kultivierung* bestimmter gemeinsamer Interessen nutzen. Die daraus resultierende Pluralisierung hat, nach dem Urteil der Departementalisierung den Effekt zu folge, dass eine Öffentlichkeit, welche von verschiedenen Medien zusammen gestützt wird, immer mehr untergraben wird. (2002: 58, 59)

Keppler verweist hier aber noch einmal darauf, dass durch diese Form der *Begrenzung*, Öffentlichkeit nicht von einem völligen Zerfall bedroht ist, da, wie schon erwähnt, diese mit einer *Entgrenzung* der medialen Kommunikation einhergeht. Als Beispiel wird hier die schon längst geschehene Departementalisierung im Bereich von Zeitungen und Radio angeführt, welche nicht von einer „Desintegration der Kultur oder der Öffentlichkeit“ begleitet wurde: „Denn die Provinzen, die sich in Folge der mediatisierten Kommunikation bilden, können von dem Medium, das sie für einen *bestimmten* Kreis von NutzerInnen geschaffen hat, jederzeit in Richtung eines *unbestimmten* Publikums wieder überschritten werden.“ (2002: 59)

Keppler stellt hier die Vermutung auf, dass vor allem das Fernsehen auch künftig mehr als lediglich *Teilöffentlichkeiten* generiert, denn sie befördern weiter einen Raum welcher öffentlich, für ein großes Publikum „allgemein zugänglich“ ist und auch von diesem „allgemein begangen“ wird. Hier werden drei Operationen betont, die dies unterstützen,

nämlich die *spartenübergreifende* Produktionsart von Sendungen, die zahllosen Möglichkeiten von „Anschlusskommunikationen“ bzw. der „kommunikativen Verarbeitung“ und so genannte „Media Events“ die ein großes Publikum ansprechen. (2002: 59, 60)

Auf Grund dieser Erkenntnisse stellt Jürgen Fohrmann grundsätzliche Fragen zum Konzept „Öffentlichkeit“ (Fohrmann 2002a: 209):

„Ist >Öffentlichkeit< also überhaupt noch ein zeitgenössisches Konzept? Soll etwa wieder ein advokatischer Diskurs begonnen werden? Oder eine ideologiekritische Rede, für die es sich bei den beschriebenen Zusammenhängen nur um Werbeslogan, um moderne Varianten der Priestertrugstheorie, handelt? Kann es eine politische Öffentlichkeit geben, die nicht den Bedingungen einfacher Sätze unterliegt, wenn die Ökonomie der Verbreitungsmedien sich größtenteils dem sex- und crime-Schema ergeben hat? Geht es nur um das pure Erscheinen, bei dauerndem Wechsel der Täter- und Opferrolle, da allein Aufmerksamkeit u. d. h. Präsenz garantiert?“ (2002a: 209)

3.7 Theoretische Konzepte für die Praxis

In diesem Abschnitt sollen nun, darauf aufbauend, verschiedene (theoretische) Konzepte aufgezeigt werden, die auf die Realität von Massenmedien und Öffentlichkeit abgestimmt sind. Dabei sollen neben, der kommunikationswissenschaftlichen Tradition entsprechenden, medienzentrierten Zugängen auch Ideen aufgezeigt werden, welche Kultur und Gesellschaft in den Mittelpunkt der Debatte rücken.

3.7.1 Prozedurale Rundfunkregulierung

Für Thomas Vesting stellt das Internet eine neue multifunktional angelegte „Verbreitungstechnologie“ für Radio- und Fernsehangebote bereit, wodurch die staatliche Rundfunkregulierung an Bedeutung verliert. Dabei wird das Internet als ein „Netzwerk von Netzwerken“ bezeichnet, „da es selbst den Aufbau und die Wiederverknüpfung von Netzwerken ermöglicht“ (Vesting 2002: 106). Da diese neuen Möglichkeiten auch für Unternehmen ökonomisch interessant sind, werden diese auch von dieser Seite gefördert. Dadurch entstehen ständig Grenzüberschreitungen, „z.B. der Grenzen von Rundfunkdienst,

Mediendienst und Teledienst“ (2002: 107), wodurch sich neue Herausforderungen für die Medienpolitik stellen, welche aber diesen, so besagt es Vesting zumindest für die deutsche Medienpolitik, nicht gewachsen ist. (2002: 106, 107)

Vesting sieht es aber trotzdem als wichtig an, „dass das Fernsehen auch in Zukunft einen Beitrag zur Sicherung der Vielfalt der kulturellen Ideen der modernen Gesellschaft leisten sollte“ (2002: 108):

„Gerade in einer globalen Welt kann auf die Erhaltung kultureller Vielfalt, auf eine Vielfalt der (nationalen) Traditionen, Gewohnheiten, Sprachen, Weltbilder, und Werte nicht verzichtet werden. So wie biologische Diversität eine Voraussetzung für die Evolution lebender Systeme (Organismen) ist, so bildet kulturelle Vielfalt eine Voraussetzung für die Sicherung einer laufenden Selbsterneuerung der Gesellschaft. So schimmernd der Begriff der Kultur aus sozialwissenschaftlicher und ökonomischer Sicht auch sein mag, es dürfte unstrittig sein, dass die Erhaltung der der Selbsterneuerungsfähigkeit der Kultur einen positiven Beitrag zur Erhaltung der Innovationsfähigkeit der modernen Gesellschaft leistet.“ (2002: 108)

Dabei betont Vesting dass die Erhaltung der Innovationsfähigkeit auch für die Wirtschaft interessant ist: „An der Erhaltung der Intelligenz und Flexibilität dieses Sozialkapitals besteht gerade aus wirtschaftlicher Seite ein nachhaltiges öffentliches Interesse“ (2002: 108).

Für Vestings ist es auch entscheidend den Kulturbegriff den Gegebenheiten des 21. Jahrhunderts anzupassen. Dieser stellt sich nämlich anders da, nämlich insofern dass Kultur flexibler geworden ist und somit vermehrt Veränderungen unterworfen ist (2002 108):

„Kultur ist von Situationen und Ereignissen abhängig, sie reagiert auf Umweltveränderungen und kann vielleicht mit Niklas Luhmann als eine Art flexibles Gedächtnis der Gesellschaft beschrieben werden, als Filter des Erinnerns und Vergessens, durch den man Vergangenheit in Anspruch nehmen und den Variationsrahmen der Zukunft bestimmen kann“ (2002: 109).

Kultur ist einer ständigen „Selbstveränderung“ unterworfen, an der Massenmedien einen großen Anteil besitzen, besonders weil diese „Traditionen und Gewohnheiten nicht mehr nur wiedergeben, sondern durch die laufende Produktion und Präsentation von Themen und Prominenz kultureller Stile und Modern erzeugen – oder ihre Verbreitung doch

zumindest beschleunigen“ (2002: 109). Massenmedien haben also eine zentrale Bedeutung betreffend „der Konstruktion der kulturellen Bedeutungsmuster der Gesellschaft“ (2002: 109). Dadurch wird beeinflusst, wie sich Einzelne, Gruppen und die Gesellschaft allgemein selbst sehen und ihr Handeln (selbst) deuten, wodurch für Vesting eine Veränderung der Bedeutung von Rundfunkregulierung nötig wird und rechtfertigen lässt: „Diese Ausdifferenzierung der Massenmedien zu einem eigenständigen Kommunikationszusammenhang und ihr Bedeutungszuwachs für das gesamte gesellschaftliche Leben rechtfertigt dann auch die Verschiebung des verfassungsrechtlichen Ansatzpunktes der Rundfunkregulierung von Politik auf Kultur.“ (2002: 109)

Vesting schlägt deshalb eine „prozedurale Rundfunkregulierung“ vor, um der Selbstveränderung der gesellschaftlichen Realität besser gerecht werden zu können. Damit ist gemeint, „das Rundfunkrecht von der veranstalterbezogenen Zulassung abzulösen, also die Fixierung des Rundfunkrechts auf die behördliche *Entscheidung* aufzugeben, und statt dessen die laufende Fremd- und Selbstbeobachtung der ständigen Selbstveränderung des Fernsehens und der Medienwirtschaft zu akzentuieren“ (2002: 109). Die bisherigen „(stabilen) Ziele“ sollen dabei von „(prozeduralen) Meta-Regeln“ ersetzt werden. „Die Rundfunkregulierung muss also besser auf die praktischen Anschlusszwänge und Anschlussmöglichkeiten der Rundfunkproduktion reagieren und versuchen, die Selbstorganisation und Selbstregulierung dieser Unternehmens- und Marktprozesse positiv im Sinne der Qualitätssicherung zu beeinflussen.“ (2002: 109, 110)

3.7.2 Aufteilung des Raumes

Gerald Raunig hält, ausgehend von einer Nicht-Öffentlichkeit, welche ja kein Gegenstück zur Öffentlichkeit darstellt, sondern immer von ihr *mitproduziert* wird, fest, dass die meisten Konzepte von Öffentlichkeit räumlich sind, und dabei nicht von einer *Verteilung in einem unbegrenzten Raum* ausgehen, sondern von einer *Aufteilung des Raumes* sprechen. Hinter diesem Konzept steht nicht nur eine „statische Vorstellung von Raum, sondern vor allem eine vertikale oder pyramidale Organisation desselben, und die Prinzipien der Strukturierung, Totalisierung und Unifizierung“ (Raunig 2005a: 226). Er stellt sich dabei gegen diesen Begriff von Raum, weil dabei die Aufteilung als „passives

Über-sich-Ergehenlassen“ passiert, und plädiert für eine „nomadische und transversale Verteilung *im* Raum“ (2005a: 226). Dabei wird die Grenze dieses Raumes nicht als festgelegte Einschränkung gesehen, in der man sich zu bewegen hat, sondern als Ausgangspunkt, von der aus ein offener Raum, wobei die Größe bzw. die Dauer der Besetzung zweitrangig ist, eingenommen werden soll. Dabei sollen mittels einer „nomadischen Verteilung sesshaften Strukturen der Repräsentation“ erschüttert werden. (2005a: 226, 227)

Raunig zeigt dabei aber trotzdem die vorhandene Gefahr der Reterritorialisierung und Erstarrung, und zieht dabei als Beispiel verschieden linke und neue soziale Bewegungen von den 1960er bis in die 1990er Jahre heran, nämlich „die Bewegung von einer Verteilung im Raum zu einer zunehmenden Segmentierung des Raumes“ (2005a: 227). Das grundsätzliche Ziel alle Bereich der Gesellschaft zu durchziehen, wurde durch eine rasche „Ausdifferenzierung der Teilbewegungen, wie etwa in die ökologische, die Friedens- und Frauenbewegung, die antiimperialistische Bewegung, die Schwulen/Lesbenbewegung, die Antigefängnis-Bewegung, die Psychatriebewegung und viele mehr“ (2005a: 227). Dies alleine wäre ja unproblematisch, das Problem *pluralisierten Öffentlichkeitskonzepten* liegt hier nämlich in der fortschreitenden Segmentierung in „*Teilöffentlichkeiten*“: „Statt einem Kontinuum der Transversalität und der Verkettung von Bewegungen kommt es zur Partikularisierung der Kämpfe, zur Aufteilung der Räume in ein vielfältiges Feld von unterschiedlichen, von einander abgegrenzten Öffentlichkeiten.“ (2005a: 227)

Als Beispiel für einen Raum der zu offen und zu heterogen ist, nennt Raunig den so genannten „Open Space“ des World Social Forums. Die Offenheit bringt hier das Problem dass die Positionen zu divergent sind, um diese zu Verbinden und Allianzen zu bilden. Auch hier kommt es dadurch wiederum zu einer Segmentierung welche die „Qualität der Offenheit“ untergräbt. Es setzt sich immer mehr das *Paradigma der Repräsentation*“ durch, es gibt in diesem Raum immer mehr, „die (auf)teilen und solche, die (auf)geteilt werden“ (2005a: 229). Mit der Zeit haben sich die Bewegungen von der Offenheit wegbewegt und haben sich „aufgeteilt, segmentiert und geschlossen (...): Übrig bleibt ein lediglich abstrakt offener Raum, eine abstrakte Öffentlichkeit, die, statt ihre Grenzen ständig zu verschieben und permanent Raum für Dissens und Konflikt herzustellen, diesen und damit das Politische ausschließt.“ (2005a: 228, 229)

Es ist also bisher nur ungenügend gelungen alternative Vorstellungen von Öffentlichkeit, „welche „Öffentlichkeit“ als Prozess der Herstellung von Differenzräumen, als permanente Prozessierung von Konflikt“ (2005a: 229) verhandeln, in die Realität umzusetzen. Raunig hält es trotzdem für wichtig, sich möglichst weit im Raum auszubreiten, möglichst viel des Raumes zu besetzen und rückt hier den bereits erwähnten Begriff der „Transversalität“ in den Mittelpunkt: „Transversalität bedeutet hier konkret nicht einfach die Verbindung von existenten Öffentlichkeiten, ein Herstellen des Austausches zwischen verschiedenen Räumen, sondern viel mehr die Schaffung von neuen Räumen und Raummodellen, die sich in transversalen Strömen entwickeln.“ (2005a: 229, 230)

3.7.3 Artikulation von Nicht-Öffentlichkeit und „richtige“ Adressierung

Stefan Nowotny denkt, basierend auf seinem Konzept der klandestinen Öffentlichkeit, über Möglichkeiten nach, Ausgeschlossenem zur Artikulation zu verhelfen. Er schlägt dabei, in Bezug auf Giorgio Agamben, die Zeugenschaft vor, welcher, Foucaults Begriff des Archivs aufgreifend, das Zeugnis als „System der Relationen [...] zwischen dem Sagbaren und dem nicht Sagbaren in jeder Sprache“ (Agamben zitiert nach Nowotny 2005: 76) ansiedelt. Für die Praxis bedeutet dies, dass das Zeugnis:

„sich daher an der prekären und beweglich gehaltenen Grenze zwischen dem Sagbaren und dem Unsagbaren, dem Öffentlichen und dem Nicht-Öffentlichen, der Mitteilbarkeit und der Fragmentierung, Isolierung oder Blockierung des Sprechens [...] sowie letztlich zwischen einer artikulierten „Erfahrung in der Herstellung von Erfahrung“ und einer objektifizierenden, entsubjektifizierenden gesellschaftlich Produktion von Klandestinität“ (Nowotny 2005: 77)

anzusiedeln ist. Nowotny betont in diesem Zusammenhang noch einmal, dass Gegenöffentlichkeit nicht einfach einen Gegenstandspunkt gegenüberstellt, sondern:

„Sie konstituiert sich vor allem deshalb weil eine solche Praxis den Ausgrenzungsmechanismen, durch die sich klassische Formen von Öffentlichkeit herstellen, mit einer Aktivität begegnet, die den Ausschluss unterläuft, indem sie an

der Grenze selbst, die das Öffentlichen vom „Geheimen“ – dem Nicht-Repräsentierbaren und Nicht-Legitimierbaren – scheidet, eine Artikulation stattfinden lässt, die den herrschenden Rahmen der Repräsentation und Legitimation als solchen herausfordert.“ (Nowotny 2005: 77)

Jürgen Fohrmann schlägt vor am „Konzept gespannter Zerstreuung“, so wie er es nennt, zu studieren, wie man richtig „adressieren muss“, um sich aus der großen Zahl von Veröffentlichungen dauerhaft hervorzuheben. Damit meint er ein in Medien „gesponnenes“ Netz von „seriellen Grenzgängen und -überschreitungen“ – dabei werden „events“ zu einer „Kette einzelner explosiver Bilder verbunden“, wobei gleichzeitig vermieden wird „mit langem Atem Zusammenhänge“ herauszuarbeiten, um das Risiko eines Kanal- oder Medienwechsels zu vermindern. (Fohrmann 2002a: 209)

3.7.4 Zusammenführung von politischer und kultureller Ebenen

Diedrich Diederichsen diagnostiziert, dass der heutzutage Bewusste Ausbau von „Lifestyle und Subkultur“ sich von „politischem Engagement“ entfernt hat, wobei dieser Zugang aber nicht aufzugeben ist. Daraus stellt sich die Frage, „wo unter diesen Voraussetzungen der Ort politischer Intervention noch liegt.“ (Fohrmann 2002: 211)

Dabei sieht er es aktuell als Irrglauben, vor allem seitens „kultureller Eliten der 68er, an, dass es einen engen Zusammenhang zwischen kulturellen und politischen Entwicklungen gibt - vielmehr sind es technologische und wirtschaftliche die das Politische beeinflussen. (Diederichsen 2002: 196)

Ähnliches wird hier auch betreffend der „Welt des Selbst“ und *Lifestyle* verortet. Diese entwickelt sich zwar immer „radikaler und fanatischer“, wird aber ganz entgegen 68, von politischen Handlungen völlig abgetrennt. Im Gegensatz dazu ist heutzutage die „Technik des Selbst und der Selbstverwirklichung“ mit dem Kulturellen verbunden und auf (kulturellen) Distinktionsgewinn ausgerichtet. (2002: 197)

Diederichsen sieht es unter anderem deswegen als notwendig an *Lifestyle* und *politisch-kulturelles*, wo er noch immer eine lose *genealogisch-ideologisch* als vorhanden sieht, wieder miteinander zu verbinden, bzw. zumindest eine potentielle Verbindung sichtbar zu machen. Dabei bedauert er, dass einzig auf der Seite der extremen Rechte so eine

Verbindung aktuell vorhanden ist, wodurch eine Zusammenführung in anderen Bereichen für ihn umso wichtiger wird. (2002: 199)

Der Staat ist für Diederichsen aber nicht der/die richtige AkteurIn um politisches in der „Freizeit- und Subkulturkultur“ zu erwecken. Dies kann nur aus dieser selbst kommen, wobei er hier vorhandene Ansätze, in Form bestimmter „fastpolitischer Arenen“ mit Konkurrenz und „agonalen Anordnungen“ sieht. Er sieht es als entferntes Ziel an, daraus eine politische Auseinandersetzung entstehen zu lassen. Für Diederichsen ist dabei aber eine „Massenkultur und Öffentlichkeit“ grundsätzlich notwendig, die diese Entwicklung nicht zu verhindern versucht und nicht von einer Hand voll Unternehmen mit rein kommerziellen Zielsetzungen bestimmt wird, denn: „there are eighty million stories in this country, aber nur ein Leo-Kirch-Fernsehen.“ (2002: 201)

3.7.5 Gesellschaftliche Veränderung durch sozialen Gebrauch

Angela Keppler betont die Wichtigkeit der „*kulturellen Praktiken*“, des *sozialen Gebrauchs* eines Mediums. Denn nur durch den Gebrauch wird gesellschaftliche Veränderung durch neue Medientechnologien möglich, nur in Anbetracht dessen kann ein möglicher Zusammenhang zwischen gesellschaftlicher Veränderung und (neue) Medientechnologien verstanden werden. (Keppler 2002: 54)

Als Beispiel für sozialen Gebrauch soll hier Marion Hamms Untersuchungen angeführt werden. Sie beschäftigt sich dabei mit alternativen Kommunikationsnetzwerken von globalen Protestbewegungen, und greift dabei auch auf die Zapatistas zurück. Diese haben folgendermaßen zu einer Teilnahme aufgerufen: „Zusammenkünfte aller, die sich eingeladen fühlen, Orte des Austauschs und der Kommunikation ohne die Verpflichtung, zu einheitlichen Ergebnissen, einheitlichen Absichtserklärungen zu kommen: ein öffentlicher Raum, geschaffen durch permanenten horizontalen und vertikalen Austausch, an dem jede und jeder Teilnehmen könnte“ (Hamm 2005: 176). Die daraus sich entwickelnde Infrastruktur unterscheidet sich wegen seiner Virtualität, seiner Interaktivität, seiner gleichzeitigen Verbindung zu den Protesten auf der Straße, seine globale Ausdehnung, und dadurch dass diese nicht auf einzelne Kommunikationskanäle beschränkt ist, von herkömmlichen Gegenöffentlichkeiten. (2005: 176, 177)

Indymedia ist ein *alternatives Nachrichtennetzwerk*, welches dem Prinzip des „Open Publishing“ unterliegt, d.h. es handelt sich hier um ein Nachrichtennetzwerk mit offenem Zugang, jeder kann also auf den untereinander vernetzten Webseiten Texte, Fotos und Videos veröffentlichen. Auch hier ist das Prinzip, dass keine gemeinsame Ideologie im Vordergrund steht, der man sich unterordnen muss, sondern es geht um Informationsveröffentlichung. (2005: 178, 179)

Neben technischem Know-how und der nötigen Hard- und Software, die zur Integration in solche Netzwerke notwendig sind, gibt es allerdings noch eine andere Grenze: Es braucht dafür zunächst ein bereits bestehendes *soziales Netzwerk*, indem gewisse politische Grundüberzeugungen selbstverständlich, bestimmte Themen bekannt sind, ein bestimmtes Maß an Vertrauen besteht“ (2005: 183). So etwas wie „politische Grundüberzeugung“ bzw. die Grenzen dieser Grundüberzeugung kann natürlich nicht genau definiert werden und auch wenn dieser Versuch einer Definition vorgenommen werden würde, würde das wiederum dem Prinzip der Offenheit widersprechen. Hamm stellt hier zum Beispiel die Frage nach der Grenze zwischen Kritik an Israel und Antisemitismus. Ein letztes Problem liegt noch in der mangelnden Übersichtlichkeit solcher dezentralen Räume. Eine Orientierung fällt schwer und kann höchstens durch längere Beteiligung erleichtert werden. (2005: 183, 184)

Hamm sieht als größten Verdienst alternativer Kommunikationsnetzwerke in der „Verschmelzung von virtuellem und physikalischen Raum und den dazugehörigen kulturellen Praktiken“ vor allem dann wenn Proteste gerade aktuell sind: „Vielleicht ist dies der innovativste Beitrag [...] zu einer weltweiten Öffentlichkeitsalternative: Kanäle zu weben, damit die Worte auf allen Straßen des Widerstands reisen mögen.“ (2005: 184)

3.8 Zusammenfassung und Bedeutung für Offene Kanäle

In diesem Kapitel wurde neben den Funktionen von Öffentlichkeit vor allem theoretische Konzepte zur Realität von Öffentlichkeit – nämlich die Fragmentierung in Teilöffentlichkeiten und die der Öffentlichkeit eingeschriebene Nicht-Öffentlichkeit – diskutiert. Weiters wurden Konzepte für die Praxis vorgestellt, die den sich daraus

ergebenden Defiziten entgegenwirken. Im letzten Teil sollen nun die Bedeutungen für Offenen Kanäle daraus zusammengefasst werden.

Ein erster wichtiger Aspekt ist für der, dass Öffentlichkeit prinzipiell offen sein muss, das heißt, es dürfen keine Grenzen nach außen gezogen und Kommunikationsabläufe dürfen nicht verbindlichen Strukturierungen unterworfen werden. Eingeschränkt wird dieser Gedanke dadurch, dass aber auch kein pures Chaos entstehen darf. Raunig sieht hier die Gefahr einer Segmentierung in kleine Räume ohne Verbindung zueinander. In einer schlichten Verbindung zwischen diesen Segmenten sieht er wenig Sinn und argumentiert deshalb, neue (Kommunikations-)Räume zu besetzen die dann durch transversale Ströme verbunden werden. Offene Kanäle können dabei solche (Kommunikations-)Räume bieten.

Die Erfüllung der Aufgaben von Öffentlichkeit (Beobachtungs-, Kritik- und Orientierungsfunktion) können ebenfalls durch offene Kanäle unterstützt werden. Bezüglich der Beobachtungsfunktion hat durch den offenen Zugang ein größerer Personenkreis Zugang und es kommt so zu einem Partizipationsgewinn. Es kann auch mehr Orientierung geboten werden, wozu aber gesagt werden muss, dass auch in offenen Kanälen keine absoluten Maßstäbe gesetzt werden dürfen. Diese sollen durch eine Selbstkontrolle überprüft werden, wobei durch eine größere (kommerzielle) Unabhängigkeit in offenen Kanälen dies eher möglich ist. Hier soll nochmals die Kritik von Andrea Keppler erwähnt werden, nämlich dass Medien im Allgemeinen keine ideale Instanz zur Orientierungsgebung sind, da oft der soziale Kontext der Problemstellung ausgeschlossen bleibt. Dadurch bleibt diese wirkungslos. Offene Kanäle sind aber auch ein kulturelles Projekt und können so die Möglichkeit bieten, eine Verbindung zwischen Problemstellungen und dem sozialen Kontext der RezipientInnen herzustellen.

Selektion und Reduktion sind zwar medienimmanent, offene Kanäle können diesen Prozessen, obwohl auch sie diesen unterliegen, entgegenwirken. Da sie keinem ökonomischen Druck unterliegen, müssen keine Themen ausgeschlossen werden, die für eine breite Masse weniger interessant sind. Durch die trotzdem notwendige Reduzierung sozialer Komplexität kann dennoch eine kommunisierende Leistung der Reduktion aufrechterhalten werden. In diesem Zusammenhang kann auch dem von Nowotny aufgezeigte Prozess von Nicht-Öffentlichkeit entgegengewirkt werden. Offene Kanäle bieten den von der Öffentlichkeit ausgeschlossenen die Möglichkeit zur öffentlichen Artikulation.

Weiters wurde der Prozess der Zerstreuung in Teilöffentlichkeiten aufgezeigt. Herkömmliche Kanäle können dieser Segmentierung und der daraus Resultierenden Notwendigkeit einer veränderten Adressierung, nicht mehr gerecht werden. Weiters haben auch die meisten Teilöffentlichkeiten nicht die Macht zu Medienöffentlichkeiten zu werden. Diese Segmentierung wurde gerne als Untergang der Demokratie beklagt, Orzessek sieht hier aber genau darin einen Akt der Emanzipation – eine Emanzipation welche durch Offene Kanäle weiter unterstützt werden kann.

Abschließend soll der bereits erwähnte Zusammenhang zwischen Massenmedien, Öffentlichkeit und der Wichtigkeit des Kulturellen noch einmal betont werden. Offene Kanäle sind dabei nämlich besonders bedeutend, da sie vor allem kulturelle Einrichtungen sind, und bei Medienproduktion und Medienrezeption den sozialen und kulturellen Gebrauch in den Mittelpunkt stellen und das Politische mit kultureller Praxis verbinden.

4 Medienkritik

Durch Öffentlichkeit und öffentlicher Meinung hat die Gesellschaft die Möglichkeit sich selbst zu beobachten und so auf sich einzuwirken. Marcus S. Kleiner argumentiert dabei, dass dies über Massenmedien passiert. Medienkritik und Kritik in den Medien spielt deshalb dabei eine zentrale Rolle: „Der Mediengebrauch (...) wird als grundsätzlich kritisch postuliert und als dessen Resultat eine emanzipatorische Konstitution von Öffentlichkeit, öffentlicher Meinung, sozialer Wirklichkeit und personaler Identität erwartet“ (Kleiner 2006: 118). Dazu notwendig ist ein unabhängiger und auch unparteilicher Journalismus, der sich nicht von ökonomischen Kriterien leiten lässt und gleichzeitig als „Kritik und Kontrollinstanz“ fungiert. Dies ist als Grundvoraussetzung für Partizipation in einer demokratischen Gesellschaft zu verstehen. (2006: 118, 119)

Kleiner beschreibt dabei die Aufgabe von Medienkritik folgendermaßen:

„Medienkritik soll die gesellschaftlich sowie mediale Konstruktion von Wirklichkeit umfassend und so *objektiv* wie möglich beschreiben, also vermitteln, auf der Grundlage von transparenten Maßstäben, die sich jeder ideologischen Positionierung verweigern, kritisieren bzw. kontrollieren und somit ein unabhängiges *Gegengewicht* zu den gesellschaftlichen Macht-, Wissens- und Informationseliten darstellen, um hierdurch aufzuzeigen, wie mediale und soziale Wirklichkeit idealtypisch sowie konkret verändert werden könnten. Hierbei geht es nicht darum, einen anvisierten besseren bzw. Idealzustand zu erreichen, sondern immer wieder von neuem die Problematisierung von Wirklichkeit in ihrem *status quo* voranzutreiben.“ (Kleiner 2006: 155)

In diesem Zusammenhang betont Kleiner allerdings, dass im Zuge gesellschaftskritischer Medientheorien, nicht ein *Kanon der Gebote* entwickelt werden dürfe.

Das bedeutet in weiterer Folge, dass Medienkritik niemals vom Gegenstand abgehoben souverän agieren darf, sie darf sich also nicht auf eine Metaebene begeben, da sie immer an den zu kritisierenden Objekt gebunden ist und dieses auch als Existenzberechtigung benötigt. Medienkritik wird dabei als Prozess verstanden, dessen Maßstäbe nicht als absolut verfasst werden dürfen, sondern immer wieder prozessual am Gegenstand erstellt werden müssen, das heißt sie werden immer wieder überprüft, verändert und neu generiert. Nur so kann seitens des Kritikers eine Offenheit gegenüber dem Gegenstand erhalten bleiben, womit eine „grundsätzliche Bereitschaft und Flexibilität des

gegenstandsorientierten Sich-Einlassens, ohne hierbei im Voraus, gemäß seiner eigenen Kritikmaßstäbe und kulturell-medialen Sozialisation zu wissen, wie der jeweilige Gegenstand zu beurteilen ist“ (Kleiner 2006: 272), gemeint ist. Dadurch soll der/die KritikerIn selbstkritischer werden, bzw. die eigenen Grenzen sollen ihm so aufgezeigt werden. (2006: 272, 274)

Auch für Schmidt ist die Aufgabe einer „gesellschaftlich relevanten Medienkritik“ in „Selbst- und Fremdbeobachtung“ zu suchen. Er geht dabei von der Überlegung aus, dass Organisationen des Mediensystems Verantwortung übernehmen müssen. Dazu ist zunächst Selbstreflexion nötig, mit dem Ziel sich selbst zu verändern. Da dies aber nicht so einfach ist, braucht man Instanzen, „die die Mediensysteme beobachten, sie mit diesen Fremdbeobachtungen öffentlich konfrontieren und sie damit zu einer *öffentlichen* Selbstbeobachtung zwingen“ (Schmidt 2005: 32), wobei diese natürlich auch von Medien selbst vorgenommen werden soll. Schmidt zieht dabei folgende Schlussfolgerungen: „Medienkritik kann sich nicht beschränken auf die Kritik von Medienangeboten, sondern sie muss alle systemisch integralen Komponenten von Mediensystemen ebenso wie deren Interaktionsformen in den Blick nehmen, also Kommunikationsinstrument, technische Dispositive, soziale Institutionalisierungen und dann die Medienangebote.“ (2005: 32)

Leder unterscheidet dabei drei grundsätzliche Orientierungen von Medienkritik: „bewusst machende Kritik“, „rettende Kritik“ und „radikale Kritik“. Diesen Orientierungen basieren auf bestimmte Normvorstellungen: „Der ersten die Vorstellung einer ästhetischen Qualitätshierarchie, der zweiten die Idealität des künstlerischen, intellektuellen Produzierens, der dritten die Utopie einer anderen gesellschaftlichen Kommunikation.“ (Leder 2006: 22)

Kleiner arbeitet sechs Kritikausrichtungen aus der medienkritischen Literatur heraus, welche vom „jeweiligen Kritik- und Medienbegriff, von der spezifischen theoretischen Ausrichtung und dem Ziel sowie dem pragmatischen Interesse des Kritikers“ abhängen: (Kleiner 2006: 275)

1. destruktiv (Rede vom Kulturverfall, Verblödungsthese)
2. anachronistisch (aus dem Jenseits des Mediengebrauchs)
3. pragmatisch (z.B. Veränderung der aktuellen Medienlandschaft oder Akzeptieren bzw. Arrangieren mit derselben)

4. politisch (etwa die Regulierung von Medienprodukten durch Mediengesetze)
5. emanzipatorisch (grundlegende Veränderung des Mediensystems, die auch eine konstitutive Veränderung des Gesellschaftssystems bedeuten würde; Förderung der Ausbildung von Medienkompetenz auf Seiten der KonsumentInnen, ProduzentInnen und KritikerInnen, wobei der Kompetenzausbildungsprozess niemals aufhört; Nutzung von Medientechniken zur Verbesserung der gesellschaftlichen Situation)
6. funktional (Verbesserung von Medientechnik oder Rekonstruktion des Prozesses medialer Wirklichkeitskonstruktionen)

4.1 Inhalte von Medienkritik

Nach dieser Darstellung von grundlegenden Aufgaben und Ausrichtungen von Medienkritik, und bevor weiterführende theoretische Konzepte ausgeführt werden, soll zunächst ein kurzer exemplarischer Einblick in Inhalte von Medienkritik gegeben werden. Hierbei handelt es sich um Fragen der Qualität, die Rolle von ExpertInnen und Unterhaltung.

Bezüglich des Faktors Qualität hält Kleiner fest, dass diese Debatte nicht *makrotheoretisch* geführt werden kann. Damit ist gemeint dass es nicht sinnvoll ist, einen allgemein gültigen Maßstab zu entwickeln, welcher das Ideal für qualitativ hoch stehenden Journalismus definiert, mit dessen Hilfe Journalismus als gut oder schlecht bewertet werden soll, um in weiterer Folge einen Verfall von Qualität bezüglich Öffentlichkeit zu prognostizieren. Qualität im Journalismus, so Kleiner, kann nur mehr auf *mikrotheoretischer*, also *genrespezifischer*, Ebene erfolgen, auch wenn ein allgemeines Urteil so nicht mehr gefällt werden kann. Begründet wird dies dadurch dass *Boulevardjournalismus* und seriöser *Journalismus* nach unterschiedlichen *systemspezifischen Kriterien* abläuft bzw. dass „beide Felder journalistischer Produktion nach unterschiedlichen Rationalitäten bzw. Diskurslogiken *funktionieren*, sieht man einmal von deren Profitorientierungen ab.“ (2006: 148, 149)

Fasel zieht daraus diese Erkenntnis:

„Wer allein der ökonomischen Sicht folgt, sich nur auf Leserwünsche einstellt und Journalismus auf eine Dienstleistung am Konsumenten verkürzt, der verliert sein journalistisches Profil ebenso wie die Programmierer, die ihr Produkt auf Quoten ausrichten. Dies gilt für Fernsehformate wie für Printprodukte, sobald sie den Windkanal der Marktforschung verlassen. Viele Formate aus Titel und Medienkonzerne belegen diese Beobachtung: Sie erzielen zwar als Anzeigentäger selbst in Zeiten der Werbeträgerkrise gute Umsätze, doch verlieren sie dabei für den Journalismus konstitutive Funktionen, zu deren wichtigsten Glaubwürdigkeit gehört. Aber auch umgekehrt sind journalistische Medien zum Scheitern verurteilt, wenn sie sich selbst zum Maßstab nehmen und das Publikum mit seinen Wünschen nach Orientierung missachten.“ (Fasel 2005: 19)

Die Frage der Qualität muss aber ein Aspekt der Auseinandersetzung mit Öffentlichkeit bleiben, wobei dabei keine festen Maßstäbe angelegt werden sollen, sondern solche, die „sich immer wieder von neuem vor der jeweils historischen, gesellschaftlichen, kulturellen und diskursiven Wirklichkeiten des zu analysierenden Gegenstandes konstituieren.“ Wichtig ist hier immer die Möglichkeit zur Veränderung bzw. (Neu)Gestaltung der gesellschaftlichen Realität. Kleiner dazu: „Gesellschaftskritischen Medientheorien geht es in diesem Kontext wesentlich darum, alternative Modelle von (Gegen-)Öffentlichkeiten zu diskutieren.“ (Kleiner 2006: 150)

Noam Chomsky beschäftigt sich mit der Rolle von *ExpertInnen* in der für ihn vorherrschenden Konzeption von Demokratie. In dieser wird die allgemeine Verfügbarkeit von Information stark eingeschränkt und reglementiert (im Gegensatz zu Konzept eines freien Informationszugangs um sich an der Regelung der Anliegen der BürgerInnen zu beteiligen). (Chomsky 2003: 28) Begründet wird das dominierende Konzept damit, „dass die Masse der Bevölkerung zu dumm ist, um größere Zusammenhänge zu begreifen. Wenn sie den Versuch unternimmt, sich an der Regelung ihrer eigenen Angelegenheiten zu beteiligen, stören sie lediglich den reibungslosen Ablauf“ (2003: 31). *ExpertInnen* haben hier, laut Chomsky, das primäre Interesse an Macht zu gelangen. Das gelingt ihnen aber nur, indem sie die Interessen der wirklich Mächtigen bedienen (2003: 32). Kleiner relativiert Chomskys Kritik an den *ExpertInnen*, indem er auch positive Seiten aufzeigt: „(...) wenn sie sich auf Grund ihrer Kompetenzen um ein Freisetzen zur Freiheit der Bürger bzw. Rezipient einsetzen, also nicht etwas vordenken, dem gefolgt werden soll,

sondern etwas vorstellen, das möglichst kontrovers diskutiert werden kann“ (Kleiner 2006: 143).

Im Zusammenhang von Medien und Unterhaltung hält Kleiner fest, dass sich Medien bei der Produktion von Programm und Inhalten grundsätzlich immer auf sich selbst und andere Medien beziehen und somit ständig sich selbst reproduzieren. Das Resultat ist, dass Struktur und Inhalt der Programmformate sehr ähnlich sind. Kleiner bezeichnet dies als *Entertainmentfalle*, d.h. dass dadurch einerseits „eine sachadäquate, verantwortungsbewusste und *mediengerechte* Auseinandersetzung mit gesellschaftlich brisanten Themen“ (Kleiner 2006: 210) verhindert wird, und auf der anderen Seite wird dadurch der Versuch Alternativen zu entwickeln vernachlässigt. (2006: 209, 210)

Kleiner sieht weiters einen quantitativen Anstieg von Unterhaltungsformaten und stellt die Frage, ob dieser aus einer tatsächlich steigenden Nachfrage seitens der ZuschauerInnen resultiert, oder das Ergebnis lediglich auf der Selbstbeobachtung von MedienproduzentInnen und –kritikernInnen basiert. Diese Formate werden laut Kleiner zwar genutzt, es wird hier aber vermutet, dass diese Nutzung aus einem Mangel an qualitativen Alternativen entsteht. (2006: 210)

4.1.1 Medienkritik der Cultural Studies

Die Cultural Studies bereichern den medienkritischen Diskurs in den 1980er und 1990er Jahren vor allem bezüglich zweier Gesichtspunkte:

„zum einen durch ihre grundlagentheoretische und fallbezogene Auseinandersetzung mit dem, von der *klassischen* kritischen Theorie zu einseitig bewertenden Feld der populären Kultur bzw. der Unterhaltungskultur. Andererseits durch ihre intensive Auseinandersetzung mit sozialen, kulturellen, und medialen Macht- und Herrschaftsprozessen sowie der symbolischen Reproduktion sozialer Ungleichheit in sozialen, kulturellen und medialen Diskursen.“ (Kleiner 2006: 296)

Betreffend der Position der/des RezipientIn und deren *Befreiung* bzw. *Aktivität* sieht hier Kleiner allerdings als keine besondere Leitung der *Cultural Studies* an, da diese immer schon existiert hat und somit es sich hier nur um einen symbolischen Versuch handelt. Die Beschäftigung mit dem/der NutzerIn und dessen Nutzung ist für Kleiner allerdings eine

äußerst wichtige Alternative zur Markt- und Medienforschung, da diese „nicht in der Lage sind, die symbolische Konstruktion von Wirklichkeit nachzuzeichnen sowie dem einzelnen Handlungsmöglichkeiten und Praxisformen im Umgang mit den Medien aufzuzeigen.“ (Kleiner 2006: 296, 297)

4.2 Kritik und Konsequenzen

Nach diesem kurzen Einblick in die Inhalte von Medienkritik, soll nun weitere theoretische Aspekte behandelt werden. Dabei wird zunächst auf Kritik am medienkritischen Diskurs bzw. an der medienkritischen Praxis eingegangen. Im Anschluss daran sollen die Konsequenzen diskutiert werden, die sich daraus abgeleitet werden können.

Wie bereits erwähnt, können Medien einen wichtigen Beitrag zu einer Demokratisierung und einer emanzipatorischen Öffentlichkeit leisten. Da Medienunternehmen aber privatwirtschaftliche Unternehmen sind, deren Ziel Profitmaximierung ist, oder mit solchen Unternehmen im Wettbewerb stehen, kann dieser Beitrag nicht ausreichend geleistet werden. Dabei werden oft Formate kritisiert, deren primäres Ziel Unterhaltung ist. Da aber meist nur durch Unterhaltung eine große Öffentlichkeit erreicht werden kann, kann diese Kritik in dieser Form nicht aufrechterhalten werden. Das bedeutet, dass die grundsätzliche Trennung von Information und Unterhaltung in Frage gestellt werden muss. Daraus muss geschlossen werden, dass Unterhaltung „auch einen Beitrag zur Partizipation der Öffentlichkeit an politischen Entscheidungen leisten und somit eine wichtige Funktion im Demokratisierungsprozess von Gesellschaften einnehmen.“ (Kleiner 2006: 241)

Hallenberg und Nieland bemängeln an der Medienkritik, dass diese sich hauptsächlich nur mehr auf ökonomische Gegebenheiten bezieht, also lediglich „Umsatzzahlen, Marktanteile, Erlösstrukturen und Gewinnerwartungen“ (Hallenberg, Nieland 2005: 13) diskutiert und sprechen in diesem Zusammenhang von einem „*economic turn*“. Medieninhalte werden dagegen nur mehr in Ausnahmefällen thematisiert (2005: 13, 14). Kleiner spricht dabei, in Bezugnahme auf Hallenberg und Nieland, von einer „Fokussierung der Medienkritik hin auf die Kritik des ökonomischen Feldes und die Zurückdrängung der Auseinandersetzung mit den Medien als ein Kulturwert, d.h.

Möglichkeiten für NutzerInnen, Orientierung, Sinn, Wissen, Unterhaltung usw.“ (Kleiner 2006: 264)

In diesem Zusammenhang wird bemängelt, dass dabei negative Auswirkungen, also der Manipulationsverdacht, von Medienangeboten hauptsächlich im Vordergrund steht. Die mögliche und tatsächliche „produktive und kreative Medienaneignung“ wird meist vernachlässigt. (Kleiner 2006: 242)

Weßler bemängelt, dass seitens der KritikInnen und NutzerInnen der Medien eine „soziale Neugier“ fehlt, das heißt was man mit Medien alles machen kann, also „unterschiedliche soziale Gebrauchsweisen“ und „kreative Nutzungsmöglichkeiten.“ Durch die Beseitigung dieses Defizits könnte die Beschränktheit der eigenen Sichtweise zumindest wahrgenommen, und die Möglichkeiten der Mediennutzung aufgedeckt werden. (Weßler 1997: 17)

Ernst geht in seiner Kritik an der Medienkritik davon aus, dass diese sich nicht nur, wie in der klassischen Medienkritik, mit Diskursen beschäftigen soll, sondern auch mit der Medialität, also der *Hardware* und der *Software*, das heißt es soll der Prozess, wie die Inhalte durch die *Hardware* und *Software* zustande kommen ebenfalls einer Kritik unterzogen werden, der/die KritikerIn muss sich also auch mit der jeweiligen Medientechnik befassen (Ernst 2002: 156).

Ernst begründet dies damit, dass in den 1930ern bei Horkheimer und Adorno noch Kritik die Aufgabe hatte „den Gehalt traditioneller Theorie als klassenbedingt zu enttarnen“ und in den 60ern „die Filmkritik (...) als politische Aktion zur Aufrüttelung des kritischen Bewusstseins der Massen gedient“, so hat in den 80ern Kritik mit der „deklarierten Auflösung der großen Geschichten (zu denen auch die Ideologien gehört) (...) die Bedingungen für Kritikfähigkeit selbst“ verloren. Ernst dazu weiter: „Wo – postmodern – alle Ideen gleichwertig sind, wird kritisches Engagement unmöglich“. Ernst zieht daraus die Schlussfolgerung Kritik auf die „Hardware und die non-diskursive Software der Medien selbst“ (2002: 146) zu verlegen. (Ernst 2002: 146)

Ernst stellt die Devise auf: „Multiplizierung der medialen Kanäle statt der Fiktion von Öffentlichkeit“ (2002: 151, 152) und plädiert dabei Medienkritik in eine *Netzkritik* zu überführen, da in Anlehnung an Enzensberger speziell dem Internet der Gegensatz zwischen ProduzentIn und KonsumentIn nicht eingeschrieben ist. Das Internet hat die

massivsten Veränderungen gesellschaftlicher Kommunikationsformen zur Folge – „es entstehen nicht nur Teilöffentlichkeiten im Netz, sondern deren Fraktale.“ (2002: 151, 152) Ernst schlägt als Ort der Medienkritik eine Medienarchäologie vor. Damit ist eine „kulturtechnische Analyse“ gemeint, also die Frage nach der Macht neuer (Medien)Technologien – „eine technologische und kulturell präzise Diagnose des Medienwandels“ (2002: 155). Das bedeutet für Ernst einen „nicht-inhaltlichen Zugriff auf das Objekt“, bzw. sich mit „non-diskursiven Dispositiven der Kommunikation“ zu beschäftigen und einen exakt definierten Medienbegriff der Medienwissenschaften, im Gegensatz zu einem diffusen der Massenmedienforschung und Kommunikationswissenschaft, zu verwenden. Dieser exakt definierte Medienbegriff hat die Aufgabe aufzuzeigen, dass elektronische Medien „Kulturtechniken in einem präzisen, nicht-metaphorischen Sinn sind und nicht aufhören [...] als Instrumente an dem mitzuförmulieren, was als Inhalt gesendet wird“ (2002: 156). Das bedeutet, dass eine Kritik am Mitgeteilten zu wenig ist, sondern die Notwendigkeit einer Kritik an der Hard- und Software die das Zustandekommen des Mitgeteilten erst möglich macht, unumgänglich ist. Das bedeutet wiederum dass der/die KritikerIn auch IngenieurIn sein muss, da die klassischen Kompetenzen nicht mehr ausreichen. Konkret ist damit gemeint, dass nicht nur das Gesendete einer Kritik unterzogen werden soll, sondern auch die Sendung, „d.h. eine Analyse der medialen Bedingung dessen, was inhaltlich überhaupt gesagt werden kann – also des *Archivs* der Medien im Sinne Foucaults“ (2002: 156):

„Solange Machttechniken, Öffentlichkeit und Kritik sich alle noch ein und desselben Mediums der Mitteilung bedienen – der alphabetischen Schrift nämlich -, hatte jeder die mediale Kompetenz, Meinung zu bilden. Heute aber ist die Kompetenz zur Mitsprache bereits zwischen Oberflächen und Programmierungen geteilt. So dass Medienkritik heute Kritik *im Medium* heißen muss, nicht mehr von außerhalb (die Perspektive der Kritischen Theorie), sondern als Strategie des Mitschreibens am Medium selbst, und das heißt im digitalen Raum: an den Programmen mitzuschreiben.“ (2002: 156)

Medienarchäologie unterscheidet sich damit laut Ernst von den *cultural studies* dadurch, die „kulturtechnischen Anteile“ von *Medienkultur* aufzudecken, und nicht auf „gesellschaftliches Verhalten an Medien“ zu verkürzen. (2002: 156)

Im Zuge der Kulturkritik der Frankfurter Schule war man auf der Suche nach einer Position, von der aus man Medien von Außen als Bedingung von Kritik beobachten

konnte. Adorno stellte die Befürchtung auf, dass durch das Fernsehen zusätzlich zum Radio die letzte Möglichkeit eines „Außen“ zerstört und somit Kritik unmöglich gemacht wird, da nun alle Sinnenorgane unmittelbar von Medien angesprochen werden können. Dem setzt Ernst in Bezug auf Christian Doelker entgegen, dass man Fernsehen *kulturtechnisch erlernen* kann, nämlich zum Beispiel mittels *Offener Kanäle*. Sendungen in Offenen Kanälen halten, da „unprofessionell“ und nicht als „Programm produziert“, ein „hohes Maß an Unerwartetem“ entgegen, was als „Kriterium für Information“ gilt. Die schlechte Qualität wird gerne als Kritik an Offenen Kanälen herangezogen, für Medienarchäologie ist aber im Gegensatz nicht der Inhalt das entscheidende, sondern achtet mehr „auf Sendung als Rauschen“ und betrachtet „jede Form von technischen Störungen“ als eine „Form der medienimmanenten *Kritik*.“ (2002: 158)

Als Gegenargument zu Offenen Kanälen wird das Internet angeführt, was dessen Funktion als „demokratische Plattform“ übernehmen soll. (2002: 159)

Kleiner sieht das problematischer an diese Überlegungen zu Hard- und Software allerdings darin, dass

„*nicht-inhaltistische* Medienanalyse bzw. Medienkritik, letztlich durch das Medium der Sprache und damit durch traditionelle Verstehensleistungen determiniert bleibt, also traditionelle Sinnstrukturen und *Sinnkonstruktionsmedien* nicht *entkommt*. Fraglich ist auch, ob die Verschiebung der Kritik auf die Hardware und die non-diskursive Software der Medien selbst wirklich non-diskursiv ist, denn (Medien-)Technik als (Medien-)Technik ist selbst Ergebnis von Diskursen, die sich dann materialisiert bzw. [...] verselbstständigt haben.“ (Kleiner 2006: 333)

Kleiner fordert in Anlehnung an Ernst, „dass Medienkritik immer (auch) eine Kritik im Medium, ein Mitschreiben an den Programmen und ein Mitproduzieren an den Medienprodukten sein muss [...] d.h. das sich Einlassenkönnen auf und Produzieren von eigensinnigen Medienwirklichkeiten, Diskursen, Medientechniken und Praxisformen“ (Kleiner 2006: 336).

Es muss also ein zentraler Aspekt von Medienkritik sein, dass diese *de-konstruktiv* ist. Mit anderen Worten darf sie also nicht destruktiv sein, sondern sie hat die Zielsetzung, dass daraus neue Perspektiven entstehen, um so die Medienwirklichkeit neu mitzugestalten. Herkömmliche Mediennutzung muss dabei ständig kritisch betrachtet werden. (Kleiner 2006: 338)

Kleiner greift dabei auch auf Negt und Kluge zurück, die weniger auf wertende Kritik setzen, sondern das Potential von Veränderungen durch folgende Strategien sehen: „Ideen gegen Ideen, Produkte gegen Produkte, Produktionszusammenhang gegen Produktionszusammenhang“ (Negt/Kluge 1976: 143). Wichtig ist hier die eigenen (Gegen-)Produkte und (Gegen-)Ideen nicht anderen als überlegen zu betrachten, sondern immer nur als Angebot zu verstehen. (Kleiner 2006: 211)

4.2.1 Stärkere Institutionalisierung

Kleiner verlangt des Weiteren eine stärkere Institutionalisierung von Medienkritik, und verweist dabei auf Deutschland, wo diese bis dato nur unzureichend vorhanden ist. Es muss darüber nachgedacht werden, wie man vorhanden Institutionen stärkt, ob neue Institutionen geschaffen werden sollen bzw. wie diese besser miteinander, auch auf transnationaler und internationaler Ebene, vernetzt werden sollen, um zunächst einen besseren Austausch untereinander zu ermöglichen. Kleiner fordert dabei „die Ausbildung umfangreicher medienkritischer Netzwerke, die einerseits autonom agieren, andererseits ihre jeweiligen Kapazitäten und Kompetenzen miteinander verbinden müssen, damit die Stimmen der Medienkritik nicht nur in kleineren Kreisen vernommen werden und dadurch nachhaltigen Einfluss auf konkrete Medienwirklichkeiten nehmen können“ (Kleiner 2006: 276). Wichtig ist dabei vor allem die Einbindung von MacherInnen und MedienpolitikerInnen, aber vor allem des Publikums in den medienkritischen Prozess, um „die Kluft zwischen Kritik, Produktion und Konsum zu überwinden“ (2006: 277). Kleiner erwähnt zwar die Gefahr des Verlustes von Autonomie einzelner bzw. das Risiko dass Interessen der Stärkeren eher durchgesetzt werden, sieht hier aber kein zulässiges Gegenargument, da nur durch starke Netzwerke Medienkritik ihre Nischendasein überwinden kann. (2006: 276, 277)

4.2.2 Neue, kritische Medienforschung

Prokop versucht die medienkritischen Überlegungen der *Kritischen Theorie* von Horkheimer und Adorno zu einer *neuen kritischen Medienforschung* weiterzuentwickeln.

Dabei betont er, dass, im Gegensatz zu Horkheimer und Adorno, er die Medien nicht als „Reich des Bösen“ betrachtet, sondern versucht die „freiheitlichen, kreativen Aspekte“ verstärkt herauszuarbeiten und bezeichnet dies dabei als „negativ-dialektisches Kulturindustrie-Paradigma“ (Prokop 2004: 13)

Dabei arbeitet er sechs Themen heraus:

„erstens, Kritik am *Medien-Oligopol-Kapitalismus*; zweitens, Kritik an der bisherigen Medienforschung; drittens Maßstäbe bzw. analytische Kategorien zur Beurteilung von *Qualität* und *Nicht-Qualität* von Medienprodukte zu erarbeiten; viertens, zur Stärkung des autonomen, kreativen Subjekts beizutragen (...); fünftens, Produktanalysen durchzuführen; und sechstens die Analyse der strukturellen Bedingungen von Medienentwicklungen und Medienwirkungen.“ (Kleiner 2006: 297)

Kleiner greift diese Überlegungen auf und plädiert dafür Medienkritik in eine „gesellschaftskritische Medientheorie“ einzuordnen:

„Gesellschaftliche Medientheorien thematisieren die sozialen Funktionen und Gebrauchsweisen von Medien, die Wirkungen der verschiedenen Medientypen und Medieninhalte auf Gesellschaft und Individuum, die Rolle der Medien in der Sozialisation des Individuums und in der Ausbildung kollektiver Identitäten sowie die Fähigkeit der Medien zur ideologischen Beeinflussung und zur Manipulation von Konsumentenentscheidungen sowie zu sozialen Wirklichkeitskonstruktionen.“ (Kleiner 2006: 298)

Ziel ist es dabei „Medienanalyse als Gesellschaftsanalyse“ zu verstehen und zum anderen „Medienkritik als Gesellschaftskritik“ zu begründen. (2006: 298)

Prokop hält fest, dass *kritische Medienforschung* immer eine Opposition zum Bestehenden darstellt, ohne dieses dabei aber eine *Fundamentalkritik* zu unterziehen, „sonder immer zugleich auch die Freiheitsmomente der sozialen Wirklichkeit bzw. der *Medienkulturindustrie* hervorzuheben“ (Kleiner 2006: 289). Weiters ist es wichtig, „dass Medien und Kommunikation in ihrer gesamtgesellschaftlichen Wirklichkeit analysiert werden müssen, nicht aber als singuläre Phänomene“ (2006: 289, 290).

Prokop plädiert weiters dafür, vor allem für *ästhetische Mittel* um den *Warencharakter der Kulturproduktion* zu überwinden, wobei ihm hier besonders eine *emanzipatorische Praxis* wichtig ist und weniger das bemühen *abstrakter Theorien*. (Kleiner 2006: 290)

4.2.3 Kritik als Interaktion zwischen unterschiedlichen AkteurInnen

Kleiner stellt die These auf, „dass Medienkritik immer ein Interaktionsprodukt von unterschiedlichen AkteurInnen sein muss, weil jede AkteurIn die Gegenstände aus einer jeweils sehr begrenzten Perspektive beurteilen kann.“ (Kleiner 2006: 327)

Er weist im Anschluss daran auf die Notwendigkeit einer „Struktur gemeinsamer Unterschiede“ im Feld der Medienkritik hin, und betont dabei, dass diese *gemeinsamen Unterschiede* „different aufeinander verwiesen sind und innerhalb derer diskurs-interne Besonderheiten definiert werden, um die jeweiligen Eigensinnigkeiten transparent zu machen und damit auch Grenzen der Verständigung sowie Kooperationen hervorzuheben“ (Kleiner 2006: 328). Dabei soll ein „*Pathos der Absolutheit*“ vermieden werden, sondern anderen Positionen *Diskursmacht* und *Möglichkeitsansprüche* zugestanden werden. Darauf aufbauend, sieht es Kleiner als erforderlich an, sich mit Medienkritik von ihren Grenzen und den damit einhergehenden Differenzen und Konflikte zu beschäftigen. Dadurch kann eine „*Grenzerfahrung* der eigenen Kompetenzen und des eigenen Verstehens“ gemacht werden, woraus durch dieses Wissen um diese Grenzen, „einerseits die jeweiligen medienanalytischen sowie medienkritischen Diskurse eindeutige Profile ausbilden“ könnten, „um ausgehend hiervon andererseits realistische Kooperationen in Angriff zu nehmen“ (2006: 329). Daraus können auch weiters Erkenntnisse über mangelnde Vereinbarkeiten von Positionen und Unmöglichkeiten von Interaktionen gewonnen werden. (2006: 328, 329)

4.3 Kritik in der Praxis

Kleiner umschreibt, in Bezugnahme auf Deleuz, die Notwendigkeit nachhaltiger Medienkritik mit folgenden Worten:

„Damit (...) immer wieder neue *Waffen* (der Kritik und zur Veränderung des gesellschaftlichen sowie medialen *status quo*) gefunden und effektiv eingesetzt werden können, müssen vielfältige *Schlachtpläne* und Strategien entworfen sowie gemeinsame *Heere* gefunden werden. Der Diskurs über die *Schlacht* und die Techniken der *Kriegsführung* allein, ist (...) zwar eine Kunstfertigkeit, die sich ohne

Kampferfahrung bzw. *Kampfpraxis* aber nicht vollenden kann. *Kritik der Medien* und *Medien der Kritik*, Diskurs und Handlung, müssen eine Liaison eingehen, ohne die sie keine Zukunft haben.“ (Kleiner 2006: 405)

Für die Praxis bedeutet das, dass sich Medienkritiker zu „*Theoretiker-Praktiker*“ entwickeln, „um alternative medienkritische Netzwerke und Plattformen zu generieren“ (Kleiner: 2006: 300). Kleiner hält hier aber fest, dass bisher dabei aber keine gesellschaftliche Nachhaltigkeit von Medienkritik erreicht werden konnte, was durch ein „*Aneinandervorbeilaufen* von Diskurs und Praxis“ begründet werden kann. (Kleiner 2006: 300, 301)

Für die Medienpraxis ist in diesem Zusammenhang die Förderung von Medienkompetenz notwendig. Hier gibt und gab es immer wieder Ansätze theoriegeleitete und alternative Praxisräume zu schaffen um Medienkompetenz zu fördern. Dies beschränkt sich aber immer noch auf mehr oder weniger einzelne Versuche, denen es allerdings bis dato nicht gelungen ist *alternative Medienwirklichkeiten* zu generieren, die das Potential besitzen, Medienwirklichkeiten tief greifend zu beeinflussen. Dabei wäre Ziel eine Veränderung auf *individueller* und *(medien-)gesellschaftlicher* Ebene, in Form der Förderung eines emanzipatorischen Mediengebrauchs. Wichtig wäre es, dass dabei nicht „eine verbindliche Gültigkeit behauptende, Pflichten und Anforderungskatalog, oder ein (diskursives) Erziehungsprogramm“ (Kleiner 2006: 341) auferlegt wird. Kleiner sieht es hier als bedeutsam an, dass „Möglichkeitswelten (diskursiv) eröffnet werden, in denen sich Kreativität, Emanzipation, Kritik, Veränderung, Gestaltung usw. in alternativen Formen konkret abspielen bzw. allererst ereignen können. Hierzu müssen herkömmliche Denk-, Handlungs-, Produktions- und Interaktionsgewohnheiten problematisiert werden, bzw. problematisch erscheinen“ (2006: 341). In diesem Zusammenhang wird darauf verwiesen, dass die Zeit der großen *Erzählungen* und *Sozialutopien* als *Zukunftsentwürfe* vorüber ist, was bedeutet, stattdessen den Blick „auf zahlreiche *kleine*, lokale Veränderungen und Utopien sowie auf *Mikroerzählungen*“ (2006: 343) zu richten „die sich unter anderem als Herausforderungen, Verunsicherungen, Irritationen, Kritik oder Dekontextualisierungen gesellschaftlicher und medialer Wirklichkeiten in ihrem *status quo* verstehen.“ (2006: 341, 343). Dabei:

„steht weniger die Formierung einer Gegenöffentlichkeit im Vordergrund, sondern die Ausbildung von Medienkompetenz im Umgang mit massenmedial verbreiteten Informationen, also dem, was über die Welt, die Gesellschaft oder die Kultur medial ausgesagt wird bzw. wie diese medial ins Bild gesetzt werden. Dies soll eine veränderte Wahrnehmung der Mechanismen der medialen Konstruktion von Wirklichkeit bewirken sowie zur Ausbildung von Verantwortungsbewusstsein der Mediennutzer beitragen.“ (Kleiner 2006: 362)

4.3.1 Medienjournalismus

Eine wichtige Rolle im Bereich der Medienkritik kann der Medienjournalismus, also „Berichterstattung von Medien über Medien“, spielen, da hier unter anderem auch, von Seiten der Medien, über das Mediensystem selbst reflektiert wird. Neben Programminformation des Angebots in den Medien, hat der Medienjournalismus nämlich eine *Kontrollfunktion*, das heißt, die Aufgabe Kritik an Inhalten, Entwicklungen usw. zu üben, bzw. den Auftrag der gegenseitigen Beobachtung der Medienleistungen. Kleiner kritisiert hier, dass in der Praxis der Bereich der Programminformation hier vorherrscht und dass medienkritische Programm rückgängig ist. (Kleiner 2006: 156)

Die Bedeutung von Medienjournalismus für Demokratie und Gesellschaft kann folgendermaßen beschrieben werden:

„Der Medienjournalismus könnte für die Entwicklung von Demokratie und Gesellschaft sowie als Grundlage für autonome Meinungsbildungsprozesse um Umgang mit den Medien besonders relevant sein, weil durch ihn das Mediensystem, das den öffentlichen Diskurs prägt, und seine Funktionsweisen für den Mediennutzer transparenter werden und ihm dadurch Medienkompetenz vermittelt wird. Dies kann als entscheidender Beitrag zur Qualitätssicherung im Journalismus betrachtet werden, weil das Publikum durch die Vermittlungs- und Aufklärungsinstanz in Form des Medienjournalismus eine Chance hat, eigene Qualitätskriterien auszubilden“ (2006: 156, 157).

Kleiner weist in diesem Zusammenhang aber darauf hin, dass Medienjournalismus aber auch als strategisches Mittel missbraucht werden kann, z.B. zur Aufwertung oder Abwertung des Images eines Mediums auf dem Markt (2006: 157).

Wichtig ist somit die Frage, wie Medien über Medien berichten, da Medienunternehmen Wirtschaftsunternehmen sind und einem immer größer werdenden Wettbewerb ausgesetzt

sind, wodurch Jarren zu der Prognose kam, dass sich Berichterstattung über Medienthemen vermehren würde. (Jarren 1988: 91, 92)

4.3.2 Alternative Praxis

Eine mögliche Form von Medienkritik ist die der so genannte *Kommunikationsguerilla*. Hierbei handelt es sich um den „Versuch der *aktionsbasierten Störung* alltäglicher Medienkommunikationen und Medieninszenierungen bzw. gesellschaftlicher Kommunikationsprozessen sowie *elektronischer Widerstand*, unter anderem im Hinblick auf das Internet als *Aktionsmedium*, gegen gesellschaftliche und mediale Hegemonie“ (Kleiner 2006: 366). Kleiner kritisiert an diesem aktionistischen Konzept allerdings, dass dieses keine nachhaltige Wirkung auf die Realität der Kommunikation und der Medienproduktion ausüben kann, da sie sich lediglich in *selbstreferentiellen Diskussionszusammenhänge* erschöpft, also nur *Aufklärung für Aufgeklärte* betreibt. Es werden dadurch also keine neuen, vor allem nachhaltigen Medien- und Kommunikationspraktiken geschaffen, da keine dafür nötigen „Anknüpfungspunkte bei den Adressaten“ vorhanden sind. (2006: 366, 367)

Im Zuge der Kommunikationsguerilla werden die Begriffe Gegeninformation und Gegenöffentlichkeit in Frage gestellt, welchen die Annahme zu Grunde liegt, dass es reicht Wahrheiten wiederzugeben um Herrschaftsbeziehungen zu beeinflussen und zu verändern (Kleiner 2006: 377):

„Dieser Entwurf zur *Subversion kultureller Hegemonie* durch Aufklärung wird nur als bedingt tauglich angesehen, da einerseits hierbei von einer Aufklärung von *Unmündigen* und *Uninformierten* und von der Tatsache, dass allein durch wahre und richtige Informationen gesellschaftliches Handeln veranlasst wird, ausgegangen wird. Dagegen stehen ein aktives Rezipientmodell und das Faktum, dass eine Wirkung nur durch anschließende *soziale Praxis* erreicht werden kann. Auf der anderen Seite handelt es sich auch bei Gegeninformation nur um eine Sichtweise, die einer Selektion von Wirklichkeit unterliegt und nicht als objektiv betrachtet werden kann.“ (Kleiner 2006: 377)

Im Gegensatz dazu, steht hier nicht das Kritisieren von Inhalten oder das Vermitteln von aufklärenden Informationen im Vordergrund, sondern es geht vor allem um das

Hinterfragen „der Produktion und Reproduktion von Inhalten sowie an dem, was sich *hinter* diesen Inhalten an Ideologien, Wertesystemen, Machtdispositiven usw. *verbirgt*.“ (Kleiner 2006: 378)

Die Kritik der Kommunikationsguerilla umfasst dabei zwei Ebenen subversiver Kommunikation:

„Erstens, die Taktik des *Trojanischen Pferdes*, d.h. sich in den hegemonialen Diskurs und seine Medien einzuschleichen, um dessen Strukturen, Strategien, Aporien und Widersprüche durch *Verfremdung* und *Übertreibung*. Also durch seine dissidente Verwendung, sichtbar zu machen (...). Zweitens, wird die postulierte Eindimensionalität der Massenkommunikation kritisiert.“ (Kleiner 2006: 377, 378)

Bezüglich der „Eindimensionalität der Massenkommunikation“ wird hier auf Ecos Begriff der *Interpretationsvariabilität* Bezug genommen, welche diese widerlegt „und zugleich eine subversive sowie (potentiell) unkontrollierbare Dimension in der Rezeption darstellt“ (2006: 378).

Weiter dazu Kleiner:

„Es geht nicht mehr darum, zu sabotieren, sondern sich (herrschende) Strukturen und Codes anzueignen, zu nützen, stören, verschieben und recodieren – subversive Kritik muss eine realisierbare und unkontrollierbare Aktionsform sein. (...) Die angestrebte subversive Praxis der Kommunikationsguerilla, also ihre Gesellschafts- und Medienkritik, muss ein offener Prozess sein, der sich beständig verändert, seiner eigenen begrenzten Möglichkeiten und spezifischen Entstehungsbedingungen bewusst ist und permanent Selbstkritik übt.“ (2006: 378, 379)

Eine zentrale Methode der Kommunikationsguerilla ist die der Verfremdung:

„Verfremdung meint Veränderung der Darstellung des alltäglichen Gewohnten. Verfremdungen sollen Distanz zum Gegenstand der Kritik erzeugen, normale Rezeptionserwartungen verunsichern, Widersprüche und Paradoxien des kritisierten Gegenstandes zum Vorschein bringen, um eine kritische Auseinandersetzung mit dem jeweiligen Gegenstand anzuregen, der sich mit dem alltäglichen (normalisierten) Umgang entzieht.“ (Kleiner 2006: 381)

Kommunikationsguerilla muss sich allerdings die Kritik gefallen lassen, durch die Beschränkung auf einzelne symbolische Aktionen, nicht nachhaltig wirksam zu sein.

Hierbei fehlt wiederum eine notwendige, weitläufige Vernetzung und als Ziel fehlt die Bildung eines *gegenhegemonialen Blocks* für politische Interventionen, wie es Marchart (1998: 77) fordert. (Kleiner 2006: 392, 393)

Marchart bezieht sich weiters in seiner Kritik auf Erkenntnisse der poststrukturalistischen Medien- und Kommunikationstheorie, welche besagen, dass es keine Kommunikation ohne Störung gibt und mehr noch, dass „Störung Bedingung der Möglichkeit von Kommunikation ist“ (Marchart 1998: 73). Hier wirft er in Bezug auf Michel Serres folgende Frage auf: „Wenn es also zur Funktionslogik von Kommunikation gehört, partiell gestört zu sein, wieso sollten Störungsstrategien subversive Effekte haben?“ (1998: 73)

Die Vorstellung, dass Abweichung einen Angriff auf das System darstellt wird auch von Katja Diefenbach kritisiert. Abweichungen werden nämlich meist selbst, z.B. als „schicker Lebensstil“, in das System integriert. (Diefenbach in: Marchart 1998: 82)

5 Ökonomische Bedingungen der Massenmedien

Massenmedien haben eine öffentliche Aufgabe und sind deshalb eng mit dem Recht auf freie Meinungsäußerung verbunden. Dem Konzept der Meinungsfreiheit steht aber entgegen, dass Freiheit nur durch ökonomische Unabhängigkeit möglich ist, welche im Fall Massenmedien nicht gegeben ist, da diese bestimmten ökonomischen Zwänge ausgesetzt sind. Massenmediale Unternehmen unterliegen hier der Schwierigkeit, dass sie einerseits als Bereitsteller öffentlicher Meinung fungieren, also ein öffentliches Gut darstellen, das aber andererseits dies in Form eines „kommerziell agierenden Unternehmens“ nicht möglich ist. (Grisold 2004: 272)

Neben der ökonomischen Dimension spielen Massenmedien auch im politischen System eine nicht unwichtige Rolle. „In diesem Spannungsfeld von Ökonomie und Kultur, Freiheit und Zwang, Sinnproduktion und Interessensabhängigkeit sind die Massenmedien [...] positioniert und definiert“ (2004: 272). In diesem Kapitel soll dieses Spannungsfeld skizziert werden, wobei die Betonung auf ökonomische Kräfte gelegt wird. Dabei werden zunächst Aspekte von Max Horkheimer und Theodor Adorno, Oliver Negt und Alexander Kluge und Pierre Bourdieu aufgegriffen

5.1 Horkheimer und Adorno

Im Text „*Kulturindustrie: Aufklärung als Massenbetrug*“ von Max Horkheimer und Theodor W. Adorno werden die Produktionsweisen der Massenmedien aus einer politisch-ökonomischen Perspektive analysiert. Bei der Rezeption dieses Textes sollte allerdings immer mitgedacht werden, dass dieser im Vorfeld des Zweiten Weltkrieges entstanden ist und somit eine gewisse Sorge durch drohenden Faschismus und Totalität und eine „heutzutage konstruiert und radikalisiert erscheinende Übereinstimmung von faschistischem Gedankengut und massenkulturellen Phänomenen (also auch Massenmedienfaktoren)“ durchscheint. (Grisold 2004: 140)

Horkheimer und Adorno sprechen von einem Schematismus, dem die Sinnproduktion in den Massenmedien unterworfen wird, und von einer Totalität der Kulturindustrie, welche

allem nur mehr vorgefertigte Effekte, Formeln und Stereotypen unterwirft und an die Stelle des Werks gestellt werden: Die Kulturindustrie legt also einen Filter an, durch den die Welt geführt wird. (1982: 111- 113)

Dabei kommt es zu einem Konformismus, einer Reproduktion des Immergleichen, wobei ausgeschlossen wird was sich unterscheidet. Durch diesen Ausschluss des Neuen, dem auf der Stelle treten, wird folglich durch die Vergangenheit (das Bewährte) der Konsum bestimmt. (1982: 120,121)

Im Mittelpunkt steht besonders Unterhaltung. Unterhaltung wird von jenen angestrebt, der der mechanischen Arbeit ausweichen will, der man sich jeden Tag aufs Neue stellen muss. Die Konsequenz daraus ist aber eine weitere automatische Abfolge von sich wiederholenden Tätigkeiten, nämlich die Flucht vor dem Arbeitsbetrieb in der Freizeit durch Unterhaltung samt Vermeidung von Anstrengung, wodurch Unterhaltung zu Langeweile verkommt. Geistige Anstrengung und selbstständige Gedanken werden so vermieden und sollen auch vermieden werden (1982: 123). Damit soll eine Abgrenzung zu jeglichen gesellschaftlichen Prozessen erreicht werden, es soll dumm gemacht werden. Vergnügen wird hier als ein nicht daran denken zu müssen betrachtet. Es geht dabei um Flucht, und zwar weniger um Flucht vor der Realität und dem Leid, sondern um ein Vermeiden von den übrigen Gedanken an Widerstand. (1982: 130, 131)

Schematismus und Konformismus haben ständig stereotypen Wiederholungen zur Folge. Die Wahrheit wird dabei von sich immer wieder neu verbreiteten Fehlinformationen verdeckt und so als wirklich bzw. als Ideal dargestellt. „Geboten wird nicht Italien, sondern der Augenschein, dass es existiert“ (1982 133). Durch die mächtige Wirkung der Monotonie wird jeglicher Zweifel unmöglich gemacht. Man hat lediglich die Möglichkeit mitzumachen oder still zu schweigen. Die Unveränderlichkeit dieses System wird dadurch legitimiert, dass das als gesund angesehen wird, was sich ständig wiederholt – nämlich dass sich drehende Rad von Industrie und Natur. (1982: 132, 133)

In diesem Zusammenhang muss der Mensch immer aufs Neue zeigen, dass er sich mit dem System identifiziert. Bestimmte Vorstellungen von Moral, Ordnung und Verhaltensweisen werden über Massenmedien transportiert, nach denen sich die „von der Existenz des Systemzwangs demoralisierten Massen“ (1982: 137) halten sollen. Wie weiter bereits schon angedeutet soll so Kritik am System oder revolutionäre Gedanken verhindert

werden. Es wird hier die Botschaft transportiert, dass jeder glücklich werden kann, solange er sich ohne Einschränkungen der Gesellschaft ausliefert und anpasst. (1982: 137, 138)

Ein weiteres wichtiges Augenmerk ist für Horkheimer und Adorno die Frage der Individualität. Diese betrifft nicht nur die Standardisierung der Produktionsweisen, sondern auch die Produkte selbst. Sie sprechen hier von einer Pseudoindividualität, „von der genormten Improvisation im Jazz, bis zur originellen Filmpersönlichkeit, der die Locke übers Auge hängen muss, damit man sie als solche erkennt“ (1982: 139)

5.2 Negt und Kluge

Oliver Negt und Alexander Kluge bezeichnen in Werk „Öffentlichkeit und Erfahrung – zur Organisationsanalyse von bürgerlichen und proletarischer Öffentlichkeit“ (1976) öffentlich-rechtliches Fernsehen als Programmindustrie, von dem die ProgrammacherInnen behaupten, dass es vielfältig sei. (Negt/Kluge 1976: 169)

Negt und Kluge sehen dabei Fernsehen als Programm und nicht als Kommunikation und halten dabei fest dass es auch nie zur Kommunikation zwischen Individuen gedacht. Genau wie Horkheimer und Adorno weisen Negt und Kluge darauf hin, dass die politische Rechte sich bereits sehr früh die Kontrolle über die Massenmedien gesichert hat, da sie deren Bedeutung erkannt hat. (1976: 175)

Negt und Kluge sehen ein Problem des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in der Existenz des Programmauftrags. Es herrscht so eine Übermacht der Programmindustrie vor, und zwar durch eine Beschränkung auf normierte, generalisierte Programme. Die Programmbindung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks liegt in den „Kontrollinteressen der herrschenden Öffentlichkeit“ (1976: 177) begründet. Das öffentlich-rechtliche Fernsehen muss so die Bedürfnisse der ZuseherInnen annehmen wie sie sind, hat also nicht die Möglichkeit den Bedürfnissen der ZuschauerInnen nach an die Produktionsbedürfnisse anzupassen. Negt und Kluge sehen dadurch einen Nachteil gegeben: „Der Preis für diese Rücksichtnahme ist, dass das Fernsehen in dieser generalisierten Form der Kommunikation mit den ZuschauerInnen deren Bedürfnisse und Interessen nicht im emanzipatorischen Sinn entfalten kann“ (1976: 177). Der Produktionsprozess des Fernsehens ist vom

Bildschirm alleine nicht erkenntlich und vermittelt hingegen „wie kein anderes Medium mit dem „*Schein der Unmittelbarkeit den Schein der Vollständigkeit*“ (1976: 181).

„Stofffülle und organisierter Zeitmangel“ sind für Negt und Kluge eine der auffälligsten Äußerlichkeiten des Fernsehprogramms. Das Fernsehen versucht die ganze Welt in einzelnen verschieden langen Sendungen repräsentativ abzubilden, sodass eine Stofffülle entsteht. „Die Stofffülle ist deshalb auch gleichzeitig ein Ausdruck des scheinbar entgegengesetzten Prinzips der **Willkürlichkeit der permanenten Stoffbeschneidung**“ (1976: 202, Hervorhebung im Original). Diese drückt sich dadurch aus, dass die Stoffe selbst die einzige Grundlage sind aus der sich die Beschneidung derselben ergibt. Begründet wird dies dadurch, dass der von vorne herein gegeben Zeitmangel einen inhaltlichen Ausbau der Stoffe verhindert, und so eine Vernetzung der einzelnen Bereichen erst gar nicht entstehen kann. (1976: 201– 203)

Aus Stofffülle und Zeitmangel ergeben sich drei allgemeine Eigenschaften der Fernsehwaren: „Ballung, Neuversinnlichung, und Umleitung von Aufmerksamkeit der Zuschauer auf einen von der Gesellschaft abgehobenen Bereich“. (1976: 205)

Möglichkeiten zur Kontrolle sind dabei im (öffentlich-rechtlichen) Fernsehen begrenzt, da in die Produktionsapparate kaum produktiv eingegriffen werden kann. Das was die MitarbeiterInnen produzieren und interpretieren kann lediglich überwacht werden oder eine generelle Richtung gesteuert werden, nicht aber konkret inhaltlich beeinflusst werden. (1976: 216, 217)

5.3 Bourdieu

Pierre Bourdieu spricht in „Über das Fernsehen“ zunächst davon, dass es bei der Fernsehproduktion zu einer bewussten oder unbewussten Art der (Selbst)Zensur, einer „Verlust an Autonomie“ kommt, welche Studiogäste und JournalistInnen unterliegen. Einerseits passiert dies durch bereits vorgegeben Themen und einer eingeschränkten Redezeit, in der inhaltlich wenig gesagt werden kann, und andererseits durch politische Kontrolle, welche durch politische Besetzung von Führungspositionen ausgeübt wird. Durch diese politische Kontrolle kommt es seitens der JournalistInnen zu konformistischen Verhalten betreffend politischer Aussagen, da sonst die eigene Stelle gefährdet werden

würde. Außerdem sieht Bourdieu auch noch ökonomische Zwänge, ausgeübt von EigentümerInnen und WerbekundInnen, welchen den entscheidenden, aber nicht alleinigen Einfluss haben. (1999: 18, 19)

JournalistInnen sehen Dinge weiters nach einer bestimmten Art, nach der sie diese auswählen und konstruieren. Sie suchen dabei nach Außergewöhnlichem, was zusätzlich möglichst spektakulär sein soll, und versuchen dies noch weiter mit Worten hochzuspielen. Die Sprache ist beim Fernsehen also äußerst dominant. Dabei bleibt aber das Bewusstsein dessen, was eigentlich damit gesagt wird auf der Strecke. Bei diesen Versuchen möglichst schnell über Außergewöhnliches zu berichten, „machen alles am Ende dasselbe, und das Ringen nach Exklusivität, das andernorts, in anderen Berufsfeldern Originalität, Einzigartigkeit hervorbringt, endet hier in Uniformisierung und Banalisierung“ (1999: 25 - 27).

Bourdieu sieht im Fernsehen ein „Instrument zur Schaffung von Wirklichkeit“ (1999: 28), obwohl es eigentlich nur Wirklichkeit wiedergeben will. Er nennt dies, entnommen von der Literaturkritik, den „Wirklichkeitseffekt“: „Er kann zeigen und dadurch erreichen, dass man glaubt, was man sieht“ (1999: 27). Dieser Effekt kann mobilisierend wirken und birgt dadurch eine politische Gefahr in sich, nämlich indem er Ereignisse möglicherweise mit negativen Gefühlen auflädt - es handelt sich hier also um eine soziale Konstruktion von Wirklichkeit“ (1999: 28). Das oben erwähnte Potential des Fernsehen zur „Schaffung von Wirklichkeit“ hat den Effekt, dass „das Fernsehen entscheidet [...] wer und was sozial und politisch existiert“ (1999:28). Das heißt in weiterer Folge, dass wenn man z.B. eine Demonstration veranstaltet und will dass diese von Fernsehen wahrgenommen wird, muss man diese nach den Wahrnehmungskategorien der JournalistInnen gestalten, damit diese sie wahrnehmen und darüber berichten, denn nur so kann sie eine Wirkung entfalten. (1999: 27 – 29)

Die Beschränktheit der Nachrichtenquellen und vor allem Wettbewerb und Konkurrenz und AnzeigekundInnen haben den Effekt einer Homogenisierung der Nachrichten – diese unterscheiden sich laut Bourdieu oft nur mehr in der Reihenfolge in der sie gebracht werden. Dadurch wird seitens der JournalistInnen das hauptsächliche Augenmerk auf kleine Unterschiede gelegt, da man sich von der Konkurrenz unterscheiden muss. Man muss dazu die Konkurrenz kennen, sich also viel mit dieser beschäftigen, was den Effekt hat dass man sich weniger auf die Bedürfnisse der KundInnen eingeht, sondern sich mehr

auf die Konkurrenz bezieht. Da sich dadurch JournalistInnen untereinander kennen, weil sie ständig miteinander zu tun haben, auch was die Weitergabe von Informationen betrifft (JournalistInnen sind im Grunde genommen InformantInnen die ihre Informationen von andern InformantInnen bekommen), handelt es sich hier um ein geschlossenes Milieu und es kommt, wie es Bourdieu nennt, zu einer „zirkulären Zirkulation von Informationen“. Es kommt dadurch zu einer Zensur die im Grunde genommen einer so genannten „Einschaltquotenmentalität“ unterliegt. Die Einschaltquote hat die Funktion eines Messinstruments, welches sich so in den Köpfen der JournalistInnen steckt, dass diese sich der Quote völlig unterwerfen und Nachrichten danach objektivieren. (1999: 30 – 37)

Die Einschaltquote hat auch den Effekt, dass sie Zeitdruck zur Folge hat, Zeitdruck der im Rennen, wer die Information als erstes bringt, entsteht. Dabei ist wichtig Details eines Themas zu bringen, welche die Konkurrenz nicht gezeigt hat. Im Zuge dessen bezieht sich Bourdieu auf Platon der behauptet, „dass man nicht denken kann, wenn man es eilig hat“ (1999: 38). Bourdieu stellt deshalb diesen Zusammenhang von Zeit und Denken auch für das Fernsehen her, da hier die bereits erwähnte Zeitknappheit herrscht, und meint dazu: „Wenn das Fernsehen immer nur Denker das Wort erteilt, die als besonders reaktionsschnell gelten, muss es sich mit *fast-thinkers* abgeben, Denkern, die, wie ein gewisser Westernheld, schneller schießen als ihr Schatten ...“ (1999: 39). Diese *fast-thinkers* sind laut Bourdieu deshalb in der Lage so schnell zu denken, weil sie in so genannten „Gemeinplätzen“ denken. Gemeinplätze sind „banale, konventionelle Vorstellungen, wie alle sie haben; es handelt sich aber auch um Vorstellungen, die jeder versteht, so dass das Problem ihres Verständnisses erst gar nicht stellt.“ (1999: 39)

Einen besonderen Einfluss hat die Einschaltquote, welche „mehr als alle anderen Bereich kultureller Produktion dem Druck des Kommerziellen unterworfen ist“ (1999: 51). Diese Spannungen beherrschen den Bereich des Journalismus, so dass selten die Voraussetzungen vorhanden sind, dass jene, die „die Werte wie Autonomie, Freiheit gegenüber dem Kommerziellen, gegenüber Aufträgen, Chefs usw. verteidigen möchten“ (1999: 51), zum Ausdruck kommen (1999: 51 – 53).

Neben den bereits angeführten objektiven Beziehungen die das Fernsehen beeinflussen, gibt es auch eine Reihe absolut nicht sichtbarer Kräfteverhältnisse, die die Struktur, welche für JournalistInnen und ZuseherInnen unsichtbar ist, des Feldes Fernsehen ausmachen. (1999: 56)

Die ökonomische Konkurrenz zwischen Medienunternehmen spielt sich dabei auf der Ebene (konkurrierender) JournalistInnen ab, mit den Zielen Exklusivmeldungen zu bieten und berufliches Ansehen zu erreichen, das heißt es gibt neben der ökonomischen Ebene auch eine symbolische in diesem Kräfteverhältnis. (1999: 57, 58)

Dadurch werden Stellenwert und Position, also den symbolischen Stellenwert, mit den dazugehörigen Zwängen und Einflüssen, des jeweiligen JournalistInnen bestimmt. (1999: 57, 58)

Das heißt es werden umso mehr so genannte „problemfreie *Omnibus*-Themen“ gebracht, und zwar „entsprechend den Wahrnehmungskategorien des RezipientInnen konstruiert“ (1999: 63). Dieses Streben nach Homogenisierung, Banalisierung, Konformismus und Unpolitischem passiert ohne dass es durch jemanden gesteuert oder gewollt wird und ohne dass ein Geldgeber merklich eingreifen müsste. (1999: 63)

Durch den permanenten Zugang zur Öffentlichkeit ergibt sich die Auswahl, also die bereits mehrmals erwähnte (unbewusste) Zensur, der JournalistInnen ständig Themen (Diskurse, Aktionen) unterziehen, das heißt, „ihren Kategorien, ihrem Wahrnehmungsschema zu entsprechen, und bei der sie als unbedeutend oder gleichgültig symbolischen Äußerung zurückweisen, die es verdienen würden, alle zu erreichen“ (1999: 67).

Grundsätzlich werden gerne Techniken der Sensationspresse angewandt, das heißt es wird vorzugsweise das gebracht, „was bloß die Neugier kitzelt und keinerlei spezifische Kompetenz voraussetzt, vor allem keine politische“ (1999: 73).

Bourdieu sieht hier eine spezifische Besonderheit im Feld des Journalismus:

„Es ist viel stärker von Externen Kräften abhängig als alle anderen Felder der Kulturproduktion, das Feld der Mathematik, das der Literatur, der Rechtsprechung. Der Naturwissenschaften usw. Es hängt ganz unmittelbar von der Nachfrage ab, es unterliegt der Sanktion durch den Markt, durch das Plebiszit, vielleicht mehr noch als das politische Feld. Der in allen Feldern beobachtbare Gegensatz zwischen dem „Reinen“ und dem „Kommerziellen“ [...] setzt sich hier mit besonderer Brutalität durch, und der kommerzielle Pol ist besonders stark“ (1999: 75, 76)

Notwendig dafür ist für Bourdieu einerseits dafür zu kämpfen, „dass die zur Förderung des Universellen notwendigen Produktionsbedingungen bereitgestellt werden“ (1999: 94), und parallel dazu „an der Verallgemeinerung der Zugangsbedingungen zu Universellen arbeiten, damit immer mehr Menschen die Voraussetzung erfüllen sich das Universelle

anzueignen“ (1999: 94). Grisold vermisst hier allerdings eine konkrete Anleitung zu einer Umsetzung in der Realität. (Grisold 2004: 175). Bourdieu regt lediglich an, dass die ProduzentInnen dafür kollektiv „um gute Verbreitungsmittel, um das Eigentum an ihren Verbreitungsmitteln kämpfen“ (Bourdieu 1999: 95) müssen. Zentral ist für Bourdieu dabei der Kampf gegen die Einschaltquote. Diese ist für ihn „die Sanktion des Marktes, der Wirtschaft, dass heißt einer externen und rein kommerziellen Legalität“ (1999: 96). Von manchen wird die Einschaltquote als demokratisches Mittel gesehen, Bourdieu entgegnet dem aber folgendermaßen: „Das unter der Herrschaft der Einschaltquote stehende Fernsehen trägt dazu bei, den als frei und aufgeklärt unterstellten Konsumenten Marktzwänge auszusetzen, die [...] mit dem demokratischen Ausdruck einer aufgeklärten, vernünftigen öffentlichen Meinung, einer Öffentlichen Vernunft, nichts zu tun haben“ (1999: 96).

5.4 Ökonomische Strukturen

5.4.1 Eigentumsstrukturen an TV-Stationen (öffentlich vs. privat)

Das Verhältnis zwischen öffentlichen und privaten Rundfunk hat sich seit den 70ern Richtung privatem Rundfunk verschoben. Gründe dafür sind, dass die öffentlich-rechtlichen Rundfunkmonopole abgeschafft wurden, Kommunikation und der Massenmediensektor wurden internationalisiert und „die transnationale Übertragung via Satelliten hat kommerzielle Programme der nationalen Kontrolle entzogen“ (Grisold 2004: 71) mit dem Resultat einer fortschreitenden Kommerzialisierung und Deregulierung. Dies wird nicht nur hier als Problem angesehen, obwohl der öffentliche Rundfunk „nie seine potentielle Stärke erreicht und die tatsächlichen Möglichkeiten ausgeschöpft habe“ (2004: 72).

Seit der oben beschriebenen resultierenden Deregulierung und Kommerzialisierung des Rundfunks, ist der finanzielle Druck auf die öffentlichen Rundfunkstationen gestiegen, wodurch Kosten eingespart werden mussten. So haben „viele öffentlich-rechtliche Stationen ihre Beschäftigungszahlen reduziert, die Entscheidungsprozesse stärker zentralisiert, ihre unternehmerischen Aktivitäten erhöht (Programmverkauf, Verkauf von

Nebenprodukten) und in Koproduktionen investiert“ (2004: 73). Diese Maßnahmen haben zwar positive Effekte, es treten aber dadurch dennoch Probleme auf, wie rückgängige Einnahmen auf Gebührensseite, steigende Kommerzialisierung, Beeinträchtigung der Qualität oder Rückgang regionalspezifischen Inhalts. (2004: 73)

5.4.2 Unternehmens- und Kostenstrukturen

Massenmedienunternehmen verfahren auf zwei Märkten (*Dualer Markt*), einem für Werbung, in dem die werbetreibende Wirtschaft nach Publikum fräßt, und einem für Programm, in dem das Publikum nach Inhalten fragt. Es werden also Einnahmen von zwei Seiten gemacht, wobei im Verhältnis Werbeeinnahmen steigen, mit dem Effekt dass der Einfluss auf dieser Seite steigt. Das bedeutet dass eine erhöhte Werbefinanzierung, auf Grund der Einhaltquote, eine Programmanpassung zur Folge hat - der Werbewirtschaft hat somit indirekten Einfluss auf die Gestaltung des Programms. (2004: 79)

Durch ein mehr an Fernsehstationen steigt die Nachfrage nach Programmen und zwar weil „erstens [...] der Handel mit Kaufprogrammen hochkonzentriert ist; zweitens, weil es zu keiner quantitativen Steigerung der Produktion kommen muss“ (2004: 81), da die Produkte wiederholt verwendet werden können. Das bedeutet dass mehr Geld für den Zukauf von Produktionen ausgegeben werden muss, und somit das Budget für eigene Produktionen sinkt, obwohl diese vom Publikum, wegen des kulturellen Bezugs, gewünscht werden (2004: 81). Durch das duale Rundfunksystem, kommt es zu dem so genannten „Cream-Skimming“. Das bedeutet die öffentliche Verantwortung wird vernachlässigt, da ein möglichst großes Publikum mit möglichst billigen Produktionen erreicht werden soll. Das heißt die privaten Rundfunkanbieter haben den negativen Effekt, dass sie den öffentlich-rechtlichen Anbietern Publikum wegnehmen, diese dadurch unter finanziellen Druck geraten, und sich dadurch das Programm betreffend den kommerziellen Anbietern annähern müssen (2004: 81).

Grisold führt weiter aus, dass es sich auch am Massenmediensektor wiederum zeigt, dass Marktwirtschaft nicht wettbewerbsfördernd ist, sondern im Gegenteil, konzentrationsfördernd. Das wird dadurch begründet, dass durch die Möglichkeit mehr Kanäle zu empfangen, es mehr Shows gibt, von denen aber nur wenige überdurchschnittlich gern gesehen werden und die Mehrzahl der anderen dadurch keinen

Gewinn bringt. Das Risiko Neues zu bringen ist den Fernsehstationen dabei zu groß, da sich das erst etablieren müsste. (2004: 84, 85)

Weiters kommt es durch Massenproduktion am Sektor der Kulturindustrien, also auch beim Fernsehen, zu Marktversagen: „Marktunvollkommenheiten führen zu Marktmacht, Abhängigkeitsverhältnisse [...] bedingen Machtgefälle“ (2004: 307). Qualität bleibt dabei auf der Strecke, da auf deren Produktion aufgrund der zu hohen Kosten und des zu hohen Risikos, verzichtet wird. Die massenhafte Produktion hat allerdings auch gute Seiten, nämlich dass „über das massenkulturelle Phänomen Fernsehen Bereich der Hochkultur auch für jene soziale Schichten zugänglich werden, die – sei es aufgrund von fehlenden kulturellen oder fehlendem materiellen Kapital – den Schritt in die traditionelle Kunst- und Kulturhäuser niemals gewagt hätten.“ (2004 307, 308)

5.4.3 Produktionsbedingungen am TV-Markt

Die Produktionsbedingungen spielen betreffend Pluralität und Qualität eine essentielle Rolle in den Massenmedien. Grisold sieht zwei verschiedene Entwicklungen am Markt. Auf der einen Seite werden kleine Produktionsunternehmen von Großen reihenweise aufgekauft, auf der anderen Seite findet eine Auslagerung von Produktionen auf kleine Unternehmen statt. Es kommt zu einer *vertikalen Desintegration* der Fernsehproduktion, die aus notwendigen Kostensenkungen resultiert, wodurch aber auch neue privatwirtschaftliche Stationen entstehen. Eine weitere Entwicklung ist, dass die öffentlich-rechtliche Stationen, wiederum aus Kostengründen, Eigenproduktionen immer mehr auslagern, wobei das Problem auftritt, dass die Unabhängigkeit der Auftragnehmer dadurch nicht mehr gewährleistet wird. (2004: 264)

Grisold bringt die Beziehung von Ökonomie und Kulturindustrie bzw. dem Fernsehen folgendermaßen auf den Punkt:

„Das Massenmedium Fernsehen wird über ökonomische Erfordernisse und Bedingungen bestimmt, beeinflusst aber ebenso sehr aus sich heraus die Ökonomie, greift gemäß seiner Eigenlogik in wichtige Bestimmungsfaktoren der Ökonomie via Veränderung und Gestaltung von Konsum- und Rezeptionsgewohnheiten ein. Oder anders ausgedrückt, kommt ihm wesentlich auch die Funktion zu, bestimmte (hegemoniale) Werte und Werthaltungen in gesellschaftlichen Praxen umzusetzen und damit eben auch ganz bestimmte, nicht zuletzt ökonomische Denkweisen oder

Dispositionen zu konfigurieren und zu affirmieren. In diesem Sinne hat Bourdieu davon gesprochen, dass eine immer größere Anzahl von Fernsehanstalten, getrieben von der Konkurrenz um Marktanteile, vor allem politische Leer produzieren würde.“ (2004: 276)

Grisold beruft sich auf Jameson, der „die Veränderung in der kulturellen Sphäre wie in den Konsummustern und –stilen mit Änderungen in der Organisation des industriellen Produktionsprozesses, der Rolle des Staates und des Marktes“ (2004: 276) verknüpft. In diesem „kulturalistischen“ Prozess kommt den Massenmedien eine nicht unwichtige Doppelfunktion zu:

„Einerseits sind sie primär Bereitsteller von Erfahrungswelten, beeinflussen, formen unsere Sicht der Welt, kommunizieren Sicht- und Interpretationsweisen, über kulturelle ebenso wie soziale, politische oder wirtschaftliche Prozesse und Sachverhalte. Sie kreieren und distributieren einen wesentlichen Teil jener symbolischen Ressourcen, vermittels derer wir der Welt Sinn einschreiben. Massenmedien sind zugleich und für sich gesehen bedeutende ökonomische (und somit politische) Akteure, güterproduzierende industrielle und kommerzielle Organisationen von nicht marginaler Größenordnung.“ (2004: 276)

Daraus ergibt sich eine komplexe gegenseitige Beeinflussung von Massenmedien und Ökonomie. Einerseits unterliegen Massenmedien der Logik ökonomischer Vernunft und ökonomischen Überlegungen, auf der anderen Seite bestimmen sie ökonomische Prozesse: „indem sie Konsum – und Rezeptionsformen beeinflussen/verändern, indem sie mit ihrer Berichterstattung über ökonomische und politische Prozesse und Phänomene bestimmte Sichtweisen und Realitätskonstruktionen befördern, also eine ideologische Dimension einbringen“ (2004: 276). In diesem Zusammenhang spielt der Bereich Werbung eine Rolle. Es ist ein ständiger quantitativer Anstieg der Werbung und eine Ausweitung der Käufermärkte festzustellen. Werbung soll den Konsum steigern und durch die Einführung von Privatfernsehen, welches durch Werbeeinnahmen finanziert wird, „wurde eine grundsätzliche Entscheidung zugunsten von Standardisierung und Unterhaltung getroffen“ (2004: 277). Grisold sieht hier eine Fortschreibung bestimmter sozialer Muster und kultureller Wert- und Erwartungshaltungen, wie z.B. dass materieller Besitz Glück bedeutet, oder dass durch die Fokussierung auf Unterhaltung, „auf (symbolischen wie materiellen Konsum) ausgerichtet Lebensstile“ (2004: 277), propagiert werden. Die Bedeutung in einer postindustriellen Ökonomie, wo eine beschleunigte Zirkulation von

Gütern und komprimierte Produktzyklen im Zentrum stehen, ist also kein geringer. (2004: 276, 277)

Als Auswirkungen auf das Fernsehen, oder dem Rundfunk allgemein, wird dabei eine zunehmende Dominanz von kommerziellen Anbietern, die in erster Linie möglichst große Gewinne durch primär Unterhaltung schreiben wollen, was im Widerspruch zu den vom Gesetzgeber gewünschten öffentlichen Auftrag der öffentlich-rechtlichen Fernsehstationen steht, gesehen. Anders ist das Fernsehen „schlechterdings als „Verdummungsinstanz“, komplexitätsreduzierend, geschichtslos, nichts als ein fiktives Paradies des Begehrens erschaffend. Andere Ansätze sehen durch die Ökonomisierung des Fernsehsektors die Chance auf ein vielfältigeres Programm, welches ideal auf die Wünsche der KundInnen abgestimmt ist und aus dem mündige BürgerInnen rational und selbstbestimmt auswählen können, also das Ideal der Konsumentensouveränität. Als Idealform wird dabei Pay-TV gesehen. (2004: 280)

Grisold plädiert deshalb für eine verstärkte Betrachtung der „Gemeine“ beim Fernsehen. Fernsehen wird dabei als massenkulturelles Phänomen betrachtet, welches das Potential hat die gesamte Bevölkerung zu erreichen und dies auch versuchen soll. Durch diese Bestimmung für die Allgemeinheit erhält es die Bedeutung eines öffentlichen Gutes, hat also einen öffentlichen Auftrag. Eine reine Ausrichtung auf Unterhaltung und Werbung wäre deshalb nicht zulässig, weil dadurch ein wesentlicher Teil, also der öffentliche Auftrag, ignoriert werden würde. Auf Grund dieser Verpflichtung gegenüber der Gemeinschaft wäre deshalb eine „überinstanzliche und überparteiliche Objektivität anzustreben“ (2004: 304), was aber ein nicht zu erreichendes Ideal darstellt. Deshalb plädiert Grisold für eine „vielparteiliche“ Ausrichtung des Fernsehens. Privatfernsehen kann (und will) diese Aufgabe allerdings nicht erfüllen, woraus sich (neben Privatfernsehen) die Notwendigkeit einer öffentlichen Bereitstellung, kontrolliert von öffentlichen Instanzen, von Fernsehen, „für die Herstellung einer demokratisch verfassten bürgerlichen Öffentlichkeit unabdingbares Maß an >Gemeinwohl<“ (2004: 304), ergibt. Demokratiepoltisch gesehen muss es ein Ziel des öffentlich-rechtlichen Rundfunks Über- bzw. Unparteilichkeit sein, mindestens aber einen Ausgleich für Parteilichkeiten des Fernsehprogramms anderer Sender zu bieten. (2004: 303-305)

6 Cultural Studies

Wie bereits erwähnt wurde, sind offene Kanäle ein kulturelles Projekt. Da Kultur und der Kommunikationsforschung lange zu wenig beachtet wurde, sollen nur einige grundlegende Überlegungen der Cultural Studies präsentiert werden. Dabei handelt es sich um Zugänge zu Kultur, Kommunikation und einer Kritik an einem ökonomischen Determinismus. Da sich speziell OKTO als Community-TV begreift, soll am Ende noch kurz James Donalds Gedanken zu Community als Konzept für ein friedliches Zusammenleben besprochen vorgestellt werden.

Die Cultural Studies bieten, wie bereits angedeutet, einen alternativen Ansatz zur Tradition der Kommunikationsforschung. Grundlegend ist dabei, dass „die Cultural Studies Kultur als alltäglich vollzogene Praxis begreifen“ und deshalb den Versuch unternehmen, „die Medienrezeption ganzheitlich, d.h. in ihrem kulturellen, aber auch politischen und sozioökonomischen Kontext zu betrachten.“ (Jäckel/Peter 1997: 46)

Ein wichtiger Vertreter der Cultural Studies ist Stuart Hall, der diese als offenes Projekt, das heißt eine Offenheit gegenüber allem, den Cultural Studies noch nicht bekannten und einer Weigerung der herrschende Diskurs zu sein, versteht. Gleichzeitig wird von ihm das Projekt auch als ein politisches betrachtet. Darin besteht für Hall das entscheidende Spannungsverhältnis, nämlich zwischen der Weigerung Grenzen zu setzen und dennoch einige (politische) Positionen zu beziehen. Das bedeutet die (wissenschaftliche) Praxis hat als (politisches) Ziel, Veränderungen mit gleichzeitiger Einbeziehung eigener, für einen selbst wichtiger Positionen, zu erreichen. Hier betont Hall zusätzlich, dass eigene Positionen nicht unveränderlich sind, das heißt im Zuge der Praxis immer wieder verändert werden könne und werden. (Hall 2000: 36)

Die Popularität der Cultural Studies begründet sich darin, dass sie versucht eine Alternative zur herkömmlichen *empirisch-analytischen Tradition* anzubieten, welche, aus Sicht der Cultural Studies, vorwiegend aus der „effects tradition“ und dem „Uses and gratifications-approach“ besteht. Die Kritik besteht vor allem darin, dass die effects tradition ein zu enges Konzept von Wirkung hat, der/die RezipientIn als zu passiv beschrieben wird, das Kommunikationsmodell Kommunikations- auf Informationsübertragung reduziert und zu wenige „soziologische Perspektiven“ besitzt, also sich zu wenig mit Fragen der Macht und der Produktion von Botschaften

auseinandersetzt. Darin begründet sich auch die Kritik am Uses and gratifications-approach, nämlich ein der zu starken Fokussierung auf die Ebene des Individuums. Ein anderer Kritikpunkt liegt darin, dass Botschaften für offen und nicht für strukturiert gehalten werden. (Jäckel/Peter 1997: 61-62)

Auch methodisch gibt es von den Cultural Studies Kritik an der empirisch-analytischen Tradition. Zum einen wird bemängelt, dass zu sehr quantifizierbare Ergebnisse im Vordergrund stehen, also „nur das *Was*, nicht aber das *Wie* und *Warum*“ betrachtet wird, das heißt, es fehlt eine „ganzheitliche Betrachtung“. Die Cultural Studies hingegen, so zitieren hier Jäckel und Peter Ien Ang sind „process-oriented rather than result-oriented, interpretive rather than explanatory“ (Ang 1990: 240). Die reine Vermehrung von Wissen wird folglich abgelehnt: „Wissen um des Wissens willen sei ein szientistisches Ziel, den Cultural Studies hingegen gehe es um die Teilnahme an einer permanenten, politischen Debatte mit dem Ziel, die derzeitigen kulturellen Bedingungen zu kritisieren [...] Der/die ForscherIn ist somit keinE neutrale/r BeobachterIn, sondern subjektiv im Forschungsprozess involviert und zielt darauf ab, die bestehende soziale Ordnung zu kritisieren und zu verändern“ (Jäckel, Peter: 1997: 62, 63). Der Faktor des politischen ist also zentral - „kritisches Engagement“ wird somit gesichertem wissenschaftlichem Wissen vorgezogen, da dieses laut Ang lediglich den status quo fördere. (1997: 62, 63)

Die Verdienste des Cultural Studies Ansatzes werden von Jäckel Peter wie folgt zusammengefasst:

„Der Verdienst der Cultural Studies besteht erstens in der Hervorhebung der Bedeutungsdimension im Rahmen des Rezeptionsprozesses und damit in der Abkehr von herkömmlichen Wirkungs-Begriffen, zweitens in der ganzheitlichen, kontextbezogenen Betrachtung des Kommunikationsprozesses und drittens darin, Medienanalyse in eine Gesellschaftstheorie einzubetten.“ (1997: 64)

6.1 Der Kulturbegriff der Cultural Studies

Zentral ist für die Cultural Studies ihr Kulturbegriff, der äußerst weit gefasst ist. Kultur beschränkt sich demnach nicht mehr auf den Bereich der Hochkultur, oder auf Verständnis von einer starren Anhäufung von Ansichten und Ideen, sondern umfasst viel mehr das

Alltagsleben, und wird von Raymond Williams als „whole way of life“ beschrieben. Kultur wird hier als Praxis verstanden, als „permanenter, oftmals widersprüchlicher Prozess“ (Jäckel, Peter: 1997: 49). Es handelt sich dabei also um eine anthropologische Perspektive, das heißt, Kultur ist „mit allen sozialen Praktiken verknüpft, indem sie sich in der verschiedenen Organisationsmustern dieser Praktiken wieder findet“ (Jäckel/Peter 1997: 49). Für die Analyse bedeutet das, dass die Beziehungen unter diesen Organisationsmustern im Mittelpunkt stehen. (1997: 49)

In Verbindung damit steht auch die Beschäftigung mit dem „Ideellen“ im Mittelpunkt, und zwar nicht nur der mächtigen, sondern aller sozialen Gruppen: „Wichtig ist dabei insbesondere die spezifische historische, politische und soziale Situation dieser Gruppe, mit der die Ideen und Wertvorstellungen der Gruppe verbunden sind.“ (1997: 49)

Neben diesem, vom Kulturalismus beeinflussten Verständnis von Kultur, welches die Handlungsspielräume der Akteure betont, gibt es noch weitere Zugänge, welche auf den linguistischen bzw. dem marxistischen Strukturalismus zurückgehen. Der erste versteht Kultur als „bedeutungsgenerierende Praktik“, der zweite sieht „im Kulturellen eher die Reproduktion des traditionellen Produktionsmodus und nicht die relativ autonome Verarbeitung der Lebensbedingungen.“ (1997: 50)

Weniger Differenzen und Kontroversen gibt es in den Cultural Studies bezüglich der Art der Beschäftigung mit Kultur, da diese ausdrücklich politisch-kritisch motiviert ist. Dabei wird Kultur immer in Verbindung mit politischer, ökonomischer und sozialer Macht gebracht, das heißt es wird untersucht, „wie es zu dominanten kulturellen Formen kommt und warum es überhaupt diese dominanten kulturellen Formen gibt, während andere marginalisiert werden. Er untersucht weiter, wie eine bestimmte kulturelle Ordnung konsolidiert wird, in wessen Interesse das geschieht und welche Konsequenzen das hat“ (1997: 50). Das heißt es werden zunächst kulturelle Praktiken untersucht, um diese anschließend in ein soziales Machtgefüge einzuordnen. (1997: 50)

Lawrence Grossberg betont ebenfalls die Wichtigkeit von kulturellen Praktiken und das Machtgefüge indem sie stattfinden. Er hält dabei fest, dass die Cultural Studies an Zusammenhänge und Effekte interessiert sind und nicht an deren Elementen und Ursprüngen, es geht also in erster Linie immer um einen Kontext: „In the end, it is not interested in the discourse per se but in the articulation between everyday life and the formations of power“ (Grossberg 1999: 27). Dabei unterscheiden sie sich von anderen

intellektuellen Praktiken durch ihre Bekenntnis zur Wichtigkeit von kulturellen Praktiken: „as its way into the context, as the means of ist attempt to understand the way the context is organized by and organizes relations of power“ (1999: 27). Der Grund warum kulturelle Praktiken wichtig sind wird darin gesehen, dass sie einen Beitrag zur Produktion von Kontexten als eine Organisation von Macht leisten und der Kontext als gelebte Alltäglichkeit von Macht konstruiert wird: „This is why culture matters: cultural studies is committed to some versions of *constructionism*.“ (1999: 27)

Grossberg bezeichnet weiter die Cultural Studies als kontextuelle Theorie davon, wie Zusammenhänge als Strukturen von Macht und Herrschaft generiert, herausgefordert, geändert, zerstört usw. werden. Er greift dabei auf Raymond Williams zurück, welcher die Cultural Studies „as the study of all of the relations amongst all of the elements in a whole way of life“ (1999: 28) definiert, wobei er dabei das Problem sieht, dass das Konzept des „whole way of life“ unbestimmt ist. In Bezugnahme auf feministische, antirassistische, postkoloniale usw. Kritik hält Grossbger fest, dass der Raum des „whole way of life“ ein gebrochener und widersprüchlicher Raum vielfacher Zusammenhänge und konkurrierender Zusammenhänge und Kämpfe ist (1999: 28):

„Such a space – what I have called a context – is a complex articulation of discourses, everyday life and formations or technologies of power. Within any given space, such contexts are always plural. Moreover, within any context, as a result of its complex relations to other contexts, power is always multidimensional, contradictory and never sewn up“ (1999: 28).

Aufbauend auf diese Überlegungen sieht Grossberg durch die Globalisierung einen anderen Umgang mit Identität insofern, dass im gegenwärtigen Kapitalismus verstärkt Unterschiede produziert werden. Dabei wird ein bisher als positiv gesehenes „Other“ in eine negative Beziehung zu sich unterscheidenden Selbst gesetzt. Unterschiede werden nicht mehr versteckt: „The machine not only tolerates but seems to demand the visible production of difference everywhere.“ (1999: 39)

Weiters ist eine Notwendigkeit vorhanden Ansätze über Kultur und die Macht der Medien zu überdenken: „It challenges us to rethink the „economy“ of the circulation of media products“ (1999: 39). Die dominanten Theorien über Kultur und „ideology“ müssen deshalb überarbeitet werden. Obwohl Kultur immer mehr ins Zentrum globaler Macht rückt, wird sie andererseits in gewisser Weise weniger zentral, mächtig und wichtig.

Grossberg bezieht sich hier auf Bill Readings, der meint, dass der mächtiger werdende globale Kapitalismus, trotz der ständigen räumlichen und quantitativen Ausbreitung von Populärkultur „a cultural content in terms of which to interpellate and manage subjects“ (Readings 1996: 103) nicht mehr benötigt. Readings meint, dass der Grund des Sichtbarwerdens von ideologischen Sphären darin liegt, dass dadurch keine Macht mehr ausgeübt wird. „Power in the contemporary world seems to be building structures of subordination based directly on economic and political strategies, and representational strategies are only on locally and occasionally deployed in these struggles“ (Grossberg 1999: 40).

Grossberg hält es für offensichtlich, dass Kultur und im speziellen Medien eine mächtiges Element von Globalisierung darstellt. Dabei interessiert die Cultural Studies die Frage wie und welche diskursive Praktiken die tägliche Lebensweise von Menschen konstruieren und organisieren. Grossberg kommt dabei zur Überlegung, dass Medien „lived geographies“, gelebte Geografien, konstruieren: „...ways of living everyday life as a map of the distribution of practices and of the mobilities and stabilities available to different individuals“ (1999: 40). Medien als Funktion der Populärkultur bieten also Möglichkeiten, einen Weg durch das tägliche Leben zu finden. Grossberg verwendet hier den Begriff der „media culture“, wobei „Medienkultur“ die unterschiedlichen Zeiten und Räume in denen sowohl Arbeit als auch Vergnügen des täglichen Lebens ausgeführt werden organisiert und die Möglichkeiten und Folgen neuer Formen von Mobilität und Stabilität erforscht. (1999: 40, 41)

Grossberg meint weiter dazu, dass Kultur und Medien schon immer „lived geographies“ produziert haben. Der Unterschied liegt aber darin, dass globale Medien eine neue Ontologie des Lokalen, vor allem bezüglich Unterschiede und Identität produzieren. Medien produzieren hier also eine neue Heterogenität des Lokalen, sie ändern Stabilitäten, Orte und Identitäten grundsätzlich. Für Grossberg ist die konstruiert Äquivalenz von Ort und Identität die primäre Kraft von Medien als globale Macht: „The very category of identity (closely implicated with images and logics of difference) has become the dominant thematic in global culture and politics, in keeping with the transformation of global capitalism.“ (1999: 41)

6.2 Kritik am Zusammenhang von Kultur und ökonomischen Determinismus

Im Zuge der Cultural Studies wird der Sichtweise Pierre Bourdieus widersprochen, dass ökonomische Kriterien die kulturelle Produktion negativ beeinflussen. Vereinfacht wird dies von Grisold so formuliert, dass trotz des bestimmenden Einflusses einer geringen Zahl großer Konzerne, diese keine Möglichkeit haben auf die Rezeption der Angebote manipulierend einzugreifen, d.h. eine „widerständische Aneignung“ möglich ist. Grisold merkt hier aber an: „... vielen VertreterInnen der Cultural Studies geht es sehr wohl darum, das komplexe Zusammenspiel von angebotsseitiger Beeinflussung und nachfrageseitigen Konsummustern zu kombinieren, wie wohl sie solche >ökonomische< Wortwahl nicht treffen würden.“ (Grisold 2004: 198)

Durch die Cultural Studies wird die gegenseitige Wirkung zwischen Beeinflussung auf Angebotsseite und Konsummuster auf Nachfrageseite aufgezeigt. Auf dem Sektor der Ökonomie bedeutet das für Grisold:

„Es wird die Konsumtion von Kulturgütern als symbolische Güter präzise analysiert, eine ganzheitliche Betrachtung des Kommunikationsprozesses angelegt, und die Forderung, den wachsenden Sektor der Medien in das ökonomische Forschungsfeld stärker einzubeziehen, stellt sich besonders dann, wenn Ökonomie als diskursiver Prozess begriffen wird, die Massenmedien darin als wichtige Mediatoren dieses Diskurses.“ (Grisold 2004: 208, 209)

Ein stärkeres Augenmerk wird, im Vergleich zum Forschungsfeld der Ökonomie, auf Produktion im Zusammenhang mit Fernsehen gesehen. Das betrifft nicht nur die Produktion von Medieninhalten, „sondern auch von übergeordneten Bedeutungen (mehr als die Summe der Teile)“ – dabei werden die KonsumentInnen als „ProduzentInnen der Bedeutung dieser Programme“ gesehen. Konsum unterliegt also nicht mehr dem einseitigen Prinzip von Ursache und Wirkung, sondern „wird als gleichsam dialektische Dichotomie verstanden“: „Er schafft Abhängigkeiten und Regressionen einerseits, führt andererseits aber auch zu Freiheits- und Gestaltungspotentialen.“ (2004: 209)

Jäckel und Peter greifen in diesem Zusammenhang den Ansatz des „komplexen Marxismus“ von Stuart Hall als einen der zentralsten Aspekte auf. Gemeint ist damit, dass

Kultur nicht komplett von ökonomischen Faktoren determiniert wird: „Die Kultur ist vielmehr insofern als *relativ autonom* von der ökonomischen Basis zu betrachten, als kulturelle, ökonomische und politische Praktiken in einem wechselseitigen Einflussverhältnis stehen“ (Jäckel/Peter 1997: 47). Hall bezeichnet dies als „Kulturalismus“, welcher soziale Praxen, also Handlungsmöglichkeiten von AkteurInnen in den Mittelpunkt stellt. Als Gegenposition dazu wird von Hall der Strukturalismus genannt, welcher nicht die Handlungsmöglichkeiten in den Mittelpunkt stellt, sondern „den Nachweis von Strukturtypen und um darin erkennbare, generalisierbare Gemeinsamkeiten“ (1997: 48). Es rücken also die „Beziehungsformen“ in den Mittelpunkt. Weiters werden kulturelle Praktiken als „bedeutungshervorbringende Praktiken“ gesehen. (1997: 47, 48)

Das kritische Potential des Marxismus ist für Stuart Hall und die Cultural Studies zentral, es werden dabei aber dessen überholte theoretische Konzepte überwunden (Müller-Funk 2006: 276). Besonders der orthodoxe Marxismus war vor allem zu Beginn Gegenstand der Auseinandersetzung: „Es gab (...) immer schon Dinge, die den Marxismus als Denkform, als eine kritische Praxis eingeschränkt hatten – seine Orthodoxie, sein doktrinärer Charakter, sein Determinismus, sein Reduktionismus, seine ehernen historischen Gesetzmäßigkeiten, sein Status als Metaerzählung“ (Hall 2000: 38). Besonders die Betonung von Ökonomischen Faktoren sieht Hall als dem Marxismus als innewohnend und somit problematisch an, das heißt Kritik wird hier vor allem am Basis-Überbau Modell geübt (2000: 38). Daneben stehen noch das Konzept des „falschen Bewusstseins“, der Eurozentrismus und die „fehlende kritische Perspektive und Sensibilität im Hinblick auf den Kolonialismus“ in der Kritik. (Müller-Funk 2006: 276)

Bedeutend war für die Cultural Studies auch die Auseinandersetzung mit Althusser's marxistischen Strukturalismus. Wichtig war hier vor allem, die Einsicht, dass soziale Klassen nicht nur lediglich von der Ökonomie strukturiert werden: „Althusser zufolge werden Klassen vielmehr konstituiert durch ökonomische, politische und ideologische Praktiken und deren wechselseitige Beziehungen, wobei die ökonomische letztendlich aber immer die Oberhand behalten.“ (Jäckel/Peter 1997: 48)

Da dieser Ansatz als zu unbeweglich kritisiert wurde, bekam vor allem Gramsci's „Hegemoniegesetz“ Gewicht. Hegemonie wird bei Gramsci als Prozess betrachtet, das heißt dass die dominierende Gruppe versucht, neben ökonomischer auch ideologische und kulturelle Macht zu festigen, indem sie einen Konsens zwischen ihren Interessen und

denen der dominierten auszuhandeln, wodurch eine umfangreiche Vorherrschaft der dominierenden Gruppe gefestigt wird. Dieser Ansatz ist für die Cultural Studies zentral, da dieser „eine Balance zwischen dem Handeln der AkteurInnen und der Reproduktion vorhandener Strukturen ermöglicht.“ (1997: 48)

6.3 Verhältnis zur Kritischen Theorie

Die *Cultural Studies* haben versucht die *Kritischen Theorie* im Hinblick auf die Populär- und Medienkultur weiterzuentwickeln, da gerade Adornos Auseinandersetzung mit Kultur und Medien, betreffend Aspekte wie *Medienaneignung*, *Widerständigkeit* und *Subversion*, zu eindimensional ausgefallen ist. (Kleiner 2006,: 282)

In der ablehnenden Haltung gegenüber dem „orthodoxen Marxismus“ liegt zwar ein formativer Einfluss der „Kritischen Theorie“ auf die Cultural Studies, dennoch gibt es einen deutlichen Unterschied: „Während die Frankfurter Schule am Wert einer auf Minoritäten beschränkten Hochkultur festhält und die Massenkultur als regressiv, verdummend und dadurch systemerhaltend ablehnt, wenden sich die Cultural Studies – mit einem entsprechend weitgefassten Kulturbegriff – gerade diesen Formen der gelebten Alltagskultur zu.“ (Jäckel/Peter zitiert nach Grisold 2004: 1999)

Bezüglich der RezipientInnenforschung unterscheiden sich die Cultural Studies von der kritischen Theorie insofern, „dass anders in den entsprechenden Analysen der Frankfurter Schule auch die Auswirkungen der Massenmedien von unten her, aus Sicht der Betroffenen registriert werden“ (Lindner 2000: 59). Der Kulturpessimus der Frankfurter Schule sieht im Gegensatz dazu die Massen dem Angebot der Kulturindustrie hilflos ausgeliefert. (Lindner 2000: 60.)

Im Gegensatz zu den Massenkultur-Untersuchungen wurde im Zuge der Cultural Studies ein Perspektivenwechsel vorgenommen und zwar insofern, dass eine Perspektive von „unten“ bzw. von „innen“ eingenommen wurde. „Statt umstandslos von ideologischer Vereinnahmung durch Konsum auszugehen, wird versucht, Konsum als Handlungsakt zu verstehen und in den Konsumweisen selber nach ‚widerständigen‘ Formen, nach Formen der subversiven Aneignung der Dinge zu suchen“ (2000: 61). Problematisch ist bei diesem Ansatz, dass überall nach dem widerständischen Sinn von Handlungen gesucht wird, auch

wenn dieser nicht vorhanden ist, man also nichts mehr „einfach“ getan werden kann (2000: 62).

6.4 Kulturelle Hegemonie als Zielsetzung

Als „heimlicher Pate“ und Gründer der Cultural Studies wird Antonio Gramsci gesehen, welcher die die Kommunistische Partei Italiens gegründet hat. Dieser hat sich als einer der wenigen Linken mit den Gründen des Niedergangs der Linken in den 20er und 30er Jahren des 20. Jahrhunderts beschäftigt. Er kam dabei zu der Erkenntnis, dass im Gegensatz zu faschistischen Strömungen, das Phänomen Kultur von linker Seite unterschätzt wurde, das heißt es wurde verabsäumt „kulturelle Leitbilder offensiv zu formulieren und durchzusetzen“ (Müller-Funk 2006: 279). Gramsci stellt also fest dass die Linke nicht nur bei politischen Auseinandersetzungen verloren hat, sondern auch bei Auseinandersetzungen um Bedeutung. Demnach ist es unumgänglich:

„Kulturelle Hegemonie zu erlangen, tonangebend zu sein in der Themenvorgabe, Meinungsführerschaft in den jeweiligen Diskursen, Repräsentation zu haben. (...) Aber Kulturkampf als Streit um Bedeutungen gehören zum Alltag von entwickelten zivilen und demokratisch organisierten Gesellschaften, in denen, wenigstens programmatisch, nicht mehr die Macht der schieren Tradition ausschlaggebend sein soll; was gelten soll, was >bedeutend< ist, muss ausgehandelt werden: in den Medien, den Schulen und Universitäten, in den symbolischen Feldern der Künste.“ (2006: 279, 289)

Dieser Aspekt ist laut Hall zentral für die Cultural Studies, nämlich kulturelle Hegemonie nicht nur zu beschreiben, sondern auch den Versuch zu unternehmen diese zu erreichen. Intellektuelle Arbeit muss also auch „als Praxis im Feld von Kultur und Politik“ passieren, und darf sich nicht lediglich auf das Streben nach Erkenntnisgewinn beschränken. Und mehr noch, muss der „kritische Intellektuelle die Verantwortung für die Vermittlung von Theorie und politischer Praxis tragen“ – Analyse und Engagement müssen also miteinander verbunden werden. (2006: 280-282)

6.5 Neuer Kommunikationsbegriff und die Konstruktion von Bedeutung

Wenn man diesen Kulturbegriff aus der Perspektive der Kommunikationswissenschaft betrachtet, muss zunächst festgehalten werden, dass Kommunikation fest mit Kultur verbunden ist. Kultur kann sich einerseits, unabhängig davon welchen Kulturbegriff man verwendet, nicht entwickeln, weitergegeben und verfestigt werden, und andererseits ist Kommunikation immer in einen kulturellen Kontext eingebettet. In Verbindung mit Massenkommunikation bedeutet das, dass der „Kommunikationsprozess in seinem kulturellen Kontext von der Produktion bis zur Rezeption“ betrachtet und analysiert wird. (Jäckel/Peter 1997: 50, 51)

In diesem Zusammenhang wird auch in den Cultural Studies der überholte Kommunikationsbegriff, der die Informationsübertragung in den Vordergrund stellt abgelehnt, und stattdessen ein Kommunikationsbegriff entwickelt, der mit dem vergleichbar ist, der in Kapitel 2 vorgestellt wurde:

„Es geht den Cultural Studies nicht um Informationseinheiten, sondern um die *Bedeutung* von Medieninhalten, nicht um die technische Produktion von Medieninhalten, sondern die soziale Konstruktion von Bedeutungen. Bedeutungen sind deshalb immer sozial konstruiert, weil Dinge und Ereignisse keine inhärente, natürlich vorgegebene Bedeutung haben. Wenn aber Bedeutungen nicht vorgegeben, sondern produziert sind, so können demselben Ereignis verschieden Bedeutungen zugeschrieben werden.“ (1997: 51)

Im Zusammenhang damit werden Fragen gestellt, wie Bedeutungen entstehen, erhalten, verändert und verworfen werden, wie diese eine gewisse, mehr oder weniger große, Dominanz erlangen, wessen Interesse damit gedient ist, wer über die Macht verfügt darauf einzuwirken, ob diese Bedeutungen entsprechend ihrer jeweiligen Dominanz rezipiert werden, oder ob widerständische Aneignungen möglich sind und welche Rolle Medien bei diesen Prozessen spielen bzw. spielen können. Die Rolle der Medien ist in diesem Zusammenhang deshalb wichtig, weil nach Ansicht der Cultural Studies, Medien nicht Wirklichkeit reflektieren, sondern das als Wirklichkeit wahrgenommene, auch ideologisch, konstruieren und dabei mit bestimmten Bedeutungen versehen. Wichtig ist dabei aber, die eigenen potentiell konstruierten Bedeutungen bei der Rezeption, auf welche die Cultural

Studies so Wert legen, nicht aus den Augen zu verlieren. Dabei ist es unumgänglich den kulturellen Kontext mitzudenken, auch deshalb, weil dies immer eine Frage von Macht ist, und hier soziale, politische und ökonomische Faktoren immer eine Rolle spielen. Dies betrifft nicht nur die Makroebene, sondern auch, besonders bezüglich der Rezeption die Mikroebene, das heißt die Rezeption nicht unabhängig von der Umwelt in der sie stattfindet betrachtet werden kann. (1997: 51, 52)

Das führt zu einer zentralen Kontroverse in den Cultural Studies, dem „Decodierungsproblem“, wobei Medieninhalte und RezipientInnen durch die Begriffe „Text“ und „LeserIn“ ersetzt werden. Inhalt dieser Kontroverse ist die Frage, ob ein Text mit Hilfe von Codes nur eine mögliche Bedeutung besitzt, also ob ein „textueller Determinismus“ vorherrscht, oder ob der/die LeserIn über eine gewisse „interpretative Freiheit“ verfügt, das heißt ob dieser einem Text andere Bedeutungen zuschreiben kann, also anders decodieren kann als dieser encodiert wurde. Es geht folglich darum ob der Text oder der/die LeserIn in diesem Prozess über die „bedeutungsgenerierende Macht“ verfügt. In Bezug auf Stuart Halls *Encoding/Decoding-Modell*, legen sich Jäckel und Peter in diesem Zusammenhang auf drei Positionen fest die der/die LeserIn zum Text einnehmen kann: die dominante Position, die verhandelte Position und die oppositionelle Position (1997: 52, 53):

„Innerhalb der *dominanten Position* decodiert der Leser die Bedeutung des Textes auf exakt die Weise, in der sie encodiert wurde. Der Leser bewegt sich also innerhalb der dominanten Codes. *Verhandelte Position* heißt, dass der Leser zwar die Legitimität der dominanten Leseart anerkennt, in bestimmten Fällen aber oppositionell decodiert. In der *oppositionellen Position* schließlich betrachtet der Leser die dominante Leseart als konstruiert und decodiert die Bedeutung des Textes innerhalb seines eigenen Bezugsrahmens genau gegensätzlich der Art, wie sie encodiert wurde.“ (1997: 53)

Hat in den 1970er noch die „Screen-Theorie“ dominiert, welche für textuellen Determinismus steht, wurden später Gegenpositionen entwickelt, welche auf das potentiell autonome Handeln, einEn aktiven LeserIn in den Mittelpunkt stellt. Zentrale Begriffe sind in diesem Zusammenhang Polysemie und Multisemie. Ersterer bedeutet, dass ein Text mehrere Bedeutungen haben kann und der/die LeserIn eigene Bedeutungen konstruiert, unter Multisemie ist zu verstehen, dass ein Text von derselben Person, je nach Rezeptionskontext, unterschiedliche Bedeutungen zuschreiben kann. (1997: 54)

Die Abkehr von textzentrierten Positionen hin zu leserorientierten, wurde unter anderem vom *popular culture project* eingeleitet, indem nach dem Vergnügen gefragt wurde, welches der/die LeserIn bei der Rezeption empfindet: „Gerade das Vergnügen der RezipientInnen basiert auf deren Bedeutungskonstruktion und den Interpretationen, die sie an die Sendung herantragen“ (Jäckel, Peter 1997: 55). Dadurch entwickeln sich „*soziale Bindungen*“, auf Grund deren die RezipientInnen die „*Sendungen in ihre Alltagsleben integrieren*“, wodurch auch der „*häusliche Rezeptionskontext*“ eine wichtige Rolle spielt. (1997: 55)

In dieser Debatte geht besonders die „*Reader as writer-Position*“, vor allem vertreten von John Fiske, in diese Richtung, welche dem/der LeserIn eine fast alleinige Macht zur Bedeutungskonstruktion zugesteht. Das bedeutet, dass der/die LeserIn als eigentlicher Verfasser des Textes angesehen wird und das Vergnügen bei der Rezeption bestimmt. Daraus folgend muss zwischen dem Text, der angeboten wird, und dem der vom/ von der LeserIn selbst produziert wird unterschieden werden. John Fiske verwendet hierbei, in Bezug auf das Fernsehen, die Begriffe *Programm* und *Text*. Auch Paul Willis geht in eine ähnlich Richtung, indem er festhält, dass man durch die Rezeption eines Textes „kulturell aus der Welt Sinn und sie dadurch für sich verständlich und beherrschbar“ (1997: 56), macht. Und weiter: „Botschaften werden dieser Auffassung zu folge nicht gesendet und empfangen, sondern in der Rezeption erzeugt“ (1997: 56, 57). Fiske schränkt die Position der alleinigen bedeutungsgenerierenden Macht, allerdings durch den Text selbst und den sozialen Kontext in dem der/die LeserIn sich befindet ein. Der Text wird hier zwar weiterhin als polysem angesehen, es sind allerdings nicht alle Bedeutungen als gleich zu werten, das heißt, dass der Text zwar keine Lesearten bestimmt, aber bestimmte favorisiert. (1997: 56, 57)

Jäckel und Peter merken an, dass die Reader as writer-Position auf den ersten Blick als eher wenig politisch wirkt. Sie widersprechen dem in Bezug auf Fiske dadurch, dass eine unabhängige Bedeutungsaneignung Vergnügen bereitet: „Vergnügen basiert also auf der Möglichkeit, Bedeutung selbstständig kontrollieren zu können, und ist deshalb mit Widerstand gegen dominante Bedeutungen verbunden“ (1997: 57). Dies gilt vor allem für Menschen die Gruppen angehören, die über wenig bedeutungsgenerierende Macht verfügen. (1997: 57)

Die Reader as writer-Position wurde allerdings bezüglich mehrerer Aspekte kritisiert, zum einen aus der Ebene des/der LeserIn und zum anderen auf der Ebene des Textes. Bezüglich des/der LeserIn liegt ein Kritikpunkt darin, dass die Potentiale und Möglichkeiten des/der RezipientInnen überschätzt und romantisiert werden. Weiters wird kritisiert, dass Aktivität noch keine (politische) Macht darstellt. Auch ist die Möglichkeit, einen Text oppositionell zu deuten, nicht mit der Macht von Medieninstitutionen, Texte zu produzieren zu vergleichen. Auch die soziale Situation gibt Anlass zur Kritik, nämlich insofern, dass auf Grund dieser, bestimmte LeserInnen schlicht keine Möglichkeit haben, auf oppositionelle Codes und kulturelle Ressourcen zuzugreifen. Damit einher geht die Frage, ob der Text vom/von der LeserIn überhaupt verstanden wird, bzw. dieser für ihn relevant ist, das heißt ob der Aufwand den Text zu decodieren im Vergleich zum Vergnügen nicht zu hoch ist. Das führt zum letzten, von Jäckel und Peter angeführten, Kritikpunkt, nämlich dass Vergnügen nicht gezwungenermaßen mit Widerstand einhergeht. Zum Beispiel können reiner Eskapismus und Identifikation alleine Vergnügen bereiten. (1997: 57, 58)

Bezüglich des Textes wird kritisiert, dass durch den Terminus „Text“ verdeckt wird, dass es unterschiedliche Arten von Texten gibt, die auch unterschiedlich rezipiert werden. Des Weiteren wird die Textproduktion nicht beachtet, das heißt ökonomische, politische, ideologische, organisatorische und institutionelle Einflüsse werden nicht thematisiert. Der Begriff der Polysemie wird insofern kritisiert, dass ein Text eine dominierende Bedeutung hat, die diesem auch von oppositioneller Seite zugestanden wird, die mit dieser allerdings nicht übereinstimmen und folglich widersprechen. Condit benennt diesen Prozess mit dem Begriff „Polyvalenz“. Auch die Auflösung des Textes, hervorgerufen dadurch, dass der/die LeserIn die Bedeutung des Textes bestimmt, stößt auf Widerspruch: „... es gibt keine Interaktion zwischen Text und LeserIn mehr, durch die die Bedeutung des Textes ausgehandelt wird, sondern nur noch die semiotische Erfahrung. Eine erkenn- und analysierbare Denotationsebene verschwindet in der Potentialität der Textualität“ (1997: 59). Dadurch wird nämlich die Frage aufgeworfen, wie Kommunikation unter LeserInnen eines Textes über diesen Text überhaupt möglich sein kann, wenn dieser durch dessen „Textualität“ nur eine „semiotische Möglichkeit“ ist. (1997: 58, 59).

Jäckel und Peter verweisen hier auf Versuche die beiden gegensätzlichen Positionen des Decodierungsproblems zusammenzuführen und führen dabei eine Reihe von Autoren der Cultural Studies an, die auf zwei Aspekte hinweisen. Zum einen gibt es Positionen, „die

zwar einen textuellen Determinismus ablehnen, dem Text aber eine bedeutungsgenerierende Kraft zugestehen und vor allem davor warnen, die Aktivität, die Autonomie, die Interpretationsleistung der LeserInnen und deren Möglichkeit zur Bedeutungskonstruktion überzubewerten“ (1997: 59). Der zweite Aspekt betrifft das Faktum, dass der Prozess der Decodierung, nie vom Micro- und Makrokontext unabhängig betrachtet werden kann. Hier wird Douglas Kellner angeführt, der davor warnt, „den Text bzw. die Encodierung oder den/der LeserIn bzw. die Decodierung aus dem jeweiligen ökonomischen, politischen, historischen und kulturellen Kontext herauszulösen“ (1997: 59). Auch kann nicht der/die LeserIn als „Widerstandskämpfer“ missverstanden, bzw. der Text als allmächtig angesehen werden, weswegen Kellner für einen Zugang plädiert, der den gesamten Kommunikationsprozess miteinbezieht, und schlussendlich auch den Einfluss der Ökonomie, welcher bisher in den Cultural Studies zu wenig betrachtet wurde. (1997: 59)

Kellner favorisiert also einen „kritischen, multiperspektivischen, multikulturellen, kontextorientierten Ansatz aus, der den gesamten Kommunikationsprozess untersucht“ (1997: 60). Dabei bezieht er sich auf Halls Encoding-Decoding-Ansatz, der bereits die „*strukturierte Polysemie von Texten*“ betont, was soviel bedeutet, dass Texte Bedeutungen nicht von sich aus zur Gänze bestimmen, aber zumindest teilweise vorgeben. Polysemie darf folglich nicht mit Pluralismus verwechselt werden. Es wird hier darauf hingewiesen, dass sie kulturell weit verbreitet sind, und dadurch so weit eingeschrieben werden, dass sie genau im Sinne der Encodierung decodiert werden: „Die bedeutungsgenerierende Freiheit der LeserInnen werden außerdem durch die Codes eingeengt die von der dominanten kulturellen Ordnung vorgegeben werden“ (1997: 60). Hall verwendet hier deshalb nicht den Begriff „determined“, sondern „dominant“. (1997: 60)

Jäckel und Peter verweisen in weiterer Folge auf James Lull der im Decodierungsproblem „ein Problem zwischen Structure und Agency, also zwischen Gesellschaft und Individuum bzw. zwischen Struktur und Handeln“ (1997: 61). Wobei für ihn Handlung vom Strukturellen und umgekehrt Strukturelles vom Handeln durchdrungen wird. Lull greift dabei auf Anthony Giddens' Strukturationstheorie zurück. Bei diesem Ansatz werden Struktur und Handlung nicht als gegensätzlich, sondern als „analytisch getrennte Aspekte der Wirklichkeit strukturierter Handlungssysteme [...] Strukturen sind immer doppelseitig: Sie ermöglichen Handeln und schränken es gleichzeitig ein“ (1997: 61).

Strukturen werden demnach erst im Handeln real und Handeln wird durch Strukturen erst möglich. (1997: 61)

Die Gefahr an der Reader as writer-Position liegt laut Jäckle und Peter darin, zu sehr ethnografische Details zu achten und somit das Gemeinsame aus den Augen zu verlieren. „Vielfalt ist dabei häufig nur das Resultat marginaler Differenzierungen.“ (Jäckel, Peter 1997: 64)

6.6 „Community“ als Lösungsansatz

James Donald stellt, ausgehend von der Situation dass man in einer Stadt mit vielen Fremden Tür an Tür leben muss, die Frage, wie ein friedliches Zusammenleben unter diesen Umständen möglich ist. Eine Antwort aus dem Bereich der Cultural Studies lautet „community“. Skepsis kommt hier allerdings bezüglich der Frage von „community“ im Sinne von Raymond Williams und Identität auf: *If a politics of identity means the assertion of a community of interest based on a shared essence, then i carry over my doubts about William's romantic conception of community and identity.*“ (Donald 1999: 263)

Eine andere Antwort auf diese Frage kommt aus der politischen Theorie: „... it is rational deliberation which makes community possible“ (1999: 264). Das bedeutet eine zumindest friedliche Koexistenz ist nur dann möglich, wenn man gemeinsame Interessen in den Mittelpunkt rückt und nach gewaltfreien Möglichkeiten Ausschau hält um Konflikte auszuhandeln. Donald bezieht sich auf Gramsci, wenn er in diesem Zusammenhang festhält, dass Demokratie in der Kultur fest verwurzelt sein muss und nicht lediglich „constitutional arrangements“ oder „etiquette of citizenship“ darstellt. (1999: 264, 265)

Das Problem von „community“ und Identität ist, dass diese Meistens durch eine gemeinsame Essenz definiert sind, wodurch Grenzen konstruiert werden, welche bestimmen wer dazugehört und wer nicht. Die daraus entstehenden Konflikte könne nur durch eine gewisse Offenheit gegenüber nicht anpassungsfähigen Unterschieden überwunden werden. Es ist dazu nicht notwendig kulturelle Traditionen mit den Nachbarn zu teilen, sondern es ist die Fähigkeit ausreichend mit seinen Nachbarn zu sprechen und gleichzeitig zu akzeptieren, dass sie Fremde sind und bleiben werden, bzw. dass man selbst Fremder ist und bleibt. (1999: 265, 266)

Donald betont bei „Fremdheit“, dass hier nicht lediglich Migranten oder Ausländer gemeint sind, sondern dass jeder, mit dem man eine mutmaßliche Identität teilt, in gewisser Weise fremd ist. Ausgehend von Simmel, relativiert Donald Fremdheit weiter und landet dabei bei Julia Kristeva: „We know that we are foreigners to ourselves, and it is with help of that sole support that we can attempt to live with others“ (Kristeva zitiert nach Donald 1999: 267, 268).

Donald endet mit der Feststellung: “A culturally informed study of community, and so in a certain sense of politics, will concentrate on ethics rather than identity, and then [...] on question of toleration, responsibility, justice and space.” (1999: 270)

7 Zwei klassische Theorien Offener Kanäle: Brecht und Enzensberger

Die Radiotheorie von Bertold Brecht und der „Baukasten zu einer Theorie der Medien“ werden als die klassischen Theorien zur BürgerInnenbeteiligung durch Offenen Kanälen betrachtet. Brecht wendet sich dem Thema der Partizipation zu und Enzensberger bietet zum „produktorientierten Ansatz“ (siehe Kapitel 8.1) die gängigste Theorie (Hansen 2003: 175, Schütz in: Schütz et. al. 2002: 19). Diese beiden Theorien sollen deshalb hier dargestellt werden, wobei aber auf Grund ihrer mangelnden Aktualität besonders die Kritik daran Beachtung finden soll.

7.1 Brechts Radiotheorie

Bertold Brecht stellt Ende der 1920er bzw. Anfang der 1930er Jahre im Zuge seiner Radiotheorie Fragen über die Verwertung von Kunst und Radio mit einem pädagogischen Fokus und gibt dabei Anregungen die in diese Richtung abzielen. Dabei vertritt er die Meinung dass Kunst dort ansetzen muss, wo ein Defekt vorliegt (Brecht 2002: 4). Brecht kommt im Zusammenhang mit dem Rundfunk und den dabei von ihm identifizierten Defiziten zu der Erkenntnis, dass die technologischen Erfindung „Rundfunk“, zu einer Zeit erfunden wurde, in der die Gesellschaft noch nicht bereit dafür war: „Nicht die Öffentlichkeit hatte auf den Rundfunk gewartet, sondern der Rundfunk wartet auf die Öffentlichkeit [...] *Man hatte plötzlich die Möglichkeit, allen alles zu sagen, aber man hatte, wenn man es sich überlegte, nichts zu sagen.*“ (2002: 6, Hervorhebung im Original) Brecht sieht hier aber die kommunikative Potentiale, die der Rundfunk in sich birgt, und regt dabei grundlegende Veränderungen bezüglich dessen *Funktion* an:

„Der Rundfunk ist aus einem Distributionsapparat ein Kommunikationsapparat zu verwandeln. Der Rundfunk wäre der denkbar großartigste Kommunikationsapparat des öffentlichen Lebens, ein ungeheures Kanalsystem, das heißt, er wäre es, wenn er es verstände, nicht nur auszusenden, sondern auch zu empfangen, also den Zuhörer

nicht nur hören, sondern auch sprechen zu machen und ihn nicht zu isolieren, sondern ihn in Beziehung zu setzen.“ (Brecht 2002: 6)

Damit tritt Brecht für die Verwendung des Rundfunk für Angelegenheiten der Öffentlichkeit ein, und zwar insofern, dass der Rundfunk einen kommunikativen Austausch zwischen Regierung und Regierten ermöglicht (2002: 7), und sieht es dabei als eine Hauptaufgabe an, *„dass das Publikum nicht nur belehrt werden, sondern auch belehren muss“* (2002: 7, Hervorhebung im Original). Der/die RezipientIn soll, mit Hilfe des Radios, aus seiner RezipientInnenrolle heraustreten, und selbst zum/zur ProduzentIn werden - dadurch soll *„aus dem Rundfunk einen Kommunikationsapparat des öffentlichen Lebens zu machen“* (2002: 8, Hervorhebung im Original).

Heinrich Vormweg überprüft 50 Jahre später was in der Medien- und Kommunikationspraxis von Brechts Radiotheorie übrig geblieben ist. Er stellt dabei fest, dass inzwischen tatsächlich kommunikative Aspekte berücksichtigt wurden und HörerInnen in Sendungen auf unterschiedliche Art und Weise zu Wort kommen können. Die Art und Weise der Beteiligung wird aber ganz und gar nicht den Brechtschen Forderungen gerecht – Vormweg vermutet hingegen, dass Brecht starke Zweifel daran hätte, dass tatsächlich eine Veränderung in seinem Sinne stattgefunden hat, und stellt die Frage: *„Ob die hier erzeugte, einerseits so befreiende Breitenwirkung nicht doch nur eine raffinierte Form der Verschleierung enthalte und ein Beleg sei dafür, wie längst auch die Bemühung um Aufklärung und direktere Kommunikation ins dominierende Konsumverhalten integriert werde.“* (Vormweg 1983: 179)

Ähnliches Diagnostiziert Vormweg auch für Brechts Idee Radiolehrstücke zu entwickeln, wie er es unter anderem selbst mit *„Der Ozeanflug“* oder *„Flug der Lindenbeghs“* getan hat. Dahinter stand die *„Vorstellung eines kommunikativen und prozessualen Lehrens und Lernens, in dem jeder Lehrer und Lernender zugleich sein sollte und das sich orientierte an der sozialen Wahrheit, in der Brecht alle menschliche Wahrheit umfassend aufgehoben sah“* (1983: 181). Beim Brechtschen Radiolehrstück *„Flug der Lindenbeghs“* soll der/die HörerIn mit Hilfe des Textes mitsprechen und -rezipieren – und so aktiviert werden. Vormweg sieht dadurch aber keine Chance auf eine flächendeckende Aktivierung der HörerInnen und begründet dies folgendermaßen (1983: 186):

„Wenn aber mit soviel sekundären Anleitungen und Anregungen überhaupt eine Aktivierung des Hörers und gar seine „Wiedereinsetzung als ProduzentIn“ stattfindet, wie Brecht im weiteren Teil seiner Erläuterungen erwartet, so doch wohl bestenfalls entsprechend jenen Musikkennern, die ihre Konzerte mit Partituren unterm Arm besuchen. Zum Produzenten wird der Hörer dabei auf eine bestenfalls sehr fragmentarische, sekundäre und äußerliche Weise. Andernfalls müsste er schließlich auch auf Text und Autor Einfluss nehmen können.“ (1983: 186)

Vormweg weist also darauf hin, dass der/die RezipientIn durch diese Aktivierung in der Rolle des/der RezipientIn bleibt, und lediglich zu einer erhöhten Aufmerksamkeit und Teilnahme animiert wird. (1986: 186)

Diese Hoffnung nach Aktivierung basierend auf der Brechtschen Idee der Radiolehrstücke wurde seit dem immer wieder aufgegriffen, stellte sich aber als Illusion heraus. Lediglich innerhalb einer kleinen Gruppe funktionieren solche Konzepte, was aber Brechts Vorstellung, ein großes Publikum zu erreichen, nicht genüge tut. Brecht unterlag also bezüglich des/der AdressatIn einer Fehleinschätzung, an seiner intendierten Wirkung ist aber nicht zu zweifeln, sie war aber nie eine auf die Massen bzw. so eindeutig. Vormweg stellt weiter fest, dass es im Laufe der Zeit immer schwieriger geworden ist, da die mediale Konkurrenz durch die steigende Auswahl an Programmen ständig größer wird (1983: 181-183):

“Das Staatsvolk versammelt sich längst nicht mehr zu bestimmten Zeiten um die Radios, die eine und einzige Botschaft zu hören [...] Wer das Publikum ködern will, hat es dabei leichter denn je, eine sogar noch massenhaftere, dafür weit vergänglichere Wirkung zu erzielen als irgendwann zuvor. Wer es lehre will, gar um auch von ihm belehrt zu werden, kann mit Mehrheiten, Massen als Adressaten nicht mehr rechnen. Er wird permanent übertönt.“ (1983: 183).

Vormweg ist der Meinung, dass durch den vorherrschenden *Konsumismus*, ein Phänomen, das schon zu Brechts Zeiten dominant war, einer „Wiedereinsetzung des Hörers als Produzent“ ein „unabsehbarer langwieriger Prozess“ vorangehen muss. Diese Erkenntnis zeigt für ihn die Grenzen und Widersprüche von Brechts Praxis, welche dadurch aber keinesfalls obsolet wird. Ganz im Gegenteil, dadurch wird klar, dass „die Aufforderung zum Selbstproduzieren ein zentrales Moment zukünftiger Kunst ist.“ (1986: 187)

Am Ende seiner Ausführungen sieht Vormweg die Radio-Theorie und ihre Praxis als gescheitert an, formuliert daraus aber neue Herausforderungen: „[...] eine neue Theorie, die

die geschichtlich veränderten gesellschaftlichen und technischen Voraussetzungen einholt. Und auch eine andere Praxis. Das nicht zuletzt lehren heute Brechts eigenes Denken und eigene Entwürfe. Das ist die in ihnen enthaltene aktuelle Herausforderung.“ (1986: 189)

Etwas schärfer und vor allem pessimistischer formuliert Andreas Vogel die Kritik an Brechts Radiotheorie, indem er diese als eine „zweifelhafte Tradition“ bezeichnet. Womit er aber weniger die Theorie selbst meint, sondern eher dass diese noch Jahrzehnte später, laut Vogel fälschlicherweise, als Klassiker für die „Forderung an den Rundfunk, den BürgerInnen direkte Artikulationsrechte einzuräumen“ (Vogel 1991: 114). Vogel begründet dies damit, dass dabei wenige Sätze häufig zitiert und dabei aus ihrem Kontext herausgerissen und mit dem „Gedankengut heutiger Zeit“ verknüpft wurden. Tatsächlich aber, war Brechts vorrangige Intention nicht, den RezipientInnen zum/zur ProduzentIn, im Sinne eine freien Zugänglichkeit zum Rundfunk, zu machen, sondern mit dessen Hilfe einen starken Staat zu schaffen der „kollektive Lernprozesse“ organisiert (1991: 114):

„Insofern beabsichtigt Brecht keinesfalls die Schaffung eines garantierten Zugangs der verschiedensten gesellschaftlichen Gruppen oder gar Individuen zum Hörfunk durch selbstproduzierte und selbstverantwortete Beiträge. Ziel war die Realisierung eines wirklichkeitsbezogenen Bildungsrundfunks eigener Art, gleichsam als Essenz real gesellschaftlicher Erfahrungsvermittlung, im Gegensatz zur Übernahme bürgerlicher Tugenden und Normen.“ (1991: 115)

Vogel weist weiters darauf hin, dass Brecht selbst sein Ansinnen als utopisch und in der herrschenden Gesellschaftsordnung als undurchführbar bezeichnet hat. Zunächst würde es dafür revolutionäre Umwälzungen sozialistischer Art benötigen. Vogel betont genau wie Vormweg, dass auch Jahrzehnte danach Brechts Radiotheorie „in ihrer praktischen Relevanz für die Gegenwart“ obsolet sei. Lediglich der Gedanke, „mittels Massenmedien könnten tatsächlich gesellschaftliche Erfahrungen den Einzelnen in kollektive Lernprozesse nahegebracht werden“ sei nach wie vor interessant und faszinierend. (1991: 115, 116)

Hier sei aber noch auf Johannes Schütz verwiesen, der hier eine weniger negative Sichtweise bevorzugt, indem er eine „Neubestimmung“ von Brechts Radiotheorie einfordert. Das sieht er auch mit Brechts Gedankengut als vereinbar, da dieser seine Theorie keineswegs als abgeschlossen und starr betrachtet, sondern selbst nach einer

ständigen Überarbeitung und Entwicklung verlangt, um dabei die gesellschaftliche Grundlage der Apparate ständig herauszufordern. (Schütz 1992: 20)

7.2 Enzensbergers Baukasten zu einer Theorie der Medien

Hans Magnus Enzensberger hat in seinem „Baukasten zu einer Theorie der Medien“ dem „repressiven Mediengebrauch“ der einer vorherrschenden „Bewusstseins-Industrie“ innewohnt, einen „emanzipatorischen Mediengebrauch“ (Tab.1) gegenübergestellt. (Enzensberger 1986: 458)

Den Begriff der „Bewusstseins-Industrie“ stellt er kritisch dem Begriff der „Kulturindustrie“ von Horkheimer und Adorno gegenüber. Grundgedanke dabei ist, dass durch die fortschreitende Industrialisierung welche kürzere Arbeitszeiten und einen höheren Lebensstandard mit sich bringt, womit mehr Raum für politisches Denken entsteht. Dieser wird von der Bewusstseins-Industrie besetzt, die wiederum Meinungen in Umlauf bringt, die Herrschaft der MachthaberInnen rechtfertigen und festigen soll, womit Herrschaft nicht mehr alleine durch materiellen Besitz gefestigt wird und werden kann. Darauf, dass kritisches Denken in der Bevölkerung erstmals möglich wurde, entwickelt nun Enzensberger seinen Medienbaukasten, womit er versucht Gegenöffentlichkeit herzustellen. Dabei greift er auf Brechts Radiotheorie zurück, wobei Vogel daran kritisiert, dass er diese kontextlos aufnimmt und auf wenige Zitate verknüpft. (Schütz 1992: 32, Vogel 1991: 116)

Tabelle 1: Repressiver Mediengebrauch vs. emanzipatorischer Mediengebrauch (Enzensberger 1986: 485)

<i>Repressiver Mediengebrauch</i>	<i>Emanzipatorischer Mediengebrauch</i>
Zentral gesteuertes Programm	Dezentralisierte Programme
Ein Sender, viele Empfänger	Jeder Empfänger ein potentieller Sender
Immobilisierung isolierter Individuen	Mobilisierung der Massen
Passive Konsumunterhaltung	Interaktion der Teilnehmer

Entpolitisierungsprozess	Politischer Lernprozess
Produktion durch Spezialisten	Kollektive Produktion
Kontrolle durch Eigentümer oder Bürokraten	Gesellschaftliche Kontrolle durch Selbstorganisation [...]

Enzensberger geht in seinen Überlegungen davon aus, dass im zu dieser Zeit gängigen Gebrauch der Medien, diese nicht zur Kommunikation genutzt werden, sondern, dass sie, ganz im Gegenteil, zu deren Verhinderung verwendet werden. Bei elektronischen Medien gäbe es zwar grundsätzlich die Gegenstücke Sender und Empfänger nicht, es wird aber trotzdem das *feedback* auf ein „systemtheoretisches Minimum“ reduziert. Technisch ist es laut Enzensberger keine Schwierigkeit aus dem Kommunikationsmedium ein Distributionsmedium zu machen. Aber es „wird bewusst verhindert, aus guten, schlechten politischen Gründen. Die technische Differenzierung von Sender und Empfänger spiegelt die gesellschaftliche Arbeitsteilung zwischen ProduzentInnen und KonsumentInnen wider, die in der Bewusstseins-Industrie eine besondere politische Zuspitzung erfährt“ (Enzensberger 1986: 472). Dabei sieht Enzensberger durch elektronische Medien zum ersten Mal die Möglichkeit für jedE an einem „gesellschaftlichen und vergesellschafteten produktiven Prozess“ (1986: 471) teilzunehmen. Sie bergen ein politisches Potential, das bisher unterdrückt wurde, und nunmehr darauf warte entfesselt zu werden und die Massen zu mobilisieren. (1986: 471, 472)

Im Zuge dessen kritisiert Enzensberger die „Neue Linke“ der 1960er Jahre, welche den neuen Medientechnologien äußerst kritisch gegenüberstand, und diese nur mit Manipulation in Verbindung brachte. Diese Sichtweise wird hier als defensiv bezeichnet, welche möglicherweise zu einem *Defaitismus* führen kann. Für Enzensberger ist dies Ausdruck eines subjektiven Gefühls der Machtlosigkeit, welche auf der objektiv richtigen Erkenntnis beruht, dass die wichtigen Produktionsmittel von der Gegenseite kontrolliert werden. Diese Haltung wird als *beschränkt* angesehen, da sie nur aus eine Kritik an den herrschenden Besitzverhältnissen besteht und nicht darüber hinausgeht und keine „vorantreibenden Kräfte“ freisetzt. (1986: 474, 475)

Den Vorwurf der Manipulation seitens der Neuen Linken sieht Enzensberger als richtig an. Manipulation wird hier als „zielbewusstes, technisches Eingreifen in ein gegebenes

Material (1986: 477) verstanden, was dann zu einem politischen Akt wird, wenn das auf gesellschaftlicher Ebene stattfindet, was in der Bewusstseins-Industrie grundsätzlich auch geschieht. Demnach liegt aber jeglichem Mediengebrauch Manipulation zu Grunde, woraus nicht die Frage aufgeworfen wird, ob Manipulation in den Medien satt findet oder nicht, sondern wer manipuliert. Enzensberger entwirft aus dieser Erkenntnis folgenden Idee: „Ein revolutionärer Entwurf muss nicht die Manipulateure zum Verschwinden bringen; er hat im Gegenteil einen jeden zum Manipulateur zu machen“ (1986: 478), wozu es direkte Kontrolle seitens der Gesellschaft, also durch ein Produktiv werden der Massen, braucht. (1986: 477, 478)

Luther Blisset kritisiert in seiner Kommunikationsguerilla allerdings Enzensberger Zugang zur Frage der Manipulation. Dessen Überlegungen beruhen nämlich auf dem inzwischen überholten Kommunikationsmodell der simplen Übertragung von Informationen, welches auch von Blisset abgelehnt wird. Dies würde nämlich in der Praxis folgende Bedeutung haben (Blisset 1997: 175):

„In der Konsequenz hieß das, in Anlehnung an die >Enteignet Springer<-Kampagne eine eigene >linke< Bild-Zeitung schaffen zu wollen. Das Hauptproblem einer solchen Vorstellung ist das verkürzte Modell von Kommunikation, das sich hinter der Annahme verbirgt, wer die Sender besitze, der könne das Denken der Menschen kontrollieren. [...] Aber selbst wer Form und Inhalt einer Botschaft vollständig kontrolliert, kann deshalb das Bewusstsein des Empfängers nicht zwangsläufig in eine bestimmte Richtung beeinflussen. Schließlich besitzt der Empfänger jenen (Rest von) Freiheit, eine Botschaft anders zu lesen, als vom Sender vorgesehen.“ (1997: 175, 176)

Enzensberger sieht es weiter als falsch an Medien lediglich im Zusammenhang mit Konsumtion zu sehen. Für ihn sind sie immer auch ein Produktionsmittel, welches „sozialisiert“ ist, da es sich im Besitz der Massen befindet. Etwaige Gegensätze diesbezüglich werden nur künstlich aufrechterhalten: „Der Gegensatz zwischen Produzenten und Konsumenten ist den elektronischen Medien nicht inhärent; er muss vielmehr durch ökonomische und administrative Vorkehrungen künstlich behauptet werden“ (1986: 478). Als unumgänglich wird hier aber angesehen, dass der einzelne, wie sich für Enzensberger schon herausgestellt hat, nur dann auch wirklich ProduzentIn werden kann, wenn er nicht isoliert bleibt. Es braucht also demnach eine gewisse Organisation: „Dagegen muss eine jede sozialistische Strategie der Medien die Isolation der einzelnen

Teilnehmer am gesellschaftlichen Lern- und Produktionsprozess aufzuheben trachten. Das ist ohne Selbstorganisation der Beteiligten nicht möglich“ (1986: 481). Das heißt, um wirklich emanzipatorische Effekte zu erreichen, braucht es Organisation des Mediengebrauchs, den Glauben dass sich Medienfreiheit lediglich durch Initiative isolierter einzelner entsteht ist für Enzensberger nur eine Illusion. (1986: 478, 479, 481)

Kritik an Enzensberger Medienbaukasten wird von Jean Baudrillard geübt. Er widerspricht dem Glauben dass den Medien revolutionäre Fähigkeiten innewohnen, die lediglich künstlich von der Bewusstseins-Industrie unterdrückt werden. Er diagnostiziert eine „phantastische Logik“ die dieser Überlegung zu Grunde geht und bezeichnet es als Teil einer „revolutionäre Metaphysik“. (Baudrillard 1978: 88)

Ein weiterer Kritikpunkt von Baudrillard ist die Verwendung eines traditionellen Kommunikationsmodells, welches Kommunikation in Sender, Empfänger und Botschaft unterteilt. Durch einen Rollentausch von Sender und Empfänger alleine kann aber noch kein emanzipatorischer Mediengebrauch entstehen. Stattdessen muss die Rede als ambivalent anerkannt werden und der Fokus auf eine eindeutige Botschaft überwunden werden. Es soll dabei vielmehr um das Aufeinandertreffen von Widersprüchen und Gegensätzen gehen. Ziel dabei ist es das „Monopol der Rede“ zu brechen, nicht „um jeden einzelnen das Wort zu erteilen, sondern damit die Rede ausgetauscht, gegeben und zurückgegeben werden kann.“ (1978: 92)

Baudrillard sieht nicht den Einfluss den Medien durch Inhalte ausüben als entscheidend an, sondern die Erkenntnis dass durch das Fernsehen Menschen weniger miteinander reden. So gesehen stellt sich für Baudrillard die Frage, ob es sich es beim Glauben daran, dass man diese Wirkung umkehren könne, bzw. dass Medien eine „Variable des Klassenkampfes“ darstellen, sich nicht um eine Illusion handelt. (1978: 94, 95)

Hans-Dieter Kübler stellt ebenfalls Enzensberger Theorie in Frage. Ausgangspunkt ist dabei eine Kritik am proletarischen Verständnis von Öffentlichkeit. Dieses beschränkt sich nämlich auf die Forderung nach Öffentlichkeit und Demokratisierung, und ist nicht mehr, wie bei der bürgerlichen Öffentlichkeit, mit der Forderung nach freiem Wirtschaften als Resultat dessen verbunden. Durch die Forderung nach Öffentlichkeit war es der Arbeiterschicht auch nicht möglich Besitz und wirtschaftliche Unabhängigkeit zu erlangen – dazu würde es revolutionäre Veränderungen auf struktureller Ebene bedürfen. Bei Brecht und seiner Radiotheorie sieht Kübler zwar noch den Zusammenhang von „Partizipation

und Kommerz“ noch nicht ganz eliminiert, bzw. diesbezüglich noch leichte Hoffnung, bei Enzensbergers Medienbaukasten bzw. seiner Forderung nach einem „emanzipativen Mediengebrauch“, wird, laut Kübler, die ökonomische Komponente aber völlig unterschlagen. Kritisiert wird hier vor allem die Reduktion auf ein rein technisches Verständnis von Medien, wodurch diese nicht mehr als Basis für *wirtschaftliches Handeln* und eine *freie Existenz* gesehen werden. (Kübler 1994: 247)

Kübler hält fest, dass „die Chance öffentlich Kommunikation zu betreiben, an Besitz und Eigentum, an die Verfügung der kommunikativen Produktions- und Verbreitungsmittel gebunden“ (1994: 249) ist, nicht zuletzt durch die immer aufwändigere und kostenintensiver werdende Produktion. Dieser Zustand wird durch Fortschreitende Kommerzialisierung und Privatisierung weiter verstärkt, sodass mögliche TeilnehmerInnen ohne Zugang weiter ausgeschlossen werden. Trotzdem kann das Ideal der freien Meinungsäußerung, wenn auch stark beschränkt, z.B. durch Offene Kanäle aufrechterhalten werden. Die eingeschränkte Möglichkeit nach öffentlicher Kommunikation veranschaulicht Kübler damit, dass er Offene Kanäle für Fernsehen und Radio als das bezeichnet, was Leserbriefe für Zeitungen sind. (1994: 249)

Bereits zuvor hat schon Enzensberger selbst, auf pessimistische und (selbst-)ironische Weise, seine Thesen zum Medienbaukasten und ähnliche Theorie verworfen, indem er das Fernsehen zum „Nullmedium“ erklärt. Unter Nullmedium versteht er die Tatsache, dass die neuen Medien im allgemeinen und Fernsehen im speziellen kein Programm mehr brauchen, das heißt es kann alles abgeworfen werden, was bisher Bedeutung oder Inhalt hatte. (Enzensberger 1988: 95, 96).

Das Nullmedium hat dabei nur wenige Gegner, die einer „Programm-Illusion“ immer noch nachhängen (1988: 98):

„Auf der einen Seite halten parteipolitische Interessen und Medienfunktionäre zäh an dem Glauben fest, das Fernsehen ließe sich zur Stabilisierung ihrer Machtposition einspannen; auf der anderen Seite fehlt es nicht an Pädagogen und an kritischen Theoretikern, die in den elektronischen Medien nach wie vor Produktivkräfte wittern, die es nur zu entfesseln gelte, um ungeahnte gesellschaftliche Lernprozesse in Gang zu setzen (eine frohe Botschaft, die man sich aus manchem alten Medien-Baukasten zusammenklauben kann). (1988: 98)

Dieser Glaube steckt auch, so Enzensberger, in den „phantastischen Auflagen des Gesetzgebers“, welcher unter anderem demokratische Werte, Freiheit, Sachlichkeit, Wahrheit mittels elektronischer Medien transportiert wissen will. Auch die „Phylogenes der Medien“ ist für diese Illusion verantwortlich. Damit ist gemeint, dass in der Evolution eines jeden neuen Mediums, dieses sich an den bereits vorhandenen orientiert, bis es eigene Positionen generiert und sich so selbst findet. Dieses Phänomen der „Fremdbestimmung“, also wie bisherige Medien „Programm“ hervorzubringen und zu transportieren, ist auch beim Fernsehen zu finden und schwer zu überwinden: „Technisch ist das keineswegs ausgeschlossen. Es ist ja kein Ding der Unmöglichkeit, mit einem Teelöffel eine Baugrube auszuheben.“ (1988: 98, 99)

Auch betreffend der Frage der Aktivität des/der ZuschauerIn hat Enzensberger bisherige Sichtweisen verworfen. Er unterstellt nämlich dem/der ZuschauerIn keineswegs mehr ein passives Verhalten, sondern erkennt ein Aktives ansteuern der Programmlosigkeit an (1988: 93). Für den/die ZuschauerIn ist es dabei offensichtlich, dass es sich beim Fernsehen um kein Kommunikationsmittel handelt, sondern um ein „Mittel zur Verweigerung von Kommunikation“ (1988: 100): „Weit davon entfernt, sich manipulieren (erziehen, informieren, bilden, aufklären, mahnen) zu lassen, manipuliert er das Medium, um seine Wünsche durchzusetzen. Wer sich ihnen nicht fügt, wird per Tastendruck mit Liebesentzug bestraft, wer sie erfüllt, durch herrliche Quoten belohnt.“ (1988: 100)

Hier kehrt Enzensberger seine Argumentation seines Medienbaukastens ironisch ins Umgekehrte, indem er in der „Nullstellung“ des Fernsehens nicht die Schwäche sieht, sondern seine Stärke und den Gebrauchswert ausmacht: „Man schaltet das Gerät ein, um abzuschalten“ (1988: 101). Dieser Nutzen sollte endlich ernst genommen werden (Inhalte, Nachrichten oder Argumente werden hingegen als Bildstörung betrachtet), Enzensberger dazu weiter: „Das Nullmedium ist die einzige universelle und massenhaft verbreitete Form der Psychotherapie. Insofern wäre es absurd, seine gesellschaftliche Notwendigkeit in Frage zu stellen.“ (1988: 100)

8 Offene Kanäle

Bei offenen Kanälen handelt es sich um lokales und regionales Fernsehen mit dem Ziel, jedem die Ausübung des Rechts auf freie Meinungsäußerung in den elektronischen Medien zu ermöglichen. Sie bieten freien und gleichberechtigten Zugang und „die Möglichkeit, sich mit selbstbestimmten Inhalten und unter eigener Verantwortung – ohne Zensur oder Vorkontrolle – an die Öffentlichkeit zu wenden“ (Studthoff 2005: 352). Die Expertengruppe Offener Kanal (EOK) definiert dabei „Offener Kanal“ wie folgt: „ein Forum für von Nutzungsberechtigten selbst initiierte (auch selbst produzierte) und selbstverantwortete audiovisuelle Beiträge aller Art, die keinen Programmrichtlinien [...] unterliegen“ (Kamp 1998: 4). Dem liegt die Idee zu Grunde, Kommunikation und kulturelle Vielfalt in den elektronischen Medien zu fördern, wobei dem zwei Gedanken vorangehen: „Offene Kanäle haben eine Korrekturfunktion zum Privatfernsehen und stärken die Partizipationsmöglichkeiten für einzelnen BürgerInnen am Mediengeschehen“ (Hansen 2003: 175). Sie sind damit neben privatem und öffentlich-rechtlichem Fernsehen und Radio die „dritte Säule des Rundfunksystems“ (Bundesverband Offene Kanäle e.V. (BOK) 1998: 1) und „unverzichtbar für demokratische Gesellschaften“ (Jahrestreffen Offener Kanäle, Berlin 1997: 1). Offene Kanäle sollen aber kein „Programm“ sein, sondern „neues kommunikatives Verhalten“ (EOK in: Kamp 1997: 186).

Offene Kanäle sind somit Teil der demokratischen Kultur, schaffen Öffentlichkeit, vermitteln Medienkompetenz, sind Orte lokaler Kommunikation, „unterstützen und handeln solidarisch mit nicht-kommerziellen Initiativen und Organisationen“ (BOK 1998:1)

Offene Kanäle sind wegen des grundsätzlich offenen Zugangs gemeinsames gesellschaftliches Eigentum und werden von Uli Kamp deshalb als „idealer Rundfunk“ bezeichnet (Kamp 1986: 499). Offene Kanäle sind öffentlich-rechtlicher Rundfunk und sollen auch als solcher gesehen werden. Für Kamp ist es deshalb selbstverständlich, dass „der Zugang zum demokratisch öffentlich-rechtlichen Rundfunk freiheitlich sein muss.“ (1986: 500)

8.1 Zwei traditionelle Zugänge: Offene Kanäle als demokratiepolitische bzw. bildungspolitische Einrichtung

Es gibt traditionell zwei unterschiedliche Zugangsweisen für die Zielsetzung Offener Kanäle, welche aus der Videobewegung der 1970er Jahre stammen: einen medienpädagogischen (prozessorientierten) und einen journalistischen (produktorientierten) Ansatz. In der Videobewegung nannte man diese Richtungen „video-animation“ und „video-militant“ (Schütz 2002: 19):

„Dabei ist video-animation prozessorientiert angelegt, sucht also vorrangig die Förderung des kreativen Potentials der NutzerInnen und möchte personale Kommunikation und Gemeinschaftserlebnisse anregen. video-militant hingegen ist produkt- bzw. publikumsorientiert und behält die Trennung von ProgrammproduzentInnen und passive RezipientInnen weitgehend bei.“ (Schütz 2002: 19)

Darin liegt auch die Begründung für die Notwendigkeit von Offenen Kanälen: einerseits als demokratiepolitische Initiative mit dem Grundrecht auf freie Meinungsäußerung, andererseits zur Vermittlung von Medienkompetenz. Ersterere Begründung war vor allem in den 1970er und 80er Jahren vorherrschend, letztere in den 90er Jahren. (2002: 21)

Die Umsetzung des Rechts auf freien Meinungsäußerung basiert dabei auf Artikel 19 der Universal Declaration of Human Rights der Vereinten Nationen vom 10.12.1948: „Jeder hat das Recht auf Meinungsfreiheit und freie Meinungsäußerung; dieses Recht schließt die Freiheit ein, Meinungen ungehindert darzulegen sowie über Medien jeder Art und ohne Rücksicht auf Grenzen Informationen und Gedankengut zu suchen, zu empfangen und zu verbreiten.“ (2002: 21)

Der Arbeitskreis Offene Kanäle (AKOK) hält dazu in seinem Grundsatzpapier vom 8.3.2001 fest, dass Kommunikation, Information und Medien in einer demokratischen Gesellschaft nicht dem ökonomischen Sektor überlassen werden dürfen, sondern Teil von Kultur und Demokratie sind: „In einer Demokratie dienen Medien zentral der gesellschaftlichen Meinungs- und Willensbildung, also einem offenen Aushandlungsprozess widerstreitender Interessen, in dem alle zu Wort kommen können müssen“ (AKOK der DLM 2001a: 109). Daraus folgt seitens der AKOK die Überlegung,

dass dies nur durch einen freien Zugang zu den Medien erfolgen kann, welchen nur BürgerInnenmedien wie offene Kanäle bieten können (2001a: 109):

„Bürgermedien liefern damit eine Plattform für eine demokratische Kommunikationskultur, die weder die privat-kommerziellen noch die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanbieter im Lokalen anzubieten vermögen (Subsidiaritätsprinzip). Neben einer partizipativen nehmen sie aber auch eine integrative Funktion wahr, die sich zum Beispiel in der Förderung des interkulturellen Dialogs ausdrückt.“ (2001a: 109)

Der Schlüsselbegriff der bildungspolitischen Begründung von offenen Kanälen ist Medienkompetenz. Hier geht es konkret darum, einer größer werdenden Wissenskluft, dem so genannten „Digital Divide“ entgegenzuwirken. Dabei steht der soziale Aspekt im Vordergrund, nämlich insofern, dass sozial und somit auch ökonomisch benachteiligte Gruppen nur erschwert Zugang zu Medien besitzen. In einer Medien und Informationsgesellschaft darf dieser Zugang aber nicht durch finanzielle Kriterien abhängig sein, wodurch die Förderung von „media literacy“ zu einer wichtigen Komponente wird. Die Vermittlung von rein technischen bzw. handwerklichen Fähigkeiten reicht dabei aber nicht aus (Schütz 2002: 22):

„Die Medien- und Informationsgesellschaft zeigt sich zunehmend als ein Labyrinth, in dem man Orientierungspunkte anbieten muss, eine Art von Kartographie. Dabei geht es auch um soziale Qualifizierung und eine umfassende Kommunikationskompetenz. [...] Der Weg soll von einer reinen Informationsgesellschaft zu einer neuen Wissenskultur führen, die auch den sozialen Erfahrungsaustausch berücksichtigt.“ (2002: 22)

Auch zur Frage der Förderung von Medienkompetenz hat der AKOK der DLM am 15.1.2001 ein Positionspapier verfasst:

„Die Kompetenz, Medien zu durchschauen, sie für eigene Interessen zu nutzen und sie mitzugestalten, wird in Zukunft für die Einzelne und den Einzelnen wichtige Voraussetzung sein, um sich (weiterhin) aktiv am gesellschaftlichen Leben zu beteiligen. Der Vermittlung von Medienkompetenz, vor allem in Bildungs- und beruflichen Bereich, kommt daher eine entscheidende Rolle in der sich entwickelten Informationsgesellschaft zu.“ (AKOK der DLM 2001b: 121)

Dabei geht es auch vor allem um die Vermittlung von „kommunikativer Kompetenz“, wobei im Zuge des Positionspapiers drei Vermittlungsziele genannt werden, nämlich Sachkompetenz, Rezeptionskompetenz und Partizipationskompetenz. (2001b: 21)

8.2 Vier Zugänge der Cultural Studies zu alternativen Medien

Im Zuge der Cultural Studies unterscheiden Olga Guedes Bailey, Bart Cammaerts und Nico Carpentier vier Zugänge zu alternativen Medien, zu denen Offene Kanäle zuzurechnen sind: „serving a community; alternative media as an alternative to the mainstream media; linking alternative media to civil society; and alternative media as rhizome“ {Bailey, Cammaerts, Carpentier 2008: xiii). Sie gehen zunächst dabei, wie in den Cultural Studies üblich, davon aus, dass Medien sich nicht in einem Vakuum befinden, sondern dass sie in ein ökonomisches, politisches und kulturelles Umfeld eingebettet sind, egal ob lokal, national, regional oder international. Aus diesem Grund spielen alternative Medien in politischen Theorien und Systemen, vor allem betreffend partizipatorischer Modelle von Demokratien, eine wichtige Rolle. Der Begriff des politischen wird hier deshalb (ähnlich dem Kulturbegriff der Cultural Studies) nicht auf einzelne Sphären oder Systeme reduziert, sondern wird sehr weit definiert: „the political cannot be reduced to the formal political system, to institutions or to political procedures“ (2008: 5). Er soll im Gegensatz Gesellschaft als Ganzes mit allen unterschiedlichen Aspekten umfassen. (2008: 4, 5)

8.2.1 Serving a community

Die Definitionen des Begriffs „community“ sind vielfältig. Immer wieder standen andere Aspekte im Mittelpunkt. Traditionell ist der Begriff an geographische Aspekte und an Ethnizität gebunden. Dieser Zugang wurde aber später insofern ausgebaut, dass nicht-geographische Aspekte in den Mittelpunkt rückten. Beispiele wären hierfür die Begriffe „community of interest“ oder „community of practice“, welche über geographische Grenzen hinausgehen. Durch das vermehrte Aufkommen von neuen Kommunikations- und

Informationstechnologien wie der des Internets wurden die Begriffe „virtual“ oder „online“ community gebildet. Besonders bei der online community zeigt sich, dass ein gemeinsamer geographischer Raum keine notwendige Bedingung für die Bildung von Gemeinschaften darstellt. Diese Konzeptualisierung von community wurde in weiterer Folge insofern erweitert, dass die subjektive Konstruktion von community in den Mittelpunkt gestellt wurde. Die zentralen Begriffe sind hierbei „interpretative community“, „community of meaning“ und „imagined community“. Das bedeutet einen Wechsel weg von strukturellen Zugängen hin zu symbolischen Konstruktion, bzw. die Fokussierung auf Kultur statt Struktur. Basierend auf diesen Überlegungen kann community folgendermaßen beschrieben werden (2008: 8-10):

„community is not something that is imposed on people from the outside. A community is actively constructed by its members and those members derive an identity from this construction. This perspective also allows defining community as fluid and contingent, where the feeling of belonging to a community does not necessarily exclude affinities towards other communities or social structures.“ (2008: 10)

Bezüglich des Verhältnisses zwischen alternativen Medien und communities bringen die Autoren den Begriff der „Partizipation“ (participation) ins Spiel. Die Kommunikation zwischen „broadcaster“ und community entspricht dem Konzept der „two-way communication“. Es wird zwischen Partizipation *in* Medien und Partizipation *durch* Medien unterschieden. Partizipation *in* Medien meint die Partizipation von Amateuren an der Produktion und Entscheidung von und über Medieninhalten. Partizipation durch Medien hingegen meint, die Möglichkeit zur ausführlichen Beteiligung an öffentlichen Debatten und zur Selbstrepräsentation im öffentlichen Raum. (2008: 11)

Im serving a community Zugang steht die Beziehung zwischen „broadcaster“ und community im Vordergrund, wobei die Zielsetzung folgendermaßen beschrieben werden kann (2008: 14):

„the aim of alternative media in approach one – serving the community – is often translated as enabling and facilitating access and participation by members of the community. ‘Ordinary’ people are given the opportunity for their voices to be heard, and take responsibility for distributing their own ideologies and representations. Topics that are considered relevant to the community can be discussed by members

of the community. This empowers its members by signifying that their statements are considered important enough to be broadcast. Societal groups that are represented one-sidedly, disadvantaged, stigmatized, or even repressed can especially benefit from using the channels of communication opened by alternative media, to strengthen their internal identity, manifest this identity to the outside world, and thus enable social change and/or development.” (2008: 14, 15)

Das Defizit dieses Zugangs liegt darin, dass two-way communication zwei Seiten braucht, die mehr oder weniger gleich großes Interesse an dieser Kommunikation besitzen. Dies wird zusätzlich durch Medientechnologien verstärkt, die auf einseitige Kommunikation ausgerichtet sind. Ein anderes Problem ist jenes, dass das Konzept von community oft auf geographische Aspekte reduziert wird. Durch diese Einschränkung auf einen geographisch beschränkten Raum werden aus finanziellen Gründen oft die eigentlichen Ziele zu Gunsten kommerziellerer Formate vernachlässigt. (2008: 15)

8.2.2 Alternative media as an alternative to mainstream media

Bei diesem Zugang liegt die Betonung auf der Alternative und der Unterscheidung zu herkömmlichen Medien. Sie werden dabei entweder als zusätzliches Angebot, oder als gegenhegemoniale Kritik des Mainstreams betrachtet. Die Idee ist demnach immer mit Ideologie, Dominanz und Hegemonie nach Gramsci verbunden, und drückt eine alternative Sichtweise zu hegemonialen (politischen) Perspektiven aus. Als notwendig wird das deshalb angesehen, da herkömmliche Medien die Definitionsmacht darüber haben, welche Themen öffentlich diskutiert werden sollen und welche Akteure dabei zu Wort kommen. Durch alternative Medien kann hingegen Unterrepräsentierten eine Stimme verschafft werden. (2008: 15, 16):

„subordinated groups exercise their power to contest hegemonic meanings through a discursive practice of resistance that is, to produce non-conformist and sometimes counter-hegemonic representations of the views of those marginalized, misrepresented and under-represented in the public sphere. Alternative media are one of the many sites that provide these societal groups (and others) with the opportunity to produce these non-conformist and counter-hegemonic representations.” (2008: 17)

Merkmale alternativer Medien sind hierbei eine Orientierung auf bestimmte, meist benachteiligte communities, auf Unabhängigkeit von Staat und Markt, auf eine horizontale, demokratische Hierarchie mit offenen Zugangsmöglichkeiten und auf die Vermittlung von nicht-dominanten Diskursen und Repräsentationen mit Betonung auf Selbstrepräsentation. Diese extreme Differenzierung zu herkömmlichen Medien bringt allerdings den Nachteil einer geringeren finanziellen und organisatorischen Stabilität mit sich. Dies ist vor allem dann der Fall, wenn herkömmliche Medien in direkte Konkurrenz mit den alternativen treten und vorgeben, deren Zielsetzung ohnehin zu erfüllen. Ein anderes Problem liegt auch in der geringen politischen Priorität, die alternativen Medien oft zugesprochen wird. (2008: 18, 20)

8.2.3 Linking alternative media to civil society

Hier werden alternative Medien als Teil der Zivilgesellschaft verstanden, wobei es immer ein komplexes Zusammenspiel bzw. Überlappungen zwischen Zivilgesellschaft, Markt und Staat gibt. Zivilgesellschaft wird zwar oft als Einzelbegriff beschrieben, unterliegt aber tatsächlich einer hohen Differenzierung und Fragmentierung. Die Wichtigkeit von Zivilgesellschaft, neben anderen Aspekten, ist vor allem: „the subject of democracy, or more precisely, the intellectual and political need to revive the democratic imagination“ (2008: 22). In weiterer Folge wird der Begriff der „Multitude“ (multitude) ins Spiel gebracht. Damit sollen die Pluralität und die Unterschiede innerhalb der Zivilgesellschaft als Produkt aller dieser einzelnen Differenzierungsmerkmale dargestellt werden. Der Sinn davon ist gemeinsam kommunizieren und handeln zu können und zugleich die internen Unterschiede beizubehalten. Der Begriff der Multitude ist stark mit dem Begriff des Politischen und der Demokratie verbunden, wobei (2008: 20–23):

„Democracy, from this perspective, also deals with activism, with political and cultural struggles in the process of social change that are actively performed in the sphere of civil society, and with changing political identities. Democracy is thus conceived as an open horizon without fixed content – a content that is the object of ongoing oscillations between conflict and always temporary consensus, and between inherently opposed interests within society. The democratic horizon recedes ever further, with new demands and new challenges, new political logics and new articulations of what constitutes the public interest.“ (2008: 23)

Alternative Medien als Teil von Zivilgesellschaft könne als “dritte Stimme” zwischen staatlichen (oder öffentlich-rechtlichen) und privat-kommerziellen Medien betrachtet werden. Da diese Medien vor allem durch kommerziellen Druck nicht auf community-Ebene operieren können, decken alternative Medien dieses Terrain ab. (2008: 23)

Zunächst können alternative Medien, genau wie viele andere Organisationen als „gewöhnlicher“ Teil im Feld der Zivilgesellschaft betrachtet werden. Durch politische Aktivitäten in unterschiedlichen (Mikro-)Sphären wird eine Demokratisierung *von* Medien gefördert. Dies ist vor allem wichtig da man so demokratisches Handeln und Verhalten lernt, also Partizipieren durch Partizipieren lernt. Wenn man aber über die Sichtweise alternativer Medien als „gewöhnlicher“ Teil der Zivilgesellschaft hinausgeht und die potentielle Rolle von Medien als große öffentliche Sphäre in den Blickpunkt rückt, werden alternative Medien wichtig, weil sie Demokratisierung *durch* Medien fördern (2008: 24, 25):

„Alternative media can overcome the absolutist interpretation of media neutrality and impartiality, and offer different societal groups and communities the opportunity for extensive participation in public debate and for self-representation in the (or a) public sphere, thus entering the realm of enabling and facilitating macro-participation.“ (2008: 25)

Bei diesem Zugang wird die Spannung zwischen alternativen Medien, dem Staat und dem Markt in den Vordergrund gestellt. Dadurch sehen kommerzielle und öffentliche Medien alternative als Herausforderer. Die Ablehnung von kommerzieller Werbung als Einnahmequelle schwächt die finanzielle Lage. Weiters erschwert wird die Situation, dann, wenn alternative Medien als Kritiker eines repressiven Staates gesehen werden. Probleme bringt auch die flache Organisationsstruktur: „Organisations that are horizontally structured and oriented towards participation have to deal with a certain degree of inefficiency, sometimes undermining their functioning and the realisation of their objectives, perverting these objectives.” (2008: 25)

8.2.4 Alternative media as rhizome

Mit dem Begriff „Rhizom“ (rhizome) wird eine Kritik am Konzept der alternativen Medien mit relationalistischen Aspekten von Zivilgesellschaft verstärkt und zusammengeführt. Der Begriff „alternativ“ wird dabei insofern kritisiert, da dieser auf der Annahme beruht, dass diese Medien eine Alternative zu etwas anderem sind – es wird also eine Reduktion auf ein binäres Paar von Gegensätzen durchgeführt. Sie werden dadurch auch mit oppositionellem Denken verbunden, worin eine weitere Einschränkung liegt. Die Kritik relationalistischer Aspekte von Zivilgesellschaft hinterfragt die bisherige Gegenüberstellung von Zivilgesellschaft zu Staat und Markt. Der relationalistische Ansatz plädiert dabei eher für eine engere Verbindung von Staat und Zivilgesellschaft, indem der Staat einerseits der Zivilgesellschaft einen Rahmen gibt (Grenzen setzt und Regeln bildet) und andererseits Raum darin besetzt. In diesem Zusammenhang zitieren die Autoren Walzer: „Only a democratic state can create a democratic civil society; only a democratic society can sustain a democratic state.“ (2008: 26)

Die Metapher Rhizom wird von Deleuze und Guattari entlehnt, und basiert auf dem Gegensatz von „rhizomatic“ und „arbolescent thinking“. Zweiteres hat eine lineare, hierarchische und fixe Struktur und kann mit den Verästelungen eines Baumes verglichen werden. Diese Struktur entspricht der Philosophie des Staates. Die rhizomatische Struktur ist dagegen nicht-linear, anarchisch und nomadisch. Dabei ist jeder Punkt mit dem anderen verbunden. Charakteristiken eines Rhizoms sind: „the principles of connection and heterogeneity, multiplicity, a signifying rupture, cartography and decalomania.“ (2008: 26, 27)

Der rhizomatische Zugang zu alternativen Medien stellt drei Aspekte in den Mittelpunkt: „their role at the crossroads of civil society, their elusiveness, and their interconnections and linkages with market and state“ (2008: 27). Betreffend ihrer Rolle in der Zivilgesellschaft geben alternative Medien die Möglichkeit lokale communities mit translokalen Netzwerken zu verbinden. Damit kann dann die Dichotomie zwischen dem Lokalen und dem Globalen überwunden werden. Durch die Einbettung in eine fluide Zivilgesellschaft und ihre antagonistischen Beziehung zu Staat und Markt ist die Identität von alternativen Medien höchst flüchtig und schwer zu fassen. Mit anderen Worten sind sie durch ihre Vielfältigkeit sehr schwer zu regulieren und zu kontrollieren. Der dritte

Aspekt verweist darauf, dass alternative Medien nicht nur mit der Zivilgesellschaft verbunden sind, sondern dass diese Verbindungen auch zu Staat und Markt bestehen, ohne dass sie ihre Identität verlieren oder assimiliert werden. Es herrscht demnach ein Wechselspiel von Widerstand und Kooperation, weshalb auch gerne der Begriff „transhegemoniale Medien“ verwendet wird. (2008: 27, 28)

Der Rhizom-Zugang baut auf der Wichtigkeit von Zivilgesellschaft und Demokratie auf. Er unterscheidet sich vom dritten Zugang (civil society) dadurch, dass alternative Medien hier nicht als Teil der Zivilgesellschaft verstanden werden, sondern: „on their catalytic role in functioning as the crossroads where people from different types of movements and struggles meet and collaborate.“ (2008: 29) Und weiter:

„In this fashion alternative media not only function as an instrument giving voice to a group of people related to a specific issue, but also become a medium for rearticulating impartiality and neutrality and grouping people and organisations already active in different types of struggle for equality (or other issues).“ (2008: 29)

Auf Grund der Komplexität und schweren Erfassbarkeit von alternativen Medien plädieren die Autoren für einen multi-theoretischen Zugang. Das bedeutet dass kein Zugang alleine ausreicht, sondern dass der Diversität von Community-Medien nur durch eine simultane Anwendung aller vier Zugänge genüge getan werden kann. Trotzdem wird das Hauptaugenmerk auf den vierten Zugang, den des Rhizoms, gelegt. Begründet wird das unter anderem damit, dass dieser mehr die Gesellschaft in den Mittelpunkt stellt. Somit wird ein Gegenstück zur Kommunikations- und Medienwissenschaft gelegt, welche traditionell eher medienzentriert arbeiten, und einem reduktionistischen Zugang widersprochen, welcher auf eine getrennte Betrachtung von Medien und Gesellschaft hinausläuft. Weiters wird durch den Rhizom-Zugang auch der civil society approach vertieft. Schlussendlich erlaubt dieser Zugang, die strikte Abtrennung zu den Mainstream-Medien und zu Markt und Staat zu durchbrechen. Dies ist von Vorteil, da der bisherige Kampf an mehreren Fronten alternative Medien immer wieder geschwächt und isoliert hat. So aber entsteht mehr Raum zur Neupositionierung und zu Kollaborationen, die bisher nicht möglich waren (2008: 30, 33):

„A further increase in the density of rhizome will help alternative media to combine their critical stance towards mainstream communicative, organizational and political discourses with strategic alliances with the mainstream. This will ensure the continued existence of these important media, the democratic discourses they carry, and their capacity to strengthen (communication) democracy.“ (2008: 33)

8.3 Interkulturelle Kompetenz durch Offene Fernsehkanäle

Offene Kanäle können einen wichtigen Beitrag zur Integration (nicht nur auf interkultureller Ebene) liefern. Der Offene Kanal fungiert dabei selbst als soziales System, „in dem Integration über wechselseitige Abhängigkeiten selbst bei abweichender Werthaltungen erfolgt.“ (Linke 1996: 1)

Fernsehen kann im Allgemeinen zu einem interkulturellen Dialog positiv beitragen. Dennoch, so zeigt die Erfahrung, stoßen Programme mit interkulturellem Inhalt nicht gerade auf großes Interesse beim Publikum. Der Grund liegt darin, dass Fremdheit und kulturelle Vielfalt eher als Bedrohung gesehen werden. Das hat aber den Effekt, dass sich so „eine Mehrheitsgesellschaft in Zeiten von Globalisierung und einer damit verbundenen zunehmenden Entwicklung multiethischer und kulturell heterogener Strukturen ins Abseits“ (Hansen 2001: 1) befördert. Heute und in Zukunft, ist neben Medienkompetenz „interkulturelle Kompetenz“ eine entscheidende Qualifikation für das Zusammenleben mit Menschen unterschiedlicher kultureller Herkunft. Dadurch werden nicht nur „Weltbilder und Wertesysteme“ verändert, sondern es entwickelt sich daraus auch „neue Orientierungs- und Deutungsmuster, mit denen Lebenswelten gestaltet werden.“ (Hansen 2001: 1,2)

Es sind nicht von der Hand zu weisende Tatsachen, dass es innerhalb von Staaten Unterschiede kultureller Art bestehen und dass Kultur keine homogene Einheit ist. Es bilden sich aber auch immer wieder kulturelle Gemeinschaften auch über Staatsgrenzen hinaus. Es ist deshalb wichtig „die Grenzen innerhalb der Kulturen selbst wahrzunehmen“ (2001: 2) und dabei „die Relativität der eigenen Position zu erkennen und in der Folge konfliktfähiger zu werden“ (2001: 2). Um das zu erreichen, muss der Dialog abstrakte Kategorien wie das „Fremde“ und das „Eigene“ ersetzen. Medien, besonders Offene Kanäle können dabei eine entscheidende Rolle spielen. (2001: 2, 3)

Hansen sieht besonders eine „Ignoranz gesellschaftlicher Realitäten“ (2001: 3) dafür verantwortlich, dass es hauptsächlich Offenen Kanälen als „Plattform für eine

demokratische Kommunikationskultur“ (2001: 3) vorbehalten ist, kulturellen Minderheiten die Möglichkeit zu geben sich medial mitzuteilen, und so eine partizipative und eine integrative Funktion zu übernehmen. Die Erfahrung hat dabei gezeigt, dass Offene Kanäle ein wichtiges „Sprachrohr für Minderheiten“ (2001: 3) sind, wobei muttersprachliche Sendungen zu 80% politischen Inhalt haben (womit der Behauptung, Offenen Kanäle seien kein politisches Medium widersprochen werden kann). Da Offene Kanäle vor allem eine lokale Komponente haben, kann durch in der jeweiligen Region ein interkultureller Dialog verankert und gefördert werden. (2001: 3,4)

8.3.1 Europäische Integration

Diese Überlegungen zur interkulturellen Integration lassen sich auch auf europäischer Ebene anwenden. Gernot Schumann hält fest, dass für die Bildung eines europäischen Bewusstseins bzw. einer europäischen Identität vor allem eine europäische Öffentlichkeit notwendig ist, denn „nur über Diskurs, am besten grenzüberschreitend, entsteht ein Gemeinschaftsgefühl und bildet sich eine gemeinsame Identität heraus“ (Schumann 2005: 8). Dass BürgerInnenmedien für die europäische Integration eine wichtige Rolle spielen können, wird dabei gerne in Abrede gestellt. Dem kann aber entgegengehalten werden, dass auch sämtliche andere Versuche, über transnationale Medien eine europäische Öffentlichkeit herzustellen, ebenfalls gescheitert sind. Schumann plädiert deshalb wegen der kleinen Sendegebiete für Offene Kanäle: „Denn gerade weil sie lokal oder regional aufgestellt sind, können sie europäische Themen auf das mittelbare Lebensumfeld der Menschen in ihrer spezifischen Sprache herunter brechen“ (2005: 8-10).

8.4 Herausforderung Internet

Durch das Aufkommen des Internets sind BürgerInnenmedien wie Offene Kanäle unter Druck geraten. Es wurden Stimmen laut, die nach einer Abschaffung von BürgerInnenmedien riefen mit der Begründung, dass BürgerInnen in Zukunft ihrem Grundrecht auf freie Meinungsäußerung im Internet nachgehen könnten (Jürgen Linke in:

Offener Kanal Merseburg-Querfurt e.V. 2004: 81). Offene Kanäle werden durch das Internet aber nicht obsolet, denn aus der Geschichte der Medien ist bekannt, dass noch kein Medium ein anderes verdrängt hat. So werden auch weiter Radio und Fernsehen Leitmedien sein. (AKOK der DLM 2001c: 119)

Internet und BürgerInnenmedien haben einige Gemeinsamkeiten und stehen deshalb auch in Konkurrenz: Beide Medien bieten unter anderem die Möglichkeit des Wechsels zwischen RezipientInnen- und ProduzentInnenrolle, neuer Formen demokratischer Partizipation sowie einer größeren Unabhängigkeit von den herkömmlichen Massenmedien“ (AKOK der DLM 2001c: 115). Es wird aber in der Praxis eher von einer Komplementärsituation ausgegangen, „die alles in allem Engagement und soziales Miteinander, technische Avantgarde und eingeübte Verbreitung, strukturelle und inhaltliche Kompetenzen, potentielle und praktizierte Partizipation vereint.“ (2001c: 115)

Gerade deshalb müssen Offene Kanäle bzw. BürgerInnenmedien diese Technologie nutzen und so neue lokale und globale Ebenen der Vernetzung und Kommunikation entwickeln (Jürgen Linke in: Offener Kanal Merseburg-Querfurt e.V. 2004: 81). Dabei müssen die bisher mit den BürgerInnenmedien gemachten Erfahrungen, vor allem in der „Vermittlung partizipativer Medienkompetenz“ (AKOK der DLM 2001c: 115) für das Internet genutzt werden (2001c: 119).

Der AKOK der DLM macht dabei sechs Punkte für den Gebrauch des Internets seitens BürgerInnenmedien aus: „Internet als Mittel der Öffentlichkeitsarbeit“, „Internet als Ort der direkten Kommunikation“, Internet als überregionale Kommunikationsebene“, Internet als Werkzeug der Rundfunkproduktion“, Internet als Plattform des Programmaustausches“ und „Internet als didaktische Aufgabe“ (2001c: 116, 117).

Der BOK hat deshalb schon 1998 gefordert, „dass bei der bevorstehenden Digitalisierung der Verbreitungswege die lokale und unentgeltliche Heranführung und Einspeisung ihrer Programme gewährleistet wird, dass sie Bestandteil der lokalen bzw. regionalen Programmbouquets werden und an den Pilot- und Modellprojekten teilnehmen. (BOK 1998: 1)

8.5 Entwicklung Offener Kanäle in Deutschland

Mit der Verkabelung und parallel zur Einführung von Privatfernsehen ging im Zuge der Kabelpilotprojekte in Ludwigshafen am 1.1.1984 der erste Offene Fernsehkanal auf Sendung. Darauf folgten zwei weitere am 1.6.1985 in Dortmund und 28.9.1985 in Berlin. Der Gründung von Offenen Kanälen ging ein Konzept der wenige Jahre zuvor gegründeten EOK voraus, welches diese als Forum aller BürgerInnen, die im Verbreitungsgebiet wohnhaft sind, für selbstinitiierte und –verantwortet audio-visuelle Beiträge ohne Beschränkungen und Programmrichtlinien begreift. (Schütz 2002: 31, 32)

Die ersten Forderungen nach Offenen Kanälen in Deutschland gehen ins Jahr 1928 zurück. Dort stellte der „Arbeiter-Radio-Bund Deutschland e.V.“ zwölf medienpolitische Forderungen, welche den Ruf nach „Versuchssendern auch für ernsthafte Amateurgruppen“ beinhaltete. (Kamp – unbekanntes Jahr: 1)

Die endgültige Einführung von Offenen Kanälen wurde von einer kontrovers geführten medienpolitischen Diskussion begleitet, wobei drei grundsätzlich verschiedene Positionen eingenommen wurden. Von der einen Seite gab es die Befürchtung des Missbrauchs dieses Mediums seitens politischer Extremisten und „Sonderlinge“. Die andere Seite sah Offene Kanäle als Möglichkeit, bisher von elektronischen Medien vernachlässigte bzw. ausgeschlossene BürgerInnen zu Öffentlichkeit zu verhelfen. Die dritte Seite sah Offene Kanäle als Alibi bzw. als taktische Maßnahme um kommerzielles Kabelfernsehen zu ermöglichen bzw. KritikerInnen davon abzulenken. (Petrich 1984: 871). Der Verdacht des Alibis basiert darauf, dass in Deutschland die Entstehung Offener Kanäle nicht, wie in anderen Ländern, aus dem Engagement von BürgerInneninitiativen entstanden ist, sondern auf der Empfehlung einer Kommission (der EOK, Anm. d. Verf.), welche von der Bundesregierung eingesetzt worden ist, beruht. (Grothe, Müller 1993: 317)

Studien bremsen nach den ersten Monaten vorläufig die großen Hoffnungen bezüglich der Schaffung von Öffentlichkeit, und diagnostizierten, dass „der OK Ludwigshafen noch weit davon entfernt ist, als lokales Medium für die von den etablierten Medien vernachlässigten Bevölkerungsgruppen zu fungieren“ (1984: 878). Nur ein Viertel der ProgrammacherInnen gab das Erreichen von Öffentlichkeit als Intention an. Zwei Drittel verfolgten politische und kulturelle Ziele (1984: 878). Im Allgemeinen blieb auch die Teilnahmebereitschaft an Projekten hinter den Erwartungen und Hoffnungen zurück.

Ähnliches galt für die ZuschauerInnen. Bei diesen hatten Sendungen mit politischem und aktuellem Inhalt keine Bedeutung. (Dehm, Klinger 1984: 883, 886)

Obwohl diese Ergebnisse noch mit Vorsicht zu betrachten waren, wurden sie später (1993) bestätigt. Offene Kanäle waren immer noch „weit davon entfernt [...] ein repräsentatives Bürgermedium zu sein“ und politische Zielsetzungen hatte für den Großteil der ProduzentInnen immer noch keine Relevanz (der Anteil politbezogener Sendungen lag bei 5-10 Prozent). Das Resümee konnte folglich nur lauten: „Eine Förderung der kommunikativen Chancengleichheit für vernachlässigte Gruppen wird in der Aufbauphase eindeutig nicht erreicht.“ (Heidinger, Schwab, Winterhoff-Spurk: 1993: 338)

Frühe Kritik am Offenen Kanal Ludwigshafen kam von Hans Uwe Daum, der BürgerInnenfernsehen zwar zugestand, Menschen einander näher zu bringen, aber betonte, dass man sich nicht von den bis dahin wenigen positiven Beispielen blenden lassen soll. In Ludwigshafen, so Daum, hatten sich die Experten bezüglich einer konkreten Umsetzung anscheinend nur wenig Gedanken gemacht. Das Resultat war eine nur geringe Zahl an Beiträgen, sodass nur durch Wiederholungen ein Durchschnitt von einer Sendung pro Abend erreicht werden konnte. Beiträge kamen lediglich von Personen die eine professionelle Karriere als Ziel hatten, oder Gruppen die ohnehin bereits aktiv waren. Das Ziel den durchschnittlichen ZuschauerInnen zu aktivieren, konnte so nicht erreicht werden. Auch die Sendungen selbst schienen nicht für ein bestimmtes Publikum gemacht zu sein – es stand eher die Selbstdarstellung der AutorInnen im Vordergrund. (Daum 1986: 492-495) Als Grund dafür sah Daum vor allem die mangelnde Professionalität bzw. den mangelnden Willen jemanden erreichen zu wollen. Er wies zwar darauf hin, dass jede BürgerIn und jede Gruppe das Recht hat sich ohne Zensur darzustellen, aber: „Sie sollten auch das Recht haben, ehrlich beraten zu werden, darauf hingewiesen zu werden, dass ihre Sendungen – milde ausgedrückt – schwer verdaulich sind und dass sie ins Leere ausgestrahlt werden.“ (1986: 496)

Kritisiert wurde also das nicht vorhandene Angebot an Weiterbildungsmöglichkeiten, weshalb die Entwicklung einer passenden „Kommunikationsinfrastruktur“ angeregt wurde. Dazu ist das Engagement von medienpolitisch und medienpädagogisch aktiven Organisationen notwendig. Dabei wurde auch die Einführung von Trainingsmaßnahmen angeregt, welche die Kreativität bezüglich alternativer Gestaltungsformen fördern sollte. Im Zuge dessen wurden Offene Kanäle auch gerne als Kommunikations- und

Medienwerkstatt bezeichnet. Hiedinger, Frank und Winterhoff-Spurk sprachen diese Funktion Offenen Kanälen zwar nicht ab, betonten aber, dass dieses Konzept langfristig nicht Erfolg versprechend sei und deshalb der Blick Richtung Publikum nicht vernachlässigt werden dürfte. (Heidinger, Frank, Winterhoff-Spurk 1993: 340)

Überraschend waren die enttäuschenden Ergebnisse der ersten Jahre auf keinen Fall, denn in den USA wurden zuvor schon die selben Erfahrungen gemacht, nämlich dass „public access“-Medien nur einen sehr kleinen Zuschauerkreis erreichen (Bretz 1975: 23), obwohl aber das Bedürfnis nach zusätzlich Kommunikations-Kanälen als durchaus vorhanden betrachtet wurde (Wurtzel 1975: 21). Auch Pamela Doty bezeichnete bereits 1975 den Gedanken als naiv, dass Menschen, die Professionelles gewohnt sind, den Fernseher einschalten würden um sich amateurhafte „home movies“ ihrer NachbarInnen anzusehen. Auch die Hoffnungen, dass im Zuge dieser Programme mehr Kritisches und Kontroversielles produziert werden würde, stellten sich als verfehlt heraus. Bereits Doty forderte deshalb mehr Beratung für ProduzentInnen, um das Amateurhafte zu überwinden. Sie wies auch bereits darauf hin, dass man sich aber trotzdem nicht zu sehr an professionellen Programmen orientieren soll um ein größeres Publikum zu erreichen, und beschrieb deshalb als große Herausforderung: „to play up its virtues (von amateurism, Anm. d. Verf.): freshness, spontaneity, serendipity, and a special sense of adventurism which I feel many viewers would respond enthusiastic to.“ (Doty 1975: 34, 35, 41)

8.5.1 Neue Konzepte

Als Schlussfolgerung der ernüchternden Erfahrungen der Eingangsphase konnte nur gezogen werden, „dass die Annahme, mit dem technisch-organisatorischen Aufbau eines Offenen Kanals sei auch dessen Erfolg gesichert, nach allem zumindest als naiv erscheint“ (Heidinger et. al. 1993: 340). Im Zuge der Diskussion über die Entwicklung neuer Konzepte wurden besonders das *Prinzip der Schlange* diskutiert, aber auch die Zuwendung zu einer mehr medienpädagogischen Ausrichtung und, damit zusammenhängend, eine Steigerung der Qualität. Die Zielsetzung war dabei vor allem eine höhere Relevanz Offener Kanäle bei den RezipientInnen.

Das Prinzip der Schlange vs. Programmschema

Nach dem Prinzip der Schlange (first come, first serve) werden die Vergabe von technischer Ausrüstung und Sendeplätzen geregelt. Das heißt sie erfolgt nach der Reihenfolge der Anmeldungen. Seitens der NutzerInnen gehen die Meinungen über die Sinnhaftigkeit dieses Prinzips auseinander. Auf der Seite der BefürworterInnen wird damit argumentiert, dass nur dadurch ein gerechter und gleichberechtigter Zugang zum Offenen Kanal und seinen knappen Ressourcen gewährleistet werden kann. Es darf dabei aber nicht unerwähnt bleiben, dass diese BenutzerInnengruppe weniger von den Defiziten dieses Organisationsprinzips betroffen sind, da sie einerseits selbst privat Zugang zu der nötigen Ausrüstung für die Sendungsproduktion und/oder andererseits kein Interesse an regelmäßigen fixen Sendungen haben bzw. auf keine bestimmte Zielgruppe orientiert sind. (Grothe, Müller 1993: 321)

NutzerInnen, die regelmäßige Sendungen mit fixen Zeiten produzieren und dabei ein gewisses Publikum erreichen wollen, werden allerdings durch dieses Prinzip benachteiligt. Dies liegt vor allem daran, dass diese keine fixe zeitliche Planung durchführen können. Durch die daraus resultierenden unregelmäßigen Sendungen, war auch nicht genügend Transparenz bezüglich der Sendetermine für die ZuseherInnen gegeben, worin ein Grund für die mäßigen Erfolge von Offenen Kanälen gesehen wurden. (1993: 321)

Als Folge wurde vermehrt der Wunsch nach einer stärkeren Strukturierung des Programms geäußert und das Prinzip der Schlange in einigen Offenen Kanälen zumindest teilweise aufgegeben. Dabei wurden Sendezeiten für Gruppen eingeführt und auch die Zusammenfassung von ähnlichen Sendungen in unterschiedliche Sparten diskutiert. Diese Überarbeitung des Konzepts stieß aber auch auf Kritik. So sprach sich Ulrich Kamp, Vorsitzender des Bundesverbands Offener Kanal, gegen diese Modifikation aus, denn Offene Kanäle sollen „sich eher von „unten“, mehr aus sich heraus entwickeln.“ (Walendy 1993: 313)

In weiterer Folge wurden „Thementage“ eingeführt um die Attraktivität des Programms zu erhöhen, wobei dies weder die befürchtete Einschränkung des freien Zugangs, noch große Änderungen in der Programmstruktur brachte, da es hier ohnehin schon interne Absprachen einzelner ProduzentInnen gab. Eine weitere Erwartung an die Thementage lag darin, dass dadurch unter den NutzernInnen eine größere Konkurrenz bzw. Kooperationen

zwischen den einzelnen ProduzentInnen entstehen sollten. Alles in allem wurde die Mischung aus einer übersichtlichen Programmstruktur und freiem Zugang als beste Lösung angesehen, weil dadurch einerseits das Programm für die ZuseherInnen nachvollziehbarer ist und andererseits niemandem der Zugang verwehrt werden würde. (Breunig 1998: 242, 243)

Insofern ist Ulrich Kamp mit seiner Kritik an einer Programmstruktur von „oben“ Recht zu geben. Kamp betont, dass Strukturen in allen Offenen Kanälen vorhanden sind, und bezeichnet die Entwicklung von Strukturen als „medienimmanent“. Die NutzerInnen selbst tragen nämlich laut Kamp zu den Strukturen bei, indem sie sich intern untereinander bezüglich Terminen und Medienblöcken organisieren. Die Träger Offener Kanäle haben dabei lediglich die Aufgabe einzugreifen, wenn der gleichberechtigte Zugang einzelner gefährdet ist. (Kamp 1998: 7)

Öffentlichkeit vs. Medienpädagogische Zielsetzung

Eine weitere Entwicklung ist die vermehrte Zuwendung zu einem medienpädagogischen Ansatz. Das Ziel ist dabei der Gewinn von kommunikativer Kompetenz um „eine Belebung der kommunalen Kommunikationskultur“ zu erreichen. Das bedeutet aber, dass Offene Kanäle nicht mehr die Schaffung von Öffentlichkeit als primäre Zielsetzung haben, sondern die „soziale Qualifizierung von BürgerInnen und die kommunikative Qualifizierung von RezipientInnen“ im Vordergrund stehen. (Grothe, Müller 1993: 317)

Der Schlüsselbegriff ist dabei *Medienkompetenz*. Die Entwicklung neuer Kommunikationstechnologien erfordert eine adäquate Qualifizierung. Das heißt, der/die NutzerIn muss dafür kompetent sein; „der angemessene Umgang mit Medien aller Art hat eine zentrale Bedeutung für das Leben des einzelnen in der Gesellschaft. [...] Art und Qualität des Umgangs mit Medien wird über die gesellschaftliche Stellung des einzelnen ebenso wie über seine Einstellung zur Gesellschaft entscheiden“ (Helf 1998: 13). Darunter ist zu verstehen, dass jeder/jede NutzerIn die Fähigkeit besitzen soll, sich mittels Medien auszudrücken, wenn ihm die technische Ausrüstung zur Verfügung steht. Diese Kompetenz ist besonders für eine konstruktive Teilnahme an einer demokratischen Informationsgesellschaft notwendig, das heißt es muss auch die Möglichkeit zur medialen (Mit-)Gestaltung wahrgenommen werden können. Medien sind also „als Mittel der

Artikulation und Durchsetzung eigener Interessen zu verstehen und zu nutzen.“ (1998: 13, 14)

Die AKOK der DLM bekennt sich in ihrem Positionspapier vom 15.1.2001 zur Förderung von Medienkompetenz und begründet dies ähnlich: „Die Kompetenz, Medien zu durchschauen, sie für eigene Interessen zu nutzen und sie mitzugestalten, wird in Zukunft für die Einzelne und den Einzelnen wichtige Voraussetzung sein, um sich (weiterhin) aktiv am gesellschaftlichen Leben zu beteiligen. (AKOK der DLM 2001: 121)

Medienkompetenz soll bei Offenen Kanälen vor allem durch „redaktionelle Unterstützung“ vermehrt gefördert werden, damit diese aktuellen Rahmenbedingungen angepasst werden. Der/die NutzerIn soll dabei „aus der Vereinzelung und Individualisierung“ heraustreten und so die Zweckfreiheit Offener Kanäle beendet werden. Für die Umsetzung sieht Leo Hansen zwei Aspekte als wichtig an (Hansen 2003: 176):

„1. Die Sendemöglichkeit im Offenen Kanal stellt erweiterte Anforderungen an die Medienkompetenz der Produzent. Ziel ist nicht die unkontrollierte Mitteilung jedweder Befindlichkeit der Produzent, sondern die verantwortungsbewusste Sendung von Beiträgen von Redaktionen, die ein Mindestmaß an allgemeinem Interesse voraussetzt.

2. Die Förderung von Medienkompetenz dient im Wesentlichen der Bildung von Kindern und Jugendlichen und deren Multiplikatoren. Dabei orientiert sich die medienpädagogische Zielsetzung nicht primär an der Bündelung von handwerklichen Fertigkeiten im Umgang mit Medien, sondern setzt auf den Erwerb kognitiver Strukturen und ästhetischer Zugänge, die einen kompetenten, verantwortungsvollen und kritischen Umgang mit Medien jedweder Art ermöglichen sollen.“ (2003: 176)

Mehr Qualität

Eng mit der vermehrten Förderung von Medienkompetenz ist der Ruf nach mehr Qualität (von Inhalt und Ausführung) verbunden. Der Blick auf die Qualität des Programms wird dabei als entscheidend für eine längerfristige Akzeptanz Offener Fernsehkanäle beim Publikum angesehen. Die Zentrierung der Forschung auf den/die NutzerIn wird somit durch die Forderung nach mehr Publikumszentrierung ergänzt. Klaus-Jürgen Buchholz bezeichnet es dabei als zweifelhaftes Selbstverständnis, dass den/der NutzerIn in den

Mittelpunkt stellt und dadurch „den Weg zum Ziel erklärt und sich damit begnügt, „Freiräume für gesellschaftlich Relevantes“ (Buchholz 2001: 134, 135) zu schaffen. Die zentrale Zielsetzung Offener Kanäle muss demnach sein, nicht nur handwerkliche Fähigkeiten zu vermitteln, sondern vor allem auch „die kritische Auseinandersetzung über Sinn und Zweck einer Veröffentlichung, die Aufbereitung der Inhalte und die Frage nach den geeigneten Vermittlungsformen für die eigenen Anliegen, Themen und Meinungen einzubeziehen“ (2001: 136). Dabei darf nicht außer Acht gelassen werden, dass Fernsehen allgemein nach bestimmten ästhetischen und ökonomischen Prinzipien funktioniert und meist Richtung Konsum und Unterhaltung konzipiert. Da damit eine bestimmte Erwartungshaltung seitens des Publikums verbunden ist, dürfen diese Tatsachen von Offenen Fernsehkanälen nicht einfach ignoriert werden. Offene Kanäle wollen ja vor allem auch ein kulturell relevantes Projekt sein, und diese Relevanz wird nur dann erreicht wenn die entsprechenden Inhalte auch rezipiert werden. Buchholz plädiert deshalb dafür, den „traditionell medienpädagogischen Ansatz der „Qualifikation durch Nutzung“ durch stärkere journalistische Arbeitsprinzipien“ (2001 137, 138) zu erweitern. (2001: 134-138)

Bei dem Versuch der Professionalisierung und dem damit verbundenen Blick aufs Publikum darf man sich aber nicht zu sehr daran orientieren, was kommerzielle Medien auf Grund ihrer Orientierung auf Unterhaltung und der ökonomischen Gegebenheiten vorgeben. Es muss deshalb eine Strategie entworfen werden, die Offene Kanäle in der Gesellschaft (lokal) verankert und Unterstützer langfristig bindet. (Buchholz 2003: 83)

Ein Mehr an Professionalisierung und Qualität ist zwar erstrebenswert, darf aber nicht von oben herab verordnet und auch nicht als Kriterium für eine Auswahl an Beiträgen verwendet werden. Um die Qualität zu steigern muss in die Aus- und Weiterbildung der MedienassistentInnen und der NutzerInnen investiert werden (Breunig 1998: 245). Da die Steigerung von Qualität mit der Vermittlung von Medienkompetenz zusammenhängt, schlägt deshalb Uwe Parpart ein „Konvergenzmodell“ für Offene Kanäle vor, die diese beiden Aspekte miteinander verbindet. (Parpart in: Zukunft Offener Fernsehkanäle 2001: 81)

Das Programm Offener Kanäle macht also nur dann Sinn, wenn es sich auch am Publikum orientiert und nicht unter Ausschluss der Öffentlichkeit stattfindet. Letzteres sollte weder im Sinn der ProduzentInnen sein, noch würde sich eine weitere Finanzierung durch

öffentliche Mittel und Rundfunkgebühren legitimieren lassen. Eine Qualitätssteigerung und eine höhere Professionalisierung werden auch wegen der zunehmenden Digitalisierung notwendig, da es immer schwieriger wird durch die ständig wachsende Zahl von Angeboten Aufmerksamkeit zu erlangen. Im Zuge dessen ist es deshalb auch wichtig, eine stärkere Beteiligung der Öffentlichkeit an Offenen Kanälen zu fördern und mehr Interesse zu wecken. Daher muss einerseits auf BürgerInnengruppen zugegangen werden um diese für die Produktion von Beiträgen zu animieren und andererseits auch versucht werden mehr „normale“ BürgerInnen dafür zu gewinnen. (Breunig 1998: 248)

Christian Breunig bringt diese Gedanken auf den Punkt: „Ein Bürgermedium, das an den Gewohnheiten und Wünschen der überwiegenden Mehrheit der Publikums vorbeiproduziert, ist aber trotz der nicht zu leugnenden Kommunikationsfunktion für einzelne Zielgruppen nicht mehr zeitgemäß. Zielgruppenorientierte Angebote sollten daher zumindest ihr jeweiliges Teilpublikum erreichen.“ (1998: 249)

8.5.2 Überlegungen und Entwicklungen der letzten Jahre

Der Dualismus zwischen Offenen Kanälen und Nichtkommerziellen Lokalradios¹ (NKL) wurde in den letzten Jahren aufgehoben. Organisatorisch wurden Offene Kanäle und NKL zusammengeführt und mit dem Begriff „Bürgerrundfunk“ belegt. Begründet wurde diese Konvergenz mit den geringen Unterschieden in der Praxis. Die Aufgaben des Bürgerrundfunks wurden dabei folgendermaßen kurz zusammengefasst (Buchholz 2001a: 106, 2003b: 81):

1. „die lokale und regionale Berichterstattung sowie da kulturelle Angebot im Verbreitungsgebiet ergänzen,
2. den Bürgern und Bürgerinnenn den Zugang zum Rundfunk gewähren und

¹ NKL haben laut Mediengesetz „die Funktion einer publizistischen Ergänzung. Sie kann als spezifischer Programmauftrag konkretisiert werden.: Danach soll sich NKL-Programm inhaltlich/thematisch (und in der Präsentation) von den Programmen etablierter privat-kommerzieller und öffentlich-rechtlicher Hörfunkanbieter klar unterscheiden; die lokale Berichterstattung sollte ein Programmschwerpunkt sein; soziale, kulturelle und politische Aktivitäten des Sendegebiets sollten in die Programmarbeit ebenso eingebunden werden (Integration) wie Gruppen, die ansonst in medialen Angeboten unterrepräsentiert sind (Partizipation).“ (Buchholz 2003b: 80)

3. Medienkompetenz vermitteln“ (2001: 106a, 2003b: 81)

Die Hoffnung der Schaffung einer starken „Gegenöffentlichkeit“ durch Offene Kanäle hat sich längst als illusorisch herausgestellt, denn keine Sendung wird jemals dem Potential kommerzieller Programmen Konkurrenz machen können. Man weiß aber über die „subversive Macht des Faktischen“, nämlich das Engagement von Menschen, die die Wichtigkeit einer öffentlichen Plattform, wie Offene Kanäle eine sind, erkannt haben. Eva-Maria Oehrens ist deswegen der Meinung, dass Offene Kanäle aus diesem Grund gar keine Alternative zu professionellen Programmen sind und auch nie waren. Sie sind viel mehr „eine ganz eigenständige Instanz für medienbezogene und damit politisch-kulturelle Bildung.“ (Oehrens 2002: 2)

Die Diskussion über die medienpädagogische Zielsetzung Offener Kanäle – Stichwort: Medienkompetenz – wird zwar schon seit ca. 20 Jahren geführt, ist aber immer noch von großer Bedeutung. Hans Paukens diskutiert dabei wie der „Funktionsauftrag“ von BürgerInnenmedien an die aktuellen Rahmenbedingungen neu definiert werden kann. Den Grund für diese Notwendigkeit sieht Paukens vor allem in der „Expansion neuer Verbreitungstechnologien“. (Paukens 2003: 1)

Er stellt deshalb sechs Thesen für eine neue Orientierung von BürgerInnenmedien auf (2003: 4,5):

1. Bereitstellung technischer Infrastruktur „die Öffentlichkeit und Partizipation in der Mediengesellschaft ermöglicht“ zur Vermittlung von Kompetenzen und Qualifikation
2. „Bürgermedien müssen öffentliche Orte sein“ (im Gegensatz zur Individualisierung durch das Internet zu Hause)
3. „Bürgermedien muss es [...] um Vermittlung gehen“. Das betrifft besonders eine kritische Auseinandersetzung darüber, welcher Zweck mit einer Veröffentlichung verfolgt wird und was die am besten geeignete Form der Vermittlung dafür ist.
4. Bürgermedien müssen entsprechende Strukturen und Qualifikationsmöglichkeiten bereitstellen, wenn sie Partizipation fördern sollen
5. „Die Berechtigung zu senden muss durch ein neues Arbeitsprinzip legitimiert werden, welches das Verhältnis von Form und Inhalt (Medienspezifik) thematisiert, die „Erzählwürdigkeit“ bzw. die Bedeutung der von den Produzenten zu

vermittelnden Geschichten (Signifikanz, Relevanz) berücksichtig und angemessene – am Bedürfnis der Zuhörer und Zuschauer orientierte – Erzählstrukturen vermitteln.“

6. Für ein deutliches Profil müssen redaktionelle Strukturen aufgebaut und regelmäßig organisiert, und in ein „lokales, regionales als auch nationales [...] Netzwerk von Qualifikation und Kommunikation“ integriert werden.

Thomas Krüger nennt drei Gründe warum Offenen Kanäle nach wie vor notwendig sind und vier Antworten auf die Frage was Offenen Kanäle bieten sollen (Krüger 2004: 1-3):

- „Wir brauchen Offene Kanäle, weil die Gründe für ihre Schaffung sich nicht erledigt haben/weiter bestehen.“
- „Wir brauchen Offenen Kanäle, weil die Erfahrungen mit ihnen und ihren Sendungen einen unschätzbaren Reichtum erzeugt haben und weiter erzeugen können, der für das Mediengefüge insgesamt unverzichtbar ist.“
- „Wir brauchen nicht weniger Offene Kanäle, wir brauchen Offene Kanäle in allen Medien.“ Offene Kanäle müssen deshalb mit den neuen Medien verbunden werden
- „Offene Kanäle, die im Inhalt liberal sind.“
- „Offene Kanäle, die in den Formaten universal sind.“
- „Offene Kanäle, die in den lokalen Netzwerken der (Zivil)Gesellschaft aktiv sind.“
- „Offene Kanäle, die in den Netzwerken der Medien maximal transversal (crossmedial) sind.“

In der nun 25-jährigen Geschichte Offener Kanäle in Deutschland konnten viele Erfahrungen gemacht werden. Es wurden Hoffnungen enttäuscht, Konzepte und Zugangsweisen modifiziert und es hat Verschiebungen in den Zielsetzungen gegeben. Die Bedeutung ist dennoch fast unverändert und kann so auf den Punkt gebracht werden: Offene Kanäle sind „soziokulturelle Zentren und Orte der Begegnung, d.h. integrierend“, „identitätsstiftend und stärken das Selbstwertgefühl“, „Orte der politischen Bildung“ und „ein Ort des Erwerbs von Medienkompetenz“ (Wiengarn 2002: 7-9).

9 Der Community TV- Sender Oktober

9.1 Vorgeschichte Offener Kanäle in Österreich

Als zu Beginn der 1980er Jahre in anderen Ländern über die Einführung von Offenen Kanälen diskutiert wurde, galt Österreich als Vorbild. Besondere Beachtung fand dabei das Engagement der *Video Initiative Graz*, welche man vor allem in Deutschland als Modell für Überlegungen heranzog, wie das Medium Video einen Beitrag zu einer verbesserten gesellschaftlichen Kommunikation leisten könne. Die Erwartungen an eine frühere Umsetzung Offener Kanäle als in anderen Ländern, wurden allerdings enttäuscht – die „Institutionalisierung des Konzepts Medienpartizipation im Offenen Kanal“ wurde anderswo viel schneller in die Realität umgesetzt. (Schütz in: Schütz et. al. 2002: 65)

Videoarbeit auf lokaler Ebene gab es in Österreich seit 1976 und wurde hauptsächlich vom Bundesministerium für Unterricht und Kunst und diversen Landeskulturämtern finanziell unterstützt. Der Enthusiasmus für Videoprojekte bei politischen Parteien kann vor allem mit dem Start der Verkabelung in Österreich 1974 begründet werden; Anfang der 1980er wurden die Förderungen allerdings wieder stark reduziert. (Hueber, Mayr 1984: 78, 79)

Besonders hervorzuheben sind neben der *Video Initiative Graz* die Projekte „*Lokales Fernsehen Burgenland*“ und „*Lokales Fernsehen Steiermark*“, welche in einer Zusammenarbeit 1979 und 1980 ihr bedeutendstes Projekt, mit dem Namen „*Arbeiter machen Fernsehen*“, umsetzten. Ziel der Initiativen war es, Lernprozesse anzuregen und einen „Demokratisierung von Produktion und Verteilung“ (Hueber, Mayr 1984: 79) zu fördern. Die Videoprojekte waren also eine Bildungsinitiative mit dem Ziel Medienkompetenz für sozial benachteiligte Gruppen zu vermitteln. In den 1980ern entstand in Salzburg noch das Projekt „*Offenes Studio: Vorversuch Offener Kanal*“, im Zuge dessen untersuchen sollte, wie sich die Bevölkerung durch neue Medien an die Öffentlichkeit wenden kann. Dabei wurde ein Studio zur Verfügung gestellt, wo man mit Hilfe von Kommunikationsassistenten Videofilme produzieren konnte. (Schütz in: Schütz et. al. 2002: 66)

Wie bereits erwähnt nahm das Interesse an demokratischer Videoarbeit zu Beginn der 1980er ab. Ausschlaggebend waren dafür: die anfallenden hohen Kosten der Grundausstattung samt Wartung, Reparaturen und Versicherung, die schwierige Handhabbarkeit der Geräte hinsichtlich einer anspruchsvolleren Qualität der Produkte, das fehlen eines funktionierenden Vertriebssystems und die fehlende Unterstützung der großen Medien, besonders seitens des ORF. (Hueber, Mayer: 1984: 79, 80)

Der Grund für die nicht erfolgte Institutionalisierung der Videoinitiativen in Form von Offenen Kanälen ist in der medienpolitischen Situation Österreichs zu finden: „Es gibt keine mehrheitsfähige Partner für „Offener Kanal“-Projekte mit autonomen, demokratischen Strukturen und daher auch keine Chance auf öffentliche Finanzierung von Vorprojekten“ (1984: 80). Weiters verhinderten auch „zentralistische Strukturen bei der Einführung neuer Medien“ Partizipation und Autonomie der Bevölkerung hinsichtlich Offener Kanäle. (1984: 80)

Für eine weitere Verwirklichung demokratischer Medienarbeit wurden deshalb Verbesserungen vor allem auf einer tieferen Ebene, also den vorhandenen Kommunikations- und Medienstrukturen bzw. -infrastrukturen angeregt (1984: 80, 81). Der Aufbau der notwendigen sozio-kulturellen Strukturen wurde zwar in Wien bereits in den 1970ern in Form der „*Wiener Methode der Animazione*“ vorgeschlagen – diese wurden allerdings nicht in die Realität umgesetzt, wodurch man in Österreich bezüglich Kommunikations- und Medienkompetenz international in Rückstand geriet. (Schütz in: Schütz et. al. 2002: 66, 67)

9.2 Die Gründung von OKTO

Am 4. Mai 2001 wurde von der SPÖ und den Grünen in Wien der Beschluss einer Medienoffensive bekannt gegeben, welcher die Gründung eines Offenen Fernsehkanals in Wien beinhaltete. Als Ziel wurde neben der Förderung von Medienkompetenz die Schaffung zeitgemäßer lokaler Kommunikationsstrukturen genannt. Damit soll einerseits die internationale Wettbewerbsfähigkeit gewährleistet und andererseits ein Bedürfnis nach Nähe befriedigt werden. (Schütz 2001b)

Dabei wurde auf eine IMAS-Umfrage reagiert, welche besagt, dass 54% aller ÖsterreicherInnen über Schwierigkeiten mit neuen Medientechnologien klagen. Bedenken wurden in allen demographischen Gruppen, insbesondere aber von LandwirtInnen und der Generation über 50, bezüglich des technischen Fortschritts geäußert. Damit wurden die Besorgnisse einer wachsenden Wissenskluft, dem *digital divide*, bestätigt. (Schütz 2001a)

Im Herbst 2003 wurde die Finanzierung (980 000 Euro für die jeweils nächsten drei Jahre) des Offenen Kanals gesichert, worauf in weiterer Folge die Gründung eines Trägervereins und einer GmbH als Herausgeber in Angriff genommen wurde. Der Verein soll dabei von Persönlichkeiten aus Medien, Kunst, Wissenschaft und anderen gesellschaftlichen Bereichen gegründet werden (Arbeitskreis Offenen Kanäle Österreich 2003). Das Ergebnis sind der gemeinnützige „Verein zur Gründung und zum Betrieb Offener Fernsehkanäle in Wien“ und die Community-TV GmbH. (Community TV-GmbH <http://okto.tv/verein/>, 19.05.2009)

In §2 der Vereinsstatuten wurde der Zweck folgendermaßen definiert (Community TV-GmbH <http://okto.tv/verein/>, 19.05.2009):

„Der gemeinnützige Verein, dessen Tätigkeit nicht auf Gewinn ausgerichtet ist, bezweckt:

1. die Freiheit der Meinungsäußerung zu wahren
2. die Erhöhung der Pluralität in der Wiener Medienlandschaft
3. die Ermutigung eines zivilgesellschaftlichen medialen Diskurses
4. die Förderung des demokratiepolitischen Bewusstseins in der Bevölkerung
5. die Förderung des kulturellen Diskurses in der Bevölkerung
6. die Förderung zivilgesellschaftlicher Communities
7. die möglichst breite Vermittlung von Medienkompetenz in der Bevölkerung“

Um den Zweck des Vereins zu erreichen wurden in §3 (2) der Vereinsstatuten folgende ideellen Mittel genannt (Community TV-GmbH <http://okto.tv/verein/>, 19.05.2009):

1. „die Gründung eines Offenen Fernsehkanals für die europäische Region Wien (Vienna Region)
2. der Betrieb eines Offenen Fernsehkanals für die europäische Region Wien (Vienna Region)
3. der Austausch und die Vernetzung mit andern BürgerInnenfunktinitiativen in Europa
4. die Schaffung von weiteren (multimedialen) öffentlichen Diskussionsplattformen

5. die Organisation von Seminaren und Symposien zum Thema partizipativer Medien
6. die Zusammenarbeit mit der scientific community (Wissenschaft)“

Im Zuge der „Studie zur praktischen Umsetzung des Offenen Fernsehkanals Wien“ im Jahr 2002 von Johannes Schütz, Alf Altendorf und Robert Stachel, wurden verschiedene Gruppierungen bezüglich einer Mitarbeit kontaktiert, wobei sämtliche großes Interesse bekundeten. Insgesamt konnten 67 verschiedene Gruppierungen, Institutionen und Personen aus unterschiedlichen gesellschaftlichen Bereichen, für eine Mitarbeit und Kooperationen, von Unterstützung bis zur Gestaltung regelmäßiger Sendungen, gewonnen werden. (Stachel in: Schütz et. al. 2002: 69, 70)

9.3 Konzeption des Senders

Der Community TV-Sender Okto ging am 28.11.2005 auf Sendung In der Präambel der „Richtlinien und Grundsätze von Okto“ definiert sich Okto als nichtkommerziell, partizipativ, als kulturellen Faktor in der Stadtkommunikation, als qualitativ, zivilgesellschaftlich und verantwortungsbewusst. Okto will dabei eine Ergänzung zu öffentlich-rechtlichem und privat-kommerziellem Fernsehen sein und ein „öffentliches Prinzip“ erfüllen. Der Sender sieht sich als öffentlich-rechtlich und versucht dabei „öffentlich-rechtlich“, im Gegensatz zur institutionellen Form elektronischer, öffentlich-rechtlicher Medien, „durch die Art seiner Programmerstellung und durch seine Programminhalte neu und konkret zu interpretieren“ (Community TV-GmbH 2005: 1).

Okto will vor allem Personen und Gruppen, die von herkömmlichen Medien nicht beachtet werden eine Plattform bieten sich öffentlich darzustellen, mit dem Ziel zumindest teilweise Diskriminierungen entgegenzuwirken. Da sich Okto vor allem auch als kulturelles Projekt versteht, soll damit der „Diversität der Stadtkultur“ auf kulturell-künstlerischer und kulturell-politischer Ebene gefördert werden. Okto bekennt sich weiters in der Präambel zur Förderung der Qualität des Programms durch Schulungen und dergleichen, damit auch die Interessen der SeherInnen berücksichtigen und folglich wahrgenommen werden. Des weitern will Okto den zivilgesellschaftlichen Diskurs in Wien fördern, d.h. einen Ort bieten „an dem Kommunikation und Auseinandersetzung über verschiedenste

gesellschaftlich relevanten Themen und Bereiche produziert und veröffentlicht wird.“
(2005: 1,2)

Laut dem Programmauftrag möchte Okto die Medienkompetenz einer breiten Bevölkerung und einen kritischen Umgang mit Medien fördern. Dabei soll, durch die Ermöglichung selbst Programme zu produzieren, Integration und demokratiepolitisches Bewusstsein gefördert werden. Des Weiteren unterzieht sich Okto einem *Kultur- und Bildungsauftrag*, welcher einerseits darin besteht ProduzentInnen eine Infrastruktur bereitzustellen um selbst an die Öffentlichkeit zu gelangen. Zum anderen sind die Programme nichtkommerziell, wodurch die ProduzentInnen keinem ökonomischen Druck unterliegen. Somit kann „Themen wie Kunst, Kultur und Bildung, aber auch nicht-deutschsprachigen Inhalten breitem Raum“ gegeben werden. (2005: 2)

Okto strebt eine „partizipative Programmproduktion“ an, welche durch einen offenen Zugang zu technischen Equipment, (Kameras, Mikrophone, Schnittplätze, usw.) einem Fernsehstudio und Schulungen ermöglicht werden soll. Dabei versucht Okto Öffentlichkeitsarbeit zu betreiben und sich „mit anderen sozial, kulturell und zivilgesellschaftlich relevanten Vereinen, Initiativen und Einrichtungen“ zu vernetzen, um so sozial benachteiligte Gruppen zu erreichen. (2005: 2,3)

Okto legt Wert auf eine qualitative Aus- und Weiterbildung, da sich Okto auch als Bildungseinrichtung definiert. Dabei sollen neben den ProduzentInnen auch die AusbilderInnen selbst geschult und die Ausbildung laufend evaluiert werden. Daneben werden auch Kooperationen mit anderen Bildungseinrichtungen angestrebt. ProduzentInnen die die angebotenen Schulungen absolviert haben, bekommen von Okto alle nötigen Produktionsmittel (ausgenommen sind finanzielle Mittel) zur Erstellung von Sendungen unentgeltlich zur Verfügung gestellt. Zielsetzung ist dabei eine möglichst hohe „publizistische Relevanz“ der Sendungen. (2005: 3, 4)

In den Programmgrundsätzen ist festgeschrieben, dass das Programm allen rechtlichen Rahmenbedingungen entsprechen muss, nicht gewinnorientiert ausgerichtet sein darf, werbefrei ist (ausgenommen ist eine klar definierte Form von Patronanzwerbung) und Pluralität und Meinungsvielfalt gerecht werden muss. Der letzte Punkt wird in den Grundsätzen wie folgt beschrieben (2005: 4,5):

„Okto ermutigt Produktionsgruppen sich als ExpertInnen ihrer jeweiligen Alltagskultur zu begreifen und subjektiv, authentisch und in die Tiefe gehend von dieser zu berichten. In der Programmgestaltung der programmproduzierenden Gruppen gilt so das Prinzip der Außenpluralität, dem zufolge die einzelnen Sendungen subjektive Standpunkte einnehmen können. In seiner Gesamtheit entspricht das Programm jedoch den Erfordernissen der inhaltlichen und formalen Meinungsvielfalt und Pluralität. Bildet sich in der Programmabfolge eine Tendenz zur Einseitigkeit heraus, so hat die Programmintendanz des Senders dafür Sorge zu tragen, im Sinne von Pluralität und Meinungsvielfalt ergänzende Gruppen und Sendungen in den Sendeplan aufzunehmen.“ (2005: 4)

9.4 Der Weg zur Sendung

Grundsätzlich ist es vorgesehen, nicht nur eine einzelne Sendung zu produzieren, sondern eine Serie mit mehreren Folgen. Begründet wird dies damit, dass das Konzept Serie der zentrale Bestandteil des Mediums Fernsehen ist, und da Okto Fernsehen sein will, soll folglich dem entsprochen werden. Um seine eigene Sendung zu produzieren muss zunächst ein Konzept erstellt werden, in dem die geplante Absicht der Sendung möglichst detailliert beschrieben werden soll. Es soll dabei auch möglichst realistisch abgeschätzt werden, welche Produktionsmittel zur Verfügung stehen und wie viel Sendezeit (Intervalle und Dauer der Sendungen) produziert werden soll. Das Konzept wird in weiterer Folge mit den Verantwortlichen bei Okto besprochen, worauf auf die Annahme des Konzepts die Produktion einer „Nullnummer“ folgt, wobei dafür schon zum Teil Produktionsmittel von Okto selbst verwendet werden können. Sinn der Nullnummer ist es, das Konzept einem ersten Test in der Praxis zu unterziehen, und zu helfen die Produktionsmöglichkeiten bereits vor dem Start der ersten Sendung einzuschätzen. (Community TV-GmbH <http://okto.tv/mitmachen/> 20.05.2009)

Um eine Sendung zu produzieren und zu veröffentlichen werden mehrere Schulungen angeboten, von denen einige verpflichtend sind. Für alle zukünftigen ProduzentInnen ist die Schulung „Medien- und Urheberrecht“ verpflichtend; will man die Produktionsmittel (Kameras, Mikrophone, Schnittplatz, ...) von Okto nutzen, müssen die Schulungen „Grundlagen der Fernsehgestaltung“ besucht werden, wobei für alle Schulungen ein Unkostenbeitrag zu bezahlen ist. Als letzter Schritt vor dem Sendungsstart muss die Nutzungsvereinbarung unterschrieben werden, wodurch die ProduzentInnen die

Verantwortung für die Sendung übernehmen und sich verpflichten sämtliche Richtlinien und Gesetze einzuhalten. (20.05.2009)

Wie bereits weiter oben erwähnt wurde, hat sich Okto der Pluralität und Meinungsvielfalt verschrieben. Das heißt jede/jeder ProduzentIn hat in ihrer/seiner Sendung das Recht einen subjektiven Standpunkt einzunehmen. Das gesamte Programm soll aber so gestaltet sein, dass ein plurales Meinungsspektrum, auf inhaltlicher und formaler Ebene, abgebildet wird. Entsteht ein einseitiges Programm so hat die Intendanz des Senders die Pflicht, Sendungen zu fördern und aufzunehmen, die dieser Einseitigkeit entgegenwirkt. (Community TV-GmbH: 2005: 4)

Welche Sendungen ins Programm aufgenommen werden, bzw. welche Sendungskonzepte angenommen werden entscheidet grundsätzlich die Programmintendanz nach den Richtlinien des Senders, wobei dafür die Ausgewogenheit des Programms ein wichtiges Kriterium ist. Die Nullnummern werden dabei zunächst auf Inhalt, Qualität und technische Kriterien geprüft. Bei der Annahme von Sendungen können solche bevorzugt behandelt werden, welche dem Programmauftrag hinsichtlich unterrepräsentierter Gruppierungen und Themen besonders erfüllen und ein ausgewogeneres Programm ermöglichen. Sollten sich unterschiedliche Konzepte von Gruppen ähneln, wird versucht eine Zusammenarbeit zwischen diesen zu erwirken. Die Programmintendanz behält sich auch das Recht vor Sendungen abzusetzen. Dies ist dann der Fall, wenn diese gegen Gesetze oder Programmrichtlinien verstoßen, oder bisherigen qualitative Kriterien nicht mehr entsprechen. (2005: 5, 6)

9.4.1 Schulungen

Mit seinen Schulungen versucht Okto grundlegende Kenntnisse der Video- und Fernsehproduktion, aber auch Erweiterungen von bereits vorhandenem Wissen und Fertigkeiten, zu bieten. Zugänglich sind die Kurse (gegen einen Unkostenbeitrag) vor allem für zukünftige Okto-ProduzentInnen, aber auch für sonstige interessierte BürgerInnen, Bildungsinstitutionen usw. Seit Herbst 2008 bietet der Sender einen Lehrgang für interkulturellen Videojournalismus in drei Teilen an, wobei auch sämtliche Kurse einzeln absolviert werden können. Begründet wird die Einführung diese Lehrganges damit, dass wegen des hohen interkulturellen Anteils am Programm die immer wichtiger

werdenden interkulturellen Kompetenzen am besten erworben werden können. Des Weiteren werden Studio-Workshops für Schulen und ein so genannter „Skills Block“, wo Okto-ProduzentInnen Lösungen für Probleme und Herausforderungen gemeinsam erarbeiten können, angeboten. (Community TV-GmbH <http://okto.tv/ausbildung/> 20.05.2009, Schulungsfolder: 2)

Der Kurs interkultureller Videojournalismus ist folgendermaßen aufgebaut (Schulungsfolder: 2):

Step 1: Grundlagen der Fernsehgestaltung:

- Videojournalismus I
- Studioproduktion
- Medien- und Urheberrecht

Step 2: Praxisfeld Fernsehreportage:

- Videojournalismus II
- Sprechen in den Medien

Step 3: Medien und Migration:

- Interkulturelles Medientraining
- Untertitelung

Während die Schulungen von Step 1, Step 2 und der Kurs „Untertitelung“ vor allem handwerkliche Fertigkeiten der Videoproduktion zum Inhalt haben, hat der Kurs „Interkulturelles Training“ eine andere Zielsetzung. Dabei soll die Analyse von Medienberichten hinsichtlich diskriminierender Darstellungen und Haltungen mittels Diskussion und Reflexion geübt werden. Ziel ist es Strategien für Interventionen in Medien zu entwickeln, und Leitlinien für eine eigene interkulturelle Videoproduktion zu erstellen. (Schulungsfolder: 2)

9.5 Okto im Internet

In Kapitel 8.4 wurde die Bedeutung des Internets für BürgerInnenmedien aus Sicht des AKOK der DLM besprochen. Sechs Punkte wurden dabei genannt: „Internet als Mittel der Öffentlichkeitsarbeit“, „Internet als Ort der direkten Kommunikation“, „Internet als

überregionale Kommunikationsebene“, „Internet als Werkzeug der Rundfunkproduktion“, „Internet als Plattform des Programmaustausches“ und „Internet als didaktische Aufgabe“ (AKOK der DLM 2001c 116, 117).

Auf der Homepage von Okto (<http://okto.tv/>) sind die wichtigsten Informationen über den Sender zu finden. Es gibt einen umfassenden Programmplan, eine Programmvorschau, Informationen wie Okto empfangen werden kann, einen Webstream, eine Auflistung aller Sendungen der einzelnen ProduzentInnen(-teams) mit Email-Adressen, eine Auflistungen aller vergangenen Sendungen, die nicht mehr auf Okto laufen, Kontaktdaten und Fotos aller MitarbeiterInnen von der Geschäftsführung bis zur Reinigungskraft, Informationen zum Trägerverein und seinen Mitgliedern, einen Pressecorner, einen FAQ Bereich, Informationen über Schulungen samt Terminen und Anmeldeöglichkeiten, und man hat die Möglichkeit einen Newsletter zu abonnieren. Weiters gibt es ausführliche Informationen über Richtlinien, Grundsätze, Zielsetzung und Programmauftrag des Senders und Informationen darüber, wie man selbst als ProduzentIn bei Okto aktiv werden kann. Sämtliche Sendungsteams haben zusätzlich die Möglichkeit ein eigenes Weblog über einen Wordpress-account, eine bekannte Plattform für Weblogs, zu führen.

Wie im ersten der sechs Punkte des AKOK der DLM angeregt, nutzt Okto das Medium Homepage als Mittel zur Öffentlichkeitsarbeit, wo alle grundlegenden Informationen über Okto und seine ProduzentInnen abgerufen werden können. Auch die ProduzentInnen selbst haben durch die eigenen Weblogs die Möglichkeit Öffentlichkeitsarbeit zu betreiben. Der AKOK der DLM plädiert weiters dafür, das Internet als Ort der direkten Kommunikation zu nutzen, womit die Einrichtung eines Internetcafes gemeint ist. Okto selbst bietet seinen ProduzentInnen Internetzugang, was allerdings eine Selbstverständlichkeit ist, da Okto vor allem auch sozial Benachteiligten (Stichwort digital divide) eine Plattform für öffentliche Kommunikation bieten will; uneingeschränkter und regelmäßiger Internetzugang ist dabei unumgänglich. Die Einrichtung eines Internetcafes wäre aber in Anbetracht des hohen finanziellen und organisatorischen Aufwands übertrieben, da durch den starken Anstieg privater Internetanschlüsse in den österreichischen Haushalten die Bedeutung von Internetcafes in den letzten Jahren zurückgegangen ist. Laut Statistik Austria hatten bereits 2008 68,9% aller österreichischen Haushalte einen eigenen Internetanschluss, was einen Anstieg von ca. 24% innerhalb von fünf Jahren bedeutet; in Wien verfügten 2008 sogar 75% aller Haushalte über einen privaten Internetanschluss (Statistik Austria 2009).

Durch die eigenen Weblogs und Email-Adressen der einzelnen ProduzentInnen wird auch überregionale Kommunikation möglich. Eine Vernetzung zwischen den ProduzentInnen und der Umwelt bzw. unter den ProduzentInnen selbst wird so ermöglicht. Zum großen Teil führen die ProduzentInnen zwar, zumeist unregelmäßig (nur wenige regelmäßig), ihr eigenes Weblog, ob diese aber sehr viel Beachtung finden muss bezweifelt werden, denn Kommentare werden dazu durchwegs keine abgegeben. Die Kommunikation bleibt auf dieser Ebene also einseitig. Der AKOK der DLM regt bei dem Punkt „Internet als überregionale Kommunikationsebene“ Link-Listen an, um auf andere BürgerInnenmedien, Projekte oder Organisationen hinzuweisen, und so überregionales dezentrales Netzwerk zu erstellen. Hier befindet sich ein Defizit der Homepage, da darauf keine übersichtliche Link-Liste dieser Art zu finden ist.

Die Punkte „Internet als Werkzeug der Rundfunkproduktion“ (Nachrichtenaustausch) und „Internet als Plattform des Programmaustauschs“ werden auf der Homepage von Okto nicht umgesetzt. Die einzige Plattform für den Austausch von Informationen sind die bereits mehrmals erwähnten Weblogs, wobei diese Plattform nur wenig regelmäßig genutzt wird. Viele haben schon seit einem längeren Zeitraum keinen Beitrag mehr abgegeben, was aber möglicherweise auf das Ausbleiben von Reaktionen in Form von Kommentaren zurückzuführen ist. Bezüglich eines Programmaustauschs muss aber hier erwähnt werden dass einige ProduzentInnen trotzdem Videos auf die Video-Plattform Youtube stellen und diese in ihrem Weblog einbetten - es werden also diesbezüglich externe Möglichkeiten genutzt. Betreffend des letzten Punktes, „Internet als didaktische Aufgabe“, sind wiederum die Weblogs zu erwähnen. Weblogs sind eine weit verbreitete und wichtige Form der öffentlichen Kommunikation. Deshalb ist wichtig, dass die ProduzentInnen von Okto dieses Instrument zur Verfügung gestellt bekommen, um die Medienkompetenz für die selbstständige Erstellung von Weblogs zu erlangen.

Im Großen und Ganzen kann gesagt werden, dass Okto zwar eine Homepage besitzt, auf der die wichtigsten Informationen für Interessierte zu finden sind, und dass auch die ProduzentInnen die Möglichkeit haben sich zu präsentieren und untereinander bzw. mit Außenstehenden zu kommunizieren, auf dem aktuellen Stand der technischen Entwicklung ist diese allerdings nicht. Dies wäre aber aus einerseits journalistischen, andererseits medienpädagogischen Gründen empfehlenswert. Zum ersten hat Okto zwar hauptsächlich das Ziel offenen Zugang zum Medium Fernsehen zu ermöglichen, will aber auch

Programm produzieren, das journalistische bzw. publizistische Relevanz besitzt. Weiters will Okto eine Bildungseinrichtung sein, die Medienkompetenz vermittelt und deshalb auch auf einem aktuellen technologischen Entwicklungsstand des Internets sein sollte. Das Internet ist eine wichtige Ergänzung zum Fernsehen und wird auch diesbezüglich vielseitig genutzt. Vor allem durch neue Entwicklungen wie Kommunikationsnetzwerke (Web 2.0) Öffentlichkeit zu erreichen ist wichtig geworden. Wenn man dabei aber technologisch hinterher hinkt, haben es in Medien unterrepräsentierte Gruppen, welche Okto ja besonders fördern will, noch schwieriger in diesen Beachtung zu finden. Okto sollte deshalb selbst versuchen ein Online-Netzwerk nach Vorbild von *social networks* aufzubauen, um die ProduzentInnen untereinander, nach Außen und mit anderen Organisationen zu vernetzen, oder in bereits bestehenden Netzwerken aktiv werden, damit Okto nicht eine wenig beachtete Insel im Internet bleibt. Okto hat zwar einen Webstream auf seiner Homepage, es sollten aber Sendungen on demand abgerufen werden können. Dazu könnten bereits bestehende Videoportale wie youtube genutzt werden, in denen Okto zum Beispiel einen eigenen youtube-channel einrichtet. Diese Sendungen könnten dann auf der Homepage oder in anderen Netzwerken einfach eingebettet werden, ohne dabei eigene Ressourcen zu verschwenden. Einige wenige ProduzentInnen tun dies bereits, die Förderung einer umfassenden Nutzung wäre aber von Vorteil, einerseits um Medienkompetenz zu fördern und andererseits eine potentiell breiter Öffentlichkeit zu erreichen.

9.6 Programm

Zurzeit (Mai 2009) gibt es 93 Sendungen auf Okto. Bei dem Versuch die Sendungen in verschiedenen Themenstellungen zu gliedern wurden zehn (bzw. 14 mit Unterkategorien) Kategorien (Tab. 2) herausgearbeitet: Communities ((inter-)kulturell, sub-/popkulturell, queer), Kunst und Kultur, Wissenschaft, Unterhaltung/Humor, Politik, Sozialpolitik, Information/Nachrichten, Sport, Medien, (Stadt-)Leben/Lifestyle und Andere/Vermischtes. Die Kategorie „Community“ meint Sendungen, die von verschiedenen in der Region lebenden Communities produziert werden. Diese wurden in (inter-)kulturelle, sub-/popkulutrelle, und „queere“ Communities unterteilt. (Inter-)kulturelle Communities meinen Gruppen oder Personen mit Migrationshintergrund, die ihre Kultur und das damit

verbundene Leben (in Wien) thematisieren. Ein Beispiel dafür ist „Afrika TV“. Mit sub-/popkultur sind bestimmte sub- bzw. popkulturelle Gruppen wie das Gothic Magazin „Alles Schwarz“ gemeint, und mit der Subkategorie „queer“ Sendungen von homosexuellen Communities wie „Queer Lounge“.

Unter der Kategorie „Kunst und Kultur“ sind Sendungen mit kulturellem Inhalt im Sinne von Kunst und Kultur (Film, Musik, ...) zu verstehen. Darunter fällt zum Beispiel die Sendung „Filmecke“. Sendungen der Kategorie „Wissenschaft“ beschäftigen sich, so wie die Astronomiesendung „Supernova“, mit wissenschaftlichen Themen aus den unterschiedlichsten Wissenschaftsbereichen, und die Kategorie „Unterhaltung/Humor“ meint zum Beispiel Soaps, wie „Berlin Boheme“ oder diverse Comedyformate. „Politik“ betrifft Sendungen mit politischem Inhalt wie „der Stand.punkt“, wobei dafür die Unterkategorie „Sozialpolitik“ erstellt wurde, welche sich mit diversen sozialpolitischen Fragestellungen beschäftigt. Ein Beispiel wäre hierfür „TV+“, ein Monatsmagazin der Aidshilfe Wien.

„Information/Nachrichten“ meint Informations- und Nachrichtensendungen, wie „Discover TV: Every 1 News“ und die Kategorie „Sport“ beinhaltet wie der Name schon sagt Sportsendungen wie „Wrestling Fightnight“. Unter „Medien“ sind Sendungen zu verstehen, die einen medienpädagogischen Zugang haben. Ein Beispiel wäre hierfür ist das Magazin „EinBlick“ der Medienwerkstatt Linz. Die Kategorie „(Stadt-)Leben/Lifestyle“ ist eine Mischkategorie, unter die Sendungen zum Thema Leben, Leben in der Stadt und Lifestyle (z.B. „Testosteron“) fallen. „Andere/Vermischtes“ dient als Kategorie für Sendungen, die nicht eindeutig zugeordnet werden konnten, bzw. mehrere Kategorien gleichmäßig abdecken. Hierbei sei erwähnt, dass eine eindeutig Kategorienbildung nicht möglich ist, und es deshalb Überschneidungen gibt. Des Weiteren sind auch die Ergebnisse der Analyse nicht als absolut anzusehen, da einige Sendungen zwar Schwerpunkte erkennen lassen, aber auch Themen behandeln, die unter andere Kategorien fallen würden. Am häufigsten haben Sendungen (siehe Tabelle 2) auf Okto „Kunst und Kultur“ zum Inhalt. Mit 25 Sendungen nehmen diese mehr als ein Viertel (im Verhältnis zur Anzahl der Sendungen, nicht zur Sendezeit) des gesamten Programms ein. Gefolgt wird dies von den zwanzig Community-Sendungen, wobei der Großteil davon (inter-)kulturellen Inhalt haben (interkulturell: 16, sub-/popkulturell: 3, queer: 1). Die Kategorie „Politik“ bringt es auf dreizehn Sendungen, wobei acht davon unter „Sozialpolitik“ fallen. Als nächstes folgt

„(Stadt-)Leben/Lifestyle“ mit acht, „Unterhaltung/Humor“ mit sieben und „Medien mit vier Sendungen. Den Kategorien „Wissenschaft“, „Information/Nachrichten“ und „Sport“ wurden jeweils drei Sendungen zugeschrieben. Sieben Sendungen konnten keiner Kategorie zugeordnet werden, oder decken zwei oder mehrere Kategorien gleichmäßig ab.

Tabelle 2: Ausrichtung der Sendungen

Kunst und Kultur	25
Communities:	20
- (inter-/kulturell)	16
- sub-/popkulturell	3
- queer	1
Politik:	13
- Sozialpolitik	8
(Stadt-)Leben/Lifestyle	8
Unterhaltung/Humor	7
Medien	4
Wissenschaft	3
Information/Nachrichten	3
Sport	3

9.7 Der Community-Aspekt

Okto bezeichnet sich selbst als Community-Medium, stellt also den Begriff „Community“ in den Mittelpunkt. Die AMARC-Europe, die europäische Zweigstelle der „Association of Community Radio Broadcasters“ (eine mehrere Kontinente umfassende Dachorganisation alternativer Medien) definiert Community-Radio als „a non-profit“ station, currently broadcasting, which offers a service to the community in which it is located, or to which it broadcasts, while promoting the participation of the community in the radio“ (Amarc-Europe zitiert nach: Bailey O.G. 2008: 7), wobei diese Definition durchaus auch für

Fernsehen verwendet werden kann. Ein Community-Medium ist nach dieser Definition also ein nicht-kommerzielles Medium, welches in einer Community lokalisiert ist, und dieser eine Leistung zur Verfügung stellt oder zu dieser sendet und gleichzeitig die Partizipation der Community fördert.

Der Community TV-Sender Okto ist aber nur nicht in einer bestimmten Community verwurzelt, bzw. hat sich nicht als Ziel gesetzt nur die Interessen einer bestimmten Community zu vertreten, sondern will möglichst vielen (zivilgesellschaftlichen) Communities, welche in den herkömmlichen Medium zu wenig oder keine Beachtung finden, aus der Region Wien dienen. Das Spektrum soll dabei unter anderem migrantische, (sozial)politische, kulturelle (im Sinne von Kunst), pop-kulturelle, wissenschaftliche. Communities, also vielseitiges kulturelles Spektrum abgedeckt werden, wobei der Begriff Kultur, im Sinne der Cultural Studies, als “whole way of life” verstanden werden soll.

Um die Betonung des Konzepts “Community” und den Sinn, Communities eine Plattform öffentlicher Kommunikation zu bieten, zu verstehen, soll auf die Cultural Studies, konkret auf die Ausführungen von James Donald (Kap. 6.6) zurückgegriffen werden. Donald sieht durch Community die Möglichkeit in einer Stadt, wo viele Communities nebeneinander leben, ein friedliches Zusammenleben untereinander zu ermöglichen. Dazu dürfen nicht Grenzen und Unterschiede in den Mittelpunkt gestellt werden, sondern müssen Gemeinsamkeiten gefunden und geschaffen werden. Um eine gegenseitige Offenheit und Akzeptanz gegenüber kulturellen Unterschieden zu erreichen, muss einerseits den Communities Raum gegeben werden um sich selbst öffentlich zu repräsentieren, und andererseits Kommunikation zwischen den Communities ermöglicht werden, um Lösungen für etwaige Konflikte zu finden. Der Sinn davon ist Fremdheit als Beziehung verständlich zu machen, das heißt begreiflich zu machen, dass Fremdheit keine Eigenschaft ist, sondern auf einer Gegenseitigkeit beruht und beidseitig empfunden wird.

Bei diesem Konzept will nun ein Community-Medium wie Okto einhaken. Einerseits haben Communities dadurch die Möglichkeit Öffentlichkeit zu erlangen, gleichzeitig soll, ein gemeinsame Plattform für öffentliche Kommunikation geschaffen werden. Das heißt Okto bietet einen Raum, wo unterschiedliche Communities miteinander kommunizieren, sich begegnen und austauschen können. Dadurch dass Okto ein öffentliches Medium ist, findet Kommunikation aber nicht nur unter den selbst produzierenden Communities statt. Kommuniziert wird auch mit Personen und Gruppierungen, die selbst nicht beim Sender

aktiv sind, und so in den Community-Prozess, wie ihn James Donald beschreibt, eingebunden werden.

9.8 Okto als Rhizom

In Kapitel 8.2.4 wurde der Rhizom-Zugang zu alternativen Medien beschrieben. Im Folgenden soll nun die Strukturen des Community TV-Senders Okto darauf untersucht werden, inwieweit er eine rhizomatische Struktur besitzt. Der Rhizom-Zugang kritisiert grundsätzlich die Konzeption alternativer Medien insofern, als diese sich durch die Betonung auf die Alternative in Opposition zu herkömmlichen Medien stellen, und sich so selbst in ihrem Handlungsspielraum einschränken. Okto trägt offensichtlich dieser Kritik Rechnung, da die Betonung weniger auf der Alternative liegt, sondern mehr die Komplementärfunktion bzw. Ergänzung zu in erster Linie öffentlich-rechtlichen, aber auch privat-kommerziellen Medien im Mittelpunkt steht.

Eine rhizomatische Struktur wurde weiters als nicht linear, nomadisch und anarchisch beschrieben, wobei jeder Punkt der Struktur mit den anderen verbunden ist. Es ist schwierig die Struktur von Okto anhand dieser nicht eindeutig definierten Begriffe zu bewerten. Wenn man aber bedenkt, dass die ProduzentInnen ihre Sendungen frei gestalten können und es auch im Programm Fluktuationen gibt, können der Struktur nomadische und anarchische Eigenschaften zugerechnet werden. Diese werden aber doch durch Zugangsbarrieren (Der Weg zur Sendung, Kap. 9.2.2) und Eingreifen der Programmintendanz nicht unwesentlich eingeschränkt, sodass die Strukturen von Okto nur bedingt als anarchisch und nomadisch beschrieben werden können. Eine Verbindung der einzelnen Punkte durch Vernetzung wird zumindest dadurch angestrebt, dass versucht wird ein breites Spektrum von Communities in das Programm zu integrieren. Inwieweit das bis jetzt gelungen ist, kann hier allerdings nicht bewertet werden.

Drei Aspekte stehen im Mittelpunkt des rhizomatischen Zugangs. Erstens werden alternative Medien mit der Zivilgesellschaft insofern verknüpft, dass mehrere Communities zu transnationalen Netzwerken verbunden werden. Zweitens unterliegen sie einer Flüchtigkeit und sind deshalb nur schwer zu fassen, und drittens sollen Verbindungen zu Markt und Staat durch eine Mischung aus Widerstand gegen den und Kooperation mit dem

Kommerz geschlossen werden. Wie sich gezeigt hat, schwächt totaler Widerstand alternative Medien.

Okto versucht, wie bereits erwähnt, Communities untereinander zu vernetzen. Dabei geht die Vernetzung zumindest teilweise über die „eigenen“ Communities hinaus. So gibt es zum Beispiel eine Kooperation mit dem partizipativen Sender „TIDE“ aus Hamburg, im Zuge derer Nachwuchs-Filmproduktionen aus Deutschland gezeigt werden. Andere Beispiele wären das Musikmagazin „D-Zentral“ aus Hannover oder die schwullesbische Soap „Berline-Boheme“. Aber nicht nur beim Programm gibt es Kooperationen. So gab es zum Beispiel auf dem Mediensymposium anlässlich des zweiten Geburtstages von Okto am 16.11.2007 einen Vortrag von Barry Janssen vom Niederländischen Sender Multicultural Televisie Netherlands (MTNL).

Bezüglich des Kriteriums Flüchtigkeit gilt dasselbe wie für die Eigenschaften nomadisch und anarchisch. Zugangsbarrieren und gestalterisches Eingreifen ins Programm der Programmintendanz verhindern eine all zu große Flüchtigkeit. Okto grenzt sich auch nicht strikt von Markt und Staat ab. Verbindungen zum Staat sind bereits in der Gründung von Okto zu finden, da der Sender von der Gemeinde Wien ermöglicht und finanziert wird. Seit einigen Monaten ist auch eine Verbindung zu einem Medium (des privat-kommerziellen Sektors) in Form einer Kooperation mit der Tageszeitung „Der Standard“ gegeben. Die Sendung „der Stand.punkt“ ist eine gemeinsam veranstaltete Diskussionsrunde zu aktuellen innen- und außenpolitischen Themen, welche auf Okto ausgestrahlt wird und auch auf der Homepage der Zeitung per Stream abgerufen werden kann.

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass Okto, wenn auch mit Einschränkungen, die von Bailey, Cammaerts und Carpentier für alternative Medien bevorzugte rhizomatische Struktur aufweist. Okto stellt weniger die Alternative, sondern mehr die Ergänzung in den Vordergrund. Weiters ist zumindest der Versuch zu erkennen ein (transnationales) Netzwerk für zivilgesellschaftliche Communities zu bilden und es sind auch Verbindungen zu Staat und Markt vorhanden, wodurch Handlungsmöglichkeiten erweitert werden. Lediglich bezüglich der Flüchtigkeit einer nomadischen und anarchischen Struktur gibt es bei Okto stärkere Beschränkungen als bei alternativen Medientypen üblich ist.

9.9 Okto vs. Offener Kanal

Der Community TV-Sender Okto geht auf die Idee zurück, in Wien einen Offenen Fernsehkanal zu gründen. Auch im Namen des Trägervereins (Verein zur Gründung und zum Betrieb Offener Fernsehkanäle in Wien) ist die Idee Offener Kanal noch enthalten. Tatsächlich aber gibt es im Konzept und in der Praxis von Okto einige Unterschiede zur ursprünglichen Idee Offener Kanäle. Und auch seitens des Senders selbst grenzt man sich von Offenen Kanälen ab (Geppl, Kreuch, Ludescher 2007: 4).

Wie bereits in Kapitel 8 angeführt, liegt die ursprüngliche Idee darin, jenen einen offenen Zugang zum Medium Fernsehen zu ermöglichen, die in den herkömmlich öffentlich-rechtlichen und privaten Medien nicht zu Wort kommen. Beiträge sollen dabei von den jeweiligen Gruppen selbstständig erstellt und ohne Zensur ausgestrahlt werden. Wie sich aber herausgestellt hat, war dieses ursprüngliche Konzept wenig durchdacht und nur von mäßigem Erfolg gekrönt, sodass Modifikationen notwendig wurden. Es wurden Programmschemen eingeführt, und die ProduzentInnen bekamen professionelle Hilfestellungen mittels so genannter Kommunikationsshelfer angeboten. Ziel davon war es, die Sendungen professioneller zu gestalten, um ein größeres Publikum zu erreichen, die Offenen Kanäle stärker in der lokalen Bevölkerung zu verankern, und ihnen so zu einer höheren Legitimation bei der Steuern und Rundfunkgebühren zahlenden Bevölkerung zu verhelfen.

Bei der Konzeption von Okto hat man offensichtlich, anders als bei den ersten Offenen Kanälen in Deutschland gemachte Erfahrungen ernst genommen. Dabei hat man sich aber von der Idee Offener Kanal, zu Gunsten einer stärkeren Professionalisierung, verabschiedet.

Ein grundsätzlicher Unterschied liegt in der Abkehr von einem völlig offenen Zugang. Während in Offenen Kanälen jeder seine Sendungen ohne vorhergehende Abnahme ausstrahlen lassen kann, ist der Weg zur Sendung, wie in Kapitel 9.2.2 dargestellt, bei Okto ein anderer. Hier muss man zunächst ein Konzept einreichen und darauf folgend eine Nullnummer produzieren, die auf inhaltliche und qualitative Kriterien geprüft wird. Ein Auswahlkriterium ist dabei auch, ob das Konzept in das Programm passt, das heißt, den Zielsetzungen des Senders entspricht und nicht schon ähnliche Sendungen vorhanden sind. Seitens des Senders behält man sich auch vor, eine Sendung abzusetzen, wenn diese

Kriterien nicht mehr erfüllt werden. Die Konzeption hat also auch einen stärkeren ideologischen Hintergrund als Offene Kanäle.

Eine weitere Unterscheidung liegt darin, dass man nicht darauf wartet, dass interessierte Personen oder Gruppen von selbst zum Sender kommen um Programm zu produzieren. Man hat im Gegenteil bereits im Zuge der Machbarkeitsstudie, aus Sicht der ProgrammintendantInnen, relevante zivilgesellschaftliche Communities kontaktiert, um diese für eine Zusammenarbeit zu gewinnen. Auch nachdem Okto auf Sendung gegangen ist wurde dieses Vorgehen weitergeführt.

Im Gegensatz zu Offenen Kanälen nimmt Okto selbst gestalterisch Einfluss auf das Programm. Okto sieht sich ja als Komplementärmedium, das dort eingreifen will, wo Defizite im öffentlich-rechtlichen und privat-kommerziellen Fernsehen auftreten. Dafür reicht es aber nicht aus lediglich ein partizipatives Medium zur Verfügung zu stellen, denn es kommen nicht von selbst alle gewünschten Ergänzungen von den Communities. Denn diese haben ja völlig freien Gestaltungsspielraum bei ihren Sendungen, oder sind gar nicht auf Okto vertreten. Um diese Lücken zu schließen, werden vom Sender selbst Eigenproduktionen bzw. Mischformen initiiert. (2007: 61)

Das Eingreifen in das Programm seitens der Intendanz steht Okto im klaren Gegensatz zu der Forderung von Ulrich Kamp (1998: 7). Dieser plädierte für eine Gestaltung des Programms bei Offenen Kanälen von unten, und ist auch der Meinung, dass die sich daraus entwickelnden Strukturen ausreichend sind. Wie aber gerade aufgezeigt, ist die Programmintendanz diesbezüglich anderer Meinung und greift in das Programm ein.

Dies wird vor allem mit einer stärkeren ZuschauerInnenorientierung durch eine höhere Professionalisierung begründet. Bei den qualitativen Ansprüchen an die Sendungen orientiert man sich dabei an herkömmlichen Medien, indem Beiträge „mediengerecht“, „konsumierbar“ und kurzweilig gestaltet werden sollen. (2007, 47, 48)

9.10 Okto als öffentlich-rechtliches Fernsehen

Laut Ulrich Kamp (1986: 500) sind Offene Kanäle öffentlich-rechtliches Fernsehen. Auch der Community TV-Sender Okto stellt den Anspruch, öffentlich-rechtliches Programm im

Sinne der Komplementärfunktion zu herkömmlichem öffentlich-rechtlichem Fernsehen, zu erstellen.

Eine öffentliche Medienorganisation hat dabei idealtypischerweise folgende Charakteristika: Öffentlich-rechtliche Medien sind dem öffentlichen Sektor zuzuordnen, bzw. sind Nonprofit-Organisationen in öffentlichem Eigentum. Der Zweck ist dabei das Erreichen eines definierten Sachziels, welches normativ in der Maximierung eines gesellschaftlichen Nutzens („z.B. Qualifizierung des Meinungsbildungsprozesses durch Information“) liegt. Öffentliche Medientypen sind also am Gemeinwohl orientiert. Sie haben in diesem Zusammenhang einen Programmauftrag, welcher einen gesellschaftlichen Bedarf und somit das Sachziel definiert. Öffentlich-rechtliche Medien haben den BürgerInnen als Empfänger der Leistung und haben die Aufgabe zur Vollversorgung. Die Finanzierung soll dabei vor allem durch Gebühren seitens der BürgerInnen abgedeckt werden. Eingeschränkt darf dabei aber auch auf Werbung zurückgegriffen werden. Die Effektivität von öffentlichen Medien wird daran gemessen, inwieweit das Sachziel erreicht wird. Durch eine „organisatorische Vielfaltssicherung durch binnenplurale Organe der Organisation“ soll Vielfalt gewährleistet werden. (Kiefer 2000: 155)

Vergleicht man den Community TV-Sender Okto mit den Kriterien öffentlich-rechtlicher Medien, kommt man zu dem Ergebnis, dass Okto diesen Vorstellungen durchaus entspricht: Okto ist eine Nonprofit Organisation und ist im Eigentum der Öffentlichkeit, da von der Gemeinde Wien initiiert. Okto unterliegt einem eigenen Programmauftrag, der auf die Maximierung eines gesellschaftlichen Nutzens gerichtet ist. Dieser Nutzen liegt darin, Personen und Gruppen offenen Zugang zum Medium Fernsehen zu ermöglichen, die von den herkömmlichen Medien nicht beachtet werden (siehe Kapitel 8), was als öffentliche Aufgabe betrachtet werden kann. Der Adressat des Senders ist auch bei Okto der/die BürgerIn und wird durch diesen indirekt (über die Gemeinde Wien) finanziert. Auch die Effektivität wird am Grad der Erreichung des Sachziels gemessen – eine Evaluierung des Programms findet statt, wo Defizite auftreten wird von der Programmintendanz versucht (gestaltend) einzugreifen. Die bei öffentlich-rechtlichen Medien nötigen „binnenplurale Organe“ zur Vielfaltssicherung entsprechen bei Okto den Communities bzw. den ProduzentInnen, die selbstständig und frei ihre Beiträge erstellen. Der einzige offensichtliche Unterschied zwischen Okto und herkömmlichen öffentlich-rechtlichen Sendern liegt darin dass letztere einen Auftrag zu einer vollen Versorgung haben und

Okto „lediglich“ einen Ergänzungsauftrag zu öffentlich-rechtlichen Medien für sich definiert.

9.10.1 Okto vs. ORF

Im konkreten Fall ist der öffentlich-rechtliche Sender, dessen Defiziten Okto versucht entgegenzuwirken, der Österreichische Rundfunk (ORF). Wie es für einen öffentlich-rechtlichen Sender notwendig ist, hat auch der ORF einen Programmauftrag. Dieser ist im ORF-Gesetz (ORF-G) §4 (Bundesgesetz über den Österreichischen Rundfunk) festgeschrieben:

„Der Österreichische Rundfunk hat durch die Gesamtheit seiner gemäß § 3 verbreiteten Programme zu sorgen für:

1. die umfassende Information der Allgemeinheit über alle wichtigen politischen, sozialen, wirtschaftlichen, kulturellen und sportlichen Fragen;
2. die Förderung des Verständnisses für alle Fragen des demokratischen Zusammenlebens;
3. die Förderung der österreichischen Identität im Blickwinkel der europäischen Geschichte und Integration;
4. die Förderung des Verständnisses für die europäische Integration;
5. die Vermittlung und Förderung von Kunst, Kultur und Wissenschaft;
6. die angemessene Berücksichtigung und Förderung der österreichischen künstlerischen und kreativen Produktion;
7. die Vermittlung eines vielfältigen kulturellen Angebots;
8. die Darbietung von Unterhaltung;
9. die angemessene Berücksichtigung aller Altersgruppen;
10. die angemessene Berücksichtigung der Anliegen behinderter Menschen;
11. die angemessene Berücksichtigung der Anliegen der Familien und der Kinder sowie der Gleichberechtigung von Frauen und Männern;
12. die angemessene Berücksichtigung der Bedeutung der gesetzlich anerkannten Kirchen und Religionsgesellschaften;
13. die Verbreitung und Förderung von Volks- und Jugendbildung unter besonderer Beachtung der Schul- und Erwachsenenbildung;
14. die Information über Themen des Umwelt- und Konsumentenschutzes und der Gesundheit;
15. die Förderung des Interesses der Bevölkerung an aktiver sportlicher Betätigung;
16. die Information über die Bedeutung, Funktion und Aufgaben des Bundesstaates sowie die Förderung der regionalen Identitäten der Bundesländer;
17. die Förderung des Verständnisses für wirtschaftliche Zusammenhänge;

18. die Förderung des Verständnisses für Fragen der europäischen Sicherheitspolitik und der umfassenden Landesverteidigung.“

Okto will laut Programmauftrag vor allem Themen aus den Bereichen Kunst, Kultur, Bildung und Sendungen mit nichtdeutschsprachigen Inhalten Raum geben, wobei die Aufarbeitung der Themen aus den Communities selbst kommen soll. Sendungen mit diesen Themen haben auch tatsächlich einen äußerst hohen Anteil am Programm, vor allem aber jene aus den Bereichen Kunst und Kultur, (Sozial-)Politik und solche die von verschiedenen Communities nicht-deutscher Muttersprache erstellt wurden (16 von 93). Vergleicht man nun die Zielsetzung von Okto und die tatsächlich im Programm vorkommenden Themen mit dem Programmauftrag des ORF, so kommt man zu dem Ergebnis, dass die Okto-ProduzentInnen vor allem bei den Punkte 2, 4, 5, 6 und 7 § 4 ORF-G aktiv sind.

Der ORF hat 2008 seinen ersten Public Value Bericht veröffentlicht. Damit will man zeigen wie der (öffentlich-rechtliche) Programmauftrag erfüllt wurde – es handelt sich dabei also um den „Nachweis eines „*öffentlichen Wertes*“ für GebührenzahlerInnen und die Gesellschaft“ (Alexander Wrabetz in: ORF 2008: 4). Verglichen mit dem für Okto aus dem Programmauftrag herausgearbeiteten, relevanten Punkten ist aus dem Public Value Bericht in erster Linie der Abschnitt „Gesellschaftswert“ interessant. Dieser ist dabei in die Abschnitte „Vielfalt“, „Orientierung“, „Integration“, „Bürgernähe“ und „Kulturauftrag“ unterteilt. (ORF 2008: 9)

Mit „Vielfalt“ will der ORF „die Unterschiede und Eigenheiten der Menschen, die Vielfalt in Gesellschaft und Umwelt aufzeigen, thematisieren und dokumentieren“ (ORF 2008: 82). Als Erfüllung des Auftrages zur Vielfalt werden folgende Fernsehsendungen genannt: Die Nachrichtensendung „Bundesland heute“, das interregionale Magazin „Alpen-Donau-Adria“, das Landwirtschaftsmagazin „Land und Leute“, die Religionssendungen „Kreuz und Quer“ und „Orientierung“, die Diskussionssendung „Club2“, das sozialpolitische Magazin „Am Schauplatz“ und das (inzwischen abgesetzten, Anm. d. Verf.) Infotainmentmagazin „Wie Bitte?“ (2008: 87-95).

Der Auftrag „Orientierung“ will „Zusammenhänge aufzeigen, Hintergründe aufdecken“, „Erklärungen liefern“ (2008: 96). Die im Public Value Bericht dazu genannten Sendungen sind das sozialpolitische Magazin „Thema“, das Dokumentarfilm-Format „dok.film“, die Dokumentationsreihe „Menschen und Mächte“, die Politmagazine „Report“ und „Hohes

Haus“, die Diskussionssendungen „Im Zentrum“ und „Runder Tisch“, das Wirtschaftsmagazin „Eco“ und die Wirtschaftsdiskussionssendung „Der Wirtschafts-Talk“. (2008: 99-105)

Der Schwerpunkt „Integration“ meint: „Die Anliegen der Volksgruppen und Minderheiten berücksichtigen. Migration als gesellschaftliche Herausforderung annehmen“ (2008: 108). Darunter fallen die Sendungen: die mehrsprachigen bzw. fremdsprachigen Magazine „Heimat, fremde Heimat“, „Servus, Szia, Zdravo, Deltuha“ und „Dober dan, Koroska“ (2008: 111-113).

„Bürgernähe“ wird mit „Rundfunk der Gesellschaft bedeutet: Kommunikation direkt und ungeschminkt“ beschrieben. Hier werden die Sendungen „Bürgeranwalt“, „Bürgerforum“ und „Schauplatz Gericht“ angeführt. Ansonsten werden diverse Veranstaltungen von zweisprachigen Lesungen bis zur Ö3-Mountainmania genannt und auf die Diskussionsforen auf der Internetseite des ORF verwiesen (2008: 119-125).

Der Kulturauftrag wird mit „Kunst, Kultur, Kreativität für Menschen, nicht für Marktanteile“ und weiter „Kultur: provokant *und* traditionell, schön *und* anders, Inhaltsschwer *und* gedankenleicht, verständlich *und* kreativ, hochgeistig *und* volksverbunden“ (2008: 126) beschrieben. Genannt werden hier der Kulturmontag mit diversen Kulturmagazinen und auch Filmvorführungen, Kooperationen mit den Fernsehsender „3sat“ und „arte“, die Kultursendung „Matinee“ und Übertragungen der Salzburger Festspiele, der Bregenzer Festspiele, diverser Opern und von der Ars Electronica und das Kulturmagazin a.viso (2008: 129-139).

Verglichen mit dem Programm von Okto fallen hier mehrere Unterschiede auf²: Im Bereich Kunst und Kultur sind bei Okto deutlich mehr Sendungen als im ORF Fernsehen zu finden, wobei beim ORF, im Gegensatz zu Okto, hauptsächlich massenwirksame kulturelle Schwerpunkte, wie z.B. die Salzburger Festspiele oder die Ars Electronica Beachtung finden. Im Bereich Integration gibt es im ORF Fernsehen drei mehr- oder fremdsprachige Sendungen bzw. Sendungen von und für Personen mit Migrationshintergrund, bei Okto gibt es davon 16. Weiters hat Okto eine hohe Zahl an Sendungen mit sozialpolitischen Inhalt und kann dabei durchaus eine nicht zu vernachlässigende Ergänzung zum ORF-Programm bieten. Bei der BürgerInnenbeteiligung

² Hier wurde lediglich ein oberflächlicher Vergleich und keine genaue Programmanalyse durchgeführt

sind die deutlichsten Unterschiede zu finden. Während beim ORF der/die BürgerIn nur bedingt die Möglichkeit hat aktiv in das Programm einzugreifen (z.B. durch Publikumsbeteiligung in Diskussionsrunden oder Fragesendungen), verfolgt man bei Okto den bereits erwähnten partizipativen Ansatz. Die Sendungen werden von BürgerInnenseite selbstständig erstellt, wobei die Darstellung der eigenen subjektiven Lebensrealität wichtig ist. Durch die Pluralität von Sendungen und somit auch subjektiven Sichtweisen, soll damit eine Annäherung an Widersprüche und komplexe Lebenswelten erreicht werden.

Okto bietet also mit seinem Programm in der Tat Ergänzungen zum öffentlich-rechtlichen Sender ORF durch eine größere kulturelle Vielfalt. Der Sender kann somit, nicht nur wegen seiner Zielsetzungen, sondern auch wegen des tatsächlichen Programms als öffentlich-rechtlich bezeichnet werden. Da der ORF durch Rundfunkgebühren mitfinanziert wird, stellt sich dadurch Frage, ob sich für Okto ein Anspruch auf einen Teil dieser Gebühren ergibt. Ein Vorbild bietet hier Deutschland, wo BürgerInnenmedien, welche den Landesmedienanstalten angehören, von Teilen der Rundfunkgebühren mitfinanziert werden. Okto ist zwar kein Teil des ORF, bietet aber trotzdem öffentlich-rechtliches Programm. Seitens des ORF wird dabei freilich dagegen argumentiert. Begründet wird dies damit, dass der ORF im Lichte des Auftrags zur Vollversorgung auch den vollen Anspruch auf den Fernseh- bzw. Radioanteil der Rundfunkgebühren besitzt. Hier stellt sich aber die Frage inwieweit der ORF diesen Vollversorgungsauftrag erfüllt (bzw. erfüllen kann). Alleine die soeben durchgeführt oberflächliche Analyse lässt hier nicht unbeträchtliche Zweifel aufkommen. Aber um diese Frage zu beantworten sollte eine genaue und vor allem unabhängige Programmanalyse beider Sender durchgeführt werden. Die Frage, ob Okto einen Anteil der Rundfunkgebühren bekommen soll, kann aber auf jeden Fall diskutiert werden.

10 Resümee

Seitdem die ersten Offenen Kanäle in Deutschland auf Sendung gegangen sind, wurde viel über sie diskutiert und auch vieles an ihnen verändert. Es wurde der Zugang modifiziert, Programmschemen eingeführt, und auch bei der Zielsetzung hat es Verschiebungen gegeben. Zu Beginn war die Schaffung von Öffentlichkeit die Devise. Später rückten immer mehr medienpädagogische Zugänge ins Zentrum. Aber auch eine zu starke Orientierung in diese Richtung stellte sich als ungenügend heraus. Die Unterscheidung zwischen Prozessorientierung und Produktorientierung wurde aufgehoben und eine Kombination dieser beiden Ansätze wurde als der richtige Weg zur Stärkung der Bedeutung von Offenen Kanälen betrachtet. Öffentlichkeit, mit Bedacht auf Qualität und publizistische Relevanz, kann also immer noch als zentrale Zielsetzung von Offenen Kanälen betrachtet werden.

Auch bei der Umsetzung des Community TV-Senders Okto hat man die Entwicklungen und Diskussionen in Deutschland genau beobachtet und in das Konzept einfließen lassen. Das Resultat ist eine Abkehr von der Offenen Kanal Konzeption durch Einschränkungen beim Zugang und einer Einflussnahme der Programmintendanz auf das Programm. Trotzdem sieht man sich weiters in Tradition Offener Kanäle. Man hat nach wie vor das Ziel, Personen und Gruppierungen die Möglichkeit zu geben selbst Fernsehprogramm zu produzieren, welche in den herkömmlichen Medien sonst keine oder zu wenig Beachtung finden. Das Prinzip Öffentlichkeit durch einen offenen, partizipativen Zugang stehen demnach im Vordergrund.

Es müssen dieser Offenheit aber trotzdem Grenzen gesetzt werden, da sonst die Gefahr einer zu starken Segmentierung besteht. Zusätzlich müssen Kommunikationsräume als Mittel zur Vernetzung der einzelnen Segmente geschaffen werden Okto setzt einerseits der Offenheit die oben erwähnten Grenzen, und will andererseits einen Kommunikationsraum für Teilöffentlichkeiten bereitstellen. Durch die Programmgestaltung wird einordnen der Segmente angestrebt um so Chaos zu vermeiden. Dies geschieht dadurch dass man versucht, als zivilgesellschaftlich relevant erachtete Communities für eine selbstständige Programmproduktion zu gewinnen. Durch die Bemühungen hinsichtlich einer Zusammenarbeit von Sendungsteams mit ähnlichen Interessen wird versucht zu vermeiden, dass zu viele ähnliche Sendungen produziert werden. Wo die Programmintendanz Defizite

hinsichtlich der Ausgewogenheit des Programms sieht, greift sie gestalterisch ein. Durch die Zusammenführung vielfältiger Communities entsteht der Kommunikationsraum, in dem die einzelnen Segmente miteinander kommunizieren können. Kommunikation wird dabei ein kultureller Wert zugesprochen, bzw. wird als kulturelle Praxis begriffen die gefördert werden soll. Ob die Grenzen von Okto richtig definiert und wirkungsvoll gesetzt werden, kann aber an dieser Stelle nicht beantwortet werden.

Auch die Öffentlichkeitsfunktionen von Beobachtung, Orientierung und Kritik liegen im Fokus von Okto. Besonders betreffend Beobachtung ist der Ansatz von Okto interessant. Bei den Sendungen steht nämlich die Subjektivität im Vordergrund. Jeder ProduzentIn wird bei Okto als ExpertIn seiner sozialen und kulturellen Lebensumstände betrachtet. Ihm/ihr wird, im Gegensatz zu anderen Konzepten, bei denen ExpertInnen oft Außenstehende sind, die meiste Kompetenz zugesprochen, über eben diese Lebensumstände zu berichten.

Auch die Funktion Orientierung wird verstärkt. Es wird zwar gerne kritisiert, dass Medien keine ideale Instanz für die Orientierungsgebung sind, da dadurch der soziale Kontext ausgeschlossen wird und somit die Themen von RezipientInnen nicht in das eigene Leben eingeordnet werden können. Diese Problemstellung ist aber bei Okto und Offenen Kanälen weniger gegeben, da sie stärker in den lokalen Raum eingebettet sind. Menschen aus dem eigenen und benachbarten sozialen und kulturellen Kontext produzieren selbst Sendungen, wodurch Probleme thematisiert werden, die einen selbst betreffen. Bei Okto wird der lokalen Komponente vor allem durch die Betonung von Community (Kapitel 6.6) besonders Rechnung getragen.

In Kapitel 3.3.2 wurden Vor- und Nachteile der den Medien immanente Reduktion von sozialer Komplexität thematisiert. Bei Offenen Kanälen fällt der Nachteil, dass auf Grund ökonomischer Bedingungen für die breite Massen uninteressante Themen nicht behandelt werden, weg, da sie diesen Bedingungen nicht unterliegen. Der Vorteil der kommunisierenden Leistung durch Reduktion bleibt aber erhalten. Es besteht weiter die Möglichkeit, Gemeinsamkeiten herauszuarbeiten und die Betonung der Unterschiede zu reduzieren.

In diesem Zusammenhang steht der in Kapitel 8.2.3 erwähnte Begriff der „Multitude“. Dieser meint das Produkt der Pluralität und Unterschiede der Zivilgesellschaft, wodurch ein gemeinsames Kommunizieren und Handeln der Zivilgesellschaft ermöglicht wird,

wobei die kulturellen Unterschiede beibehalten werden. Durch die Betonung von Subjektivität und der Communities erfüllt Okto die Kriterien einer Multitude und kann somit eine Stärkung der Zivilgesellschaft bewirken. Okto bietet also den bereits mehrmals erwähnten Kommunikationsraum und leistet damit auch einen Beitrag zur interkulturellen Kommunikation und von interkultureller Kompetenz und Integration. Zur Frage der Schaffung eines Kommunikationsraums sei hier aber noch der Internetauftritt (Kap. 9.5) von Okto erwähnt. Auf der Homepage finden sich zwar alle relevanten Informationen, diese Medium wird, bezüglich der Schaffung eines Kommunikationsraums, vom Sender aber zu wenig genutzt. Dies manifestiert sich vor allem in der Tatsache, dass die Homepage der aktuellen technologischen Möglichkeiten (web 2.0) nicht entspricht.

Durch die Betonung des kulturellen Aspekts und der gleichzeitigen Zielsetzung der Schaffung von Öffentlichkeit, wird auch bei Okto versucht Kultur mit Politik zu verbinden. Mit anderen Worten wird also die Kapitel 3.7.4 angeregte Zusammenführung der kulturellen und der politischen Ebene nachgegangen. Das heißt es wird versucht politisches Engagement als kulturelle Praxis zu etablieren. Durch die Fusion der beiden Ebenen kann deshalb auch, die in Kapitel 6.4 beschrieben, Zielsetzung der Cultural Studies, kulturelle Hegemonie zu erreichen, stärker verfolgt werden.

Okto wirkt auch dem in der Öffentlichkeit enthaltenen Bereich der Nicht-Öffentlichkeit entgegen. Verglichen mit dem Programm des ORF bietet Okto einer größeren Vielfalt von Communities, die im ORF nicht oder zu wenig beachtet werden, die Möglichkeit öffentlich zu kommunizieren. Der Bereich des Nicht-Öffentlichen kann zwar von Okto nicht gänzlich abgedeckt werden, er wird aber auf jeden Fall verkleinert. Dazu trägt auch bei, dass Okto selbst von Anfang an aktiv war, Gruppen und Personen für eine Zusammenarbeit zu motivieren und zu gewinnen. Hier muss aber gesagt werden, dass durch die Einschränkung der Offenheit der „Kampf“ gegen Nicht-Öffentlichkeit nicht bedingungslos im Vordergrund gestellt wird.

Das Problem der Nicht-Öffentlichkeit ist mit dem Faktum der Zersplitterung von Öffentlichkeit verbunden. Es handelt sich dabei um eine immer stärkere Segmentierung der Gesellschaft, welche durch Globalisierung und Migration verstärkt wird. Herkömmliche Medien können dieser großen Zahl an Teilöffentlichkeiten nicht mehr gerecht werden. Ganz im Gegenteil wird besonders von kommerziellen Medien eher versucht, die vielen existierenden Minderheiten, wobei jeder Mensch mehreren gleichzeitig angehört, in große

Mehrheiten zu pressen (Duve 2001: 66). Okto stellt dagegen Minderheiten einen öffentlichen Kommunikationsraum zur Verfügung. Man versucht sie zu motivieren selbst Sendungen zu gestalten, und dort wo dies nicht gelingt greift Okto selbst gestalterisch ins Programm ein. In Kapitel 3.6 wurde diese Zersplitterung in Teilöffentlichkeiten als Akt der Emanzipation betrachtet. Dadurch dass man den Teilöffentlichkeiten die Möglichkeit von Öffentlichkeit gibt, kann dieser Emanzipationsakt unterstützt werden.

Auch die medienkritische Komponente kommt bei Okto nicht zu kurz. Eine zeitgemäße und wirkungsvolle Medienkritik ist nur über den Weg der „Theoretiker-Praktiker“ möglich. Dazu ist ein „Mitschreiben an den Programmen“ seitens des Kritikers selbst notwendig. Okto bietet dazu einen Lehrgang mit dem Titel „Interkultureller Videojournalismus“ an. Dabei werden Techniken zur Sendungsproduktion und Analysefähigkeiten von Sendungen bezüglich interkultureller Kriterien geschult, mit dem Ziel selbst qualitativ hoch stehendes Programm zu produzieren. Somit können Sendungen besser kritisch hinterfragt und die gewonnenen Erkenntnisse für die Produktionspraxis angewandt werden.

Eine funktionierende Öffentlichkeit ist für ein demokratisches System unumgänglich. Dafür ist aber auch ein intaktes Massenmediensystem notwendig. Es muss deshalb die Existenz unabhängiger Massenmedien gewährleistet werden, welche eine öffentliche Aufgabe zu erfüllen haben. Bei den elektronischen Medien wie Fernsehen und Radio übernimmt diese Aufgabe der öffentlich-rechtliche Rundfunk. Er soll durch eine ausgewogene und vielfältige Berichterstattung alle gesellschaftlich relevanten Fragen, mit Rücksichtnahme auf alle Beteiligten, für die Bevölkerung aufbereiten. Durch die Konkurrenz zu privat-kommerziellen Medien kann diese Aufgabe aber nicht ausreichend erfüllt werden. Aber auch durch eine Segmentierung der Gesellschaft und durch Globalisierung und Migration, bzw. einer steigenden Zahl an Teilöffentlichkeiten wird diese Aufgabe für öffentlich-rechtliche Medien immer schwieriger. Offene Kanäle sollen dieses Problem dadurch lösen, dass sie abseits des Werbemarkts sämtlichen BürgerInnen offenen Zugang zum Medium Fernsehen gewähren. Diese sollen dann selbstständig und unzensuriert Beiträge erstellen, die auf diesen Offenen Kanälen gesendet werden. Somit sollen nicht nur mehr Teilöffentlichkeiten in den Medien vertreten sein, sondern es soll dadurch auch eine neue Kommunikationskultur entstehen. Das Arbeiten mit dem Medium Fernsehen soll als kulturelle Praxis begriffen werden, eine Praxis die man beherrscht und

somit in das eigene soziale und kulturelle Leben in Form eines Kommunikationsraums, integriert. Offene Kanäle sind somit ebenfalls als öffentlich-rechtliches Fernsehen zu betrachten.

Auch der Wiener Community TV-Sender Okto nimmt die Herausforderung „Öffentlichkeit“ an und beschreibt sich selbst als öffentlich-rechtliches Fernsehen. Okto will dabei eine Ergänzung zum öffentlich-rechtlichen ORF sein, indem in jenen Bereichen als gesellschaftlich relevant erachtetes Programm gemacht wird, wo beim ORF Defizite identifiziert werden. Der Vergleich der Okto-Konzeption mit den allgemeinen Kriterien öffentlich-rechtlichen Rundfunks ergibt große Übereinstimmungen. Der einzige Unterschied liegt darin, dass öffentlich-rechtliches Fernsehen per Definition einen Auftrag zur Vollversorgung hat. Okto will hingegen keine Voll-Versorgung anbieten, sondern lediglich eine Ergänzung sein. Es hat sich gezeigt, dass auch die Themen des Programms durchaus einen starken öffentlich-rechtlichen Charakter haben, und der Ergänzungsauftrag durchaus erfüllt wird – die Eigendefinition als öffentlich-rechtliches Fernsehen besteht also zu Recht. Hier sei noch erwähnt, dass dadurch auch der Anspruch von Okto auf einen Teil der Rundfunkgebühren durchaus diskutiert werden kann.

Die bewusste Abgrenzung zu Offenen Kanälen durch die Einschränkung des offenen Zugangs und des gestalterischen Eingreifens, an Stellen, an denen es als notwendig empfunden wird, wird damit begründet, dass man möglichst professionell gemachtes Programm mit einer Fokussierung auf Professionalität und publizistische Relevanz gestalten will, um ausreichend Zuseher zu erreichen. Dabei werden auch Kooperationen mit herkömmlichen Medien wie der Tageszeiten „Der Standard“ eingegangen, wie in Kapitel 8.2.4 mittels des Rhizom-Zugangs empfohlen. Das heißt es gibt keine strikte Abgrenzung mehr zum „Kommerz“. Okto kann also nicht als rein alternatives Medium im Sinne einer Opposition bezeichnet werden und gibt somit indirekt der Vermutung Recht, dass Offene Kanäle möglicherweise nie eine Alternative zu professionellem Fernsehen waren (vgl. Kap. 8.5.2). Klaus-Jürgen Buchholz definiert dabei Professionalität bei Bürgerfunk folgendermaßen:

„Professionell gemachter Bürgerrundfunk ist der tägliche Spagat zwischen den Anforderungen, die sich einerseits aus seiner Zuordnung zu Medienkultur und andererseits aus der soziokulturellen Verankerung ergeben: Der eine Pol verlangt die Berücksichtigung der ästhetischen Erwartungshaltungen des „normalen“ Publikums

– also die Vermeidung von Überforderung. Soweit es mit seiner Rundfunkgebühr einen Bürgersender ermöglicht, kann ihm diese Erwartungshaltung wohl auch nicht gänzlich abgesprochen werden. Demgegenüber erfordert der andere Pol das Schaffen und Sichern von Freiräumen für individuelles und selbstbestimmtes Engagement – also die Förderung des Experimentellen, des Widerspenstigen und Unangepassten.“ (Buchholz 2003a: 240)

Die Meinungen, wie gut Okto dieser Spagat gelingt, gehen auseinander – dies soll aber an dieser Stelle auch nicht thematisiert und bewertet werden. Bei Okto selbst ist man mit dem Programm zufrieden. Laut eigenen Angaben konnten schon nach Sendestart die Zuseherzahlen mit denen etablierter freier Medien in Europa mithalten (Okto 2006).

Quellenverzeichnis

Bundesgesetz über den Österreichischen Rundfunk. ORF-Gesetz (ORF-G). § 4.

Arbeitskreis Offene Kanäle/Bürgerrundfunk (AKOK) der DLM (2001a). Bürgermedien in der Kommunikationsgesellschaft. Grundsatzpapier des Arbeitskreises Offene Kanäle/Bürgerrundfunk (AKOK) der DLM 8.März 2001. Zukunft Offener Fernsehkanäle. Nichtkommerzielles Fernsehen in Deutschland. Dokumentation der Tagung der NOKO Bürgermedien am 18. Mai 2001 in Bremen. B. Landesmedienanstalt. Bremen.

Arbeitskreis Offene Kanäle/Bürgerrundfunk (AKOK) der DLM (2001b). Medienkompetenz und Bürgermedien. Grundsatzpapier des Arbeitskreises Offene Kanäle/Bürgerrundfunk (AKOK) der DLM 15. Januar 2001. Zukunft Offener Fernsehkanäle. Nichtkommerzielles Fernsehen in Deutschland. Dokumentation der Tagung der NOKO Bürgermedien am 18. Mai 2001 in Bremen. B. Landesmedienanstalt. Bremen.

Arbeitskreis Offene Kanäle/Bürgerrundfunk (AKOK) der DLM (2001c). Zum Verhältnis von Internet und Bürgermedien. Grundsatzpapier des Arbeitskreises Offene Kanäle/Bürgerrundfunk (AKOK) der DLM 8.März 2001. Zukunft Offener Fernsehkanäle. Nichtkommerzielles Fernsehen in Deutschland. Dokumentation der Tagung der NOKO Bürgermedien am 18. Mai 2001 in Bremen. B. Landesmedienanstalt. Bremen.

Arbeitskreis Offenen Kanäle Österreich. (2003). "Finanzierung für Offenen Kanal Wien ist gesichert." Retrieved 19.05.2009, from <http://www.offenerkanal.at/deutsch/medieninformation/news/okwien171003.htm>.

Baacke, D. (1982). Partizipation und Massenmedien. Medienpsychologie. Ein Handbuch in Schlüsselbegriffen. H. J. Hagelmann and G. Wenninger. München, Wien, Baltimore.

Baecker, D. (2005a). Form und Formen der Kommunikation. Frankfurt am Main.

Baecker, D. (2005b). Kommunikation. Leipzig.

Bailey, O. G., B. Cammaerts, et al. (2008). Understanding alternative media. Maidenhead [u.a.].

Benjamin, W. (1991). Der Autor als Produzent. Gesammelte Schriften 2 [Aufsätze, Essays, Vorträge]. Frankfurt am Main, Walter Benjamin.
klassische grundlegende Theorie neben Brechts Radiotheorie

Bessler, H. (1987). "Lokaler Rundfunk - große Hoffnungen, schlechte Aussichten." Media Perspektiven 11/87: 725-733.

Blisset, L. (1997). Handbuch der Kommunikationsguerilla. Jetzt helfe ich mir selbst. Hamburg.

Bourdieu, P. (1999). Über das Fernsehen. Frankfurt am Main.

Brecht, B. (2002). Radiotheorie 1927 - 1932. Medien- und Kommunikationspolitik. H. Haas and W. R. Langenbacher. Wien: S 1 - 9.

Bremische Landesmedienanstalt (2001). Zukunft Offener Fernsehkanäle. Nichtkommerzielles Fernsehen in Deutschland. Dokumentation der Tagung der NOKO Bürgermedien am 18. Mai 2001 in Bremen. Bremen.

Bretz, R. (1975). "Public-Access Cable TV: Audiences." *Journal of Communication* 25/3.

Breunig, C. (1998). "Offene Fernseh- und Hörfunkkanäle in Deutschland. Strukturen, Programme und Publikum der Bürgermedien." *Media Perspektiven* 5/1998.

Buchholz, K.-J. (2001a). Bürgerrundfunk in Niedersachsen im Regelbetrieb. Zukunft Offener Fernsehkanäle. Nichtkommerzielles Fernsehen in Deutschland. Dokumentation der Tagung der NOKO Bürgermedien am 18. Mai 2001 in Bremen. B. Landesmedienanstalt. Bremen.

Buchholz, K.-J. (2001b). Offene Kanäle zwischen Selbstbestimmung und Publikumsgunst. Zukunft Offener Fernsehkanäle. Nichtkommerzielles Fernsehen in Deutschland. Dokumentation der Tagung der NOKO Bürgermedien am 18. Mai 2001 in Bremen. B. Landesmedienanstalt. Bremen.

Buchholz, K.-J. (2003a). Profiarbeit und Laienspiel. Status und Perspektiven des Bürgerrundfunks in Deutschland. *Journalismus mit Bodenhaftung. Annäherungen an das Publikum.* L. Rinsdorf, B. Weber and P. W. Falk Wellmann. Münster: S 227 - 245.

Buchholz, K.-J. (2003b). "Vielfalt gegen Einfalt - Bürgermedien in Deutschland." *Medien Journal* 4/2003.

Bundesverband Offene Kanäle e.V. (BOK). (1998). "Erklärung zum Jahrestreffen Offener Kanäle Berlin 1998." Retrieved 18.05.2009, from <http://www.bok.de/doku/erkl98.pdf>.

Chomsky, N. (2003). *Media Control. Wie die Medien uns manipulieren.* Hamburg, Wien.

Community TV-GmbH. "Okto.tv. Aus- und Weiterbildung." Retrieved 20.05.2009, from <http://okto.tv/ausbildung/>.

Community TV-GmbH. "Okto.tv. Mitmachen." Retrieved 20.05.2009, from <http://okto.tv/mitmachen/>.

Community TV-GmbH. "Okto.tv. Verein." Retrieved 19.05.2009, from <http://okto.tv/verein/>.

Community TV-GmbH. "Schulungsfolder." Retrieved 20.05.2009, from http://okto.tv/files/okto-schulungsfolder_low2.pdf.

Community TV-GmbH. (2005). "Richtlinien und Grundsätze von Okto." Retrieved 19.05.2009, from http://files.okto.tv/data/okto_richtlinien_nov2005.pdf.

Community TV-GmbH. (2006). "Okto - 1 Jahr partizipatives Fernsehen in Wien." Retrieved 30.05.2009, from <http://www.connex-magazin.de/index.asp?o=2&m=3&um=36&id=1271>.

Daum, H. U. (1986). Nicht einmal eine Nebenrolle? Ein Jahrzehnt Bürgerfernsehen, ein Vierteljahr Offener Kanal Ludwigshafen. Medienforschung Bd 3: Analysen, Kritik, Ästhetik. D. Prokop. Frankfurt am Main: 486-497.

Dehm, U. and W. Klingler (1984). "Das Kabelpilotprojekt/Vorderpfalz im Urteil der Bevölkerung. Ein erster Trend." Media Perspektiven 11/84.

Diederichsen, D. (2002). Moral, Ironie, Demokratie. Zerstreute Öffentlichkeiten. Zur Programmierung des Gemeinsinns. J. Fohrmann and A. Orzessek. München: 195-202.

Donald, J. (1999). Noisy Neighbours. On Urban Ethics. The Contemporary Studys of Culture. I. Korneck. Wien, Bundesministerium für Wissenschaft und Verkehr und Internationales Forschungszentrum Kulturwissenschaft.

Doty, P. (1975). "Public-Access Cable TV: Who Cares." Journal of Communication 25/3.

Duve, F. (2001). (Medien)-Partizipation in der Bürgergesellschaft. Zukunft Offener Fernsehkanäle. Nichtkommerzielles Fernsehen in Deutschland. Dokumentation der Tagung der NOKO Bürgermedien am 18. Mai 2001 in Bremen. B. Landesmedienanstalt. Bremen.

Enzensberger, H. M. (1986). Baukasten zu einer Theorie der Medien. Medienforschung Bd. 3: Analysen, Kritik, Ästhetik. D. Prokop. Frankfurt am Main: 471-485.

Enzensberger, H. M. (1998). Das Nullmedium oder warum alle Klagen über das Fernsehen gegenstandslos sind. Mittelmaß und Wahn. Gesammelte Zerstreuungen. H. m. Enzensberger. Frankfurt. Zweite Auflage.

Ernst, W. (2002). Medienanatomie statt Kulturkritik. Zerstreute Öffentlichkeiten. Zur Programmierung des Gemeinsinns. J. Fohrmann and A. Orzessek. München: 143-160.

Fasel, C. (2005). Qualität und Erfolg im Journalismus. Konstanz.

Fassler, M. (2002). Ungerichteter Gemeinsinn? Zerstreute Öffentlichkeiten. Zur Programmierung des Gemeinsinns. J. Fohrmann and A. Orzessek. München: 29-42.

Fohrmann, J. (2002). Der Gemeinsinn, die Politik der Ökonomie und die neue Ökonomie der Politik - Gesammelte Gedanken zu den "Zerstreuten Öffentlichkeiten". Zerstreute Öffentlichkeiten. Zur Programmierung des Gemeinsinns. J. Fohrmann and A. Orzessek. München: 203-211.

- Fohrmann, J. and A. Orzessek, Eds. (2002). *Zerstreute Öffentlichkeit. Zur Programmierung des Gemeinsinns*. München.
- Gepl, M., G. Kreuch, et al. (2007). "Professionalität im "Offenen Kanal" Okto - ein Widerspruch?" from http://epub.wu-wien.ac.at/dyn/virlib/wp/mediate/epub-wu-01_d23.pdf?ID=epub-wu-01_d23.
- Glutz, P. and W. Langenbacher (1969). *Der missachtete Leser. Zur Kritik der deutschen Presse*. Köln.
- Grisold, A. (2004). *Kulturindustrie Fernsehen. Zum Wechselverhältnis von Ökonomie und Massenmedien*. Wien.
- Grossberg, L. (1999). *Globalization and the "Economization" of Cultural Studies. The Contemporary Study of Culture. I*. Korneck. Wien, Bundesministerium für Wissenschaft und Verkehr und Internationales Forschungszentrum Kulturwissenschaft.
- Grothe, T. and R. Müller (1993). "Der Offene Kanal aus Sicht der Programmacher. Ergebnis einer empirischen Studie zur Situation in Hamburg." *Media Perspektiven* 7/93.
- Habermas, J. (1969). *Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchung zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft*. 4. Auflage. Neuwied/Berlin.
- Hallenberg, G. (2005). *Neue Kritik der Medienkritik. Werkanalyse, Nutzerservice, Sales Promotion oder Kulturkritik?* Köln.
- Hamm, M. (2005). *Indymedia. Zur Verkettung von physikalischen und virtuellen Öffentlichkeiten. Publicum. Theorien der Öffentlichkeit*. U. W. Gerald Raunig. Wien.
- Hansen, L. (2001). "Interkultureller Dialog in Offenen Kanälen." Retrieved 13.05.2009, from http://www.bok.de/doku/hansen_interkulturell.pdf.
- Hansen, L. (2003). "Offener Kanal - quo vadis?" *Medien und Erziehung* 47.3: 175-176.
- Heidinger, V., F. Schwab, et al. (1993). "Offene Kanäle nach der Aufbauphase. Bilanz bisheriger Begleitforschung." *Media Perspektiven* 7/93.
- Hollander, E. and K. Renckstorf (1993). "Gefährdung des Prinzips der Bürgerbeteiligung. Partizipationskonzepte im niederländischen Rundfunksystem." *Media Perspektiven* 7/93: 342-349.
- Horkheimer, M. and T. Adorno (1982). *Kulturindustrie. Aufklärung als Massenbetrug. Dialektik der Aufklärung: philosophische Fragmente*. Ungekürzte Ausgabe 86.-75. Tausend. Frankfurt am Main.
- Hueber, P. and C. Mayr (1984). *Vom "offenen Kanal" zur offenen Medienarbeit. Schöne neue Welt der "Informationsgesellschaft?" Beiträge zur Auseinandersetzung um neue*

Medien und Informationstechnologien in Österreich. H. H. Fabris, R. Hummel and K. Luger. Wien/Salzburg: S 73 - 88.

Jahrestreffen Offener Kanäle Berlin 1997. (1997). "Berlin Deklaration." Retrieved 18.05.2009, from <http://www.bok.de/doku/berlindeklaration.pdf>.

Jarren, O. (1988). Medienkritik und medienbezogene Berichterstattung in Tageszeitungen. Medienkritik im Blickpunkt. Plädoyer für eine engagierte Programmkritik. Bundeszentrale für politische Bildung. Bonn: 90-112.

Kamp, U. (1986). Ich bin kein Macher. Erfahrungen mit dem Offenen Kanal. Medienforschung Bd. 3: Analysen, Kritik, Ästhetik. D. Prokop. Frankfurt am Main: 499-525.

Kamp, U. (1997). Handbuch Medien - Offene Kanäle. Bonn.

Kamp, U. (1998). "Kontrafaktisches Postulat. Offene Kanäle im Kontext der Mediengesellschaft." medien praktisch 4/98.

Kamp, U. (unbekanntes Jahr). "Offene Kanäle in Deutschland." Retrieved 18.05.2009, from <http://www.bok.de/doku/offene-kanale-dt.pdf>.

Keppler, A. (2002). Begrenzung und Entgrenzung. Zur Dialektik medialer Kommunikation. Zerstreute Öffentlichkeiten. Zur Programmierung des Gemeinsinns. J. Fohrmann and A. Orzessek. München: 53-64.

Kiefer, M. L. (2000). Unverzichtbar oder überflüssig? Öffentlich-rechtlicher Rundfunk in der Multimediawelt. Elektronische Medien, Gesellschaft und Demokratie. W. Langenbucher. Wien: 153-172.

Kleiner, M. S. (2006). Medien-Heterotopien. Diskursräume einer gesellschaftskritischen Medientheorie. Bielefeld.

Korneck, I. (1999). The Contemporary Study of Culture. Wien, Bundesministerium für Wissenschaft und Verkehr u. Internationales Forschungszentrum Kulturwissenschaften.

Krüger, T. (2004). "Sieben gute Gründe für Offene Kanäle" (Vortrag anlässlich des 11. Jahrestreffens Offener Kanäle auf der Festveranstaltung "20 Jahre Offene Kanäle - Mut zu Demokratie" am 19.06.2004 in Berlin)." Retrieved 15.05.2009, from <http://www.bok.de/doku/kruenger04.pdf>.

Kübler, H.-D. (1994). Lokale Öffentlichkeit in der Mediennische? Zur publizistischen Funktion und Qualität von Bürgermedien. Öffentlichkeit und Kommunikationskultur. W. Wunden. Hamburg, Stuttgart, Frankfurt am Main: 245 - 260.

Lindner, R. (2000). Die Stunde der Cultural Studies. Wien.

- Linke, J. (1996). "Du bist ich - Integrationsmodell Offener Kanal Berlin." Retrieved 13.05.2009, from <http://www.bok.de/doku/du-bist-ich-dt.pdf>.
- Mahrenholz, E. G. (1994). Medien und Macht. Wie sichern wir Pluralismus und Transparenz? Öffentlichkeit und Kommunikationskultur. W. Wunden. Hamburg, Stuttgart, Frankfurt am Main: 43 - 52.
- Marchart, O. (1998). Die Verkabelung von Mitteleuropa. Medienguerrilla – Netzkritik – Technopolitik. Wien.
- Negt, O. and A. Kluge (1976). Öffentlichkeit und Erfahrung. Zur Organisationsanalyse von Bürgerlicher und proletarischer Öffentlichkeit. 4. Auflage. Frankfurt am Main.
- Neidhart, F. (1994). Jenseits des Palavers. Funktionen politischer Öffentlichkeit. Öffentlichkeit und Kommunikationskultur. W. Wunden. Hamburg, Stuttgart, Frankfurt am Main: 19 - 30.
- Nowotny, S. (2005). Klandestine Öffentlichkeit. Publicum. Theorien der Öffentlichkeit. G. Raunig and U. Wuggenig. Wien.
- Oehrens, E.-M. (2002). "Nicht in den Wald gepfiffen - Offene Kanäle und Bürgermedien als Bildungs- und Ermutigungsrezeptur für die Demokratie. anlässlich des 9. Jahrestreffens Offener Kanäle (Titel: "Bürgergesellschaft und Medien - Zur Bedeutung des Bürgerrundfunks") im September 2002 in Berlin." Retrieved 18.05.2009, from Nicht in den Wald gepfiffen - Offene Kanäle und Bürgermedien als Bildungs- und Ermutigungsrezeptur für die Demokratie" anlässlich des 9. Jahrestreffens Offener Kanäle (Titel: "Bürgergesellschaft und Medien - Zur Bedeutung des Bürgerrundfunks") im September 2002 in Berlin.
- Offener Kanal Merseburg-Querfurt e.V. (2004). Medienkompetenzerwerb und medienpädagogisches Handeln in Offenen Kanälen. Aachen.
- Orzessek, A. (2002). Öffentliche Zerstreuung als demokratische Tugend. Zerstreute Öffentlichkeit. Zur Programmierung des Gemeinnsinns. J. Fohrmann and A. Orzessek. München: 7-12.
- Österreichischer Rundfunk. (2008). "Wert über Gebühr. Public Value Bericht." Retrieved 25.05.2009, from http://caladan.thelounge.net/clients/orf/pv_bericht/ORF_publicvalue.pdf.
- Paukens, H. (2003). "Partizipation im Zeitalter der Globalisierung" anlässlich der Veranstaltung "Quo Vadis Bürgermedien?" am 04.04.2003 in Frankfurt/Main." Retrieved 15.05.2009, from <http://www.bok.de/doku/paukens03quovadis.pdf>.
- Petrich, G. (1984). "Zur Entwicklung des Offenen Kanals Ludwigshafen in den ersten neun Monaten." Media Perspektiven 11/84.
- Raunig, G. (2005). Jenseits der Öffentlichkeit. Publicum. Theorien der Öffentlichkeit. U. W. Gerald Raunig. Wien.

- Raunig, G. and U. Wuggenig (2005). *Publicum. Theorien der Öffentlichkeit*. Wien.
- Readings, B. (1996). *The University in Ruins*. Cambridge, Massachusetts, London, England.
- Sarcinelli, U. (1994). "Fernsehdemokratie". *Symbolische Politik als konstruktives und als destruktives Element politischer Wirklichkeitsvermittlung. Öffentlichkeit und Kommunikationskultur*. W. Wunden. Hamburg, Stuttgart, Frankfurt am Main: 31 - 42.
- Schmidt, S. (2005). *Zur Grundlegung einer Medienkritik*. G. Hallenberger. Köln: 21-40.
- Schumann, G. (2005). "Europäische Integration durch Bürgermedien" (Einführungsreferat anlässlich der Fachtagung "EU meets Bürgermedien" am 08.04.2005 in Berlin)." Retrieved 15.05.2009, from <http://www.bok.de/doku/schurig-eu-meets-bm05.pdf>.
- Schütz, J. (1992). *Auf dem Weg zu einem neuen Mediengebrauch. Plädoyer für eine prozessorientierte Konzeption der Medienpartizipation mit einer Dokumentation der Offenen Kanäle in der Bundesrepublik Deutschland*. Wien.
- Schütz, J. (2001a). "Angst vor der Zukunft?" Retrieved 19.05.2009, from <http://www.offenerkanal.at/deutsch/medieninformation/kommentare/angst%20vor%20der%20zukunft.htm>.
- Schütz, J. (2001b). "In Wien ist alles OK!" Retrieved 19.05.2009, from <http://www.offenerkanal.at/deutsch/medieninformation/kommentare/in%20wien%20ist%20alles%20ok.htm>.
- Schütz, J., A. Altendorf, et al. (2002). *Studie zur praktischen Umsetzung des offenen Fernsehkanals Wien*. Im Auftrag des Presse- u. Informationsdienstes der Stadt Wien. Wien.
- Statistik Austria. (2009). "IKT-Einsatz in Haushalten." Retrieved 23.05.2009, from http://www.statistik.at/web_de/statistiken/informationsgesellschaft/ikt-einsatz_in_haushalten/022206.html, http://www.statistik.at/web_de/static/haushalte_mit_internetzugang_2008_nach_bundeslaendern_031625.pdf.
- Studthoff, A. (2005). *Offener Kanal. Grundbegriffe Medienpädagogik*. J. Hüther and B. Schorb. München. 4., vollständig neu konzipierte Auflage.
- Vesting, T. (2002). *Die Freiheit der Netzwerke und die Wissensprobleme staatlicher Institutionen. Zerstreute Öffentlichkeiten. Zur Programmierung des Gemeinsinns*. J. Fohrmann and A. Orzessek. München: 99-116.
- Vogel, A. (1991). *Rundfunk für alle: Bürgerbeteiligung, Partizipation und zugangsoffene Sendeplätze in Hörfunk und Fernsehen*. Berlin.

- Vormweg, H. (1983). Zur Überprüfung der Radiotheorie und - Praxis Bertold Brechts. Drama und Theater im 20. Jahrhundert. Festschrift für Walter Hinck. H. D. Irmischer and W. Keller. Göttingen: S 177 - 189.
- Walendy, E. (1993). "Offene Kanäle in Deutschland - ein Überblick. Rechtsrahmen und Entwicklungsstand." Media Perspektiven 7/93.
- Weber, N. (2002). Kommunikation ohne Interaktion. Thesen zu einem zweiten "Strukturwandel" der Massenmedien. Zerstreute Öffentlichkeiten. Zur Programmierung des Gemeinsinns. J. Fohrmann and A. Orzessek. München: 43-52.
- Weßler, H. (1997). Der "befremdete Blick" auf das Selbstverständliche. Wann ist Medienkritik kritisch? Perspektiven der Medienkritik. Die gesellschaftliche Auseinandersetzung mit öffentlicher Kommunikation in der Mediengesellschaft. H. Weßler: 15-26.
- Westerbarkey, J. (1994). Öffentlichkeit als Funktion und Vorstellung. Der Versuch, eine Alltagskategorie kommunikationstheoretisch zu rehabilitieren. Öffentlichkeit und Kommunikationskultur. W. Wunden. Hamburg, Stuttgart, Frankfurt am Main: 53 - 64.
- Wiengarn, B. (2002). "Bürgerbeteiligung in den Medien (Rede anlässlich der Preisverleihung "Bürgermedien und Internet" am 09.03.2002)." Retrieved 18.05.2008, from http://www.bok.de/doku/vortrag_wiengarn.pdf.
- Wunden, W. (1994). Öffentlichkeit und Kommunikationskultur. Hamburg, Stuttgart, Frankfurt am Main.
- Wurtzel, A. (1975). "Public-Access Cable TV: Programming." Journal of Communication 25/3.

Anhang

Abstract

Diese Arbeit beschäftigt sich damit, wie und warum Offene Fernsehkanäle versuchen Öffentlichkeit herzustellen. Im Mittelpunkt soll dabei der wiener Community TV-Sender Okto stehen, der sich zwar von Offenen Fernsehkanälen konzeptuell unterscheidet, aber dennoch in deren Tradition steht. Öffentlichkeit ist ein entscheidendes Prinzip für das Funktionieren demokratisch verfasster Gesellschaften. Mittels Öffentlichkeit soll allen BürgerInnen ausreichend Orientierung über alle gesellschaftlich relevanten Fragestellungen und sämtliche Entscheidungen den politischen MachthaberInnen gegeben werden. Dadurch haben BürgerInnen die Möglichkeit, diese politischen Prozesse einer Kritik zu unterziehen, darauf einzuwirken und somit an Demokratie teilzunehmen. Massenmedien haben dafür eine entscheidende Funktion. Sie sollen durch eine umfassende und ausgewogene Berichterstattung über sämtliche wichtigen Themen Öffentlichkeit geben und somit den Bedingungen einer pluralistischen Gesellschaft ausreichend Rechnung zu tragen. Besonders öffentlich-rechtliche Medien haben dabei den Auftrag diese Aufgaben zu erfüllen. Wobei durch eine Ausdifferenzierung der Gesellschaft, Globalisierung und Migration immer mehr soziale und kulturelle Teilöffentlichkeiten aufeinander treffen und von öffentlich-rechtlichen Medien abgedeckt werden müssen. Durch eine fortschreitende Kommerzialisierung des Medienmarktes, besonders durch die Konkurrenz um Werbekunden durch privat-kommerzielles Fernsehen, ist für diese aber der öffentliche Auftrag immer schwieriger zu erfüllen. Durch Offene Fernsehkanäle soll diesem Defizit entgegengewirkt werden. Sie sind nicht-kommerziell und bieten allen BürgerInnen und Teilöffentlichkeiten, die in den Massenmedien zu wenig oder keine Beachtung finden, durch das Veröffentlichen von selbstständig produzierten und unzensierten Beiträgen Zugang zum Medium Fernsehen. Sie gehen somit aus einer Kritik am herkömmlichen Fernsehen bezüglich dessen Erfüllung des öffentlichen Auftrags hervor. In der Bundesrepublik Deutschland wurden Offene Kanäle 1984 eingeführt. Diese ersten Versuche waren aber bezüglich Öffentlichkeit von wenig Erfolg gekrönt, wodurch mehrer Änderungen am Konzept vorgenommen wurden. Es kam zu einer Stärkung der

medienpädagogischen Orientierung und schließlich zu einem Bekenntnis zu höherer Qualität und publizistischer Relevanz. Der Community TV-Sender Okto ging 2005 auf Sendung. Bei dessen Konzeption wurden die in Deutschland gemachten Erfahrungen miteinbezogen. Das Resultat war die Abkehr von einem uneingeschränkt offenen Zugang und eine Abgrenzung von Offenen Kanälen zu Gunsten eines hochqualitativen Programms. Dies manifestiert sich durch Zugangsbarrieren und ein gestalterisches Eingreifen der Programmintendanz, wo diese einen Mangel bezüglich des selbst auferlegten öffentlichen Auftrags identifiziert. Eine besondere Betonung liegt dabei am Begriff „Community“. Es wird dabei von Anfang an versucht, alle als zivilgesellschaftlich relevant erachtete Communities für eine Zusammenarbeit zu gewinnen und so eine neue Kommunikationskultur in der Region zu schaffen. Okto bietet eine Ergänzung zu öffentlich-rechtlichem Fernsehen und ist somit selbst öffentlich-rechtlich. Dies gelingt vor allem durch den partizipativen Ansatz, wobei ein Programmvergleich von Okto und ORF zeigt, dass bei Okto eine größere Vielfalt der Communities zu vertreten ist.

Lebenslauf

Persönliche Daten

Name: Gunnar Steinegger
Geburtsdatum: 05.08.1979
Geburtsort: Linz

Schulbildung

1985–1989 Europaschule Honauerstraße Linz
1989-1998 BG/BRG Peuerbachstraße Linz

Hochschulbildung

1998-2000 Studium der Soziologie, Johannes Kepler Universität Linz
2000-2009 Studium der Publizistik- und Kommunikationswissenschaften, Studium der Völkerkunde, Universität Wien