



Klaus Beck:
Das Mediensystem Deutschlands.
 Strukturen, Märkte, Regulierung.
 Wiesbaden 2018²: Springer VS.
 402 Seiten, 29,99 Euro

Das Mediensystem Deutschlands

Als im Jahre 2012 die erste Auflage der als Lehrbuch konzipierten Publikation von Klaus Beck erschien, bestand das Besondere darin, die in Deutschland gegebene Medienstruktur in einem Gesamtzusammenhang analysiert und dargestellt zu haben. Sein Anliegen setzte der Autor in einer gleichzeitig komplexen wie auch prägnanten Form um. Somit hatte die avisierte Zielgruppe, Studierende und Dozierende, einen nützlichen Leitfaden in die Hand bekommen, der nicht nur eine schnelle Orientierung innerhalb der Materie ermöglichte, sondern ebenso hilfreich sein konnte, um die große Menge an Einzelanalysen hinsichtlich medialer Teilgebiete einordnen und bewerten zu können. Insofern sei bereits an dieser Stelle empfohlen, dass über die explizit Angesprochenen hinaus durchaus alle, die sich aktiv in gestaltender, regulierender oder politischer Form mit Medien beschäftigen, den vorliegenden Band in Reichweite vorhalten sollten. Mit dessen Hilfe sind relevante Einzelaktivitäten innerhalb des Systems hinsichtlich eventueller positiver oder negativer Rückwirkungen auf selbiges in seiner Gesamtheit schnell überprüfbar. Beck konzentriert sich zunächst auf die aktuell geltenden strukturgebenden Rahmenbedingungen des deutschen Mediensystems. In diesem als Makroebene gesehene Bereich fasst der Autor anschaulich „die medienübergreifenden rechtlichen und ethischen Grundlagen, auf denen die publizistischen Medien insgesamt basieren“ (S. 35), zusammen. Der zentrale Teil des Buches bezieht sich auf die Mesoebene des hiesigen Mediensystems. Hierbei werden sowohl dessen Infrastruktur als auch Aufbau und Funktionsweise sämtlicher publizistischer Medien dargestellt. Dem vorgegebenen Lehrbuchcharakter entsprechend erfolgt die jeweilige Beschreibung ausgesprochen sachlich. Im Unterschied zu eher statistisch orientierten Jahrbüchern sind die konkreten Fakten dabei allerdings in einen historischen und entwicklungsdynamischen Kontext eingeordnet. Damit werden interessante Widersprüche deutlich, die immer wieder eine Herausforderung hinsichtlich einer aktiven Gestaltung des Mediensystems sichtbar machen. So gilt etwa vom Prinzip her, dass Journalismus in Deutschland frei und unabhängig

zu sein hat. Gleichzeitig ist der Zeitungs- und Zeitschriftenmarkt dezidiert kapitalistisch organisiert, was eine Gewinnorientierung der Medienunternehmen kausal verlangt. Welche Konsequenz hat es angesichts der sich daraus ergebenden Ambivalenz, wenn der augenblicklich zu beobachtende Konzentrationsprozess in diesem Mediensegment weiter voranschreitet? Ähnlich brisante Fragen stellen sich, wenn man auf der Grundlage der im Buch vorgestellten Fernsehstrukturen darüber nachdenkt, warum angesichts der doch sehr klaren Aufgabenstellung für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk im Sinne des Gemeinwohls die ARD es nötig hat, ein „Framing-Manual“ in Auftrag zu geben, womit etwas herbeigeredet werden soll, was der Zuschauer offensichtlich vielfach nicht mehr allein aus dem Programm heraus wahrzunehmen vermag. Wenn Klaus Beck die Freiwillige Selbstkontrolle der Filmwirtschaft (FSK) vorstellt, so ergibt sich etwa auch hier angesichts der genauen Darstellung der Jugendschutz-Prüfprozesse Anlass zur Nachdenklichkeit. „Der eigentliche Rechtsakt wird bei diesem Verfahren von einem Behördenvertreter vollzogen, sodass sich über den Autonomiegrad der ‚Selbst‘- Kontrolle streiten lässt“ (S. 189). In der nunmehr vorliegenden Neuauflage reagiert Klaus Beck auf den Entwicklungscharakter, der dem Mediensystem eigen ist. Anders als es in der Öffentlichkeit vielfach dargestellt wird, sieht er in diesem Zusammenhang die Digitalisierung als solche nicht als eigenständiges Strukturmerkmal. Signifikant bleiben für ihn ökonomische, soziale und politische Wirkkräfte und nicht technische Neuerungen. Die damit verbundene Komplexität erläutert der Autor in den beiden abschließenden Kapiteln seines Buches. Angesichts der neo-liberalen Wirtschafts- und Ordnungspolitik, wie sie sich auf europäischer Ebene durchgesetzt hat, und die mit den Begriffen „Ökonomisierung“ und „Kommerzialisierung“ einhergeht, zeigt sich für Beck wenig Erbauliches, was die Rolle der Medien für ein demokratisches Gemeinwesen angeht. Die genannten marktzentrierten Begriffe „bezeichnen eine Mediendynamik, bei der unternehmerische Gesichtspunkte und Strategien immer mehr an Bedeutung gegenüber der öffentlichen Aufgabe der Medien gewinnen“ (S. 351). Wenn sich aber auf der einen Seite durch telekommunikative Vernetzung und die Digitalisierung von Inhalten für große Medienunternehmen die Dominanz und Marktmacht verstärken, besteht auf der anderen Seite gleichzeitig auf dieser technischen Basis die Chance für eine Ausdifferenzierung von Angeboten. Doch für letztere Möglichkeit gibt es laut Beck derzeit leider noch kein funktionierendes Geschäftsmodell, um tatsächlich eine „Anschlussmöglichkeit einer relevanten Öffentlichkeit zu erreichen“ (S. 400).

Klaus-Dieter Felsmann