
Medienökonomie als Teilgebiet der Kommunikationswissenschaft

Seufert

ÖK - TG2

Vorlesung 4 WS 11/12
(21.11.11)

Übersicht

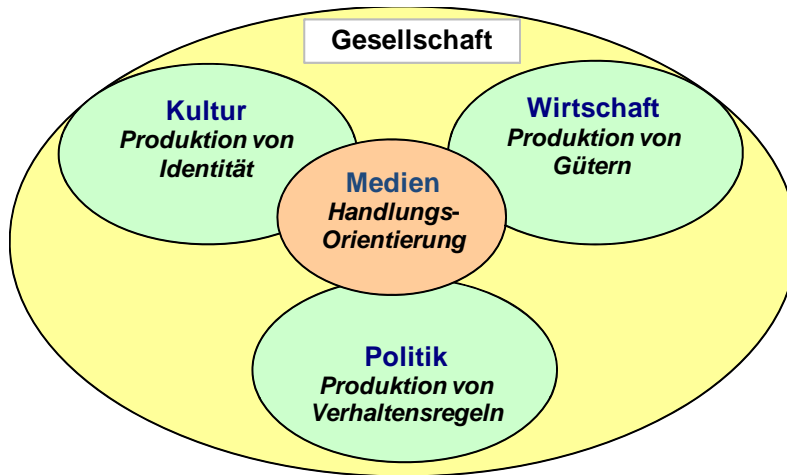
1. Medien und Gesellschaft / Medienperformance
2. Mediensystem und politisches System
3. Mediensystem und sozial-kulturelles System
4. Meta-Theorien zu Gewinnorientierung und Medienperformance
5. Medienregulierung – Wirtschaftspolitik oder Kommunikationspolitik?
6. Interne oder externe Qualitätssicherung privater und öffentlicher Medienproduktion?

MEDIEN UND GESELLSCHAFT/ MEDIENPERFORMANCE

Mikro-, Meso-, Makro-Bezugsebenen von Gesellschaftstheorien

- „Systeme“
 - ◆ **Makro-Ebene**
 - *Gesellschaft* und unterschiedliche *Teilsysteme*
 - ◆ **Meso-Ebene**
 - *Organisationen und Institutionen* als Basis *kollektiver* Handlungen
- „Akteure“
 - ◆ **Mikro-Ebene**
 - Soziale Handlungen: Einstellungen, Werthaltungen und soziales Verhalten von Individuen (*individuelle Akteure*)

Medien als gesellschaftliches Teilsystem



Gesellschaftliche Funktion und Leistungen des Mediensystems

politische	ökonomische	soziale/kulturelle
Orientierungs- /Informationsfunktion		
Herstellen von Öffentlichkeit	Warenzirkulation durch Werbung	Entspannung und Unterhaltung
Meinungsartikulation	Kapital-Verwertung	Orientierung und Lebenshilfe
Politische Sozialisation	Regeneration	Sozialisation von Werten und Normen
Kritik und Kontrolle	Legitimation von wirtschaftlicher Macht	Integration der Gesellschaftsmitglieder

nach Donges/Meier (2001)

Medienleistung: Basis für demokratische Entscheidungsprozesse

Medienleistung: Beitrag zur sozialen Integration und kulturellen Identität

MEDIENSYSTEM UND POLITISCHES SYSTEM

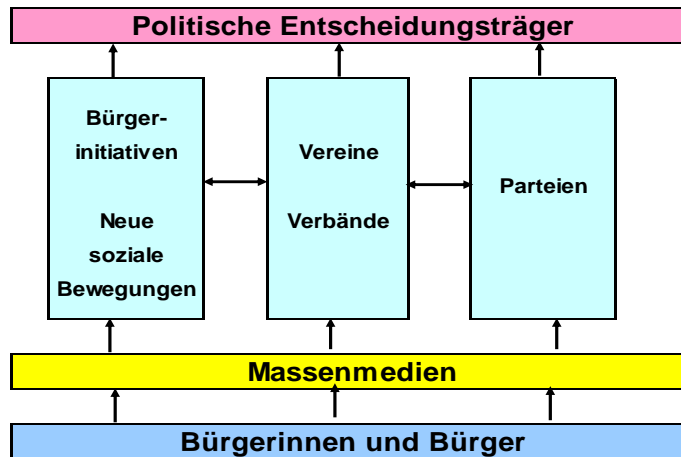
Typisierung politischer Organisationen

Politikprozess als Aushandlungsprozess
zwischen individuellen und kollektiven **politischen
Akteuren**

[mit politischen Zielen/Wertvorstellungen und politischen
Ressourcen (Mitglieder, Geld, Reputation, Beziehungen...)]

- ◆ **Ebene der Interessenartikulation**
 - Vereine, Verbände, neue soziale Bewegungen
- ◆ **Ebene der Interessenaggregation**
 - Politische Parteien
- ◆ **Ebene der Interessendurchsetzung**
 - Parlament
 - Regierung
 - Verwaltung

Mediatisierung - Medien als WahrnehmungsfILTER für Politik



Folgen der Mediatisierung für das demokratische System

Zunehmende Orientierung der Politik an „Mediengesetzen“

- ◆ **Politik als Infotainment**
 - Trivialisierung, Personalisierung, Skandalisierung
- ◆ **Symbolische Politik**
 - Inszenierungen statt Lösung von Interessenkonflikten
- ◆ **Ungleiche Partizipationschancen**
 - PR durch organisierte Interessen dominiert

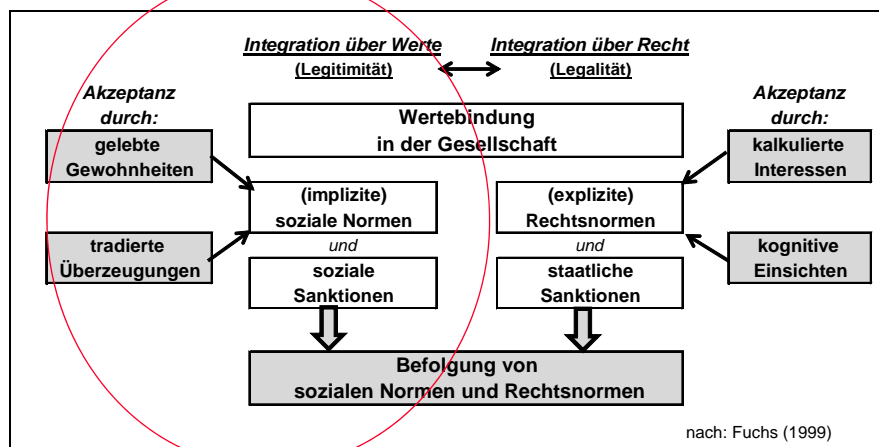


Wirklichkeitsverlust der Wähler

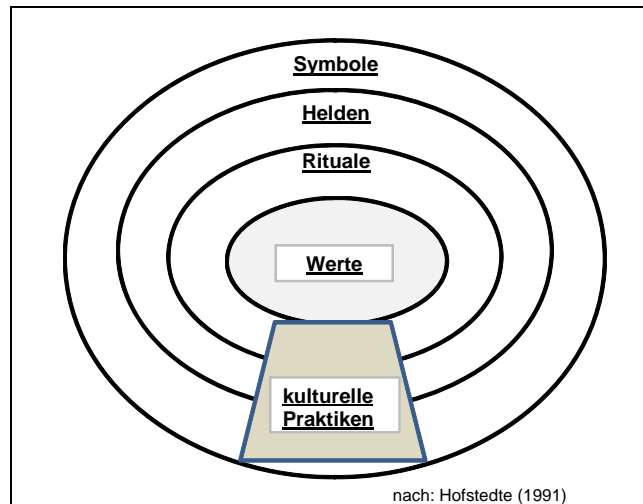
Glaubwürdigkeitsverlust der Politik

MEDIENSYSTEM UND SOZIALE INTEGRATION

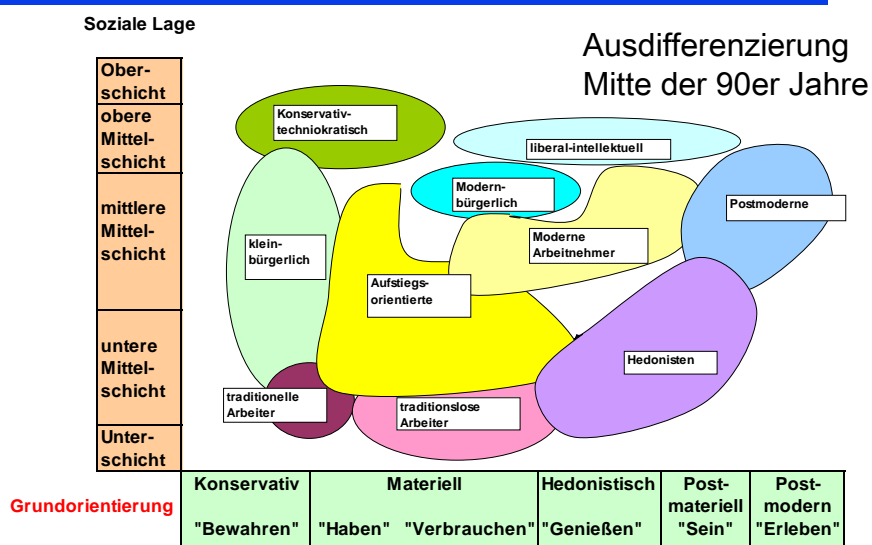
Gesellschaftliche Integration über Werte (Legitimität) und Recht (Legalität)



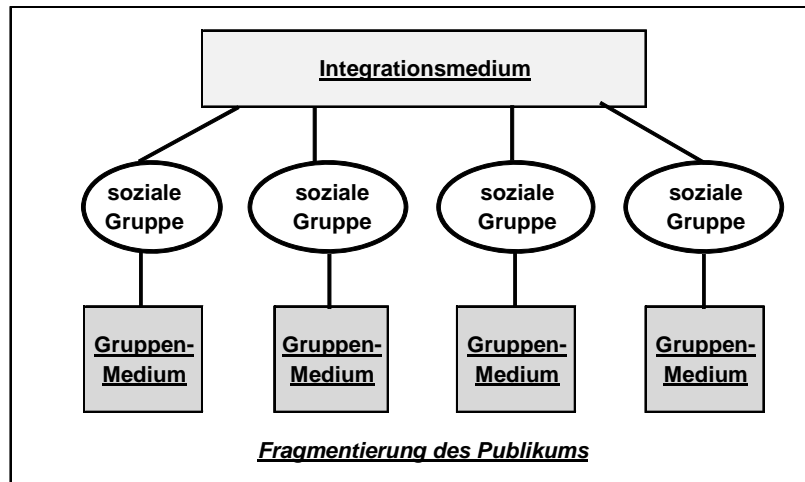
Ebenen kultureller Identität



Pluralisierung der Gesellschaft - Soziale Milieus nach Sinus-Typologie



Zielgruppenorientierung und Gruppenmedien



**GESELLSCHAFTSTHEORIEN UND
GEWINNORIENTIERUNG VON MEDIEN**

Wichtige Gesellschaftstheorien mit Medien- und Ökonomiebezug

Wichtigste gesellschaftliche Basis-/Meta-
Theorien in der Kommunikationswissenschaft:

(mit expliziten Ökonomie-Bezug)

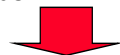


- Kritische Theorie
- Theorie kommunikativen Handelns
- Politische Ökonomie
- Cultural Studies
- Systemtheorie

Kritische Theorie (Frankfurter Schule) Medien und kultureller Fortschritt

◆ Gesellschaftlicher
Fortschritt durch
„Aufklärung“

- setzt eine humanisierende, kultivierende und emanzipatorische Kultur voraus



- ◆ Bewusst urteilende und handelnde Individuen als **Staatsbürger** als normatives Ziel

◆ „Kommerzialisierung“ als
Problem:

- Ausrichtung am Massengeschmack
- „Kulturindustrie“



- passive, konformistische und unkritische **Massengesellschaft**, die für totalitäre und manipulative politische Strukturen anfällig **wird**

Habermas' Theorie kommunik. Handelns: Medien und gesellschaftlicher Diskurs

◆ Sprache als zentrales Verständigungsmittel der Gesellschaft

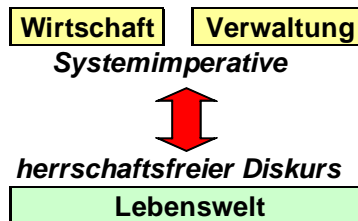
- Kommunikation als diskursiver Prozess zur rationalen Abstimmung der individuellen Handlungspläne

◆ Lebenswelt als gemeinsamer Vorrat an Wissen schafft Basis für

- Werte (Kultur)
- Solidarität (Gesellschaft)
- Kommunikative Kompetenz (Persönlichkeit)

"Ökonomisierung" als Problem:

"Systeme" als Bedrohung der Lebenswelt



(Kritische) Politische Ökonomie: Medien und Machtverhältnisse

◆ Analyse der Wechselbeziehungen zwischen wirtschaftlicher und politischer Macht

- ◆ Variante: Marxistischer („kritischer“) Ansatz: Machtverhältnisse strukturieren sich über die Eigentumsverhältnisse an Produktionsmitteln; Zentraler Gegensatz zwischen Kapital und Arbeit

◆ „Medienkonzentration und Ideologieproduktion“ als Probleme:

- Medienunternehmen („Medienkapital“) folgen Verwertungslogik (Profitmaximierung)
- Medienkonzentration als Ergebnis des Konkurrenzprozesses
- Medienkonzentration ist gleichzeitig Grundlage der Ideologieproduktion zur Aufrechterhaltung der ungleichen Machtverhältnisse

MEDIENREGULIERUNG – WIRTSCHAFTSPOLITIK ODER KOMMUNIKATIONSPOLITIK?

Medienregulierung als Wirtschaftspolitik oder Gesellschaftspolitik?

◆ Wirtschaftstheorie

Wohlfahrtsziel
(Pareto-Optimum)

- Staatliche Eingriffe bei „**Marktversagen**“ (keine produktive, allokativen, dynamische Effizienz)



◆ Gesellschaftstheorie

Stabilität
der Gesellschaft

- Staatliche Eingriffe bei **Leistungsdefiziten der Mediensystems** für die Gesellschaft



„**Media Policy**“: konkurrierende medienpolitische Konzepte



„**Media Politics**“: Medienregulierung durch Medienrecht, medienrelevantes Wirtschaftsrecht, Förderprogramme etc.

Medienregulierung als Ordnungspolitik - Wettbewerb prioritär

◆ Ordnungspolitik / Wettbewerbspolitik

- alle Eingriffe des Staates in den Wirtschaftsprozess darauf beschränken, dass **Rahmenbedingungen für ausreichenden Unternehmenswettbewerb** hergestellt werden

◆ Annahme der Befürworter:

Wohlfahrtsmaximierung durch Wettbewerb



Keine medienspezifische Regulierung, sondern allgemeine Marktstrukturregelung

Medienregulierung als Industriepolitik – Wachstum prioritär

◆ Industriepolitik

- zusätzliche **gezielte Eingriffe des Staates zur Beeinflussung der Wirtschaftssubjekte**, die über die Setzung von wettbewerblichen Rahmenbedingungen hinausgehen

◆ Annahme der Befürworter: positiver Nettonutzen

Kosten der Eingriffe sind geringer als der damit induzierte Wohlfahrtsgewinn für die (regionale) Volkswirtschaft



Besondere Förderung der Medienwirtschaft

Medienregulierung als Gesellschaftspolitik – Funktion öffentlicher Kommunikation prioritär

- ◆ Gesellschaftliche Ziele versus ökonomische Effizienz/Wohlfahrt
 - Mehrheitlich angestrebte **übergeordnete gesellschaftliche Zielsetzungen** stehen über dem Ziel der Wohlfahrtsmaximierung
- ◆ Annahme der Befürworter:
nur funktionierendes Mediensystem schafft „öffentlichen Wert“ (Medien und Demokratie etc....)



Besondere Verhaltensregulierung auf
Medienmärkten zur Angebotssteuerung

**INTERNE ODER EXTERNE SICHERUNG
DER QUALITÄT PRIVATER UND
ÖFFENTLICHER MEDIENPRODUKTION?**

Mögliche Anreizsysteme zur journalist. Qualitätssicherung (nach Heinrich)

- ◆ Ergebnisbeteiligung
- ◆ Kostenerstattung
- ◆ Anteil an Urheber- und Verwertungsrechten
- ◆ Geldwerte „Reputation“
- ◆ Garantie und Haftung

Materielle Anreize



- ◆ Kollegenkritik
- ◆ Berufsnormen (journalistische Ethik)
- ◆ Sicherung der Qualifikation (Ausbildung) auf hohem Niveau

Soziale (immaterielle Anreize)

Qualitäts-Auditing (EFQM-Zertifizierung nach Input- und Output-Kriterien)

- ◆ Führung (Anregung einer Qualitätskultur?)
- ◆ Politik und Strategie (Strategie- und Zielformulierung?)
- ◆ Mitarbeiterorientierung (PE?)
- ◆ Ressourcen (effizienter Einsatz?)
- ◆ Prozesse (regelmäßige Überprüfung?)

„Input“

- ◆ Kundenzufriedenheit
- ◆ Mitarbeiterzufriedenheit
- ◆ Gesellschaftliche Verantwortung
- ◆ Geschäftsergebnisse

„Output“

Vorschläge zur gesellschaftlichen Kontrolle von privaten Medien

◆ „Medienrat“

- Regelmäßige **Beobachtung von Medienangebot und Medienanbieterstruktur** durch unabhängige Experten

◆ „Stiftung Medientest“

- Kontinuierlicher **Qualitätsvergleich** von verschiedenen Medienprodukten

◆ Non-Profit-Eigentum

- **Gemeinnützigkeit** statt Gewinnorientierung von Medienunternehmen