

## Unerfüllte Sehnsucht nach Europa

*In der Medienberichterstattung dominiert weiterhin der nationale Blickwinkel*

Eine europäische Öffentlichkeit gibt es nur dank den Blättern der Wirtschaftselite. Doch darüber hinaus bleibt die Sehnsucht nach einer europäischen öffentlichen Sphäre ungestillt. Der nationale Blickwinkel dominiert.

Die unerfüllte Sehnsucht nach einer «europäischen öffentlichen Sphäre» (so das im Jahr 2006 publizierte EU-Weissbuch über eine europäische Kommunikationspolitik) ist ein wiederkehrendes Thema europäischer Mediendebatten. So endete der diesjährige Mainzer Mediendisput im November mit einem Appell, der es an Pathos nicht fehlen liess: «Die Pressefreiheit in Europa ist bedroht. Eine demokratische Öffentlichkeit, die umfassende Transparenz der politischen Entscheidungen für alle Bürgerinnen und Bürger garantiert, muss zügig entwickelt werden.» An solchen und ähnlichen Forderungen ist seit Jahren kein Mangel, ohne dass sich am beklagten Zustand viel geändert hätte.

### Strategische und idealistische Interessen

Strategische Interessen mischen sich dabei mit idealistischen Vorstellungen von kulturellem Dia-

log und dem ateuropäischen Wunsch nach einer Verschränkung von demokratischer Teilhabe und Öffentlichkeit nach dem Aufklärungsmodell des 18. Jahrhunderts. In jüngster Zeit wächst auch die Aufmerksamkeit für die empirischen Bedingungen, unter denen in den unterschiedlichen Ländern der EU Europa zum Medienthema werden kann. Weil die unterschiedlichen Dimensionen des Themas und die verschiedenen Interessen oft nicht klar identifiziert werden, haben die Debatten um eine europäische Öffentlichkeit aber etwas Diffuses und enden in jener Offenheit, die ihre Folgenlosigkeit ebenso garantiert wie die jeweils nächste Reprise.

Die Interessen der EU-Kommission, die nach dem Scheitern der Verfassungsreferenden in Frankreich und in den Niederlanden das Weissbuch über eine europäische Kommunikationspolitik in Auftrag gab, sind dabei am einfachsten zu erkennen. Hier wünscht man sich eine europäische öffentliche Sphäre vor allem als Resonanzraum für die Verbreitung des Integrationsgedankens. «Die Kluft zwischen der Europäischen Union und den Bürgern» zu schliessen, um das «Gefühl der Entfremdung gegenüber Brüssel» abzubauen, ist die strategische Aufgabe, die die Kommission einer neuen Kommunikationspolitik setzt. Mit Homestorys über EU-Kommissare und mit Nutzwertjournalismus möchte man Europa den Bürgern näherbringen. Die so geschaffene öffentliche Sphäre hat den Hautgout von Propaganda, hat aber wenig zu tun mit kritischer Öffentlichkeit und Kontrolle.

### Leitmedien gesucht

An solchen Funktionen halten dagegen vor allem Kulturintellektuelle fest, die der Idee einer neuartigen europäischen Öffentlichkeit so emphatisch anhängen wie Adam Krzeminski, der polni-



*Denk ich an Europa, denk ich an meine Nation.*

EPA

sche Publizist und Redaktor der Warschauer Wochenzeitung «Polityka». Auf Einladung der Internetplattform signandsight.com, die als Ableger der Online-Feuilletonrundschaue «Perlen-taucher» deutsche Kulturpublizistik auf Englisch verfügbar macht und jetzt auch transnationale Debatten organisiert, plädierte er Mitte Juni auf der Prager Konferenz «Let's talk European» mit Nachdruck gegen die Renationalisierung der europäischen Öffentlichkeiten. «Eine europäische Föderation wird es ohne ein europäisches Bewusstsein nicht geben», ist sein Leitsatz. Ein solches europäisches Bewusstsein brauche europäische Leitmedien, die die zentralen intellektuellen Debatten des Kontinents in Gang setzen.

Das ist in der Tat ein «Tagtraum» (Krzeminski), der das Zeug zu einer Intellektuellenutopie hat. Man träumt dann gern von einer «European Review of Books» als Gegenstück zum New Yorker Vorbild, möchte mit dem grenzüberschreitenden Gespräch der Intellektuellen einfach überspielen, dass es bis jetzt kein europäisches Staatsvolk und auch kein wirkungsmächtiges Parlament gibt. Eine idealistische pädagogische Publizistik soll in der luftigen Sphäre der Öffentlichkeit das schaffen, was es in der gesellschaftlichen und politischen Wirklichkeit noch nicht gibt.

Das Scheitern ähnlicher Projekte wird achselzuckend hingenommen: «Liber» hiess eine kurzlebige Rezensionsrevue mehrerer europäischer Qualitätszeitungen. Mit «The European» hatte der Verleger Robert Maxwell eine englischsprachige Wochenzeitung geschaffen, die sich aber am Markt nicht behaupten konnte. Selbst der vielgerühmte deutsch-französische Kulturkanal Arte überlebt nur, weil er als öffentlichrechtlich finanziert Sender nicht vom Publikumszuspruch abhängig ist. Und «Lettre», die wohl traditionsmächtigste europäische Kulturzeitschrift, hat lange nur dank der Bereitschaft ihrer Macher zur

Selbstaussbeutung überlebt.

### Impulse aus dem Internet

Zurzeit bietet nur das Internet mit einer Reihe von Online-Magazinen, die aus öffentlichen Mitteln unterstützt werden, Foren für die transnationale Verständigung. Signandsight.com, eurozine.com, aber auch cafebabel.com und eurotopics.net stellen Plattformen bereit, auf denen man sich schnell und zuverlässig über zentrale politische und kulturelle Themen der öffentlichen Erörterung in den europäischen Ländern unterrichten kann. Zum Teil mehrsprachig, zum Teil unter Nutzung des Englischen als Lingua franca, gelingt es diesen Online-Medien, die Vielstimmigkeit Europas anschaulich zu machen und auch den Austausch zu vermitteln. Exemplarisch gelang das signandsight.com mit der transnationalen Diskussion über Risiken und Chancen der multikulturellen Gesellschaft, die online begann und dann von Pressetiteln in verschiedenen Ländern aufgegriffen wurde.

Um ein grösseres Publikum für eine europäische öffentliche Diskussion zu gewinnen, sind aber andere Anstrengungen nötig. Gerbert van Loenen, stellvertretender Chefredaktor der niederländischen Tageszeitung «Trouw», hat in Prag darauf hingewiesen, dass man mit intellektueller Vormundschaft in Sachen europäischer Öffentlichkeit vermutlich mehr Schaden als Nutzen anrichtet. Wer die Bürger für Europa interessieren und engagieren will, muss auf ihre Themen hören. Wie er anhand von niederländischen Beispielen belegt, geht es dabei um die Folgen der Arbeitsmarktöffnung oder ums Zusammenleben von Menschen verschiedener Herkunft.

Solche Fälle sind aber in der «Trouw» noch ebenso selten wie die Inszenierung grenzüberschreitender Leserdebatten, die Wim Bossema, Redaktor der Amsterdamer Tageszeitung «De

Volkskrant», zusammen mit der polnischen «Gazeta Wyborcza» und dem portugiesischen «Publico» auf den Websites dieser Blätter in Gang setzt.

### Supranationale Wirtschaftsblätter

Auf dem Feld der qualifizierten Wirtschaftsberichterstattung hat sich dagegen längst eine europäische Öffentlichkeit etabliert. So besetzten die «Financial Times», die «International Herald Tribune» und auch der «Economist» die Position von Leitmedien, die immer wieder die europapolitische Agenda prägen. Diese Medien haben eine klar definierte Leserschaft mit spezifischen gemeinsamen Interessen in Bezug auf die Gestaltung von Politik, Ökonomie und Rechtswesen in der EU. Nicht europapolitischer Idealismus in missionarischer Absicht prägt diesen Journalismus, sondern die professionelle Erfüllung einer publizistischen Funktion.

Wie erfolgreich diese EU-Publizistik ist, wird durch die Ergebnisse einer Elf-Länder-Studie zur Europa-Berichterstattung belegt, die das Erich-Brost-Institut für internationalen Journalismus in Europa an der Universität Dortmund gerade veröffentlicht hat. Das Dortmunder Grossprojekt, in dessen Verlauf 142 (der insgesamt über 1100) Korrespondenten in Brüssel und Journalisten in den Heimatredaktionen befragt und 1400 Zeitungsartikel ausgewertet wurden, ergab, dass nicht nur in den drei genannten englischsprachigen Blättern, sondern vor allem in den Regionalzeitungen die EU vor allem als Wirtschaftsgemeinschaft und nicht als Wertegemeinschaft erscheine. Dass das so ist, liegt aber sicher nicht an den Journalisten, sondern an der realen Verfassung der EU.

### Marktbedingungen berücksichtigen

Soll das Palaver über eine europäische Öffentlichkeit mehr sein als selbstreferenzielle Beschäftigungstherapie, müssen die Funktionsbedingungen der Medien auf den jeweiligen Märkten berücksichtigt werden. Denn selbst transnationale Verlagshäuser können nicht einfach die europäische Idee propagieren, ohne sich um die Stimmung der nationalen Öffentlichkeiten zu kümmern. Nicht bloss die deutschen und polnischen Zeitungen des Springer-Konzerns argumentieren bei europapolitischen Streitfragen zuvörderst aus je nationaler Perspektive. Tschechische Journalisten berichteten in Prag, dass die von deutschen Verlagen kontrollierten Zeitungen des Landes

sich besonders deutschlandkritisch geben. Das lässt auch vom Versuch des Essener WAZ-Konzerns nicht viel erwarten, der seit Anfang des Jahres in Brüssel ein gemeinsames, multinationales Korrespondentenbüro für die mehr als zwei Dutzend Zeitungen eingerichtet hat, die er in verschiedenen europäischen Staaten herausgibt.

Auf weitere medienspezifische Hindernisse, die der Etablierung einer europäischen Öffentlichkeit entgegenstehen, weist Claudia Huber in ihrer Studie «Blackbox Brüssel – EU-Journalismus zwischen Affirmation und Anpassung» hin. Chronisch unterbesetzte Brüsseler Korrespondentenbüros, die für Huber falsche Zuordnung der Brüssel-Berichterstattung zum Auslandressort, das eher auf Erklärung und Interpretation, weniger auf kritische Kontrolle gerichtete Selbstverständnis der Brüsseler Vertreter deutscher Medien und eine viel zu stark Agenda-orientierte Berichterstattung machten den EU-Journalismus zu einem wenig attraktiven Sonderfall. Hinzu kommt nach Huber, dass die hochgradige Intransparenz Brüsseler Entscheidungsprozesse nur schlecht mit den heute relevanten Nachrichtenfaktoren zu erfassen sei: Wo «Bürokratie statt Showdown» die Szene bestimme, lasse sich das Interesse des Publikums nicht gewinnen.

### Grosse Änderung nicht zu erwarten

Für entscheidend hält Huber aber die Tatsache, dass das bis heute paternalistische Elitenprojekt EU nur sehr lose von der Zustimmung der Völker abhängig sei, was wiederum die Medienbeobachtung reduziere. Die «Symbiose zwischen Mediensystem und politischem System», die im klassischen Modell nationalstaatlicher Entwicklung sich vollzog, habe sich auch 50 Jahre nach Unterzeichnung der Römischen Verträge nicht herausgebildet. Und wenn man die derzeitige nervöse Ablehnung von Volksabstimmungen über den revidierten EU-Verfassungsvertrag durch die politischen Eliten in den meisten EU-Ländern bedenkt, dann gibt es wenig Aussicht auf eine grundsätzliche Änderung.

*Heribert Seifert*

AIM Research Consortium (ed.): Working Papers: Understanding the Logic of EU Reporting in Mass Media; Comparing the Logic of EU Reporting in Mass Media across Europe; Understanding the Logic of EU Reporting from Brussels. Projekt-Verlag, Bochum 2006/2007.

Die Studie «Blackbox Brüssel» ist auf der Website des Mainzer Mediendisputs nachzulesen: [www.mediendisput.de](http://www.mediendisput.de).