

lungslinien etwa unter den Stichworten der Globalisierung, der Kommerzialisierung, der Modernisierung oder Hybridisierung beschrieben.¹¹ Im Zuge dieser Entwicklung findet ein Konzentrationsprozess bei den Medien statt, der weltweit agierende Medienmogule hervorbringt. Im lokalen Raum ist der Zwang zur Ökonomisierung und Rationalisierung begleitet von einem Rückgang von Lokalzeitungen. Umgekehrt haben neue Rechtsentwicklungen im Bereich der elektronischen Medien zu einem Ende des öffentlich-rechtlichen Rundfunkmonopols geführt, eine Entwicklung, die in den USA schon lange vorher eingetreten war. Bei Radio und Fernsehen trat somit eine Privatisierung und auch eine Vergrößerung der Programmangebote ein. Diese mussten freilich nicht unbedingt und langfristig eine Zunahme von Medienunternehmen bedeuten, sondern können auf der Basis einer Diversifizierungsstrategie auch im Einflussbereich von Zeitungsverlagen oder Verlagskonglomeraten stehen. Die Gefahr von Monopolstrukturen ist daher weiterhin gegeben.

Vor diesem Hintergrund kann und muss die Rolle der Medien und deren Verhältnis zur Politik immer wieder neu beschrieben und definiert werden. Das Verhältnis von Politik und Medien wird wissenschaftlich in unterschiedlichen Modellen skizziert. Der Ansicht, dass die Medien von der Politik instrumentalisiert werden, steht die Ansicht gegenüber, dass sich die Politik in der Praxis der Medienrealität anzupassen und unterzuordnen hat. Für die Gültigkeit der Annahme einer gezielten Politikvermittlung durch die Medien bis hin zur Instrumentalisierung der Medien durch die Politik wird vor allem der Fall der Vereinigten Staaten von Amerika zitiert.¹² Kontrastierend dazu steht das «Mediokratie-

¹¹ Zur Globalisierung Donges u.a. 1999; Jarren/Meier 1999. Kurzüberblick bei Meckel/Scholl 2002. Mit Hybridisierung werden Differenzierungs- und Entdifferenzierungsprozesse der Medieninhalte bezeichnet, die sich beispielsweise in Zwischenformen wie dem Infotainment ausdrücken. Meckel/Scholl 2002, S. 170.

¹² Vgl. dazu Sarcinelli 1990, 1992, 1998; Donsbach 1993; Donsbach u.a. 1993; Pfetsch 1994; Pfetsch u.a. 1994. Dieses Modell bezeichnet v. Alemann (1997, S. 481 ff.) als «top-down-Modell». Als Nachweis für diese Ansicht werden die zunehmend über Medien vermittelte Politik, die Bedeutungssteigerung – vor allem des Fernsehens – in politischen Auseinandersetzungen und Wahlen, die bewusste Inszenierung von politischer Scheinwirklichkeit durch Parteien und Politiker, die Schaffung von Quasi-Ereignissen, die Entwicklung «symbolischer Politik» mit daraus folgenden Personalisierungsstrategien, Gefühlskampagnen und ideologischen Scheinfokussierungen, die Professionalisierung in den Beraterstäben der Parteien und Regierungen im PR- und Marketingbereich herangezogen, sowie die Kontrolle der öffentlich-rechtlichen Rundfunk- und Fernsehanstalten.