

Kooperation mit Medien in (Post-)
Konflikt Staaten

25.04.07, FES, Bonn



Institut für Friedensforschung und Sicherheitspolitik
an der Universität Hamburg

Medienförderung als Aussenpolitik? Implementierung und Hindernisse in Bosnien-Herzegowina und Kosovo



M.A. Friederike v. Franqué

University of Hamburg, Germany | f.v.franque@gmx.net
www.core-hamburg.de

Übersicht

1. Medienförderung als Aussenpolitik?
2. Medienhilfe in BiH und Kosovo
3. Implementierungshindernisse
4. Schlussfolgerungen
5. Lehren für die Zukunft?



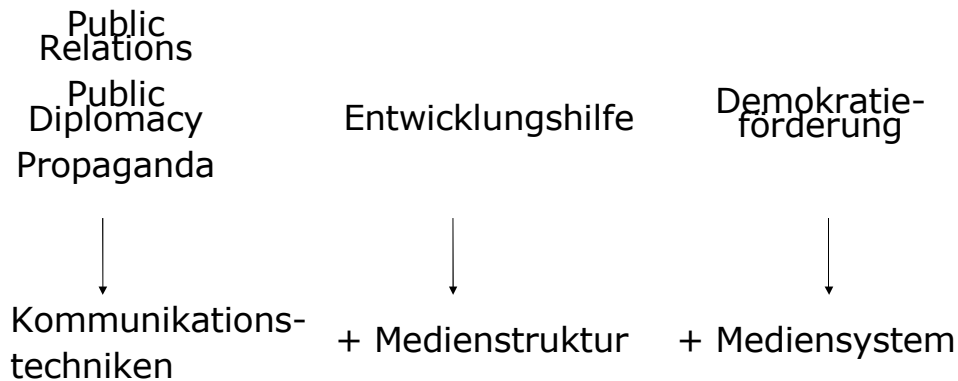
www.core-hamburg.de

Medienförderung als Aussenpolitik ?

Friederike v. Franqué f.v.franque@gmx.net

1. Genese

Methoden zur Beeinflussung von Informationsräumen



Medienförderung als Aussenpolitik ?

Friederike v. Franqué f.v.franque@gmx.net

www.core-hamburg.de


Staaten kennen mehrere Methoden, fremde Informationsräume zu beeinflussen:


a) sie versuchen, mittels sogenannter „persuasiver Kommunikationstechniken“ (Propaganda, Public Relations, Public Diplomacy) Inhalte zu verändern. Dabei werden meist „eigene“ Medienressourcen eingesetzt (Internationale Auslandssender, eigene Presseabteilungen) und weniger direkt auf lokale Medien Einfluss genommen.

b) sie unterstützt Medienstrukturen (Medienhilfe). Diese erstmals in der Entwicklungshilfe eingesetzte Methode fördert primär mediale Infrastruktur incl. Journalistenausbildung.

c) Seit 1989/90 ist Demokratieförderung ein aussenpolitisches Leitprinzip westlicher Industrienationen. Folge: erhebliche Zunahme an Ressourcen, Programmen und Empfängerländern insbes. in Osteuropa. Die Eingriffstiefe von Medienhilfe änderte sich: nicht nur Strukturen, sondern auch politische und gesellschaftliche Rahmenbedingungen waren nun Ziel der Veränderungswünsche. Man kann fast von einem anderen/neuen Instrument der Aussenpolitik sprechen, denn diese „neue“ Medienhilfe nutzt Methoden der persuasiven Kommunikation, Methoden der Medienhilfe aus der Entwicklungshilfe und einen umfassenden Ansatz aus der Demokratieförderung. Medienhilfe ist zur Medienintervention geworden.

1: Motive		
Strategische Interessen	Konzept	Begründungsmuster
Sicherheit Wirtschaftliche Vorteile Benevolenz	Kommunikation beeinflusst Werte und Verhaltensweisen	Kultur Demokratie Frieden Menschenrechte Wirtschaft





Medienförderung als Aussenpolitik ?
 Friederike v. Franqué f.v.franque@gmx.net
www.core-hamburg.de

Warum fördern Staaten Medien in anderen Staaten?

- sie gehen davon aus, dass es ihren aussenpolitischen Zielen dient.

Diese Ziele sind klassischerweise Sicherheitsinteressen, wirtschaftliche Interessen und – in geringerem Maße – Benevolenz wie etwa Armutsreduzierung.

Diese klassischen Interessen unterliegen zeitspezifischen Ideologien und Theorien. So beruht bspw. die zeitgenössische Prinzip der Demokratieförderung auf der Demokratie-Frieden-These, derzufolge demokratische Staaten weniger häufig Krieg gegeneinander führen (Sicherheitsinteresse) und bessere Handelsbeziehungen untereinander unterhalten (Wirtschaftsinteresse), abgesehen davon genießen Menschen in demokratischen Staaten mehr Menschenrechte (Benevolenz).

Warum glauben westliche Staaten aber, mit einer Veränderung der Medien ihre Ziele zu unterstützen?

Sie nehmen an, dass Kommunikation Werte und Verhaltensweisen – und damit letztlich gesellschaftspolitische Machtverhältnisse und Gegebenheiten – verändert. Sie nehmen weiterhin an, dass Kommunikation heute überwiegend von Medien getragen wird, dass also eine Veränderung von Medien eine Veränderung von Werten und Verhaltensweisen nach sich ziehen wird und dass diese Veränderung von aussen gezielt gesteuert werden kann.

Medienintervention zielt also auf die Veränderung der gesellschaftspolitischen Verhältnisse im Empfängerland.

2. Medienhilfe in BiH und Kosovo

Situation:

- post-sozialistisch
- post-conflict
- „Ethnisierung“
- Mandate
- Geber-Pluralismus
- lokale Machtinteressen

Ziele:

- demokratische, bzw. unabhängige Medien
- Wiederaufbau der Infrastruktur
- Ent-Dramatisierung der Berichterstattung



Medienförderung als Aussenpolitik ?

Friederike v. Franqué f.v.franque@gmx.net

www.core-hamburg.de

Wie verändert man Werte und Verhaltensweisen durch Medienhilfe, wie geht medienhilfe vor?

Beispiel BiH und Kosovo

2. Medienhilfe in BiH und Kosovo

Vorgehen:

- Pluralisierung
 - Wiederaufbau und Ausbau (Reichweite, Redaktionstechnik, Vertrieb)
 - Förderung kommerzielle / ÖR Anbieter unter lokaler / internationaler Leitung
- Regulierung
- Professionalisierung



www.core-hamburg.de

Medienförderung als Aussenpolitik ?

Friederike v. Franqué f.v.franque@gmx.net

2. Medienhilfe in BiH und Kosovo

Vorgehen:

- Pluralisierung
- Regulierung
 - Institutionen
 - Gesetze
 - Sanktionierung
- Professionalisierung



www.core-hamburg.de

Medienförderung als Aussenpolitik ?

Friederike v. Franqué f.v.franque@gmx.net

2. Medienhilfe in BiH und Kosovo

Vorgehen:

- Pluralisierung
- Regulierung
- Professionalisierung
 - Training
 - Ausbildung
 - Programmförderung
 - Peripherie: Umfragen, Kampagnen, Agenturen



www.core-hamburg.de

Medienförderung als Aussenpolitik ?

Friederike v. Franqué f.v.franque@gmx.net

3. Hindernisse

1. Spezifikationsvielfalt der Ziele
2. Konzeptionelle Differenzen
3. Adaptionismängel
4. Mangel an Expertise
5. Implementierungsbürokratie
6. Zielkonflikte



3. Hindernisse

1. Spezifikationsvielfalt der Ziele

„europäisch“ verantwortlich objektiv neutral

Unabhängige Medien divers

erzieherisch selbsttragend

professionell friedens-orientiert



Medienförderung als Aussenpolitik ?

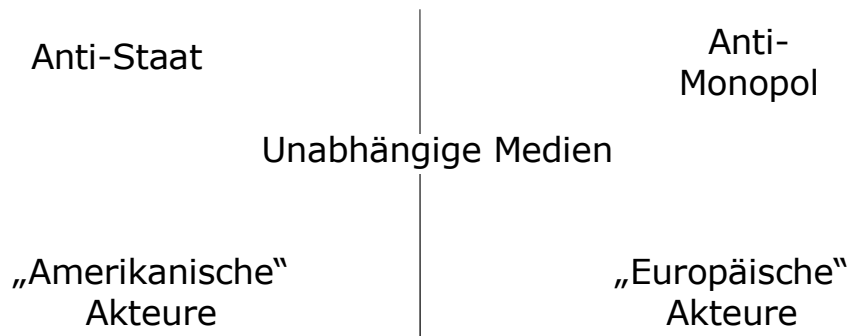
Friederike v. Franqué f.v.franque@gmx.net

www.core-hamburg.de

Für eine Demokratie braucht man „unabhängige“ Medien. Darin waren sich alle Akteure / Geberinstitutionen einig. Nicht thematisiert wurde jedoch, was genau die jeweiligen Institutionen unter „unabhängigkeit“ verstehen. Hier taten sich Differenzen auf, die später im Extrem zu diametral entgegengesetzten Implementierungswegen führten.

3. Hindernisse

1. Konzeptionelle Differenzen



Medienförderung als Aussenpolitik ?

Friederike v. Franqué f.v.franque@gmx.net

www.core-hamburg.de

Extrembeispiel: unterschiedliches Verständnis von „unabhängigen Medien“ bei Institutionen amerikansicher Provenienz und europäischer Provenienz. Während die einen kommerzielle Medien förderten (USA), unterstützten die anderen öffentlich-rechtliche Institutionen (Europäer).

Dieser Unterschied beruht auf einem unterschiedlichen Konzept von Liberalisierung, das von den einen als Freiheit vom Staat (USA), von den anderen als Freiheit von Monopolen (Europa) interpretiert wurde. Entsprechend sahen die Implementierungsansätze aus – Amerikaner KONNTEN keine öffentlich-rechtlichen Medien fördern, weil ihnen das zuviel Staat war, während sich die Europäer theoretisch auf einen einzigen (öffentlich-rechtlichen) Sender konzentrieren konnten, so lange alternative Sichtweisen etc. von diesem Sender abgebildet werden.

3. Hindernisse

2. Adaptionsmängel

z.B. polit. Rolle von „abhängigen“ Medien

- Repräsentanten der Unterdrückung (Tschechien, Polen, Ungarn)
- Repräsentanten des neuen Nationalbewusstseins (Ex-Jugoslawien)



Medienförderung als Aussenpolitik ?

Friederike v. Franqué f.v.franque@gmx.net

www.core-hamburg.de

Andere Schwierigkeit: unzureichende Berücksichtigung lokaler Verhältnisse.

In BiH und im Kosovo wurden die Parameter der Medienförderung für ehemalige Sowjetstaaten angewendet. Hier hatten Medien den Zusammenbruch der Systeme gefördert und einige Institutionen waren zu Leuchtfeuern des demokratischen Aufbruchs und damit einer neuen Zeit geworden.

Im Balkan lagen die Dinge jedoch anders: gerade die Überhöhung der Unterschiede zwischen den jugoslawischen Republiken und ihren Einwohnern und der Rekurs auf (imaginäre) ethnische Differenzen legte den Grundstein für nationale Souveränität. Anders als etwa in Ungarn waren hier die politisch abhängigen, nationalistischen Medien mit verantwortlich für den Aufbruch in eine neue nationale Unabhängigkeit. Während in post-sowjetischen Staaten staatliche Medien Symbol für die (russische) Unterdrückung und Fremdherrschaft waren, „gehörten“ diese Medien im Balkan „dem Volk“, waren das Symbol für die neue Zeit. Unabhängige Medien hingegen hatten – überspitzt formuliert – eine unheilvolle Nähe zu internationalen Organisationen und NATO. Diese Vorstellung galt es zu überwinden.

3. Hindernisse

3. Mangel an Expertise

z.B. Pluralisierungsstrategie

- Binnenpluralismus vs. Aussenpluralismus
- Nachrichten vs. Boulevard
- Fehlende Relevanz der neuen Anbieter



Medienförderung als Aussenpolitik ?

Friederike v. Franqué f.v.franque@gmx.net

www.core-hamburg.de

Vor Ort waren in den Regulierungs- und Implementierungsinstitutionen nicht immer ausreichend Medienexpertise bei den Entscheidern vorhanden. Das führte zu kontraproduktiven Strategien und Vorgehensweisen

bspw. sollte Pluralisierung nicht bedeuten, dass man eine Menge Medieninstitutionen fördert, die zusammen vielleicht ein ausgewogenes politisches Spektrum abdecken, für sich genommen jedoch einseitig und politisch radikal berichten. Dieser Unterschied zwischen Binnen- und Aussenpluralismus schien jedoch häufig nicht ausreichend klar zu sein.

3. Hindernisse

4. Implementierungsbürokratie

- Heimische Subkontraktoren > diverse Systeme, fehlender Bezug
- Divergierende Zeitplanung
- Präferenz für „messbare“ Projekte
- Sprachkluft, Einkommensgefälle



Medienförderung als Aussenpolitik ?

Friederike v. Franqué f.v.franque@gmx.net

www.core-hamburg.de

Relevanter als man glaubt: die Mechanismen der Implementierungsbürokratie, deren Interessen und Zwänge teilweise einer sinnvollen Implementierung der Programme entgegenstehen

3. Hindernisse

5. Zielkonflikte

- Medienhilfe bezeichnet Aktivitäten (...), die darauf abzielen, das Mediensystem in einem anderen Land zu verändern
- ... dass die Veränderung den eigenen außenpolitischen Zielen dienen



5. Hindernisse

5. Zielkonflikte

Zugang und Kontrolle



Unabhängige Medien



Medienförderung als Aussenpolitik ?

Friederike v. Franqué f.v.franque@gmx.net

www.core-hamburg.de

Um Medien ändern zu können, braucht man einen gewissen Zugriff auf Medien und eine gewisse Kontrolle über die Berichterstattung, um gewünschte Inhalte plazieren zu können. Diese Kontrolle widerspricht aber dem Grundsatz der Medienfreiheit, die für den demokratischen Wiederaufbau angestrebt ist.

5. Hindernisse

Konsequenz für den Implementierungsprozess:

- Konkurrenz um Infrastruktur
- Konkurrenz um Empfänger
- (deren) Verlust an Glaubwürdigkeit
- Konkurrenz für einheimische Anbieter



Medienförderung als Aussenpolitik ?

Friederike v. Franqué f.v.franque@gmx.net

www.core-hamburg.de

Internationale Akteure versuchen, bestimmte Inhalte in einem Land zu lancieren. Dazu greifen sie entweder auf einheimische Medienanbieter zurück, deren Loyalitäten durch Unterstützung erkaufte werden (Gefahr Glaubwürdigkeitsverlust der Einheimischen Anbieter), sie nutzen vorhandene Infrastruktur für neue eigene Angebote (Konkurrenz zwischen den internationalen Organisationen um diese Infrastruktur) oder sie bringen neue eigene Infrastruktur ins Land / senden mit internationalen Auslandssendern und stellen damit eine Konkurrenz für einheimische Anbieter dar.

6. Fazit

- Medienhilfe ist ein Instrument der Außenpolitik, das fremden Informationsraum verändern soll.
- Die Motive, die zum Einsatz von Medienhilfe führen, folgen außenpolitischen Interessen und Bedürfnissen
- Die Ziele der Medienhilfe können konzeptionelle und logische Konflikte beinhalten
- Diese Konflikte können die Strategie und Kooperation zwischen internationalen Akteuren gefährden

