

Rhomberg, Markus:

Massenmediale Kommunikation als Motor einer globalen politischen Öffentlichkeit? Strukturprinzipien und Thesen,

in: Tenscher, Jens / Viehring, Henrike (Hrsg.): Politische Kommunikation in den internationalen Beziehungen, 2. Aufl., Berlin, LIT, 2010:
S. 35-54.

Massenmediale Kommunikation als Motor einer globalen politischen Öffentlichkeit?

Strukturprinzipien und Thesen

Markus Rhomberg*

1. Einleitung

Sind Weltstädte wie New York, London, Frankfurt oder Singapur untereinander stärker verbunden als mit ihrem jeweiligen Hinterland? Das exponentielle Wachstum globaler massenmedialer Kommunikation hat dazu geführt, dass es de facto keinen bewohnten Ort mehr auf der Welt gibt, der nicht von Kommunikationsnetzen erreicht wird. Informations- und Kommunikationstechnologien respektieren weder territoriale Grenzen, noch kennen sie zeitliche Limits.¹ Technische Infrastrukturen und mediale Kommunikation sind von zentraler Wichtigkeit für die Entstehung unserer gegenwärtigen (westlich-demokratisch geprägten) sozialen Realitäten.

Globalisierung entsteht als Kontext technischer, medialer und ökonomischer Entwicklungen, kann aber nicht darauf reduziert werden. Vielmehr sind dies Prozesse der Vernetzung und Verdichtung in vielen, früher voneinander getrennten Dimensionen (vgl. Krotz 2005: 36). Dennoch werden für die Beschreibung von Globalisierungsprozessen immer wieder unterschiedliche Ausgangspunkte gewählt, etwa ökonomische oder technische. Dieser Aufsatz beschäftigt sich mit der kommunikationswissenschaftlichen Perspektive von Globalisierung (vgl. McLuhan/Fiore 1968; Fortner 1993; Volkmer 2003; Castells 2004; Reese 2004). Im Kontext dieser Diskussionen zeichnet sich die Globalisierung durch Phänomene wie die Entflechtung medial erschlossener Räume von politischen Geltungsbereichen, das Durchdringen öffentlicher Kommunikation in alle Gesellschaftssysteme (*Medialisierung*) durch mediale Selektions-, Interpretations- und Inszenierungslogiken sowie eine Koppelung der Medien an die Marktlogik aus. Für Reese beschreibt Globalisierung die Intensivierung von Interdependenzen und Mobilität, „marked by the sense of the world becoming a single place“ (Reese 2004: 2). Diese Intensivierung wird erst möglich durch die Synchronität von Kommunikation, weltweit agierende Medien und einen gemeinsamen

* Rhomberg, Markus, Dr. phil., *1979; Wissenschaftlicher Assistent am Lehrstuhl für Medienwissenschaft an der Zeppelin Universität Friedrichshafen; E-Mail: markus.rhomberg@zeppelin-university.de

¹ Viele Weltregionen erleben Medialisierung aber als einen rein passiven Effekt. Mindestens seit der Kolonialperiode gibt es ein mediales Verbreitungs-, Kompetenz- und damit Machtgefälle zwischen Nord und Süd (vgl. Kleinstüber 2005: 94).

Zugriff auf Nachrichten rund um den Globus, also einer „global news arena“ (Reese 2004: 2).

Auf ökonomischer Ebene weisen viele Indikatoren und Zahlen auf immer stärkere Konzentrationsprozesse von Medienorganisationen, auf transnational agierende Konzerne, global agierende Nachrichtenagenturen und auf die Ausbildung globaler Leitmedien hin (vgl. Thompson 2003; Hepp et al. 2005; Kleinsteuber 2005; Krotz 2005; Hepp 2006). Oftmals verschränkt mit den genannten ökonomischen Phänomenen zeigt sich auf der inhaltlichen Ebene eine immer stärkere Homogenisierung journalistischer und redaktioneller Routinen, z.B. ähneln sich behandelte Issues² und Personen in der Medien-Beobachtung über den Globus. Hallin und Mancini sprechen diesbezüglich von einer *global culture of journalism* (Hallin/Mancini 2004), Reese nennt dies *global journalism* (Reese 2007). Digitalisierung und darauf aufbauende mediale Potenziale haben den Prozess der Globalisierung vermutlich zusätzlich beschleunigt (vgl. Krotz 2005: 36).

Mit diesen kursorisch angeführten Annahmen beschäftigen sich die Politik- aber auch die Kommunikationswissenschaft schon längere Zeit. In der Kommunikationswissenschaft sind u.a. die Arbeiten der oben genannten Autoren wie McLuhan, Innis, Fortner oder auch Castells beispielgebend. In der Politikwissenschaft ist dies im Besonderen eine Fragestellung für die Forschungen im Governance- und Global Governance-Bereich. James Rosenau, einer der prominentesten Vertreter dieser Forschungslinie verwendet Global Governance zur Beschreibung einer neuen Qualität internationaler Politik. Drei Veränderungsprozesse (politische, wirtschaftliche und zivilgesellschaftliche) haben ein neues weltgesellschaftliches Milieu geschaffen: Das Ende des Ost-West-Konfliktes und der damit verbundene Reformbedarf internationaler Organisationen, die zunehmende Verdichtung wirtschaftlicher Aktivitäten und technologische Entwicklungen bei den Informations- und Kommunikationstechnologien sowie die beachtliche Zunahme international agierender Nichtregierungsorganisationen, die die internationalen Organisationen zunehmend unter Legitimationsdruck bringen und Partizipationsforderungen stellen (vgl. Rosenau/Czempiel 1992; Rosenau 2007).

Empirische Studien zu diesen Fragestellungen auf globaler Ebene sind aber sowohl in der kommunikationswissenschaftlichen als auch in der politikwissenschaftlichen Forschung rar gesät,³ und bewegen sich vor allem im Stadium von

² Der Begriff des Issues wird ins Deutsche am besten als „öffentliche Streitfrage“ übersetzt. Ein Issue fasst einen Problembereich in einen Rahmen, der ihn von anderen Objekten der sozialen Umwelt abgrenzt. Die Gleichstellung der Begriffe „Issue“ und „Thema“ ist also nicht zulässig. Ein Issue fasst den größeren Hintergrund von Ereignissen. Dazu zählen u.a. Interpretationen, zusätzliche Informationen, Handlungsmuster und verschiedene Perspektiven auf ein Problem. Ein Issue bezieht sich immer auf öffentliche Geschehnisse, die die Gesellschaft betreffen.

³ Zu finden sind dabei u.a. Agenda-Setting-Studien (vgl. Livingston 1992; Carpenter 2005), Studien zu den verschiedensten Weltkonferenzen zu bestimmten Politikfeldern, etwa zur Global Media Policy (vgl. Kleinsteuber 2005; Volkmer 2007), zur Atomkraft (vgl. Gamson 1989), zu Globalisierung und Terrorismus (vgl. Rojecki 2005) und Studien zu bestimmten

Fallstudien und Thesenbildung. Dieser Aufsatz versucht daher anhand dreier Fragestellungen einen Überblick über bestimmte Strukturprinzipien und Thesen in den Diskussionen über die Möglichkeiten und Mechanismen einer globalen politischen Öffentlichkeit zu geben.

Erstens: Nach welchen Regeln sind globale Kommunikationsnetze aufgebaut? Dahinter stecken etwa Fragen nach einer weltweiten Nachrichtengeographie, globalen Informationsflüssen und Kommunikationsinfrastrukturen, in neueren Verständnissen also einer *Global Governance der Medien* (vgl. Gerbner/Marvanyi 1977; Schulz 1989; Hepp et al. 2005; Hepp 2006): „Medienpolitik wurde bisher fast ausschließlich im nationalen Kontext analysiert, ihre globale Dimension wird gerade erst entdeckt“ (Kleinsteuber 2005: 93). Haben sich auch auf globaler Ebene – äquivalent zu den nationalstaatlichen Konstrukten – Leitmedien profiliert, die über Intermedia-Agenda-Setting globale Themen setzen? Mit diesen Fragen beschäftigt sich das vierte Kapitel.

Zweitens: Wie sieht es mit den ureigenen medienspezifischen Logiken und Codes aus, also gibt es globale Nachrichtenroutinen und Selektionsmechanismen? Das fünfte Kapitel nimmt dabei im Besonderen Bezüge auf die Arbeiten von Reese bzw. Hallin und Mancini.

Drittens: Diese Diskussionen führen zur für diesen Aufsatz ausschlaggebenden Fragestellung: Was ist für das Entstehen einer globalen politischen Öffentlichkeit vonnöten? Lassen sich die Strukturprinzipien nationalstaatlicher Konzepte von – massenmedial konstruierten – Öffentlichkeiten auch auf transnationale bzw. globale Ebene übertragen? In nationalstaatlichen Konzepten wird besonders das Demokratisierungspotenzial von funktionierenden (politischen) Öffentlichkeiten betont: Eine bestimmte politische Ordnung soll damit ebenso legitimiert wie soziale Integration geschaffen werden (vgl. Wimmer 1996, 2000). Öffentlichkeiten gewährleisten dies in besonderer Weise über transparente Informationsmöglichkeiten und ein Mindestmaß an Partizipationsmöglichkeiten sowohl an der Öffentlichkeit selbst als auch an politischen Entscheidungen. Öffentlichkeiten bzw. öffentliche Meinung ermöglichen es politischen Eliten aber ebenso, die Wünsche und anstehenden Themen der Bevölkerung zu beobachten, also Responsivität herzustellen. Auf diese Fragestellungen geht das sechste Kapitel ein.

2. Theoretische Vorarbeiten

Die Kommunikations- und Medienwissenschaft arbeitet in Globalisierungsdiskursen vornehmlich mit dem Entwurf der *Mediengesellschaft*⁴ und dem Beg-

Kommunikationskanälen, etwa *Global Activism* im Internet (vgl. Bennett 2003) und zur *Blogosphere* (vgl. Reese et al. 2005).

⁴ Die Publizistik- und Kommunikationswissenschaft bezeichnet sich selbst als „Wissenschaft der Mediengesellschaft“ (DGpuK 2001).

riff der *Medialisierung*.⁵ Diese Perspektiven markieren die mediale Durchdringung aller gesellschaftlichen Realitätsbereiche; diese passen sich dabei immer stärker den Logiken und Bedingungen des medialen Systems an. Kommunikation wird in diesen Zusammenhängen als „gesellschaftliches Totalphänomen“ (Saxer 1998b: 26) bezeichnet, (massen)mediale Kommunikation als Prozess und Ort der gesellschaftlichen Selbstbeobachtung. In den ubiquitären Medien der Mediengesellschaft wird sich eben diese Gesellschaft ihrer Verfasstheit als (post)moderne Gesellschaft gewahr. Die Ubiquität von Kommunikation wird demzufolge als gesellschaftskonstituierend verstanden, d.h. Gesellschaft als Kommunikationsgesellschaft (vgl. Gamson et al. 1992; Saxer 1998a, 1998b; Blumler/Kavanagh 1999; Jarren 2001; Sarcinelli 2003). Diese Entwicklungen bedeuten ebenso, dass auch die „politische Gesellschaft als kommunikativ konstituierte zu begreifen ist“ (Saxer 1998b: 26). Saxer benennt in diesem Zusammenhang drei Leistungen, die das Kommunikationssystem aus politischer Sicht zu erfüllen bzw. zu vermitteln hat: (1.) die Information derjenigen, von denen politisch etwas erwartet wird, (2.) die Förderung von Einstellungen und Handlungsbereitschaft im Sinne des Weiterbestandes und des Funktionierens des politischen Systems und (3.) die Etablierung einer allen politischen Positionen und Anliegen, aber auch potentiellen Teilnehmern zugänglichen Öffentlichkeit als kommunikative Voraussetzung chancengleicher Teilhabe am politischen Prozess (vgl. Saxer 1998b: 32f.). Kommunikation ist demnach der zentrale Mechanismus der Politik, Macht in der Mediengesellschaft ist in erster Linie *kommunikative Macht* (vgl. Habermas 2006).

Zweck der Anpassung an die medialen Logiken ist es für die verschiedensten Akteure, Aufmerksamkeit und Reputation zu generieren; sei es auf politischer, ökonomischer oder Unterhaltungsebene. Dies führt zur ersten These dieses Beitrags: Bei Medienereignissen (vgl. Boorstin 1961; Fiske 1994) wirken das Überraschende, der Skandal und die Personalisierung als Mechanismus für Aufmerksamkeit. Diese Nachrichtenfaktoren sind über den Globus bekannt; Prominente und Politiker nutzen sie ebenso wie Terroristen, aber auch zuvor weitgehend unbekannte Menschen aus den verschiedensten Erdteilen werden durch sie zu Stars. Hauptsächlich geht es bei Medienereignissen darum, *Zeichen zu setzen*, symbolhafte Ereignisse zu inszenieren, die global verständlich sind und globale Wirkungen erzielen.

Nationalstaatliche Grenzen und kulturelle Unterschiede spielen nur noch eine untergeordnete Rolle – diese fokussieren maximal den Blickwinkel –, vielmehr ist es das individuelle Interesse an politischen Themen, an Issues aus der Wirtschaft, an Unterhaltung oder dem Sport bzw. das Nicht-Interesse an diesen Issues. Thematisch orientierte Suböffentlichkeiten haben sich über den Globus

⁵ Vgl. dazu den Begriff der Mediatisierung: „Mediatisierung ist ein Begriff, der wörtlich übersetzt Mittelbarmachung bedeutet und mit dem ursprünglich die Unterwerfung unter eine Landeshoheit bzw. eine Gebietseinverleibung bezeichnet wurde. Im Zuge der Ausweitung der Medienangebote hat sich dieser Terminus – im Gegensatz etwa zu dem eigentlich zutreffenden Begriff Medialisierung – im allgemeinen Sprachgebrauch wie auch in der Fachsprache eingebürgert“ (Sarcinelli 1998: 678).

ausgebildet und vernetzt (vgl. Volkmer 2003; Castells 2004). Diese sind aufgrund der Entfernungen, aber auch der technischen Möglichkeiten hauptsächlich medial bzw. massenmedial vermittelt.

Im positiven, technikdeterministischen Verständnis von McLuhan ist das Fernsehen eine Art *virtuelles Lagerfeuer*, das die Menschen weltweit miteinander verbindet; nach dem Motto „Mehr Kommunikation führt zu mehr Verständnis“. Dies führt zur zweiten These dieses Beitrags und konkretisiert diesen auf die Dimension des Politischen: Die Entwicklung einer autonomen politischen Öffentlichkeit ist konstitutiv für die Herausbildung eines modernen – demokratischen – politischen Systems. Massenmediale Kommunikation ist dabei eine *conditio sine qua non* für die Entwicklung von Öffentlichkeiten (vgl. Wimmer 2000; Habermas 2006). Die Demokratietheorie spricht in diesem Kontext von der Deckungsgleichheit von politischem Geltungsbereich und der Öffentlichkeit, auf die sich Entscheidungen beziehen: „According to the deliberative model of democracy, the legitimation process must pass through a public sphere that has the capacity to foster considered public opinions“ (Habermas 2006: 418).

Ein als legitim anerkanntes politisches System bezieht sich in seinen Entscheidungen auf einen bestimmten Geltungsbereich und eine politische Öffentlichkeit, in deren Raum Partizipationsmöglichkeiten für die Bürgerinnen und Bürger, Möglichkeiten der Responsivität etc. geschaffen werden: „Mit diesem Prozess einher ging die Herausbildung einer primär medienvermittelten Öffentlichkeit, die sich auf eben den mit dem Nationalstaat territorial definierten politischen Geltungsbereich mitsamt seinen Bürgerinnen und Bürgern bezieht“ (Imhof 2006b: 10). Diese Voraussetzungen demokratischer Selbststeuerung fanden bisher hauptsächlich im Rahmen eines nationalstaatlichen Ordnungsprinzips statt. Die Installierung von supranationalen, transnationalen und im größten Fall globalen Institutionen (gemeint sind hier im institutionentheoretischen Sinn sowohl Verträge als auch Organisationen) führt aber zu Diskussionen über die Ausweitung dieses – nationalen – Konzepts (vgl. Rosenau/Czempiel 1992; Behrens 2004). Argumentationslinien in entsprechenden Diskussionen zirkulieren oftmals darum, dass Politikentscheidungen auf transnationaler Ebene meist Exekutiventscheidungen wären und zu einer Entwertung des Parlaments zugunsten einer – wie auch immer zusammengesetzten – Exekutive führten.⁶

Ein weiterer Diskussionspunkt ist der Verweis auf das Legitimationsdefizit der oben genannten Einrichtungen, weil keine Deckungsgleichheit zwischen politischem Geltungsbereich und Öffentlichkeit bestehe. Dies ist auf der Ebene der EU, der UNO, der diversen Institutionen zur wirtschaftlichen Zusammenarbeit (etwa der WTO), aber auch selbst wenn es darum geht, eine globale Medienpoli-

⁶ Auf nationalstaatlicher Ebene sehen diese Diskussionen eine Entwertung der Parlamente zugunsten von Exekutive und medienvermittelter Problemartikulation: „Gemessen an der tradierten Form der Selektion von Problemen, die um Eingang in den politischen Entscheidungsfindungsprozess kandidieren, lässt sich eine Entwertung des Parlaments zugunsten der Exekutive und der medienvermittelten Kommunikation feststellen. Auch etablierte politische Akteure versuchen verstärkt, über eine medienvermittelte Problemmakzentuierung das politische System zu beeinflussen“ (Imhof 2006b: 19).

tik zu entwerfen, zu erkennen. In vielen Bereichen haben transnationale Konzerne und auch international agierende neue soziale Bewegungen diese globalen Verflechtungen bereits vorweg genommen oder globale Institutionen sich mit Konzernen und NGOs arrangiert, etwa bei den WSIS-Konferenzen (World Summit on the Information Society) im Feld der globalen Medienpolitik (vgl. Kleinsteuber 2005; Hepp 2006; Volkmer 2007).

Der vorliegende Beitrag setzt daher auf der Ebene einer global operierenden politischen Öffentlichkeit an, die strukturiert wird durch globale massenmediale Kommunikationen. Diese Skizze orientiert sich nicht an der Vorstellung einer Öffentlichkeit: Angebracht ist es in diesem Kontext, von einer Vielzahl global operierender und strukturierter Suböffentlichkeiten zu sprechen, die sich anhand thematischer Fokussierungen ausrichten. Es kann aber immer wieder geschehen, dass die Themenlage zu einem Zusammenschluss dieser Öffentlichkeiten zu einem Forum – ähnlich den Vorstellungen einer Weltöffentlichkeit (vgl. Stichweh 2002, 2003) – führt. Die Kommunikation zwischen diesen verschiedenen Suböffentlichkeiten läuft über massenmediale Kommunikationen, die Anschlüsse zwischen diesen Gruppen herstellen. Die Rolle der Journalisten in dieser Weltöffentlichkeit ist nach Volkmer die von *Mediatoren*, „mediating between new political discourses – the global public sphere and micro-spheres – but also mediating between diverse political media environments“ (Volkmer 2003: 14). Wenn aber auch die Suböffentlichkeiten über ihre spezifischen Medien verfügen bzw. selbst von diesen Medien als Zielgruppe und Öffentlichkeit konstituiert worden sein können, dienen globale Massenmedien zur Strukturierung einer Agenda zentraler Issues über diese Fragmente hinweg.

3. Regeln globaler Kommunikationsnetze

Die Globalisierung von Kommunikationsnetzwerken ist auf drei Schlüsselentwicklungen im späten 19. und frühen 20. Jahrhundert zurückzuführen: die Entwicklung von Unterwasser-Kabelsystemen durch die europäischen Imperialmächte, die Institutionalisierung von internationalen Nachrichtenagenturen, die sich die Welt in Operationsbereiche aufteilten und schließlich die Entwicklung neuer Technologien auf dem Gebiet der elektromagnetischen Wellen (vgl. Thompson 2003: 247f.). Auf die technischen Belange soll an dieser Stelle nur in Ansätzen eingegangen werden; dabei bleibt festzuhalten, dass die Entwicklung globaler Kommunikationsstrukturen bereits von Beginn an ein vom industrialisierten Norden dominiertes Projekt war und geblieben ist. In der starken Stellung einiger großer Nachrichtenagenturen kann man aber eben auch große Vernetzungspotenziale erkennen.

Doch zunächst zur nationalstaatlichen Perspektive einer Weltmedienordnung. Diese erweist sich – folgt man Kleinsteuber – als *Spiegel* von Weltasymmetrien (vgl. Kleinsteuber 2005: 95). Gerne wird in Diskussionen um eine globale Kommunikationsstruktur auf McLuhans Vorstellungen eines *global village*

(McLuhan/Fiore 1968) verwiesen, mehr Kommunikation würde zu mehr Verständnis und Frieden auf der Welt führen. Auch Reese hält sich bei seinen Beschreibungen einer *global news arena* an McLuhan. Ähnlich wie Kleinsteuber argumentiert Fortner aber in eine andere Richtung. Die McLuhan'schen Begriffswahl des *global village* hält er für unglücklich und stellt diesem seinen Ansatz einer *global metropolis* entgegen.

„Communication across distances, however, does not reproduce the intimacy that is the hallmark of village life. [...] Unlike in the village, people living together in a metropolis may know little of one another's affairs. [...] The information flow among segments of the metropolitan population is unequal. [...] People will have different levels of access. [...] Control of communication systems is centralized, operated either by the state or private companies“ (Fortner 1993: 24f.).

Diese Perspektiven scheinen auch aktuell die realistischen zu sein, führt man sich etwa die Verteilung von technischen Zugriffsmöglichkeiten auf Informationen weltweit anhand von Satelliten-TV und Internet vor Augen (vgl. Kleinsteuber 2005). Diese erreichen zwar einen großen Teil der Weltbevölkerung, aber bei Weitem nicht alle. Diese Ungleichheiten wirken sich auf die Chancen bestimmter Nationalstaaten, sich in einer globalen politischen Öffentlichkeit Gehör zu verschaffen, ebenso aus wie auf deren Machtposition in diversen internationalen Organisationen und Diskussionsforen. Wer hat also Chancen, mit seinen Anliegen auf einer internationalen Ebene gehört zu werden? Welche Themen, aber vor allem welche Akteure, bestimmen den globalen Kommunikationsfluss?

In vielen Diskussionen über globale Ansätze wird in diesem Zusammenhang ebenso reflexhaft das Konzept des kulturellen Imperialismus angeführt. Es ist aber darauf hinzuweisen, dass als *Gatekeeper* nicht so sehr einzelne Nationalstaaten eine Rolle spielen, sondern die Macht der Nachrichtenselektion und -vermittlung insbesondere bei nicht-staatlichen, transnationalen Medienunternehmen liegt. Genauso wie im Nationalstaat etabliert sich im globalen Raum eine *Medienhierarchie* mit bestimmten Leitmedien, auf Regionen und Themen spezialisierten Medien genauso wie Qualitäts- und Boulevardmedien (vgl. Volkmer 2004). Diese Medienordnung ist aber zentrumsdominiert, d.h. Nachrichten entspringen in besonderem Maße den Zentrumsgesellschaften, so dass man auch von einer Hegemonie von Nachrichten, deren Deutungsrahmen und den Quellen dieser Nachrichten sprechen könnte (vgl. Fortner 1993; Thompson 2003; Kleinsteuber 2005). Die wechselseitige Beobachtung der Medien und Journalisten untereinander bzw. die Orientierung an Leitmedien wird in der Kommunikationswissenschaft mit dem Konzept des Intermedia-Agenda-Setting beschrieben. Journalisten sind ebenso Rezipienten anderer Medien und nutzen so genannte „Prestigemedien“ häufiger als das Durchschnittspublikum (vgl. Kepplinger 1985; Hallin/Mancini 2004).

Diese Form des Intermedia-Agenda-Setting kann im internationalen Rahmen durch zwei Entwicklungsstufen geschehen: (1.) Eine spezielle Rolle spielen dabei global agierende Nachrichtenagenturen. Agenturen wie AP und Reuters, die auch zum Großteil den Zentrumsgesellschaften entspringen, sind – auch aufgrund schwindender Ressourcen bei anderen Medien – Lieferanten für einen Großteil von Nachrichten aus den verschiedenen Erdteilen und tragen so zur Konsonanz der Berichterstattung bei. Welche Medien leisten sich noch ein dichtes Korrespondentennetzwerk bzw. wie verhält es sich mit der Zugänglichkeit zu wichtigen Quellen in bestimmten Weltregionen (vgl. Giffard/Rivenburgh 2000; Thompson 2003; McCombs 2004; Latzer/Saurwein 2006)? (2.) International rezipierte Prestige- oder Leitmedien wie etwa CNN, die „New York Times“, „Le Monde“ oder die global agierenden Nachrichtenagenturen (vgl. Weaver 1998; Volkmer 1999) setzen Themen, die dann von anderen Medien aufgenommen und weiterverbreitet werden. Solche Prestigemedien gelten als Referenz für andere Medien und werden in hohem Maße von politischen Entscheidungsträgern rezipiert.

Der wissenschaftliche Schwerpunkt in Arbeiten zum Konzept des Intermedia-Agenda-Setting liegt derzeit aber noch auf nationalstaatlichen Mediensystemen und deren nationalen Leitmedien: Für Nationalstaaten beschäftigen sich zahlreiche Studien mit dieser Leitmedien-Funktion, für Deutschland etwa Kepplinger (1985) oder Neidhardt, Eilders und Pfetsch (1998), für die USA u.a. Reese und Danielian (1991). Auch der europäische Öffentlichkeitsraum wurde auf diese Funktion hin untersucht (vgl. Latzer/Saurwein 2006), auf der globalen Ebene mangelt es derzeit aber noch an empirischen Studien (vgl. lediglich Volkmer 1999).

Darüber hinaus versuchen diese oben genannten globalen Leitmedien, neue Märkte zu schaffen. Beispielsweise werden Nachrichten aus der „New York Times“ und anderen US-amerikanischen Zeitungen in der Zeitung „Al Sharq Al Awsat“ editiert und in den arabischen Ländern vertrieben. Ebenso erscheinen ausgewählte Artikel der „New York Times“ als Supplement von „Le Monde“ in Frankreich, der „Süddeutschen Zeitung“ in Deutschland und des „Standard“ in Österreich (vgl. Reese 2007).

Die Orientierung an Leitmedien und Nachrichtenagenturen trägt zu einer immer stärker wachsenden Konsonanz und Fokussierung der Berichterstattung auf bestimmte Themen bei (vgl. Neidhardt et al. 1998). Reese spricht in diesem Zusammenhang von einem Effekt der Synchronisierung (vgl. Reese 2004: 5), schränkt aber ein, dass diese Medienunternehmen zwar vor allem ökonomisch global agieren, in redaktionellen Bereichen aber sehr wohl eine regionale Ausrichtung haben. *Glokale Strategien* kombinieren global abgestimmte Konzernstrategien aufgrund der kulturellen Gebundenheit von Medienprodukten mit lokalen Produktstrategien (vgl. Latzer/Saurwein 2006). Ein Beispiel dafür ist der Sender CNN, der sich selbst als Marktführer für globale Nachrichten bezeichnet, seine Medienprodukte aber für verschiedene Weltregionen konzipiert. Trotz die-

ser lokalen Produktstrategien arbeitet CNN im Kontext globaler Standardisierung (vgl. Reese 2007).

Globale Kommunikationsnetze werden, so die Essenz dieses Kapitels, in besonderem Maße von transnationalen Medienunternehmen aus der nördlichen Hemisphäre dominiert. Zu beobachten ist dies bereits in der Entstehungszeit von Übertragungsanlagen und -kanälen bzw. der Gründung von Nachrichten beschaffenden und vermittelnden Agenturen im frühen 20. Jahrhundert. Diese Entwicklung hat sich bis heute fortgesetzt.

4. Globale Nachrichtenroutinen

Eine globale Medienhierarchie kann sich nur ausbilden, wenn die verschiedenen Ebenen und Routinen der Berichterstattung auf ähnliche Weisen arbeiten, d.h. sich global angleichende Nachrichtenroutinen, mediale Selektionsmechanismen, Interpretations- und Inszenierungslogiken daraus erwachsen. Der Journalismus hat sich dabei – auch historisch betrachtet – immer an *seinem* Publikum bzw. *seiner* Öffentlichkeit orientiert, so etwa bei der Themenwahl. Ebenso waren die Möglichkeiten des Publikums, Nachrichten zu konsumieren, weitgehend national bestimmt. In dem Maße, so die These, in dem sich diese Öffentlichkeit aber entgrenzt, d.h. nicht mehr der Nationalstaat die Grenzen bestimmt, sondern andere Codes der Grenzziehung zur Anwendung kommen (etwa thematische), muss sich auch der Journalismus auf ein neu gestaltetes Publikum einstellen (vgl. Reese 2004: 2).

Ob für CNN, „Al Jazeera“, eine Internetplattform in Europa oder in Lateinamerika – der technologische Fortschritt setzt für alle Redaktionen einen neuen Maßstab in der Geschwindigkeit der Nachrichtenvermittlung. All diese Medien müssen sich einer neuen *Medien-Zeit* anpassen und unmittelbar berichten: Die mediale Produktionszeit folgt zum einen den Regeln einer sich immer weiter perfektionierenden Technik, „die Echtzeit-Produktionen mit sofortiger weltweiter Verteilung zum Normalfall gemacht haben“ (Meyer 2001: 67). Zum anderen verliert eine Nachricht im ökonomischen Sinn beträchtlich an Wert, wenn sie in einem Konkurrenzmedium schon längst vermittelt wurde, auch dies wirft sie „unter das unvermeidliche Diktat der Jetztzeit“ (ebenda).

Der technologische Fortschritt vereinfacht aber auch die Beschaffung von Informationen über den Globus für den einzelnen Journalisten. Zudem sind diese Entwicklungen auch für Medienunternehmen rentabler, die transnational agieren und mit eigenen Systemen Informationen und Nachrichten austauschen können (vgl. Hallin/Mancini 2004: 259). Motoren für diese Entwicklungen sind im Besonderen internationale Nachrichtenagenturen: Diese stellen für Journalisten rund um den Globus die gleiche Auswahl von Nachrichten und Themen in Wort und Bild zusammen. Ebenso zu nennen sind in diesem Zusammenhang etwa *Host-Broadcaster*, die für Übertragungen von Events weltweit dieselben Dar-

stellungs- und Präsentationsregeln anwenden und dasselbe Bildmaterial zur Verfügung stellen. Dies geschieht etwa bei globalen Sportveranstaltungen.

Wie aber müssen Ereignisse gestaltet sein, die als Nachrichten auf einem globalen Medienmarkt Resonanz erzeugen können? Imhof zeigt in seinen Überlegungen zur *Mediengesellschaft* einen deutlichen Wandel der Muster politischer Kommunikation auf. Er weist dabei auf „einen Transfer von Techniken des Aufmerksamkeitsmanagements“ hin: die mediengerechte Inszenierung von Events, die Konzentration auf Personen („eine beispiellose Privatisierung des Öffentlichen und Personalisierung“) und die massive Zunahme von Konfliktszenierungen („mediale Skandalisierungskommunikation“) (Imhof 2006b: 15). Diese Entwicklungen scheinen darauf hin zu deuten, dass die massenmedialen Regeln der Selektion bei bestimmten Ereignissen auch für die transnationale Ebene gültig sind (vgl. Hallin/Mancini 2004). Stichweh stellt ähnliche Überlegungen an, wenn er auf Weltereignisse verweist, bei denen sich hunderte Millionen von Menschen gleichzeitig vor denselben Bildern versammeln. Als Beispiel führt er den 11. September 2001 an (vgl. Stichweh 2002, 2003). Dahingehend argumentiert auch Castells, wenn er die „wahre Macht des Fernsehens“ (Castells 2004: 384) damit beschreibt, dass es die Bühne für alle Prozesse schaffe, die der Gesellschaft allgemein vermittelt werden sollen. Das Fernsehen gestalte die Sprache der gesellschaftlichen Kommunikation. In diesem Zusammenhang ist auch der CNN-Effekt⁷ einzuordnen, eine Forschungsrichtung, die nach dem ersten Golfkrieg entstand und sich mit der Rolle von global tätigen Nachrichtensendern in den internationalen Beziehungen beschäftigt (vgl. den Beitrag von Hammerschmidt in diesem Band).

Wie man dieses Phänomen nun auch nennen will, sei es *global culture of journalism* (Hallin/Mancini 2004) oder *global journalism* (Reese 2007), die Indikatoren für eine Angleichung globaler Nachrichtenroutinen sind ähnlich: Journalisten haben verstärkte Möglichkeiten der weltweiten Interaktion untereinander. Informationsbeschaffung und Recherche sind nicht mehr nationalstaatlich begrenzt. Ebenso liefern die Nachrichtenagenturen als weltweit tätige Informationsbroker gleiches Material in alle Weltteile und genauso haben sich die Redaktionsroutinen noch stärker auf die Schnelligkeit der Nachrichtenvermittlung umgestellt. Zudem ist das Publikum bzw. die Öffentlichkeit der Medien nicht mehr nationalstaatlich begrenzt, sondern nach anderen Gesichtspunkten segmentiert.

Diese Diskussionen führen zur eigentlichen Grundfrage des vorliegenden Beitrags: Welches sind die möglichen Strukturprinzipien und Funktionen einer globalen (politischen) Öffentlichkeit? Lassen sich nationalstaatliche Konzepte von Öffentlichkeit auf diese Ebene übertragen?

⁷ „The CNN effect is a theory that compelling television images, such as images of a humanitarian crisis, cause U.S. policymakers to intervene in a situation when such an intervention might otherwise not be in the U.S. national interest“ (Feist 2001: 713).

5. Übertragung nationalstaatlicher Konzepte auf die globale Ebene

Öffentliche Sphären werden durch verdichtete Netze von Kommunikation konstituiert. Öffentlichkeiten können also als kommunikative Verdichtungszone verstanden werden. Moderne Öffentlichkeit – zumal auf globaler Ebene – ist in erster Linie Medienöffentlichkeit, mediale Eigengesetzlichkeiten prägen Strukturen und Inhalte öffentlicher Meinungsbildung (vgl. Latzer/Saurwein 2006).

„*The public sphere is rooted in networks for wild flows of messages – news, reports, commentaries, talks, scenes and images, and shows and movies with an informative, polemical, educational, or entertaining content. These published opinions originate from various types of actors – politicians and political parties, lobbyists and pressure groups, or actors of civil society. They are selected and shaped by mass-media professionals and received by broad and overlapping audiences, camps, subcultures, and so on*“ (Habermas 2006: 415f.).

Generell lässt sich festhalten, dass sich politische Öffentlichkeiten immer auf einen bestimmten politischen Geltungsraum beziehen. Die Struktur solcher Öffentlichkeiten konstruiert sich aus der gesellschaftsweiten Verbreitung von Medien auf verschiedenen Ebenen: Genauso wie Massenmedien mit nationalem Verbreitungsgebiet gibt es auch Medien, die sich auf regionale und lokale Ebenen spezialisieren. Aus dieser Struktur differenzieren sich als erstes Strukturprinzip einer politischen Öffentlichkeit allgemein respektierte Leitmedien aus.

Redaktionen bzw. Journalisten arbeiten in ähnlichen Routinen. Das bedeutet, dass ihre Vorstellungen von Journalismus in ähnlicher Weise geformt sind, auch wenn es um Selektionsmechanismen, Präsentations- und Darstellungslogiken geht. Diese Routinen als zweites Strukturprinzip erwachsen in besonderem Maße aus standardisierter Ausbildung bzw. Karrierewegen und manifestieren sich in einer *journalistischen Kultur* (vgl. Weaver 1998; Hallin/Mancini 2004).

Als drittes Strukturprinzip zeigt sich, dass Ereignisse und Issues durch dieses Zusammenspiel von Struktur und Routinen auf eine gesellschaftsweite Verbreitung hoffen können: In nationalen, regionalen und lokalen Medien, in Qualitäts- und Boulevardmedien, in Print und Elektronik etc. In besonderer Weise aber dienen die Leitmedien als Agenda-Setter für andere Medien, sie setzen Themen, an denen sich andere Medien orientieren. Themen der Berichterstattung werden schließlich zu Themen der öffentlichen Diskussion durch Konsonanz und Hartnäckigkeit im Mediendiskurs (vgl. Neidhardt et al. 1998).

Diese massenmedial konstruierten Kommunikationsnetzwerke für Themen und Meinungen auf nationaler Ebene führen – im für das Issue besten Fall – zu nationalen Issue-Zyklen, dem vierten Strukturprinzip. Öffentliche Debatten sind eine markante Form dieser Fokussierung. Dabei rekurren gesellschaftliche Debatten auf ein in der Regel unthematisiertes Hintergrundverständnis: Man könnte das *common sense, civic culture*, politische Kultur o.ä. nennen (vgl. Pe-

ters/Weßler 2006: 128ff.). Einschränkend festzuhalten bleibt, dass auch nationale Öffentlichkeiten keine permanent diskutierenden, aktiven und informierten sind, die sich auf *eine* Agenda verständigt haben. Fragmentierung von Öffentlichkeit in thematische Subeinheiten ist demzufolge als fünftes Strukturprinzip festzustellen.

In normativem Sinne sollen die beschriebenen Strukturen Informationsmöglichkeiten schaffen, Partizipation und Integration für den Einzelnen am gesellschaftlichen Geschehen ermöglichen und so ein bestimmtes soziales und politisches System legitimieren – in den meisten Fällen eine demokratische Ordnung. Medien, so erklärt etwa das Konzept des Agenda-Setting, konstruieren für ein Gemeinwesen eine gesellschaftsweit anerkannte Agenda; „a nation is, in a sense, a collective agenda“, argumentieren diesbezüglich Shaw und Hamm (1997: 213). Ihre These ist, dass sich durch die Massenmedien eine starke gesellschaftliche Agenda herausbildet, die eine Grundübereinkunft über die *wichtigen* Themen herstellt. Ohne diesen Konsens sind Gesellschaften nicht auf Dauer handlungsfähig (vgl. Lasorsa 1997). Neue Informations- und Kommunikationstechnologien haben aber zu gesellschaftlichen Segmentierungsprozessen geführt (vgl. Schönbach et al. 2005). Die Konsequenz daraus sei, so Shaw und Hamm, der Verlust des sozialen Zusammenhalts (vgl. auch Sunstein 2003). Medien könnten ihre Integrationsfunktion nicht mehr erfüllen. Die Deckungsgleichheit zwischen Öffentlichkeit und politischer Entscheidung, also die Integration der Bürger in politische Prozesse, ist überdies der normative Anspruch an transnationale Konstrukte, z.B. an die Europäische Union (vgl. Latzer/Saurwein 2006; Imhof 2006a, 2006b).

Die Übertragung dieses nationalstaatlichen Ansatzes eines Mediensystems, also die gesellschaftliche Durchdringung auf den verschiedensten Ebenen, ist auch auf globaler Ebene zu beobachten. Auf verschiedenen transnationalen Ebenen haben sich in den vergangenen Jahren und Jahrzehnten verschiedenste Medien ausgebildet; etwa auf europäischer Ebene, im arabischen Raum etc. Das nationalstaatliche Mediensystem wird also von weiteren, verschiedensten Ebenen überwölbt, kontinental ebenso wie global (vgl. Kleinsteuber 2005; Hepp 2006). Ähnliche Vorstellungen verbinden sich ja auch mit den Governance-Konzeptionen aus der Politikwissenschaft, in denen das „Regieren auf Mehrebenensystemen“ analysiert wird (vgl. Behrens 2004; Benz 2004; Mayntz 2004).

Die oben beschriebenen Fragmentierungen und die Fiktion einer Öffentlichkeit im Habermasschen Sinne gelten aber auf transnationaler Ebene umso mehr. Gerhards, Neidhardt und Rucht verarbeiten diese Kritik in ihrem Modell von Öffentlichkeit, in dem sie von verschiedenen, auf bestimmte Issues spezialisierten, Öffentlichkeitsarenen ausgehen. Unter „bestimmten Bedingungen“ gelangen diese Issues aber in das Zentrum der öffentlichen Diskussion und Meinungsbildung: „In diesem Falle entsteht ‚öffentliche Meinung‘ als von Sprechern geäußerte, von Medien übertragene und vom Publikum wahrgenommene Kommentierung eines Themas“ (Gerhards et al. 1998: 39).

Eine ähnliche Herangehensweise wie bei diesem nationalstaatlichen Modell findet sich auf globaler Ebene bei Volkmer: Sie verweist zwar darauf, dass u.a. die technischen Entwicklungen zur Etablierung einer transnationalen politischen Öffentlichkeit geführt haben, aber dennoch stellt sie in ihren Beschreibungen nicht auf die Konformität und Einheit dieser Sphäre ab, sondern beschreibt ebenso wie Gerhards, Neidhardt und Rucht verschiedene segmentierte Arenen der Öffentlichkeit, die abhängig vom Thema und dem Interesse daran mal größer oder mal kleiner sein können; bei speziellen Ereignissen können sie sich aber zu einem *großen* Diskussionsforum integrieren:

„These developments have established a new ‘transnational’ political news sphere, which deeply transforms conventional nations of the (national) public sphere within a new transnational space - a ‘global’ news sphere, which is not characterized by ‘sameness’ but by globalized diversity“ (Volkmer 2003: 14).

Solche Mikrosphären sind vom (massenmedialen) Interesse an einem Issue abhängig. Die Strukturierung dieser Teilöffentlichkeiten ist geographisch unabhängig. Diese Themenöffentlichkeiten verfügen über ihre eigenen Medien, auch über nationalstaatliche Grenzen hinweg (vgl. Volkmer 2003, 2007). Auffallend ist dabei aber die Zusammensetzung der globalen Themenöffentlichkeiten, die vornehmlich von den Industrieländern des Nordens aus gestaltet wird. Die Aufmerksamkeiten sind also asymmetrisch verteilt, in diesem Zusammenhang könnte man wieder auf tradierte Weltasymmetrien verweisen (vgl. Dietrich 1998; Kleinsteuber 2005).

Wenn die mit Nachrichten handelnden Medienkonzerne längst global tätig sind, kann dann aber auch die Berichterstattung dieser steigenden Internationalisierung auf der ökonomischen Ebene folgen? Oder ist diese nach wie vor national orientiert? Beispiele gibt es für beide Perspektiven: Reese (2004, 2007) verweist zwar darauf, dass Redaktionen vorwiegend national besetzt bleiben, erkennt aber trotzdem einen Effekt der Synchronisierung in der Berichterstattung. Die Einschränkung liegt also auf der Beschaffenheit der Themen bzw. deren Reichweite. Bei Themen von – potentiell – transnationalem Interesse stellt sich die Frage nach der Konvergenz bzw. der Ähnlichkeit von öffentlichen Diskursen zum selben Issue auf nationalstaatlicher Ebene. Dabei sind meist nationenspezifische Argumentationslinien erkennbar, Journalisten und Diskutanten argumentieren dabei vor dem Hintergrund ihrer eigenen politischer Kultur(en).

Wie aber verhalten sich diese Diskussionslinien, wenn es sich um politisch verbindliche Entscheidungen handelt, die auf suprastaatlicher Ebene getroffen werden und von denen eine transnationale Öffentlichkeit betroffen ist, etwa neue Handelsregeln der WTO oder Sanktionsandrohungen der UNO gegen Regime? Findet sich dabei eine Kongruenz zwischen dem Kollektiv, für das diese Entscheidung bindend ist, und dem Publikum der medialen Berichterstattung? Die Antwort der normativen Demokratietheorie auf dieses Dilemma ist einfach:

„Wo über eine kommunikative Vernetzung hinaus auch überstaatliche politische Herrschaft ausgeübt wird, entsteht ein Legitimationsbedarf, der sich nicht allein durch parallele Meinungsbildung in den verschiedenen Teileinheiten decken lässt“ (Peters/Weßler 2006: 137). Keine öffentliche Sphäre, so Peters und Weßler, würde ohne die Unterstellung einer Kommunikations- und Problemgemeinschaft auskommen, die auf die sozialräumliche Ausdehnung dieser Sphäre bezogen sei.

Vor diesem Dilemma stehen auch die Forschungen zur europäischen Öffentlichkeit: In diesen finden sich zwei Entwicklungspfade einer europäischen Öffentlichkeit, einerseits eine länderübergreifende, pan-europäische Variante und andererseits die Europäisierung nationaler Öffentlichkeiten durch die Thematisierung europäischer Issues in den jeweiligen nationalen Medien. Diese zweite Variante scheint die derzeit realistischere zu sein (vgl. Latzer/Saurwein 2006), würde aber den Ansprüchen einer normativen Öffentlichkeitstheorie nicht genügen (vgl. Peters/Weßler 2006: 128).

Meinungsbildung setzt vor allem die Möglichkeit der Information voraus. Öffentlichkeit wird nicht nur in normativen Verständnissen als prinzipiell offener Raum verstanden. Viele Weltregionen erleben diese Informationsmöglichkeiten, die in den vorangegangenen Kapiteln beschrieben wurden, jedoch lediglich als rein passiven Effekt. Auch Thompson verweist in diesem Zusammenhang auf die ungleichen Möglichkeiten des Zugangs:

„[...] if we wish to explore the impact of the globalization of communication, we must consider not only the patterns of uptake but also the uses of globalized symbolic materials – that is, what recipients do with them, how they understand them, and how they incorporate them into the routines and practices of their everyday lives“ (Thompson 2003: 255).

Wie aber sieht es mit den Möglichkeiten der Partizipation auf globaler Ebene aus? In den vergangenen Jahrzehnten hat sich dabei eine – medial – zugkräftige Form herausgebildet, die es unter Anwendung der medialen Selektions- und Präsentationsregeln versteht, globale Themen zu setzen, nämlich international agierende NGOs. Deren Erfolg schreiben diverse Autoren (vgl. Carroll/Carroll 1999; Bröckling 2004) vor allem medienwirksamen und Aufmerksamkeit schaffenden Aktionsformen zu. Seit den 1970er Jahren gelingt es Akteuren wie Greenpeace oder Attac, global angelegte politische Themenfelder zu besetzen, etwa Umwelt- und Technikfolgenprobleme oder den Nord-Süd-Dualismus. Dies gelang vornehmlich durch nachrichtenwertorientierte Anpassungen an die Selektions-, Interpretations- und Inszenierungslogiken der Medien: Eine Zunahme medienwirksamen Eventmanagements war und ist dabei ebenso zu beobachten, wie eine „deutlich gestiegene Bedeutung von Konfliktszenierungen“ (Imhof 2006b: 15).

6. Fazit: Globale *common agenda*?

Ziel dieses Beitrags war es, die verschiedenen theoretischen Ansätze und Ergebnisse der wenigen bis jetzt vorliegenden empirischen Studien zu einer globalen politischen Öffentlichkeit anhand von fünf Strukturprinzipien zu systematisieren bzw. Unterschiede und Gemeinsamkeiten herauszuarbeiten. Die Konzepte sind sehr heterogen, die Ergebnisse mit großer Vorsicht und den entsprechenden Einschränkungen zu genießen, einige Grundannahmen kristallisieren sich aus der Forschung aber dennoch heraus, die abschließend gebündelt werden sollen.

Moderne Öffentlichkeit wird vor allem in der Form der Medienöffentlichkeit gefasst. Schließlich prägen hauptsächlich mediale Eigengesetzlichkeiten die Strukturen und Inhalte öffentlicher Meinungsbildung. Die empirische Analyse konzentriert sich deshalb i.d.R. auf das massenmediale Öffentlichkeitsforum. Das Verhältnis „Sprecher/Akteure und Publikum“ ist fast ausschließlich medienvermittelt: Globale Themen sind für den Einzelnen nicht fassbar, deshalb wird eine globale Realität in besonderer Weise durch mediale Selektion und Präsentation konstruiert.

Öffentlichkeit wird in diesem Sinne verstanden als ein gesellschaftsweit aufgespanntes Kommunikationsforum. Verschiedene Akteure agieren in diesem Forum in verschiedensten Öffentlichkeitsarenen und geben dort Meinungen von sich bzw. tragen diese weiter. Diese Arenen bilden sich aus der Fokussierung auf bestimmte Issues; unter bestimmten Bedingungen gelangen Issues in das Zentrum der öffentlichen Diskussion. Besonders das Modell einer „global public sphere“ von Volkmer (2003) argumentiert auf diese Weise.

Genauso wie im Nationalstaat etabliert sich eine *Medienhierarchie*: International rezipierte Prestigemedien setzen Themen, die dann von anderen Medien aufgenommen und weiterverbreitet werden, ganz im Sinne des Konzepts des Intermedia-Agenda-Setting. Diese *Weltmedienordnung* ist aber zentrumsdominiert: Nachrichten entspringen in besonderem Maße den Zentrumsgesellschaften, man könnte auch von einer Hegemonie von Themen, Frames, Quellen und Vermittlern sprechen.

Auf ökonomischer Ebene weisen viele Indikatoren auf immer stärkere Konzentrationsprozesse von Medienorganisationen, transnational agierende Konzerne, global agierende Nachrichtenagenturen und die Ausbildung international rezipierter Leitmedien hin. Auf inhaltlicher Ebene lassen sich einige Indizien finden, die auf eine immer stärkere Homogenisierung journalistischer und redaktioneller Routinen hindeuten. Issues und Personen ähneln sich in der Medienbeobachtung über den Globus. Hallin und Mancini (2004) sprechen in diesem Zusammenhang von einer *global culture of journalism*, Reese (2004) nennt dies *global journalism*.

Die Vorstellung einer globalen politischen Öffentlichkeit – so zeigen es zumindest die hier verwendeten Konzepte – kann aber nur für bestimmte Issues, die weltweites Interesse hervorrufen, gelten. Diese sind indessen meist aus westlich dominierten Realitäten konstruiert. Passender ist es wohl, von einer globa-

len politischen Öffentlichkeit auszugehen, die hochgradig fragmentiert und in verschiedene thematisch spezialisierte Öffentlichkeitsarenen differenziert ist. Die Massenmedien erfüllen in diesem Ansatz zwei Aufgaben: Auf der einen Seite strukturieren sie diese Öffentlichkeit durch bestimmte thematische Angebote an verschiedene Arenen; sie vermitteln Themen und Argumentationsangebote an ein globales, fragmentiertes Publikum. Auf der anderen Seite ist es aber auch nur durch die Massenmedien möglich, Aufmerksamkeit für bestimmte Issues hervorzurufen und sie so in das Zentrum der öffentlichen Diskussion auf transnationaler Ebene zu stellen.

Literaturverzeichnis

- Behrens, Maria (2004): Global Governance. In: Benz, Arthur (Hg.): *Governance. Regieren in komplexen Regelsystemen*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 103-124.
- Bennett, Lance (2003): Communicating Global Activism. Strengths and Vulnerabilities of Networked Policies. In: *Information, Communication & Society*, Jg. 6, H. 2, 143-168.
- Benz, Arthur (2004): Governance. Modebegriff oder nützliches sozialwissenschaftliches Konzept? In: Benz, Arthur (Hg.): *Governance. Regieren in komplexen Regelsystemen*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 11-28.
- Blumler, Jay G./Kavanagh, Dennis (1999): The Third Age of Political Communication: Influences and Features. In: *Political Communication*, Jg. 16, H. 3, 209-230.
- Boorstin, Daniel J. (1961): *The Image or What Happened to the American Dream*. New York: Atheneum.
- Bröckling, Ulrich (2004): Balance of Power. Zivilgesellschaft und die Gouvernementalität der Gegenwart. In: Gosewinkel, Dieter/Reichardt, Sven (Hg.): *Ambivalenzen der Zivilgesellschaft. Gegenbegriffe, Gewalt und Macht*. Berlin: Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung, 60-68.
- Carpenter, Charlie R. (2005): International Agenda Setting in World Politics: Issue Emergence Around Children and Armed Conflict. Working Paper 30. University of Pittsburgh.
- Carroll, Barbara Wake/Carroll, Terrance (1999): Civic Networks, Legitimacy and the Policy Process. In: *Governance*, Jg. 12, H. 1, 1-28.
- Castells, Manuel (2004): *Der Aufstieg der Netzwerkgesellschaft. Teil 1 der Trilogie. Das Informationszeitalter*. Opladen: Leske + Budrich.
- DGPuK (2001): *Die Mediengesellschaft und ihre Wissenschaft. Selbstverständnispapier*, online unter <http://www.dgpuk.de/allgemein/selbstverstaendnis.htm>.
- Dietrich, Wolfgang (1998): *Periphere Integration und Frieden im Weltssystem. Ostafrika, Zentralamerika und Südostasien im Vergleich*. Wien: Promedia.
- Feist, Samuel (2001): Facing Down the Global Village. The Media Impact. In: Kugler, Richard L./Frost, Ellen L. (Hg.): *The Global Century*. Washington: National Defense University, 709-725.
- Fiske, Jon (1994): *Media Matters. Everyday Culture and Political Change*. Minneapolis/London: University of Minnesota Press.
- Fortner, Robert S. (1993): *International Communication. History, Conflict, and Control of the Global Metropolis*. Belmont: Wadsworth.
- Gamson, William A. (1989): Media Discourse and Public Opinion on Nuclear Power. A Constructionist Approach. In: *The American Journal of Sociology*, Jg. 95, H. 1, 1-37.
- Gamson, William A./Croteau, David/Hoynes, William/Sasson, Theodore (1992): Media Images and the Social Construction of Reality. In: *Annual Review of Sociology*, Jg. 18, 373-393.
- Gerbner, George/Marvany, George (1977): The Many Worlds of the World's Press. In: *Journal of Communication*, Jg. 27, H. 1, 52-66.
- Gerhards, Jürgen/Neidhardt, Friedhelm/Rucht, Dieter (1998): *Zwischen Palaver und Diskurs. Strukturen öffentlicher Meinungsbildung am Beispiel der deutschen Diskussion zur Abtreibung*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Giffard, Anthony C./Rivenburgh, Nancy K. (2000): News Agencies, National Images, and Global Media Events. In: *Journalism & Mass Communication Quarterly*, Jg. 77, H. 1, 8-21.
- Habermas, Jürgen (2006): Political Communication in Media Society. Does Democracy Still Enjoy an Epistemic Dimension? The Impact of Normative Theory on Empirical Research. In: *Communication Theory*, Jg. 16, H. 4, 411-426.
- Hallin, Daniel C./Mancini, Paolo (2004): *Comparing Media Systems. Three Models of Media and Politics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hepp, Andreas (2006): *Transkulturelle Kommunikation*. Konstanz: UVK.
- Hepp, Andreas/Krotz, Friedrich/Winter, Carsten (2005): *Globalisierung der Medienkommunikation. Eine Einführung in Medien im globalen Kontext*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Imhof, Kurt (2006a): *Wandel der Gesellschaft im Licht öffentlicher Kommunikation*. fög discussion paper L-2006-0013. Zürich: Universität Zürich.
- Imhof, Kurt (2006b): *Mediengesellschaft und Medialisierung*. fög discussion paper GL-2006-0007. Zürich: Universität Zürich.
- Jarren, Otfried (2001): „Mediengesellschaft“. Risiken für die politische Kommunikation. In: *Aus Politik und Zeitgeschichte*, H. 41-42, 10-19.
- Kepplinger, Mathias (1985): *Die aktuelle Berichterstattung des Hörfunks. Eine Inhaltsanalyse der Abendnachrichten und politischen Magazine*. Freiburg/München: Verlag Karl Alber.
- Kleinsteuber, Hans J. (2005): *Medienpolitik*. In: Hepp, Andreas/Krotz, Friedrich/Winter, Carsten (Hg.): *Globalisierung der Medienkommunikation. Eine Einführung*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 93-116.

- Krotz, Friedrich (2005): Von Modernisierungs- über Dependenz- zu Globalisierungstheorien. In: Hepp, Andreas/Krotz, Friedrich/Winter, Carsten (Hg.): Globalisierung der Medienkommunikation. Eine Einführung. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 21-44.
- Lasorsa, Dominic (1997): Media Agenda Setting and Press Performance. A Social System Approach for Building Theory. In: McCombs, Maxwell/Shaw, Donald L./Weaver, David (Hg.): Communication and Democracy. Exploring the Intellectual Frontiers in Agenda-Setting Theory. Mahwah, NJ: 155-168.
- Latzer, Michael/Saurwein, Florian (2006): Europäisierung durch Medien. Ansätze und Erkenntnisse der Öffentlichkeitsforschung. In: Langenbucher, Wolfgang/Latzer, Michael (Hg.): Europäische Öffentlichkeit und medialer Wandel. Eine transdisziplinäre Perspektive. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 10-45.
- Livingston, Steven G. (1992): The Politics of International Agenda Setting. Reagan and North-South Relations. In: International Studies Quarterly, Jg. 36, H. 3, 313-329.
- Mayntz, Renate (2004): Governance im modernen Staat. In: Benz, Arthur (Hg.): Governance. Regieren in komplexen Regelsystemen. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 65-76.
- McCombs, Maxwell (2004): Setting the Agenda. The News Media and Public Opinion. Cambridge: Polity Press.
- McLuhan, Marshall/Fiore, Quentin (1968): War and Peace in the Global Village. New York: Touchstone.
- Meyer, Thomas (2001): Mediokratie. Die Kolonisierung der Politik durch die Medien. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Neidhardt, Friedhelm/Eilders, Christiane/Pfetsch, Barbara (1998): Die Stimme der Medien im politischen Prozeß. Themen und Meinungen in Pressekommentaren. WZB-Discussion Paper FS III 98-106. Wissenschaftszentrum Berlin.
- Peters, Bernhard/Weßler, Hartmut (2006): Transnationale Öffentlichkeiten. Analytische Dimension, normative Standards, soziokulturelle Produktionsstrukturen. In: Imhof, Kurt/Blum, Roger/Bonfadelli, Heinz/Jarren, Otfried (Hg.): Demokratie in der Mediengesellschaft. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 125-144.
- Reese, Stephen D. (2004): The Emerging Global News Arena and the Public Sphere. Kurt Baschewitz Lecture. University of Amsterdam.
- Reese, Stephen D. (2007): Theorizing a Globalized Journalism. In: Löffelholz, Martin/Weaver, David (Hg.): Global Journalism Research. Theories, Methods, Findings, Future. London: Blackwell (i.E.); online unter: <http://journalism.utexas.edu/faculty/reese/publish/theorizing%20global%20journalism.pdf>, Abruf am 30.05.2007.
- Reese, Stephen D./Danielian, Lucig H. (1991): Intermedia Influence and the Drug Issue. Converging on Cocaine. In: Protes, David L./McCombs, Max-

- well (Hg.): Agenda Setting. Readings on Media, Public Opinion, and Policymaking. Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates, 237-249.
- Reese, Stephen D./Rutigliano, Lou/Hyun, Kideuk/Jeong, Jaekwan (2005): Mapping the Blogosphere. Vortrag. Communication Technology and Policy Division of the Association for Education in Journalism and Mass Communication. San Antonio, Texas.
- Rojecki, Andrew (2005): Media Discourse on Globalization and Terror. In: Political Communication, Jg. 22, H. 1, 63-81.
- Rosenau, James (2007): Governing the Ungovernable. The Challenge of a Global Disaggregation of Authority. In: Regulation & Governance, Jg. 1, H. 1, 88-97.
- Rosenau, James/Czempiel, Ernst-Otto (1992): Governance without Government. Order and Change in World Politics. Cambridge: Cambridge University Press.
- Sarcinelli, Ulrich (1998): Mediatisierung. In: Jarren, Otfried/Sarcinelli, Ulrich/Saxer, Ulrich (Hg.): Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Ein Handbuch. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 678-679.
- Sarcinelli, Ulrich (2003): Demokratie unter Kommunikationsstress? Das parlamentarische Regierungssystem in der Mediengesellschaft. In: Aus Politik und Zeitgeschichte, H. 43, 39-46.
- Saxer, Ulrich (1998a): Mediengesellschaft. Verständnisse und Mißverständnisse. In: Sarcinelli, Ulrich (Hg.): Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung, 52-73.
- Saxer, Ulrich (1998b): System, Systemwandel und politische Kommunikation. In: Jarren, Otfried/Sarcinelli, Ulrich/Saxer, Ulrich (Hg.): Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 21-64.
- Schönbach, Klaus/Waal, Ester de/Lauf, Edmund (2005): Online and Print Newspapers. Their Impact on the Extent of the Perceived Public Agenda. In: European Journal of Communication, Jg. 20, H. 2, 245-258.
- Schulz, Winfried (1989): Massenmedien und Realität. Die „ptomeläische“ und die „kopernikanische“ Auffassung. In: Kaase, Max/Schulz, Winfried (Hg.): Massenkommunikation. Theorien, Methoden, Befunde. Opladen: Westdeutscher Verlag, 135-159.
- Shaw, Donald L./Hamm, Bradley J. (1997): Agendas for Public Union or for Private Communities? How Individuals Are Using Media to Reshape American Society. In: McCombs, Maxwell/Shaw, Donald L./Weaver, David (Hg.): Communication and Democracy. Exploring the Intellectual Frontiers in Agenda-Setting Theory. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 209-230.
- Stichweh, Rudolf (2002): Die Entstehung einer Weltöffentlichkeit. In: Kaelble, Hartmut/Kirsch, Martin/Schmidt-Gerning, Alexander (Hg.): Transnationale Öffentlichkeit und Identitäten im 20. Jahrhundert. Frankfurt a.M./New York: Campus Verlag, 57-66.

- Stichweh, Rudolf (2003): The Genesis of a Global Public Sphere. In: *Development*, Jg. 46, H. 1, 26-29.
- Sunstein, Cass (2003): *Republic.com*. Princeton: Princeton University Press.
- Thompson, John B. (2003): The Globalization of Communication. In: Held, David/McGrew, Anthony (Hg.): *The Global Transformation Reader. An Introduction to the Globalization Debate*. Cambridge: Polity Press, 246-259.
- Volkmer, Ingrid (1999): *News in the Global Sphere. A Study of CNN and Its Impact on Global Communications*. Luton: University of Luton Press.
- Volkmer, Ingrid (2003): The Global Network Society and the Global Public Sphere. In: *Development*, Jg. 46, H. 1, 9-16.
- Volkmer, Ingrid (2004): Beyond the Global and the Local. Media Systems and Journalism in the Global Network Paradigm. In: Jenkins, Henry/Thorburn, David (Hg.): *Democracy and New Media*. Cambridge/London: The MIT Press, 309-330.
- Volkmer, Ingrid (2007): Governing the „Spatial Reach“? Spheres of Influences and Challenges to Global Media Policy. In: *International Journal of Communication*, Jg. 1, H. 1, 56-73.
- Weaver, David (1998): *The Global Journalist. News People around the World*. Cesskill: Hampton Press.
- Wimmer, Hannes (1996): *Evolution der Politik. Von der Stammesgesellschaft zur modernen Demokratie*. Wien: WUV-Universitätsverlag.
- Wimmer, Hannes (2000): *Die Modernisierung politischer Systeme. Staat – Parteien – Öffentlichkeit*. Wien: Böhlau.