

Jahrbuch der
Heinrich-Heine-Universität
Düsseldorf

Heinrich Heine
HEINRICH HEINE
UNIVERSITÄT
DÜSSELDORF

2004

Heinrich Heine

**Jahrbuch der
Heinrich-Heine-Universität
Düsseldorf**

2004

**Jahrbuch der
Heinrich-Heine-Universität
Düsseldorf
2004**

**Herausgegeben vom Rektor
der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf
Univ.-Prof. Dr. Dr. Alfons Labisch**

**Konzeption und Redaktion:
em. Univ.-Prof. Dr. Hans Süßmuth**

© Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf 2005
Einbandgestaltung: Wiedemeier & Martin, Düsseldorf
Titelbild: Schloss Mickeln, Tagungszentrum der Universität
Redaktionsassistentz: Georg Stüttgen
Beratung: Friedrich-K. Unterweg
Satz: Friedhelm Sowa, L^AT_EX
Herstellung: WAZ-Druck GmbH & Co. KG, Duisburg
Gesetzt aus der Adobe Times
ISBN 3-9808514-3-5

Inhalt

Vorwort des Rektors	11
Gedenken	15
Rektorat	17
ALFONS LABISCH (Rektor) Autonomie der Universität – Ein Leitbild für die Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf	19
VITTORIA BORSÒ Internationalisierung als Aufgabe der Universität	33
RAIMUND SCHIRMEISTER und LILIA MONIKA HIRSCH Wissenschaftliche Weiterbildung – Chance zur Kooperation mit der Wirtschaft?	51
Medizinische Fakultät	
<i>Dekanat</i>	65
<i>Neu berufene Professorinnen und Professoren</i>	67
WOLFGANG H.M. RAAB (Dekan) Die Medizinische Fakultät – Entwicklung der Lehre	77
THOMAS RUZICKA und CORNELIA HÖNER Das Biologisch-Medizinische Forschungszentrum	81
DIETER HÄUSSINGER Der Forschungsschwerpunkt Hepatologie	87
IRMGARD FÖRSTER, ERNST GLEICHMANN, CHARLOTTE ESSER und JEAN KRUTMANN Pathogenese und Prävention von umweltbedingten Erkrankungen des Immunsystems	101
MARKUS MÜSCHEN Illusionäre Botschaften in der malignen Entartung humaner B-Lymphozyten	115

Mathematisch-Naturwissenschaftliche Fakultät

<i>Dekanat</i>	127
<i>Neu berufene Professorinnen und Professoren</i>	129
PETER WESTHOFF (Dekan)	
Die Mathematisch-Naturwissenschaftliche Fakultät – Was hat das Jahr 2004 gebracht?	141
DIETER WILLBOLD	
Die Rolle des Forschungszentrums Jülich für die Mathematisch-Naturwissenschaftliche und die Medizinische Fakultät der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf	147
DAGMAR BRUSS	
Verschränkt oder separabel? Moderne Methoden der Quanteninformationstheorie	155
STEPHANIE LÄER	
Arzneimitteltherapie bei Kindern – Eine Herausforderung besonderer Art für Forschung und Praxis	167
HILDEGARD HAMMER	
„Vor dem Abitur zur Universität“ – Studium für Schülerinnen und Schüler an der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf	183

Philosophische Fakultät

<i>Dekanat</i>	195
<i>Neu berufene Professorinnen und Professoren</i>	197
BERND WITTE (Dekan)	
Zur Lage von Forschung und Lehre an der Philosophischen Fakultät	203
WOLFGANG SCHWENTKER	
Geschichte schreiben mit Blick auf Max Weber: Wolfgang J. Mommsen	209
DETLEF BRANDES	
„Besinnungsloser Taumel und maßlose Einschüchterung“. Die Sudetendeutschen im Jahre 1938	221
ANDREA VON HÜLSEN-ESCH, HANS KÖRNER und JÜRGEN WIENER	
Kunstgeschichte an der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf – Innovationen und Kooperationen	241
GERHARD SCHURZ	
Der Mensch – Ein Vernunftwesen? Kognition und Rationalität aus evolutionstheoretischer Sicht	249

RALPH WEISS	
Medien – Im blinden Fleck öffentlicher Beobachtung und Kritik?	265
REINHOLD GÖRLING	
Medienkulturwissenschaft –	
Zur Aktualität eines interdisziplinären Faches	279
BERND WITTE	
Deutsch-jüdische Literatur und literarische Moderne.	
Prolegomena zu einer deutsch-jüdischen Literaturgeschichte	293
Gastbeitrag	
WOLFGANG FRÜHWALD	
Das Geschenk, „nichts erklären zu müssen“.	
Zur Neugründung eines Instituts für Jüdische Studien	307
Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät	
<i>Dekanat</i>	321
<i>Neu berufene Professorinnen und Professoren</i>	323
HEINZ-DIETER SMEETS und H. JÖRG THIEME (Dekan)	
Der Stabilitäts- und Wachstumspakt –	
Lästiges Übel oder notwendige Schranke?	325
GUIDO FÖRSTER	
Verlustverrechnung im Beteiligungskonzern	341
ALBRECHT F. MICHLER	
Die Effizienz der Fiskalpolitik in den Industrieländern	363
GERD RAINER WAGNER, RÜDIGER HAHN und THOMAS NOWAK	
Das „Montréal-Projekt“ – Wirtschaftswissenschaftliche	
Kompetenz im internationalen Studienwettbewerb	381
Juristische Fakultät	
<i>Dekanat</i>	393
<i>Neu berufene Professorinnen und Professoren</i>	395
HORST SCHLEHOFER (Dekan)	
Zehn Jahre Juristische Fakultät – Rückblick und Ausblick	397
ULRICH NOACK	
Publizität von Unternehmensdaten durch neue Medien	405
DIRK LOOSCHELDERS	
Grenzüberschreitende Kindesentführungen im Spannungsfeld	
von Völkerrecht, Europäischem Gemeinschaftsrecht und	
nationalem Verfassungsrecht	423

RALPH ALEXANDER LORZ

- Die unmittelbare Anwendbarkeit des Kindeswohlvorzugs nach
Art. 3 Abs. 1 der UN-Kinderrechtskonvention im nationalen Recht 437

**Gesellschaft von Freunden und Förderern der
Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf e.V.**

OTHMAR KALTHOFF

- Jahresbericht 2004 459

Forschergruppen der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf

SEBASTIAN LÖBNER

- Funktionalbegriffe und Frames – Interdisziplinäre Grundlagenforschung
zu Sprache, Kognition und Wissenschaft 463

HANS WERNER MÜLLER, FRANK BOSSE, PATRICK KÜRY, KERSTIN
HASENPUSCH-THEIL, NICOLE KLAPKA UND SUSANNE GRESCHAT

- Die Forschergruppe „Molekulare Neurobiologie“ 479

ALFONS SCHNITZLER, LARS TIMMERMANN, BETTINA POLLOK,
MARKUS PLONER, MARKUS BUTZ und JOACHIM GROSS

- Oszillatorische Kommunikation im menschlichen Gehirn 495

MARKUS UHRBERG

- Natürliche Killerzellen und die Regulation der KIR-Rezeptoren 509

**Institute an der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf –
Das Deutsche Diabetes-Zentrum**

GUIDO GIANI, DIRK MÜLLER-WIELAND und WERNER A. SCHERBAUM

- Das Deutsche Diabetes-Zentrum –
Forschung und Klinik unter einem Dach 521

WERNER A. SCHERBAUM, CHRISTIAN HERDER und STEPHAN MARTIN

- Interaktion von Inflammation, Lifestyle und Diabetes:
Forschung an der Deutschen Diabetes-Klinik 525

DIRK MÜLLER-WIELAND und JÖRG KOTZKA

- Typ-2-Diabetes und Metabolisches Syndrom als Folgen einer
„entgleisten“ Genregulation: Forschung am Institut für Klinische
Biochemie und Pathobiochemie 533

GUIDO GIANI, HELMUT FINNER, WOLFGANG RATHMANN und
JOACHIM ROSENBAUER

- Epidemiologie und Public Health des Diabetes mellitus in Deutschland:
Forschung am Institut für Biometrie und Epidemiologie des Deutschen
Diabetes-Zentrums 537

Universitätsverwaltung

JAN GERKEN und HERMANN THOLE Moderne Universitätsplanung	547
---	-----

**Zentrale Einrichtungen der
Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf**

JAN VON KNOP und DETLEF LANNERT Gefahren für die IT-Sicherheit und Maßnahmen zu ihrer Abwehr	567
--	-----

MICHAEL WETTERN und JAN VON KNOP Datenschutz im Hochschulbereich	575
---	-----

IRMGARD SIEBERT und KLAUS PEERENBOOM Ein Projekt zur Optimierung der Selbstausleihe. Zur Kooperation der Universitäts- und Landesbibliothek Düsseldorf mit der 3M Deutschland GmbH	591
---	-----

SILVIA BOOCHS, MARCUS VAILLANT und MAX PLASSMANN Neue Postkartenserie der Universitäts- und Landesbibliothek Düsseldorf ...	601
--	-----

Geschichte der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf

MAX PLASSMANN Autonomie und ministerielle Steuerung beim Aufbau der neuen Fakultäten der Universität Düsseldorf nach 1965	629
---	-----

Chronik der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf

ROLF WILLHARDT Jahreschronik 2004	643
--	-----

Autorinnen und Autoren	657
-------------------------------------	------------

RALPH WEISS

Medien – Im blinden Fleck öffentlicher Beobachtung und Kritik?

Dass sich das deutsche Mediensystem „heute in weiten (entscheidenden) Teilen der Beobachtung und Kontrolle entzieht [...] ist ein unbegreifliches Paradoxon der deutschen Mediengeschichte.“¹

Transparenz, Kritik und Kontrolle durch Medien – auch mit Blick auf das Mediensystem?

Bedeutung und Einfluss der Medien liegen darin begründet, dass sie Orientierungen vermitteln – Orientierungen darüber, wie die Lage der Gesellschaft und die Maßnahmen der Politik wahrgenommen und verstanden werden können, Orientierungen aber auch über attraktive und Erfolg versprechende Modelle des Handelns und Erlebens. Medien vermitteln, befördern, unterstützen solche Orientierungen durch die Informationen, die sie geben, die anschaulichen Bilder, die sie vorführen, also auch auf eine sublimale Art durch das Vergnügen, das sie bereiten.

Das öffentliche Nachdenken über Leistungen und Einfluss der Medien schafft Orientierung über diese Orientierungen. Jedenfalls könnte die öffentliche Thematisierung der Medien in den Medien der Öffentlichkeit diesen Dienst leisten. Denn öffentliches Raisonement bringt Medienleistungen zur Sprache, stellt sie zur Debatte und macht sie so der Frage überhaupt zugänglich, ob uns genügt, wie wir uns mittels der Medien orientieren können, und ob uns gefällt, wie wir uns mit den Medien vergnügen.

Der öffentliche Diskurs über Medien kann so „Gegengifte“ gegen die Risiken implementieren, die der Selbstlauf einer vorrangig marktförmig gesteuerten Medienkulturproduktion schafft, die Anschauungsweisen nach dem Kriterium erfolgreich attrahierter Aufmerksamkeit oder politisch opportuner Stimmungslagen anheizt und die Erlebnislust nach Maßgabe der Kosteneffizienz beim Reizen des Mehrheitsgeschmacks beliefert – gleichsam ohne Rücksicht auf die ökologischen „Risiken und Nebenwirkungen“ für Kultur und Gesellschaft.

Auf die aufklärende und korrigierende Macht öffentlicher Diskurse richtet sich die Hoffnung, die an die Thematisierung von Medien in den Medien geknüpft wird. Medientheorie² und Journalistik³ formulieren Funktionserwartungen, die in Teilen auch Eingang in das professionelle Selbstverständnis von Medienjournalisten und -kritikern gefunden

¹ Littger (2005: 303).

² Vgl. Hickethier (1997).

³ Vgl. Ruß-Mohl (2000).

haben.⁴ Demzufolge hat der öffentliche Diskurs über Medien das Potenzial, auf verschiedenen Ebenen wirksam zu werden:

- Zuvörderst bei den Nutzern. Deren Souveränität gegenüber dem Einfluss, den das von ihnen genutzte Angebot der Medien auf ihre Vorstellungen, Bedürfnisse und Erlebnisse hat, wird gefördert, wenn sie ihn auf geeignete Weise zum Gegenstand ihrer Aufmerksamkeit und ihres Nachdenkens machen.
- Ferner bei den Produzenten. Soweit sie – mit Rücksicht auf die Unterscheidbarkeit ihrer Programmware – auf ihr Renommee Wert legen, werden sie das öffentliche Urteil über „Qualität“ und „Eignung“ ihrer Kulturware schon im Akt der Entwicklung und Produktion in Rechnung stellen. Medienkritik kann auf die Entwicklung professioneller Standards für die Qualität einwirken und Impulse für eine diesbezügliche professionsinterne Verständigung geben. Denn sie konstruiert Muster für die allgemeine Wahrnehmung von Programmleistungen und eine auf sie bezogene soziale Anschlusskommunikation. Dem können professionelle Akteure ein öffentlich etabliertes Bild von der gesellschaftlichen Resonanz auf ihre Arbeit entnehmen – oder doch wenigstens ein Bild der Reputation, das sie bei meinungsstarken Teilen der Bevölkerung gewinnen oder verspielen. Das werden sie nicht ohne weiteres zum Maßstab ihres Handelns machen, aber doch wohl in Rechnung stellen.
- Auch bei den Akteuren der Gesellschafts- und Medienpolitik. Die haben ihre eigene Rechnung mit den Medien und mit der öffentlichen Wahrnehmung und Wertschätzung ihrer Leistungen. Sie finden in der Medienkritik einen artikulationsfähigen Akteur vor, auf den sie sich einstellen müssen, wenn sie auf ihn einwirken wollen.
- Schließlich bei den Agenturen öffentlicher Kommunikation, den Medien und Redaktionen selbst. Die können in der Medienbeobachtung und -kritik ein attraktives Element ihres publizistischen Angebotsspektrums erkennen und solcher Kritik ein institutionelles Rückgrat geben.

Der Diskurs, die Erzeugung von ‚Redegewissheiten‘ über die Medien und ihre Aufgaben und Funktionen, ist unabdingbar für den gesellschaftlichen Umgang mit den Medien. Er bildet das Fundament für das Selbstverständnis sowohl der Produzenten als auch der Nutzer.⁵

Gerade weil das soziale und politische Leben der modernen Gesellschaft so umfassend von dem Wirken der Medien durchdrungen ist, muss dieses Wirken selbst zum Gegenstand öffentlicher Beobachtung und Diskussion gemacht werden. Erst eine solche medienkritische Diskussion „vermag über die ‚Mediengesellschaft‘ aufzuklären, auf die Akteure im Mediensystem einzuwirken und damit zu Veränderungen beizutragen“.⁶

Öffentliche Medienkritik ist als ein Medium der Selbstverständigung in einer von Medien geprägten Gesellschaft notwendig. Von dieser Voraussetzung gehen die nachfolgenden Überlegungen aus. Damit wird eine Erwartung formuliert, die den Blick auf die Wirklichkeit öffentlicher Thematisierung der Medien lenkt. Die Erwartung wurzelt in dem normativen Begriff der Öffentlichkeit. Dieses zur Theorie ausformulierte normative Öffentlichkeitsverständnis⁷ hat auch bei der Ausgestaltung der rechtlichen Verfassung des

⁴ Vgl. Engels (2005).

⁵ Hiekkethier (1997: 62).

⁶ Jarren (1997: 308).

⁷ Vgl. Habermas (1989) und Peters (1994).

Mediensystems in Deutschland die Feder geführt. Es prägt darüber hinaus das berufliche Selbstverständnis der Journalisten auf maßgebliche Weise.⁸

Medien erfüllen demzufolge die öffentliche Aufgabe, einer freien individuellen und allgemeinen Meinungsbildung in Fragen von allgemeiner Relevanz zu dienen. Sie leisten diesen Dienst, indem sie bedeutsame Vorgänge öffentlich wahrnehmbar machen, kritisch Ursachen, Konsequenzen und Rechtfertigungsgründe für das Handeln von Akteuren prüfen und so eine Orientierung des Einzelnen ermöglichen, die ihn in die Lage versetzt, in verschiedenen Rollen – als Staatsbürger, Berufstätiger, Konsument, Privatindividuum – kompetent zu handeln.⁹ Wenn die Feststellung zutrifft, dass das soziale und politische Leben der Gesellschaft in erheblichem, vielleicht sogar wachsendem Maße „medialisiert“ wird, dann ist das Wirken der Medien von allgemeinem Belang. Dann erstreckt sich die öffentliche Aufgabe der Medien, für Transparenz, kritische Prüfung und Orientierung zu sorgen, aber auch auf ihre eigene Tätigkeit. Medien sind ein relevanter Gegenstand publizistischer Beobachtung und Kritik. Der normative Begriff öffentlicher Kommunikation ist daher auch reflexiv zu wenden: Nötig sind kontinuierlich bereitgestellte publizistische Leistungen der Selbst- und Fremdbeobachtung sowie der Kritik von Medien.

Forschungsfrage und Herangehensweise: Inhaltsanalyse der öffentlichen Rede über das Fernsehen

Wie ist es aber tatsächlich um die Beobachtung und die Kritik von Medien in den Medien bestellt? Dem geht die hier vorzustellende Studie¹⁰ nach. Sie konzentriert sich auf die öffentliche Auseinandersetzung mit dem Fernsehen. Das Fernsehen kann in Hinsicht auf seine umfassende Nutzung und seine Potenz, auf Vorstellungen der Gesellschaftsmitglieder einzuwirken, auch weiterhin als das Leitmedium der Gesellschaft gelten. Es zieht in besonders hohem Maße die Aufmerksamkeit nicht nur der Nutzer, sondern auch der anderen Medien auf sich. Dabei findet die Thematisierung des Fernsehens nahezu ausschließlich in Zeitungen und Zeitschriften statt.

Die zentrale Frage lautet daher: Inwieweit sorgt die Thematisierung des Fernsehens in Printmedien für eine kritische öffentliche Validierung seiner Leistungen? Validierung meint – in Anlehnung an Peters (1994) und Voltmer (1999) – öffentliche Kommunikationsprozesse von spezifischer Qualität, die sich durch zwei Leistungen auszeichnen:

- das Aufdecken und Öffentlichmachen von Problemen, Prozessen und Positionen nach dem Kriterium der Relevanz für die Allgemeinheit; das macht Leistungen und Bedeutung des Fernsehens überhaupt erst zum Thema einer freien Meinungsbildung; und
- die kritische Prüfung in zweierlei Hinsicht: die kritische Prüfung von Sachverhalten bzw. Sachverhaltsbehauptungen auf ihre faktische Richtigkeit und die kritische Prüfung von Geltungsansprüchen – von Positionen, Interessen oder Handlungsoptionen – auf ihre normative Angemessenheit.

Diese allgemeine Definition der Validierungsfunktion ist auf die öffentliche Thematisierung des Fernsehens in den Printmedien zu wenden. Dadurch geraten mehrere thematische

⁸ Vgl. Weischenberg (1995).

⁹ Vgl. Neidhardt (1994).

¹⁰ Vgl. Weiß (2005).

Dimensionen in den Blick, anhand derer sich ermesen lässt, inwieweit Printmedien ihre Validierungsfunktion auch wahrnehmen.

- Es geht zunächst und im Kern um die programminhaltlichen Leistungen des Fernsehens, um die Qualitäten seines Produkts: Unterhaltung und Information. Mit Blick auf die Unterhaltungsformate ist etwa zu fragen: Inwieweit wird die Fernsehunterhaltung überhaupt zum Thema öffentlichen Nachdenkens gemacht? Wird sie nicht nur umschrieben, gegebenenfalls gepriesen, sondern auch reflektiert? Findet sich eine kritische, evaluative Auseinandersetzung mit Geltungsansprüchen der Programmformate – wie demjenigen auf Unterhaltbarkeit? Inwieweit werden Unterhaltungsangebote an ästhetischen Kriterien bemessen und darin ihre besondere Güte ausgezeichnet? Mit Blick auf die informierenden Sendungen des Fernsehens ist zu fragen, inwieweit sie anhand von Gütekriterien für Informationsqualität öffentlich validiert werden.¹¹
- Als zweite thematische Dimension kommt hinzu: Art und Qualität der Medienleistungen werden durch Rahmenbedingungen gesteuert. Transparenz für das Prozessieren der Medien zu schaffen schließt daher ein, diese strukturellen Rahmenbedingungen öffentlich wahrnehmbar zu machen – und zwar als Rahmenbedingungen, d. h. in ihrer prägenden Wirkung auf Programmleistungen. Denn erst dann werden sie in ihrer „Angemessenheit“ für sozial verantwortbare Programmleistungen debattierbar.
- Zur öffentlichen Reflexion der Bedeutung des Fernsehens gehört aber auch, Umfang, Formen und Folgen des Mediengebrauchs zur Sprache zu bringen. Das schafft eine gesellschaftliche Grundlage dafür, dass der alltägliche Gebrauch der Medien um ein selbstreflexives Moment erweitert wird: die verbreitete, weil öffentlich vermittelte Kommunikation über Medienkommunikation.

Grundlage für die folgenden Beobachtungen ist eine mehrstufig angelegte Inhaltsanalyse. Sie ist in allen Schritten von dem Bestreben geprägt, zunächst eine möglichst breite Gesamtübersicht über alle erdenklichen Formen zu gewinnen, in denen das Fernsehen in Printmedien thematisiert wird. Es geht im weitesten Sinn um fernsehbezogene Publizistik. Mit inhaltsanalytischen Mitteln soll beschrieben werden, welche typischen Muster der Berichterstattung, d. h. welche verschiedenen „Journalismen“, sich in dieser fernsehbezogenen Publizistik finden.

Daher werden Beiträge aus unterschiedlichen Printmedien erfasst – von der überregionalen Tagespresse und dort quer durch alle in Frage kommenden Rubriken über die Wochenpresse und eine Boulevardzeitung bis zur Programmpresse. So sollen alle vorfindlichen Formen, das Fernsehen öffentlich zu thematisieren, erfasst und analysierbar werden. Dazu gehört in prominenter Weise der Medienjournalismus, wie er insbesondere auf den Medienseiten in Tages- und Wochenzeitungen zu finden ist. Der empirische Beobachtungsbereich der Studie geht aber darüber hinaus. Er umfasst auch Formen der journalistischen Auseinandersetzung mit dem Fernsehen, die organisatorisch, fachlich und thematisch vom Medienjournalismus unterschieden sind – wie den Wirtschaftsjournalismus oder den politischen Journalismus sowie den Ratgeberjournalismus der Programmpresse. Alle Beiträge zu einer fernsehbezogenen Publizistik definieren den Beobachtungsbereich der vorliegenden Studie.

¹¹ Vgl. Schatz und Schulz (1992) sowie Hagen (1999).

Die Analyse erfolgt zweistufig: In einem ersten Schritt werden mittels einer quantifizierenden Klassifikation von Artikeln folgende Merkmale erfasst: Thema, publizistische Kontexte (Rubrik, journalistischer Texttyp), evaluative Dimensionen (ästhetische Kriterien bzw. Kriterien journalistischer Professionalität, die Bedeutung für das gesellschaftliche Leben oder für die Politik). Mit diesen Merkmalen lassen sich die inhaltlichen Konturen fernsehbezogener Journalismen nachzeichnen.¹²

Mittels einer qualitativen Textanalyse wird in einem zweiten Schritt näher bestimmt, wie und worüber öffentlich geredet wird. Diese Analyse spürt typische öffentliche Redeweisen, Topoi der öffentlichen Reflexion des Fernsehens auf.

Die Ergebnisse aus diesen beiden analytischen Zugängen ergänzen sich. In den Befunden der quantifizierenden Inhaltsanalyse zeichnen sich die Konturen divergierender „Journalismen“ im Umgang mit dem Fernsehen ab. Welche Perspektiven der Wahrnehmung und Beurteilung des Fernsehens diese Journalismen einnehmen und mit welchen Darstellungsmitteln diese Perspektiven konstruiert werden, kann anhand der Argumentationsanalysen mit größerer Tiefenschärfe dargestellt werden. Im Folgenden werden die herausragenden Tendenzen in der fernsehbezogenen Publizistik zusammenfassend dargestellt.

Ergebnisse:

Wie Printmedien das Fernsehen beobachten und besprechen

Entertainisierung – Medienbeobachtung als Unterhaltungsjournalismus

Eine dem Umfang nach herausragende Rolle innerhalb der fernsehbezogenen Publizistik spielt das Fernsehen als ein Star-System, als eine Bühne für die Auftritte von Prominenten und solchen, die es werden wollen. Allen einschlägigen Formen ist eigen, dass das Fernsehen als ein Medium behandelt wird, das Prominenz selbst erzeugt, so wie es umgekehrt von dieser selbst erzeugten oder verstärkten Prominenz lebt. Mit der Präsentation von „Stars und Sternchen“ machen sich die Printmedien die vom Fernsehen geschaffene verbreitete Aufmerksamkeit für die Figuren zunutze. Sie erzählen selbst Geschichten aus Leben und Wirken der Fernsehprominenz und lenken damit *human interest* auf das eigene Blatt. Dieser unterhaltende Journalismus, der von der Attraktivität der Fernsehunterhaltung zehrt und ihr zugleich Aufmerksamkeit zuspießt, wird vor allem von *Bild* praktiziert. *Bild* bezieht sich hauptsächlich in dieser Form auf das Fernsehen. Auch in den Programmzeitschriften nimmt die fernsehbezogene Spielart des People-Journalismus breiten Raum ein. Unter den Qualitätszeitungen fällt *Die Welt* mit einem vergleichsweise hohen Anteil personenbezogener Geschichten auf, die in die Bereiche Unterhaltung und „Vermischtes“ fallen.

Der Unterhaltungsjournalismus akzentuiert den Aufmerksamkeits- und Erlebniswert von Fernsehsendungen, um etwas davon auf den Unterhaltungswert des Printmediums zu übertragen. Diese Form publizistischer Bezugnahme auf das Fernsehen ist daher im Grundsatz affirmativ. Der Unterhaltungsjournalismus tritt zur Fernsehunterhaltung in eine Art symbiotischer Beziehung, die beider Gedeihen förderlich sein soll. Man kann daher von einer Entertainisierung als einem Grundzug der Fernsehpublizistik sprechen.

In den Programmzeitschriften finden sich neben Beiträgen, die prominenten Akteuren gelten, Artikel über einzelne Sendungen, Produktionen, neuere Programmtrends und der-

¹² Für detaillierte Informationen über Anlage, Durchführung und Ergebnisse der quantifizierenden Inhaltsanalyse fernsehbezogener Beiträge siehe Hillebrand (2005).

gleichen mehr. Im Vergleich zu der Besprechung von Sendungen in den Qualitätszeitungen fällt auf, dass die Texte in der Programmpresse zwar nicht vollends frei von, aber doch vergleichsweise arm an evaluativen Elementen sind. Eine Diskussion der Programminhalte in Hinsicht auf ästhetische oder publizistische Kriterien der Qualität findet sehr selten statt, seltener noch die Problematisierung der Bedeutung von Fernsehinhalten für Gesellschaft und Politik. Der nähere Blick auf Argumentationsweisen und Schreibhaltungen hinterlässt den Eindruck, dass der Programmpresse stärker an dem Zusammenspiel mit den Fernsehanbietern als an der kritischen Reflexion des Mediums gelegen ist. Programmpresse und Fernsehanbieter kommen in dem Versuch überein, die Aufmerksamkeit der Zielgruppen auf potenziell attraktive Angebote der Unterhaltung und damit auf den Nutzwert der beiden Medientypen zu lenken, die mit- und voneinander leben. Auch nach dem Urteil der in einer die Inhaltsanalyse begleitenden Kommunikatorstudie befragten Praktiker wird die Art der öffentlichen Thematisierung von Fernsehprogrammleistungen durch die Programmpresse durch das Ziel der „Cross-Promotion“ geprägt.¹³ Das ist folgerichtig und insofern erwartbar, bedeutet aber in der Konsequenz, dass die am stärksten verbreiteten Formen der öffentlichen Thematisierung des Fernsehens von Kritik und evaluativer Reflexion sorgsam freigehalten bleiben.

Unterhaltungskritik – für eine kulturelle Elite

Es gibt gleichwohl ein publizistisches Forum für das öffentliche Nachdenken über das Fernsehen: Die Medienseiten der überregionalen Qualitätszeitungen geben der Metareflexion und Diskussion über Leistungen, Kontexte und Bedeutung des Fernsehens Raum. Sie spielen die wichtigste Rolle für die Kritik des Fernsehens. Diese Feststellung bedeutet aber auch: Die Teilhabe am kritischen öffentlichen Diskurs über das Fernsehen ist eine Angelegenheit von Eliten. Das Publikum jenseits der Leserschaft der überregionalen Qualitätszeitungen wird davon kaum erreicht. Jedenfalls nicht durch die Programmpresse und auch nicht durch den Boulevardjournalismus. Damit scheint die soziale Reichweite der Fernsehkritik eng limitiert.

Allerdings können im Rahmen der Studie keine Aussagen darüber gemacht werden, in welcher Weise Lokal- und Regionalzeitungen das Fernsehen thematisieren. Bisherige Befunde lassen vermuten, dass das Potenzial für eine thematisch breite Medienkritik in diesem Bereich außerordentlich begrenzt ist.¹⁴

In der programmbegleitenden Berichterstattung der überregionalen Blätter findet sich weiterhin die sendungsbezogene Kritik. Solche rezensierenden journalistischen Beiträge bietet mit besonderer Intensität die *Frankfurter Allgemeine Zeitung* an. Die traditionelle Kritikform wird in erster Linie bei fiktionalen Sendungen angewandt. Die Beschäftigung mit der Fernsehfiktion bedient sich der aus der Film- und Theaterkritik kommenden und in der Fernsehspielkritik dann fest etablierten Form der Kunstkritik: Es werden die Leistungen der Regie, des Drehbuchs und der Schauspieler thematisiert; das Zusammenspiel wird unter kunstkritischen Aspekten beleuchtet. Maßstäbe der Kritik sind die innere Logik im Aufbau einer Geschichte, die Glaubwürdigkeit der Figuren und der authentische Ge-

¹³ Vgl. Engels (2005).

¹⁴ Vgl. Krüger und Müller-Sachse (1998) sowie die von Kristina Banasch im Jahr 2003 an der Otto-Friedrich-Universität Bamberg verfasste Diplomarbeit „Medienjournalismus in Tageszeitungen“.

samteindruck. Eine die Vorstellungskraft des Rezipienten anregende Mehrdeutigkeit wird positiv vermerkt, „Wirklichkeitsverlust“ dagegen angekreidet.

Das Ziel der Kritik ist vor allem eine Bewertung der künstlerischen Qualität. Sie nimmt Maß an der von der Tradition der Kunstkritik ausgebildeten Idee des hoch stehenden Werks, das eine Aussage hat und diese Aussage auf eine Weise gestaltet, die Aufmerksamkeit und öffentliche Besprechung lohnt. Dieses von den Qualitätszeitungen gepflegte öffentliche Raisonement hält den Blick für die Art der Gestaltung und damit für die Beurteilung der ästhetischen Praxis des Fernsehens wach. Es zeichnet durch entsprechende Selektivität und Hervorhebung auch gegen das Kriterium der Popularität solche Produktionen aus, deren ästhetischer Anspruch über die serielle Reproduktion geläufiger Erfolgsformate hinausreicht. Insofern schafft solche Kritik ein publizistisches Forum, von dem ambitionierte Produzenten Renommee und aufgeschlossene Rezipienten Orientierung beziehen können.

Die Auseinandersetzung mit nichtfiktionalen Unterhaltungssendungen im Fernsehen ist auf eigene Weise konturiert. Hier lassen sich nicht die konventionalisierten Beurteilungskriterien und Schreibweisen der Kritik finden, die sich bei der Besprechung der fiktionalen Sendungen des Fernsehens beobachten lassen. Die Kritik macht oft das Spektakel, die vom Fernsehen präferierte „Sensation“ zum Thema. Das Raisonement ist zum Teil gesellschaftsbezogen. Es bezieht das Fernsehspektakel auf Stimmungslagen in der Gesellschaft. So kritisieren beispielsweise Beiträge in den Qualitätszeitungen zu „Deutschland sucht den Superstar“ die Show als eine kulturindustriell fabrizierte Täuschung über die Chancen, durch medienkundige Selbstdarstellung und medienerzeugte Prominenz sozial aufsteigen zu können. Diese Kritikfigur lässt sich insbesondere in der *Frankfurter Rundschau*, aber auch in der Zeitung *Die Welt* beobachten.

Daneben finden sich parodistische Formen, nichtfiktionalen Unterhaltungssendungen zu kommentieren. Die Parodie entlarvt das Kalkül mit der „Sensation“ und zerstört zugleich das damit gegebene Unterhaltungsversprechen der Sendung. Dabei verfährt sie selbst unterhaltsam. So wird die Unterhaltsamkeit zum Moment und – glaubt man den programmatischen Erklärungen der zuständigen Redakteure – auch zum Maßstab öffentlicher Kritik.

Ein weiteres Muster öffentlicher Thematisierung von Unterhaltungssendungen scheint wie auf den paradoxen Umstand gemünzt, dass selbst eine vernichtende Kritik einschlägigen Sendungen einen Publizitätsgewinn verschafft. Das verurteilt die Fernsehkritik zur Rolle des Handlungers für das Marketingkalkül der Fernsehanbieter. Die Fernsehkritik entwindet sich aus ihrer Ohnmacht gegenüber der Unterhaltungsindustrie, indem sie die Show zum Objekt spielerisch-assoziativer Formen der Gedankenführung herabsetzt, die sich von ihrem Thema nach Belieben entfernt, um mit überraschenden Wendungen selbst zu unterhalten. Kritik wird zum intellektuellen Spaß.

Journalismuskritik – mit Hintergedanken: parteiliche Skepsis

Die Kritik nimmt das Fernsehen als Informationsmedium ernst. Das Fernsehen wird also durchaus nicht allein als die Spielwiese der „Spaßgesellschaft“ wahrgenommen. Was es von der Welt berichtet und wie es dabei verfährt, wird von der begleitenden Publizistik reflektiert. Tagungen oder Studien bieten Anlass für eine rückblickende summarische Betrachtung der Fernsehberichterstattung. Aus dem laufenden Fernsehprogramm

werden vorwiegend einzelne dokumentarische Sendungen von der Kritik herausgegriffen und reflektiert.

Die Kritikhaltung wird von den professionellen Standards des seriösen Journalismus instruiert. Die Kritik an Sensationalismus, Emotionalisierung und Klischeebildung bringt *ex negativo* die Orientierung an Relevanz, Sachlichkeit und Rationalität als Gütekriterien der Fernsehberichterstattung zur Sprache und hält sie so öffentlich als Beurteilungsmaßstäbe in Kraft. Bei Dokumentationsendungen kommt die Authentizität der Darstellung als weiteres Gütekriterium hinzu.

Eine zweite Beobachterposition gegenüber dem Fernsehen als Informationsmedium lenkt den Blick über die Inhalte hinaus auf Strukturfragen. Kritisch wird auf Versuche der politischen Einflussnahme sowie der Selbstinstrumentalisierung für politische Kräfte aufmerksam gemacht. Solche Kritik wird – abgesehen von der Auseinandersetzung mit der Irakkriegsberichterstattung – auffälligerweise nur mit Blick auf öffentlich-rechtliche Sender formuliert. Welche Rücksichtnahmen die Orientierung an Marktgesetzen nahe legt wird demgegenüber kaum problematisiert. So scheint nur für das öffentlich-rechtliche System beobachtungsbedürftig, ob die Orientierung der Informationsgebung an den Belangen der Allgemeinheit gewährleistet ist. Die Kritik behandelt die Unabhängigkeit des (Fernseh-)Journalismus als Voraussetzung dafür, dass er seine „öffentliche Aufgabe“ wahrnehmen kann. Insofern bleibt die Medienfreiheit als Beurteilungsmaßstab in der öffentlichen Debatte präsent, wird aber erkennbar einäugig als Problem wahrgenommen.

Beide Diskurslinien, die Diskussion in Hinsicht auf die professionellen Maßstäbe des Journalismus sowie die Problematisierung von Freiheit und Unabhängigkeit der Medien, werden in der Auseinandersetzung mit der Berichterstattung über den Irakkrieg zusammengeführt. Der Blick richtet sich nun auf das Medium Fernsehen insgesamt, insbesondere auch auf das Fernsehen in den USA. In geringerem Maße kommen Printmedien oder der Journalismus überhaupt zur Sprache.

Die überregionalen Qualitätszeitungen publizieren zahlreiche Beiträge, die die inhaltlichen Qualitäten der Kriegsberichterstattung öffentlich erörtern. Sie schaffen damit ein Forum für die innerprofessionelle Selbstverständigung, wie eine angemessene Berichterstattung über Kriege beschaffen sein sollte, und fungieren zugleich als Medium der Sensibilisierung des Publikums gegenüber den systematischen Verzerrungen der Kriegsdarstellung durch die Kriegsbilder im Fernsehen. Die öffentliche Metabetrachtung warnt nämlich *expressis verbis* vor dem verzerrten Bild, das parteiliche oder dem Augenschein verhaftete Medien von der Wirklichkeit des Krieges zeichnen.

Solche Parteilichkeit wird vornehmlich bei amerikanischen Medien entdeckt. Die verzerrende Wirkung der Wirklichkeitsinszenierung wird überwiegend dem Medium Fernsehen attestiert. Die Kritik in den Qualitätszeitungen spart den eigenen Medientyp weitgehend aus. Die Kritik gilt den anderen – den US-Medien, dem Fernsehen. Die Verzerrung in der Kriegsdarstellung wird dabei überwiegend behauptet und allenfalls am Beispiel illustriert. Die (parteiliche) Wirklichkeitsinszenierung mit den Mitteln visueller Kommunikation wird jedoch nicht in einer Weise aufgedeckt, die den Blick des Zuschauers schulen und seine Urteilsbildung gegen den inszenierten Augenschein immunisieren könnte. Ein entsprechendes medienkritisches Wissen scheint für die öffentliche Kritik der Kriegsbilder vom Krieg nicht ohne weiteres verfügbar oder darstellbar zu sein. Die Reflexion des Medienkriegs beschränkte sich häufig auf Evidenzaussagen: dass die Berichte der Zen-

sur unterliegen, dass die *embedded journalists* ihre für die Berichterstattung notwendige Distanz aufgegeben hätten, dass sie selbst Elemente innerhalb eines Medienkrieges der beiden Kriegsparteien seien usw. Die Kritik an der Fernsehberichterstattung bleibt so an Beobachtungsdetails hängen. Eine Kritik, die sich auf Rahmeninformationen oder Einzelfälle beschränkt, ohne abstrahierend Muster und Gesetzmäßigkeiten im publizistischen Produkt selbst zum Vorschein zu bringen, setzt aber der öffentlichen Auseinandersetzung mit den Fallstricken parteilich inszenierter Kriegsdarstellungen enge Grenzen. Sie mag für Skepsis sorgen. Zu einer kritischen „Lektüre“ parteilicher Realitätsdarstellung befähigt sie dagegen kaum.

Die „TV-Duelle“ bildeten den zweiten hier untersuchten Fall, bei dem es zu einer intensiven öffentlichen Auseinandersetzung über den Einfluss der Politikdarstellung im Fernsehen gekommen ist. Wieder stellen die Qualitätszeitungen zahlreiche Beiträge zur Einordnung und Einschätzung des für Deutschland neuartigen „Formats“ bereit. Aber das ist nicht die einzige Form der publizistischen Bezugnahme. Die journalistische Beobachtung akzentuiert auch das Neuartige des Polit-Formats. Sie versorgt ihre Leser mit Details der Vorbereitung und Impressionen aus den Kulissen des Ereignisses selbst. Das sind Einblicke ohne Einsichten. Denn die Darstellung führt in die Perspektive einer interessierten Anteilnahme ein. Mit dieser Distanzlosigkeit partizipiert der begleitende Journalismus am Aufmerksamkeitswert der vorgeblichen „Duelle“ – und erhöht ihn zugleich. Das trägt aber zur Konstruktion des – an anderer Stelle kritisierten – „Mythos“ bei, das Fernsehen werde zu der Bühne, auf der sich der Wahlkampf entscheidet („Duell“). Hinzu kommt eine Darstellung taktischer Erwägungen der Wahlkampfführung, die die instrumentelle Binnenperspektive der politischen Eliten ohne weiteres als publizistische Beobachtungsperspektive übernimmt. So fehlt mit der Distanz die elementare Grundlage für eine kritische Reflexion der Selbst- und Fremddarstellung von Politik im Fernsehen.

Diese Kritik findet sich neben solchen affirmativen Formen publizistischer Begleitung der „TV-Duelle“ aber durchaus auch. Die Kritik bezeichnet das Kalkül mit dem Anschein von Kompetenz, Eignung, Legitimität usw., der durch den Fernsehauftritt auf symbolische Weise erzeugt werden soll. Indem die Kritik das Kalkulierte des Auftritts herauskehrt, wird der Symbolisierung die Unmittelbarkeit genommen, von der ihre Wirksamkeit zehrt. So schafft die kritische Darstellung Distanz. Das ist ihre Leistung. Allerdings fällt auf, dass solche Kritik vornehmlich gegenüber dem Kandidaten vorgetragen worden ist, der von der jeweiligen Redaktion stärker abgelehnt wurde.

Die journalistische Beobachtung argumentiert, als wolle sie die Konkurrenz der Protagonisten um den besseren telegenen Eindruck nicht nur darstellen, sondern als Faktor in sie eingreifen. Selten werden ohne Ansehen der Person die Mechanismen symbolischer Politikdarstellung durchsichtig gemacht. Eher werden Zweifel an der Haltbarkeit oder den Erfolgsaussichten der Selbstdarstellung eines Kandidaten ventiliert. Ein argumentatives Mittel dafür ist ein betont impressionistischer Erzählstil. Dieser narrative Darstellungsmodus macht den subjektiven Eindruck des journalistischen Beobachters zum legitimen Organ des Urteilens. Dieser Eindruck ist zumeist erkennbar einäugig gewonnen. Er folgt einer subjektiven Präferenz für einen der Kandidaten. Die Präferenz lenkt den Blick, der sich auf Schwächen oder Stärken im Auftritt richtet. Spott und Ironie sind die intellektuellen Waffen, eine assoziative Gedankenführung das gedankliche Handwerkszeug, um

den parteilichen journalistischen Eindruck als Ausdruck der Szene selbst zum Vorschein kommen zu lassen.

Analysen zu publizistischen Konflikten, wie sie etwa Kepplinger (1989) durchführt, suchen Parteinahmen nachzuweisen, beziehen sich also auf das Problem der Pluralität in der medialen Porträtierung politischer Auseinandersetzungen. Darüber hinaus sind auch Treffgenauigkeit und Tiefenschärfe öffentlicher Kritik, d. h. ihre Eignung, zu einer kritischen Prüfung von Geltungsansprüchen beizutragen, zu untersuchen. Dafür genügt es nicht, inhaltsanalytisch zu bestimmen, wem die Kritik in einzelnen Medien nützt. Vielmehr ist an der Art der Argumentationsführung zu prüfen, inwieweit sie für Transparenz und Validierung sorgt. Es zeigt sich: Die politisch inspirierte Einäugigkeit schärft und schwächt die Kritik. Sie radikalisiert auf der einen Seite die Skepsis gegenüber dem Handeln abgelehnter Bewerber. Denen wird das Motiv zugeschrieben, auf der Fernseh Bühne anders zu scheinen als zu sein. Sie schwächt zugleich das Vermögen des öffentlichen Rasonnements, durchaus gleichartige Techniken des politischen Scheins auch beim präferierten Akteur zur Sprache zu bringen. Instrumentelle Kritik macht die Manöver medialer Politikinszenierung nicht als Techniken transparent. Erst dann aber würden sie sich in ihrer Bedeutung für die politische Kultur kritisch diskutieren lassen. Der durchscheinende Wille, mit der Fernsehkritik zum Teilhaber im Kampf um die Macht zu werden, affiziert die aufklärende Leistung und damit die Qualität der Kritik. Die stille Teilhaberschaft an der Konkurrenz um die Macht geht mit einem Verlust an Transparenz schaffender Kritik einher.

Der öffentlichen Kritik an den „TV-Duellen“ wurden in den gleichen Qualitätszeitungen Argumentationsweisen entgegengestellt, die die Popularität der Sendungen in einen Beleg für ihren Beitrag zur Partizipation der Bürger am politischen Geschehen ummünzen. Die Anti-Kritik plädiert für die Normalisierung des neuen Formats der Politikdarstellung im Fernsehen. Diese Normalisierung stellt sich auch ohne weitere Begründung durch den Grundsatz des Journalismus ein, nur „Neuigkeiten“ zum Thema zu machen. Schon bei dem zweiten „Duell“ wurden Bedenken seltener vorgetragen, die sich in der Sache nicht erledigt hatten. Die publizistische Kritik ermüdet rasch, wenn das erfolgreich Etablierte als Normalität ohne Aufmerksamkeitswert behandelt wird.

Berichterstattung über Hintergründe und Kontexte – für Shareholder. Ökonomisierung der Medienbeobachtung

Medienwirtschaftliche Themen machen den mit Abstand größten Anteil aller Texte aus, die irgendwie vom Fernsehen handeln. Das gilt vor allem für die *Süddeutsche Zeitung* und die *Frankfurter Allgemeine Zeitung*. Entscheidend ist neben dem schieren Volumen, wie medienwirtschaftliche Fragen in der Berichterstattung behandelt werden. Einen ersten Anhaltspunkt liefert der publizistische Ort: Ein erheblicher Teil aller Artikel zum Fernsehen findet sich auf den Wirtschaftsseiten. Also folgen sie wohl auch den allgemeinen Darstellungsmustern des Wirtschaftsjournalismus. Medienunternehmen werden genauso betrachtet wie Unternehmen der Pharmazeutikindustrie oder des Automobilbaus.

Das bestätigt und präzisiert die qualitative Textanalyse. Unternehmerische Entscheidungen werden mit Blick auf Erlöschancen inspiziert – also gleichsam für die Perspektive von anlagewilligen Kapitalgebern, die Perspektive der „Shareholder“. Programme werden so weniger als Mittler populärkultureller Inhalte, sondern als Markenartikel in Hinsicht

auf ihr Potenzial am „Zuschauermarkt“ inspiziert. Die Berichterstattung über Medienunternehmen und Medienmärkte ist Wirtschaftsberichterstattung. Sie macht ökonomische Prozesse nicht als Rahmen für das Programmgeschehen erkennbar. Vielmehr abstrahiert diese Art Medienwirtschaftsjournalismus von der Besonderheit der Medienbranche: Sie ist mit ihren Produkten zugleich Medium und Faktor für Politik und Kultur. Wegen dieser Abstraktion kann von einer „Ökonomisierung“ der Betrachtungsweise die Rede sein.

Darüber hinaus wird die Ebene der steuernden Einwirkung auf den Fernsehsektor durch Medienpolitik und -recht vorrangig unter standortpolitischen Vorzeichen wahrgenommen. Die Betrachtung medienökonomischer Aspekte ist daher nicht nur ein Thema der Fernsehberichterstattung. Sie implementiert eine Art Basisverständnis des Mediums, eine prominent vertretene Perspektive seiner Betrachtung. Demgegenüber scheint die Idee, Fernsehen als *public service* zu verstehen, in der öffentlichen Wahrnehmung und Beurteilung des Mediums kaum mehr präsent. Sie taucht am prononciertesten in der negativen Form des Dementis auf, das den öffentlich-rechtlichen Anstalten „Selbstkommerzialisierung“ vorwirft und so eine vom kommerziellen Fernsehen im Grundsatz unterschiedene Gemeinwohlorientierung bestreitet.

Debatte über Wirkungen? Fehlanzeige

Fragen der Mediennutzung und Medienwirkung, die noch in den achtziger und neunziger Jahren des letzten Jahrhunderts im Vordergrund der öffentlichen Debatte standen, sind Anfang des neuen Jahrhunderts deutlich in den Hintergrund getreten. Die Wirkungen, die die Kritik zu bedenken geben kann, lassen sich nicht einfach und schlüssig nachweisen. Die Fernsehkritik findet augenscheinlich keine Form, mit dieser Ungewissheit in der Sache und mit der Kontingenz des Einflusses der Kritik in einer Weise fertig zu werden, die das Thema der Fernsehwirkungen auf die Gesellschaft auch jenseits spektakulärer Fälle öffentlich diskutierbar machen würde.

Schlussfolgerung: lebenskluge Praxis – weltfremde Kritik?

Am Ausgangspunkt der Studie stand die Frage: Schaffen die Medien Grundlagen für eine freie öffentliche Meinungsbildung – über ihr eigenes Wirken? Oder rücken sich die Medien in den „blinden Fleck“ der von ihnen besorgten Beobachtung der Gesellschaft? Die systematische Analyse der Inhalte einer Vielzahl von Formen der fernsehbezogenen Publizistik führt zu dem Schluss: Eine kritische Selbstreflexivität des Mediensystems existiert nur in mehrfach eingeschränkter Hinsicht.

1. Es kann keine Rede davon sein, dass das Fernsehen zum Thema einer *allgemeinen öffentlichen* Kommunikation gemacht würde, die eine freie Meinungsbildung über dieses Leitmedium ermöglichen könnte. Die kritische öffentliche Reflexion der Leistungen und der Bedeutung des Fernsehens ist auf einen *Elitendiskurs* beschränkt.
2. Der struktur- und kontextbezogene Medienjournalismus hat vornehmlich den „Shareholder“ im Mediengeschäft im Blick, nicht den interessierten Teilhaber an einer Mediengesellschaft. Die *Ökonomisierung* der journalistischen Perspektive auf die Medien schränkt Gesichtsfeld und Tiefenschärfe der öffentlichen Beobachtung des Fernsehens ein.

3. Die *publizistische Parteilichkeit* in politischen Konflikten trübt die Klarheit der Kritik an Strategien telegener Selbstdarstellung und medialer Inszenierung von Politik. Die Aufklärung im Dienst der Leser wird durch den Ehrgeiz relativiert, zum *Faktor* in der politischen Auseinandersetzung zu werden.

Insgesamt ergibt sich mithin das Bild einer diskrepanten Situation: Der normativ begründeten Erwartung, die Medien, die die Selbstbeobachtung der Gesellschaft besorgen, sollten diese Transparenz schaffende Leistung auch mit Blick auf sich selbst erbringen, steht der Befund gegenüber, dass das Mediensystem im Ganzen dieser publizistischen Aufgabe nur mit erheblichen Einschränkungen nachkommt. Über ein alternatives Mittel der öffentlichen Beobachtung und Kritik der Medien verfügt die Gesellschaft aber nicht.

Welche Schlussfolgerungen sind nun aus dieser Diskrepanz zu ziehen? Einige Medienjournalisten und -kritiker, denen die Studie vorgestellt wurde, entnehmen der Diskrepanz, dass sich dann wohl die Frage- und Erwartungshaltung der Studie zu weit von der Realität des Medienjournalismus entfernt habe.¹⁵ Der Gedanke wird von einer systemtheoretischen Auslegung des Medienjournalismus zum Argument ausformuliert. Dieser Auffassung zufolge können die Leistungen des Journalismus nicht anders als anhand der „Leitorientierungen“ beurteilt werden, die die systemtheoretische Modellierung dem Journalismus zuweist: Bericht erstatten nach Maßgabe von „Neuigkeitswert, Faktizität und Relevanz“¹⁶.

Zum anderen werden in journalistischen Kommunikationen grundsätzlich nur diejenigen Ereignisse thematisiert, denen Aktualität beigemessen wird. Wenn also der Journalismus (zu) wenig über sich selbst berichtet, kann dies ganz einfach daran liegen, dass er seinen Selbstbeobachtungen in der Regel keine gesellschaftliche Relevanz zuschreibt und kein Publikumsinteresse für Journalismus-Themen erwartet. Auch in diesem Fall von Nicht-Kommunikation erscheint es problematisch, von der Selbstthematizierung des Journalismus eine andere, nicht an Aktuellem orientierte Berichterstattung einzufordern.¹⁷

Aber wenn die Selbstbeobachtung ungeachtet der „Zuschreibung“ durch die amtierenden Journalisten dennoch Relevanz hat? Es ist keine neue Beobachtung, dass die Relevanzzuschreibungen des Journalismus in verschiedener Hinsicht konditioniert und kontingent sind. Sie sind neben anderem von „Nachrichtenideologien“ abhängig, die sich mit soziokulturellen Strömungen, aber auch mit Wandlungsprozessen im professionellen Selbstverständnis verändern können.¹⁸ Ökonomisierung, Boulevardisierung, Deprofessionalisierung – auch solche Prozesse können die Relevanzzuschreibung durch Journalisten verschieben. Muss sich die Erwartung an die Leistungen des Journalismus nun danach ausrichten, welche Ausprägung er sich durch seine eigene Entwicklung gibt?

Damit würde der Journalismus zum Maßstab für sich selbst gemacht. Das setzte allerdings auch die Auffassung außer Kraft, er sei als ein Funktionssystem zu bestimmen, dessen Inbegriff die Leistung ist, die er für die Gesellschaft erbringt. Das Maß dieser Funktionalität liegt dann nämlich im *Bedarf* der Gesellschaft. Wer den Journalismus mit Rücksicht auf seine irgendwie etablierten Entscheidungsregeln von der Aufgabe freizeichnen will, für die Beobachtung und Kritik der Rolle der Medien in einer mediatisierten Gesellschaft

¹⁵ Dargestellt in Weichert (2005).

¹⁶ Malik (2004: 88).

¹⁷ Malik (2004: 194f.).

¹⁸ Vgl. Esser und Weßler (2002).

zu sorgen, müsste angeben, wie dieser Bedarf an einer öffentlichen Selbstverständigung der Gesellschaft denn außerhalb der Medien der Öffentlichkeit gedeckt werden soll.¹⁹

Malik kennt einen weiteren Grund, weswegen Selbstbeobachtung und -kritik des Journalismus „unwahrscheinlich“ bleiben müssen: „In der Rationalität des Journalismus ist folglich ein Selbstschutz verankert, der eine umfassende öffentliche Reflexion des gesamten Systems, insbesondere als Selbstkritik, von vornherein unwahrscheinlich werden lässt [...]“.²⁰

Tatsächlich berührt der Medienjournalismus mit seinen Themen auf mittelbare oder direkte Weise Eigeninteressen von Medienunternehmen. Wie auch immer institutionell, professionell oder individuell vermittelt, kann dies zu Tabuisierungen und Instrumentalisierungen führen. Aus dieser mehrfach dokumentierten Beobachtung²¹ lässt sich schließen, dass das Mediensystem in seiner gegenwärtigen Verfassung eine elementare Voraussetzung journalistischer Leistungsfähigkeit nicht sichert: die Unabhängigkeit eines institutionell hinreichend stabilen Medienjournalismus. Diese Beschränktheit ohne weiteres als „Systemlogik“ gelten zu lassen würde allerdings erneut den Bedarf nach einer öffentlichen Berichterstattung über das Funktionieren der Medien der Öffentlichkeit ignorieren.

Daher sind konzeptionelle Überlegungen am Platz, wie die Grundlagen für eine nachhaltige Reflexivität des Mediensystems konsolidiert oder erst noch geschaffen werden können.²² Dieser Schluss drängt sich auf, wenn die Befunde der Inhaltsanalyse zu den gegenwärtigen Leistungen der Medienkritik im Lichte der Theorie der Öffentlichkeit gelesen werden.

Literatur

- ENGELS, Kerstin. „Medienkritik aus Akteursperspektive – Strukturen und Netzwerke der Medienberichterstattung in Printmedien“, in: Ralph WEISS (Hrsg.). *Zur Kritik der Medienkritik. Wie Zeitungen das Fernsehen beobachten*. Berlin 2005, 397-522.
- ESSER, Frank und Hartmut WESSLER. „Journalisten als Rollenträger. Redaktionelle Organisation und berufliches Selbstverständnis“, in: Otfried JARREN und Hartmut WESSLER (Hrsg.). *Journalismus – Medien – Öffentlichkeit*. Wiesbaden 2002, 165-240.
- HABERMAS, Jürgen. „Volkssouveränität als Verfahren. Ein normativer Begriff von Öffentlichkeit“, *Merkur* 6 (1989), 165-177.
- HAGEN, Lutz M. „Informationsqualität von Fernsehnachrichten“, in: Peter LUDES (Hrsg.). *Medienwissenschaften und Medienwertung*. Opladen und Wiesbaden 1999, 119-138.

¹⁹ Der gesellschaftliche *Bedarf* an einer selbstreflexiven Öffentlichkeit ist nicht dasselbe wie die irgendwie aufsummierte Vielzahl von *Bedürfnissen* nach einschlägigen publizistischen Leistungen und lässt sich mit dem vorgeblich schwachen Publikumsinteresse daher nicht dementieren. Hier gilt das Gleiche wie für die politische Öffentlichkeit. Die Begründung für die Notwendigkeit von Transparenz und Kritik ergibt sich nicht direkt aus der Zahl der Leser, die sie nachfragen, sondern aus dem diskursiv erzeugten Druck auf die Responsivität der Politik (für den die Größe von Publika dann mittelbar relevant wird), durch den sich die Medien als intermediäres System bewähren. Grund und Maß für die publizistischen Leistungen ergeben sich mithin aus einem Erfordernis der politischen Struktur selbst: der Legitimierung politischen Handelns – im weiteren, die Medienakteure selbst in den Blick nehmenden Sinn: der sozialen Verantwortlichkeit des Handelns.

²⁰ Malik (2004: 192).

²¹ Vgl. Engels (2005).

²² Siehe hierzu Jarren und Zielmann (2005).

- HICKETHIER, Knut. „Medienkritik – öffentlicher Diskurs und kulturelle Selbstverständigung“, in: Hartmut WESSLER, Christiane MATZEN, Otfried JARREN und Uwe HASEBRINK (Hrsg.). *Perspektiven der Medienkritik*. Opladen 1997, 59-67.
- HILLEBRAND, Claudia. „Das Fernsehen im Spiegel der Printmedien. Konturen der Berichterstattung“, in: Ralph WEISS (Hrsg.). *Zur Kritik der Medienkritik. Wie Zeitungen das Fernsehen beobachten*. Berlin 2005, 33-80.
- JARREN, Otfried. „Macht und Ohnmacht der Medienkritik. Oder: Können Schwache Stärke erlangen? Medienkritik und medienpolitische Kommunikation als Netzwerk“, in: Hartmut WESSLER, Christiane MATZEN, Otfried JARREN und Uwe HASEBRINK (Hrsg.). *Perspektiven der Medienkritik*. Opladen 1997, 307-328.
- JARREN, Otfried und Sarah ZIELMANN. „Institutionalisierungsmöglichkeiten für Medienkritik“, in: Ralph WEISS (Hrsg.). *Zur Kritik der Medienkritik. Wie Zeitungen das Fernsehen beobachten*. Berlin 2005, 549-568.
- KEPLINGER, Hans Mathias. „Instrumentelle Aktualisierung“, in: Max KAASE und Winfried SCHULZ (Hrsg.). *Massenkommunikation*. Opladen und Wiesbaden 1989, 199-220.
- KRÜGER, Udo-Michael und Karl H. MÜLLER-SACHSE. *Medienjournalismus*. Opladen und Wiesbaden 1998.
- LITTEGER, Peter. „Der Selbstzerstörungsjournalismus oder: Wie die nicht-autonome Medienbeobachtung zur autonomen Korrekturinstanz werden kann“, in: Michael BEUTHNER und Stephan Alexander WEICHERT (Hrsg.). *Die Selbstbeobachtungsfalle. Grenzen und Grenzgänge des Medienjournalismus*. Wiesbaden 2005, 291-304.
- MALIK, Maja. *Journalismusjournalismus. Funktionen, Strukturen und Strategien der journalistischen Selbstthematization*. Wiesbaden 2004.
- NEIDHARDT, Friedhelm. „Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen“, in: Friedhelm NEIDHARDT (Hrsg.). *Öffentlichkeit, öffentliche Meinung und soziale Bewegungen*. Opladen 1994, 7-41.
- PETERS, Bernhard. „Der Sinn von Öffentlichkeit“, in: Friedhelm NEIDHARDT (Hrsg.). *Öffentlichkeit, öffentliche Meinung und soziale Bewegungen*. Opladen 1994, 24-76.
- RUSS-MOHL, Stephan. „Medienjournalismus auf dem Weg zur ‚fünften Gewalt‘“, in: Stephan RUSS-MOHL und Susanne FENGLER (Hrsg.). *Medien auf der Bühne der Medien*. Berlin 2000, 252-259.
- SCHATZ, Heribert und Winfried SCHULZ. „Qualität von Fernsehprogrammen“, in: *Media Perspektiven* 11 (1992), 690-712.
- VOLTMER, Katrin. *Medienqualität und Demokratie*. Baden-Baden 1999.
- WEICHER, Stefan Alexander. „Ein Kassensturz für die Medienbranche. Ideen für eine Stärkung der Fremdbeobachtung“, *Neue Zürcher Zeitung* (08.07.2005). <http://www.nzz.ch/2005/07/08/em/articleCRNAA.html> (08.07.2005).
- WEISCHENBERG, Siegfried. *Journalistik*. Bd. 2. Opladen 1995.
- WEISS, Ralph (Hrsg.). *Zur Kritik der Medienkritik. Wie Zeitungen das Fernsehen beobachten*. Berlin 2005.

