

Integration oder Isolation, welche der Medienutzung vorausliegt und von ihr verstärkt wird. Das sind ethisch relevante Bestimmungsfaktoren, welche die Prinzipien von Jansen weiter konkretisiert hätten – auf weniger gut ausgebildete und situierte Rezipientengruppen hin. Dennoch stellt seine durchgehend solide Arbeit die erste deutschsprachige Monographie der (individualethischen) Rezipientenethik dar.

Rüdiger Funiok

### Daniel Delhaes Politik und Medien

Zur Interaktionsdynamik zweier sozialer Systeme

Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 2002. – 215 S.

(Reihe Studien zur Kommunikationswissenschaft; 50)

(Zugl.: Oldenburg, Univ., Diss.)

ISBN 3-531-13828-6

In seiner politikwissenschaftlichen Dissertation beschäftigt sich Daniel Delhaes mit dem Verhältnis von Politik und Medien und versucht, anhand öffentlich kontrovers diskutierter Themen unter der ersten rot-grünen Bundesregierung zu zeigen, dass Medien und Politik jeweils eigenen Systemlogiken folgen. Die Arbeit bewegt sich damit in der Schnittmenge politikwissenschaftlicher, mediensoziologischer und kommunikationswissenschaftlicher Befunde. Dass Delhaes hierbei gründlich Schiffbruch erleidet, hat eine Vielzahl von Gründen, die sich allesamt hätten vermeiden lassen.

Im Theorieteil der Arbeit ist der Autor zunächst bemüht, eine wohl an Luhmanns System der Massenmedien orientierte systemtheoretische Argumentation in Gang zu setzen, um die beiden Sozialsysteme zu konturieren. Statt mit einer sorgsam entwickelten relevanten Grundbegriffe (Kommunikation, Handlung, Medium, Sinn, Komplexität etc.) wird der Leser indes oft mit kryptisch formulierten Theorieversatzstücken verwöhnt: „In der Luhmann'schen Systemtheorie erklärt sich alles zirkulär, nicht linear. Einzelne Komponenten der Theorie bauen auf anderen auf, die wiederum auf erstgenannten aufbauen, um zu existieren. Gesellschaft differenziert sich nach Systemen, wobei das politische eines von vielen ist.

Daraus abgeleitet sind andere Systeme nicht zwingend Subsysteme des politischen, wodurch eine neue Perspektive gewonnen werden kann“ (19) oder auch nicht.

Als hochselektiv erweist sich auch Delhaes Umgang mit dem kommunikationswissenschaftlichen Forschungsstand. Zwar wird punktuell auch auf kommunikationswissenschaftliche Studien zur politischen Kommunikation zurückgegriffen, der Autor ignoriert jedoch nahezu komplett die – übrigens sehr kritische – Diskussion zu Luhmanns System der Massenmedien, die in der Kommunikationswissenschaft seit Mitte der 90er Jahre geführt wird. Auf diese Weise wird zunächst ein stauenswertes Zerrbild dessen gezeichnet, was die beiden Disziplinen (Kommunikationswissenschaft und Politikwissenschaft) jeweils als Funktion der Medien ansehen. „Die Kommunikationswissenschaft etwa identifiziert als Funktion der Medien ‚Unterhaltung‘. Die Politikwissenschaft dagegen macht im Wesentlichen drei Grundfunktionen der Medien im politischen System der Bundesrepublik Deutschland aus“ (Informationsfunktion, Artikulationsfunktion, Kritik- und Kontrollfunktion) (14). Diese Einschätzung ist schon mit Blick auf die nicht-systemtheoretisch argumentierende Forschungsliteratur der Kommunikationswissenschaft unhaltbar. Hinsichtlich der verschiedenen systemtheoretischen Theorieentwürfe zu Publizistik (Marcinkowski), Journalismus (Rühl, Blöbaum), Öffentlichkeit (Hug, Kohring, Görke), die strikt zwischen Funktion und Leistungen einerseits und normativen Aufgabenzuschreibungen andererseits unterscheiden, ist sie geradezu irreführend.

Da man nicht wissen kann, was man nicht gelesen hat, bleibt die Theoriearbeit bruchstückhaft. Es gelingt weder, die undifferenzierte Rede über „die Medien“ bzw. „die Massenkommunikation“ durch eine Perspektive zu ersetzen, die Journalismus, Public Relations, Werbung und Unterhaltung unterscheidet und diese Unterscheidung auch begründet, noch kann sich der Autor dazu durchringen, die durchaus gängigen Erwartungen an die Medien (Information, Kritik und Kontrolle, Bildung, Unterhaltung u. v. m) in die systemtheoretische Differenz von Funktion (Singular) und Leistungen einzupassen. Die Schwierigkeiten des Autors werden umso größer, je mehr er sich kommunikationswissenschaftlichen Kernbeständen nähert. Eine angemessene Aufarbei-

tung der Theorien zu medialen Selektionskriterien gerät solchermaßen zu einer Aneinanderreihung verschiedener Nachrichtenwertelisten (85ff.) und der Aktualitätsbegriff wird auf Neuheit reduziert und zum Krisensymptom des Mediensystems umgedichtet: „Der Begriff der ‚Aktualität‘ wird mit der Ausdifferenzierung des sozialen Systems Medien [...] immer schwieriger. Oftmals lässt sich kaum mehr ausmachen, ob eine Information neu, also aktuell und exklusiv ist oder nicht. Das liegt in der Vielzahl der Medien begründet, die sich kaum mehr überblicken lässt, so dass zwangsläufig eine Reduktion der Wahrnehmung erfolgt.“ (83) Man ahnt, was kommt. Nicht der Autor, sondern das Mediensystem hat(te) ein Zeitproblem: „Es ist ahistorisch, es arbeitet ohne Fußnoten. Der Zwang Informationen zu produzieren, bestimmt das System. Es ist permanent zu ambivalent, zu kompliziert, zu spät. So werden exklusive Meldungen aus früheren Monaten einmal mehr zu einem späteren Zeitpunkt, wenn es der Kontext erneut und erfolgreich provoziert, wieder als exklusive Meldungen erfolgreich verkauft. Dies ist umso wahrscheinlicher, je mehr Informationen entstehen, weil dadurch die Komplexität des Systems steigt.“ (90)

Der Empirieteil der Arbeit lässt sich angemessen wohl nur als schlicht und unkonventionell beschreiben. Hier werden die Ergebnisse einer Umfrage und verschiedener Inhaltsanalysen vorgestellt. Ziel der Befragung war es zu untersuchen, welche Selektionskriterien Medien, Politik und Öffentlichkeitsarbeiter identifizieren (124). Hierzu wurden im Zeitraum vom 1. Mai 2000 bis 22. Juni 2001 in mehreren Wellen alle Abgeordneten des Deutschen Bundestages angeschrieben oder per Mail kontaktiert, ebenso alle Pressesprecher sämtlicher Bundesministerien, des Bundeskanzleramtes, des Bundespresseamtes, Chefredakteure, Berliner Parlamentskorrespondenten, Pressesprecher aller großen Wirtschaftsverbände, der Gewerkschaften und „einiger Großunternehmen, die sich im besonderen Maße im politischen Raum bewegen wie etwa das Duale System Deutschland oder die Deutsche Bahn AG.“ (126) Insgesamt antworteten 128 Personen, was über den Daumen auf eine extrem geringe Rücklaufquote schließen lässt. Angaben über die Grundgesamtheit indes fehlen. Die Befragten wurden um die Beantwortung von zwei Fragen gebeten: „Welche Kriterien sorgen dafür, dass ein Thema von den Medien aufgegrif-

fen wird? (Empfohlen wurde, bis zu zehn Kriterien zu nennen) Ist die inhaltliche Tragweite eines Themas ausschlaggebend dafür, dass es Resonanz in den Medien findet? Warum?“ (124) Deutlich wird auf diese Weise, dass beispielsweise 10 der 82 Bundestagsabgeordneten, die geantwortet haben, der Meinung sind, die inhaltliche Tragweite des Themas sei ausschlaggebend für die mediale Thematisierung. Doppelt so viele waren der gegenteiligen Auffassung, für ‚nicht unbedingt‘ optierten 28 und für ‚eher selten‘ 24 (141). Auf die Idee, dass der Umstand, dass die anderen Berufsgruppen andere Einschätzungen zum Besten geben, eventuell darauf zurückzuführen sein könnte, dass bereits die Frageformulierung die Beobachterabhängigkeit der Informationsselektion außer Kraft setzt, kommt der Autor nicht. „Dabei steht außer Zweifel“, so ist Delhaes vielmehr felsenfest überzeugt, „dass die Informationen ein hohes Maß an ‚Realität‘ in sich tragen. Der Leser muss in der Lage sein, die Informationen mit seinem Erfahrungshorizont abgleichen zu können.“ (84) Die auf diese Weise ermittelten Selektionskriterien werden im Folgenden inhaltsanalytisch betrachtet. Bei den als „Inhaltsanalysen“ titulierten Erhebungen handelt es sich in der Regel um simple Auszählungen der Artikelhäufigkeit, die der Autor mit so genannten (qualitativ ermittelten) „Druckpunkten“ in Beziehung setzen möchte: „Als Druckpunkte sind dabei Selektionskriterien zu verstehen, die eine derartige Selektionskraft besitzen, dass sie die Bedeutung anderer Selektionskriterien für das Thema neu sortieren. Sie bilden den Auftakt zu einer Sequenz in der Berichterstattung.“ (128) Diese eigenen Erhebungen ergänzt der Autor durch weitere, die wahlweise vom ZDF-Politbarometer (z. B. Ansehen der Politik des Bundeskanzlers) (131) oder Medien Tenor (z. B. Das Medienbild Oskar Lafontaines) (175) übernommen wurden.

Aufgrund dieser Befunde, die zum Teil erschreckend unsystematisch und unreflektiert zusammengetragen werden, sieht sich der Autor freilich in der Lage, der Politikwissenschaft zu empfehlen, sie möge den Katalog ihrer Medienfunktionen um die Dimension Unterhaltung erweitern (192). Der Politik gibt Delhaes den Rat, sich nicht allein auf die Medien zu verlassen, sondern verstärkt auf die glaubhafte Vor-Ort-Vermittlung politischer Arbeit zu setzen. Für die kommunikationswissenschaftliche Forschungspraxis bietet die Arbeit von

Delhaes indes keinerlei Erkenntnisgewinn. Warum sie in der Reihe Studien zur Kommunikationswissenschaft veröffentlicht wurde und damit potenziell anderen (besseren) Büchern die Aufmerksamkeit stiehlt, bleibt das Geheimnis und die Verantwortung des Verlages.

Alexander Görke

**Matthias Karmasin / Carsten Winter**

(Hrsg.)

**Kulturwissenschaft als Kommunikationswissenschaft**

Projekte, Probleme, Perspektiven

Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 2003. – 350 S.

ISBN 3-531-13825-1

In letzter Zeit mehren sich die Bemühungen, Einzeldisziplinen in den Horizont der kulturwissenschaftlichen Herausforderung zu stellen. Aufschlussreich hierfür ist u. a. die zusammenfassende Darstellung kulturwissenschaftlicher Konzepte von Nünning und Nünning (Hrsg., 2003) im Metzler-Verlag. Neben der Darstellung von Berührungspunkten oder gar Überschneidungen interessieren dabei vor allem auch beobachtbare disziplinäre Grenzauflösungen. Den Hintergrund der gesamten Debatte bildet der so genannte „cultural turn“ in den Sozial- und Geisteswissenschaften, der seit den 1980er Jahren unterschiedlich wirksam ist und als Anregungspotenzial aufgenommen und verarbeitet wird. Die beobachtbaren Bestimmungsvorläufe scheinen jeweils durch ein Spannungsverhältnis gekennzeichnet, das sich durch ein wie auch immer begründetes disziplinäres Verständnis gegenüber einem weitestgehend als uneinheitlich wahrgenommenen Bereich der Kulturwissenschaft(en) ergibt. Auch scheinen für einige Disziplinen die Herausforderungen leichter zu bewältigen oder selbstverständlicher zu sein als für andere.

Die Medien- und Kommunikationswissenschaft bildet in diesem Rahmen erstaunlicherweise einen Sonderfall. Dieser liegt in gegensätzlichen Positionierungen begründet, von der die eine die selbstverständliche Beziehung von Kommunikation und Kultur in der Hinwendung zu spezifischen Konzepten (wieder)entdeckt und die andere diese Problemstellung als eher marginal abweist und sich u. a. aus der Perspektive der Systemtheorie, aber auch

aus szientistischer Warte, den zu lösenden Fragen zuwendet. Angesichts des Medienwandels und der Medienkulturentwicklung relevant und nicht bloß von Interesse werden aber zusehends Konzepte, Zugänge und Projekte, die auf eine Bestimmung des prozessualen Zusammenhangs von Kultur und Kommunikation drängen.

Der von Matthias Karmasin und Carsten Winter edierte Sammelband versucht an dieser Stelle keine disziplinäre Positionsbestimmung, sondern interessiert sich gerade für die Überschneidungen und reichhaltigen Beziehungen im Schnittpunkt von Kommunikation und Kultur und der daraus erwachsenden Herausforderung für die Kommunikationswissenschaft. Der Titel des Bandes überrascht dabei, denn er scheint zunächst eine Problemlösung aus der umgekehrten Blickrichtung anzustreben, indem er mit der Wendung „Kulturwissenschaft als Kommunikationswissenschaft“ die Beziehungsfrage zunächst einmal umzudrehen scheint. Schaut man sich die Beiträge daraufhin genauer an, dann geht es den Autoren in der Mehrzahl jedoch um die Frage, in welcher Beziehung die Kommunikationswissenschaft zur Kulturwissenschaft steht und welche Entwicklungen für die Medien- und Kommunikationswissenschaft maßgeblich werden, wenn sie sich kulturwissenschaftlichen Fragestellungen öffnen. Bei diesen verschiedenen Blickführungen handelt es sich jedoch nicht um ein Missverständnis zwischen den Herausgebern und den Autoren – wie man bei flüchtiger Lektüre durchaus meinen könnte –, da die Beiträge die Beziehung der Kommunikationswissenschaft wie der Kulturwissenschaft in ihrer Dynamik und Prozessualität zu begreifen suchen. Der Titel unterstreicht also eher den Versuch, das Spannungsverhältnis fruchtbar zu machen, ohne die jeweilige Seite auf ein bestehendes, möglicherweise unumstößliches disziplinäres Verständnis festzulegen.

Neben der gemeinsamen Einleitung der beiden Herausgeber enthält der Band zwölf Beiträge, wobei zwei Beiträge von Carsten Winter, also einem der Herausgeber stammen. Diese Beiträge befassen sich zum einen mit dem Kulturbegriff in der Entstehung der kulturwissenschaftlichen Kulturtheorie und zum anderen mit einem „Medien-Kulturen-Konnektivitäts-Modell“, in dem unterschiedliche Perspektiven der Medienkulturwissenschaft von S. J. Schmidt bis zu den Cultural Studies zusammenfließen.