

# Besprechungen

Marie Luise Kiefer

**Journalismus und Medien als Institutionen**

Konstanz: UVK, 2010. – 244 S.

ISBN 978-3-86764-232-3

Die Forschung zum Journalismus in Deutschland oszilliert zwischen der Mikro- und der Makro-Perspektive, wobei die beiden Lager eine recht hermetische Attitüde pflegen. Die Meso-Perspektive, also die Beschäftigung mit institutionellen und organisatorischen Aspekten der Aussagenstehung, erscheint im Vergleich dazu eher unterentwickelt – Ausnahmen (z. B. Altmeppen) bestätigen die Regel. Die Autorin versucht, diese Lücke zu füllen, indem sie sehr gründlich, ja, penibel, Konzepte und Modelle zur Entstehung und zum Wandel von Institutionen auf kommunikationswissenschaftliche Fragestellungen und Befunde bezieht und das dann auf grundlegende Erkenntnisse über das Zusammenspiel von Journalismus und Medien hinführt – unterhalb universaltheoretischer Höhenflüge, aber oberhalb eines Radars, der nur Einzelhandlungen von Journalisten erfasst. Rekurriert wird dabei zunächst auf diverse Ansätze in Soziologie, Politologie und vor allem Ökonomik.

Theoretischer Leitwolf der Autorin ist freilich kein Ökonom und auch kein Soziologe, sondern der neue Philosophie-Star John R. Searle. Seine „Theorie institutioneller Tatsachen“ kreist um „Statusfunktion“, also die Mélange von zwei klassischen soziologischen Terminen, die aber m. E. per se keinen großen Erkenntnisgewinn bringt. Es geht dabei so ungefähr darum, dass Institutionen, die auf der Kombination von Regeln basieren, eine bestimmte gesellschaftliche Funktion wahrnehmen müssen, mit Hilfe von exklusiven Regeln operieren und gesellschaftliche Akzeptanz beanspruchen können. Das erinnert natürlich an die Funktionssysteme der Systemtheorie. Marie Luise Kiefer weiß diesen Ansatz jedoch mit Gewinn auf die Verhältnisse im Medienbereich zu übertragen, wobei sie – und das ist heutzutage ungewöhnlich – keine Scheu vor altbacken wirkenden normativen Argumenten hat.

Dabei legt sie sich unterwegs eine Selbstbeschränkung auf. Angetreten mit dem Ziel, eine generelle Medienanalyse vorzulegen, fokussiert sie ihr Erkenntnisinteresse auf den Journalismus als Institution und lässt nicht-journalistische Medien außen vor. Dies erweist sich als sinnvoll, weil so die – von der einschlägigen

Forschung – gern übersehenen Unterschiede zwischen Medien und Journalismus noch deutlicher hervortreten und das Beziehungsverhältnis schließlich auf nachvollziehbare Weise präzisiert werden kann. Auf dem Weg dahin werden zunächst „Institution“ und „Organisation“ analytisch voneinander unterschieden und gesellschaftliche Aspekte von Medien als Organisationen thematisiert. Dem Journalismus, den die Autorin schließlich als „unterschätzte“ und „gefährdete Institution“ charakterisiert (S. 217) wird die – normativ basierte – Funktion „Sicherung von Volkssovereinheit in der Demokratie“ zugewiesen. Im Vergleich mit Medien sei er fundamentaler, da diese nur durch iterative Verknüpfung mit Journalismus Institutionen-Status gewinnen. In Hinblick auf aktuell diskutierte Wandlungsprozesse in den Kommunikationssystemen lässt sich so auch plausibel erklären, warum (technikinduzierter) Medienwandel sehr schnell erfolgen kann, während die Institution Journalismus offenbar träge auf Veränderungen reagiert. Dies ist auch hinsichtlich der behaupteten potenziellen Substitution des Journalismus durch Internet-basierte Kommunikation zu bedenken, die angeblich bald jedem zum Journalisten macht.

Grundlage für Kiefers nach und nach gewonnene Einsichten ist ein Koordinatensystem, das die gesamte Untersuchung trägt und aus folgenden Paaren besteht: Medien / Journalismus, Organisation / Institution, privatwirtschaftlich / öffentlich-rechtlich, Werbung / Redaktion. Mit seiner Hilfe, diverse Studien aus den Beständen der Kommunikationswissenschaft referierend, kann sie ihr auf den ersten Blick etwas anachronistisches, aber sympathisches Plädoyer für die Erhaltung eines Journalismus, welcher der Öffentlichkeit dient, munitionieren. Da sie sehr filigran argumentiert, weiß sie auch die insbesondere für die politische Kommunikation zentrale Differenzierung zwischen Journalismus (bzw. Nachrichten) auf der einen Seite und Werbung sowie Unterhaltung auf der anderen Seite herauszuarbeiten. Das ist alles viel überzeugender als das, was Niklas Luhmann in seiner Schrift „Die Realität der Massenmedien“ dazu präsentiert hat. Umso mehr ist zu bedauern, dass sich Marie-Luise Kiefer um einen nahe liegenden Vergleich zwischen Systemtheorie und Institutionentheorie nicht wirklich bemüht hat.

Nach einem recht langen Vorlauf und sehr viel Deskription überrascht sie mit klaren Urteilen: zur Legitimation eines kompetenten, kritischen Journalismus, dessen Krise oder gar Verschwinden wir uns nicht leisten können, zur Erhaltung seiner Wirklichkeitsorientierung als

Basis seiner Identität und zu dem Gesellschaftsvertrag, den wir mit dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk geschlossen haben, damit gerade er – im Unterschied zu privat-kommerziellen Medien – diesen Journalismus stützt und fördert; man müsse, schreibt sie (S. 184), den öffentlichen Organisationstyp journalistischer Medien „wohl als den gesellschaftlich risikoärmeren von zwei Kompromissen der organisatorischen Konkretisierung von Journalismus als Institution in der Massendemokratie begreifen.“ Am Ende plädiert die Autorin dann für die Wiederentdeckung des Themas „innere Pressefreiheit“ zur Sicherung der Autonomie des Journalismus als Institution und sogar für eine Debatte über das Ende des offenen Berufszugangs zur Gewährleistung seiner Kompetenz.

Damit liegt endlich mal wieder eine Studie vor, die den Journalismus als *soziale Einrichtung* ernst nimmt und sich mit Augenmaß und (auch ein wenig) Leidenschaft gegen die postmoderne Verwässerung seiner Funktion wendet – nach dem Motto: Erlaubt ist, was gefällt. Sprachlich hätten die Indizienbeweise gern etwas süffiger ausfallen dürfen. Auffallend die zahlreichen Zeichensetzungsfehler.

Siegfried Weischenberg

**Ruud Koopmans / Paul Statham (Hrsg.)  
The Making of a European Public Sphere  
Media Discourse and Political Contentions  
Cambridge u. a.: Cambridge University Press,  
2010. – 335 S.  
(Communication, Society and Politics)  
ISBN 978-0-521-13825-3**

„The Making of a European Public Sphere“ präsentiert Ergebnisse eines von 2001 bis 2004 geförderten EU-Projektes, an dem Teams aus sieben Ländern beteiligt waren. Analysiert wurde die (vermeintliche) Europäisierung politischer Kommunikation und politischer Mobilisierung „to address the unanswered questions and myths about the emergence and performance of a European public sphere by recourse to systematic empirical evidence“ (Statham, 277).

Zu Beginn des Buchs – im konzeptionell angelegten Teil I – begründen Jos de Beus (13ff.) und die Herausgeber (34ff.) zunächst die Relevanz dieser Stoßrichtung. Die EU-Politik des bürgerfernen „permissive Konsens“ sei gescheitert und die Bedeutung öffentlicher Debatten entsprechend gestiegen, allerdings weise die bisherige Forschung zahlreiche Lücken und offene Fragen auf. Aus einer knappen Litera-

torschau extrahieren Ruud Koopmans und Paul Statham daraufhin drei theoretisch unterscheidbare Formen europäisierter Öffentlichkeit, auf die später Kapitel teils Bezug nehmen (vgl. 38ff.): Die erste ist eine „*supranational European Public Sphere*“, bei der (v. a. kollektive) Akteure aus ganz Europa interagieren und europaweite Massenmedien darüber berichten. Die zweite ist die „*vertical Europeanization*“, bei der EU- und nationale Akteure miteinander entweder „bottom up“ auf Initiative nationaler Akteure oder „top down“ auf EU-Initiative interagieren. Drittens unterscheiden sie eine „*horizontal Europeanization*“ mit einer „weak variant“, bei der sich europäische Akteure länderübergreifend wahrnehmen, und einer „strong variant“, bei der sie zudem miteinander kommunizieren.

Diesen Modellen stellt das Projekt eine Fülle von Daten gegenüber, die durch einen mehrfachen Vergleich angeleitet werden (vgl. übersichtsweise Koopmans/Statham, 47ff.): einen Ländervergleich (Deutschland, Großbritannien, Frankreich, Niederlande, Spanien, Italien und Schweiz), einen Medienvergleich (unterschiedliche Printmedien, Internet), einen Zeitvergleich (1990 bis 2002) sowie einen Themenvergleich (von stark national geprägten Themen wie Alterssicherung bis zu europäischer Integration). Zum Einsatz kamen verschiedene Methoden (qualitative Interviews, eine standardisierte Befragung, Dokumentenanalysen), wobei eine aufwändige „claim-making analysis“ von Printmedien das Herzstück darstellt. Codiert wurden mit dieser in Medien auffindbare „public speech acts (including protest events) that articulate political demands, calls to action, proposals, or criticisms, which, actually or potentially, affect the interests or integrity of the claimants or other political actors“ (55).

In den folgenden empirischen Teilen des Buches beschäftigen sich die Autorinnen und Autoren mit unterschiedlichen Stufen des politischen Kommunikationsprozesses. Teil II untersucht mittels der „claim-making analysis“ die Sichtbarkeit („visibility“) unterschiedlicher Akteure in europäischen Medien sowie die „inclusiveness“ (61) der entsprechenden Debatten. Ruud Koopmans, Jessica Erbe und Martin F. Meyer (63ff.) prüfen bspw., ob sich Urheber und/oder Adressaten medialer „claims“ europäisiert haben, und zeigen dabei einen der zentralen Befunde des Buches auf: Sowohl diachron als auch synchron und sowohl länder- als auch themenübergreifend dominieren nach wie vor einheimische Akteure und Themen die öffentliche Debatte. Eine Europäisierung lässt sich nur mit zwei wesentlichen Einschränkun-