

Besprechungen

Susanne Fengler / Sonja Kretschmer (Hrsg.)
Innovationen für den Journalismus
Wiesbaden: VS, 2009. – 165 S.
(Reihe Kompaktwissen Journalismus)
ISBN 978-3-531-15450-3

Innovationen gehören heute in jeder Industrie, die am Markt überleben und Konsumenten überzeugen will, zum regelhaften Produktionszyklus. Die Produkte bleiben sich gleich, zumal wenn sie als Marken akzeptiert sind. Aber sie müssen sich auch ändern, auf neue Ansprüche der Konsumenten reagieren, verbesserte technische Möglichkeiten aufnehmen.

Erst recht gilt dies für den Journalismus als meinungsbildender Inhalteindustrie. Zeitschriften, um nur ein Beispiel zu nennen, geraten aus der Mode, wenn sie nicht neue Themen und Zielgruppeninteressen, neue Schreibweisen und neue ästhetische Optiken für ihr Gesamterscheinen kreativ zu adaptieren wissen. Die Digitalisierung zeigt plastisch, wie diese zunächst rein technische Innovation einen enormen Innovationsdruck auf sämtliche bisher existierende Medien ausgelöst hat. Alle müssen sich ändern, Presse, Radio und Fernsehen, sie verlängern sich ins Internet, sie nutzen neue digitale Darstellungsweisen – und wenn sie es nicht täten oder nicht intelligent genug, so würden sie bald überflüssig, abgelöst vom neuen Komplex der Online-Medien.

Dieser Prozess ist in vollem Gange, Innovation also allseits gefragt. Umso erstaunlicher ist es, dass Begriff und Ideal der „Innovation“ bislang wenig diskutiert wurden. In diese Lücke stößt nun der von Susanne Fengler und Sonja Kretschmar herausgegebene Sammelband „Innovationen für den Journalismus“. Erschienen ist er in der neuen VS-Reihe „Kompaktwissen Journalismus“, die sich als Angebot von Lehrbüchern, vorzugsweise für Studierende und Berufseinsteiger, versteht.

Zum didaktischen Konzept dieser Reihe gehört es, mit (grau unterlegten, optisch nicht sehr schönen) Kästen zu arbeiten, in denen Lernziele definiert werden. So begrüßenswert dies an sich ist, begeben sich Herausgeber und Autoren damit doch in eine heikle Lage. Wie werden Lernziele definiert? Die Herausgeberinnen und ihre Beiträger haben sich für offene Fragen entschieden, die oft sehr allgemein klingen wie z. B. „Wie verläuft der Alltag in einer Nachrichtenredaktion, die mehrmedial Fernseh-, Online- und mobile Angebote produziert?“ (37)

Wer so fragt, legt die Latte hoch, d. h. die folgenden Ausführungen müssen dann auch hinreichende Antworten enthalten. Das ist hier manchmal, aber leider nicht immer der Fall. Was von einem kompakten Band mit nur 165 Seiten („Kompaktwissen“!) möglicherweise auch zu viel verlangt wäre.

Es gehört ferner zum Konzept dieser praxisorientierten Reihe, dass Wissenschaftler und Praktiker ihre unterschiedlichen Erfahrungen und Befunde zusammenbringen. Dies geschieht hier in durchaus produktiver Weise. Unter den besonders lesenswerten Beiträgen des Bandes sind die von Christoph Keese (Axel Springer) und Kai Gniffke (ARD aktuell) (beide über Newsrooms als innovative Redaktionsstruktur) hervorzuheben. Sehr gut auch, was der „Spiegel Online“-Redakteur Jens Radü über innovative digitale Darstellungsweisen im Online-Journalismus zu berichten weiß.

Die Perspektive der Forschung wird hauptsächlich durch den amerikanischen Kollegen John V. Pavlik (Rutgers University, New Jersey) eingebracht. Er ist in diesem Sammelband gleich sechsmal mit kurzen Aufsätzen zu unterschiedlichen, aber zusammenhängenden Aspekten vertreten, wobei sich die Herausgeberinnen erfreulicherweise bemüht haben, die Ausführungen des Amerikaners jeweils an deutsche Verhältnisse anzupassen bzw. durch Zusatzinformationen anzureichern.

Pavlik schildert und analysiert die dynamische Entwicklung, die mit der Digitalisierung in Gang gekommen ist, sehr gut, er weist auf Herausforderungen hin wie die, dass aus (traditionellem) Qualitätsjournalismus ein „Präzisionsjournalismus“ (Philip E. Meyer) werden muss, und er zeigt neue Möglichkeiten infolge Digitalisierung auf.

Die Möglichkeiten nämlich liegen nicht nur in modularen multimedialen Darstellungsweisen, sondern auch in der Recherche. Pavlik zeigt, dass und warum Computed-Assisted Reporting (CAR) mehr ist als landläufige „Online-Recherche“. Aber er neigt manchmal auch zu einer gewissen technizistischen Blauäugigkeit, wenn er z. B. die Aussicht auf „3D-Drucker“ als journalistische Innovation feiert: „Stellen Sie sich nun weiter vor, Sie könnten ein maßstabsgerechtes Modell des Fossils in den Händen halten und die Umrisse des Wesens abtasten. Wäre das eine ansprechendere Art des Journalismus? Die Antwort liegt klar auf der Hand.“ (82) Wirklich?

Insgesamt ist dies ein hilfreicher Sammelband, der die enorme Entwicklungsaufgabe „Innovationen für den Journalismus“ benennt und dafür auch viele brauchbare Hinweise lie-

fert. Allerdings ist der Gesamteindruck etwas disparat und die Qualität der Beiträge unterschiedlich, da sich manche Autoren leider nur sehr allgemein äußern und eher die Standards benennen denn Innovationen vorschlagen (so Christoph Moss über die Ausbildung von Wirtschaftsjournalisten). Zusammenfassend lässt sich über dieses Innovationsbuch sagen: ein fruchtbare Ansatz, eine Lektüre voller Anregungen, die aber vom Leser weitergedacht und, natürlich, praktisch umgesetzt werden müssen.

Volker Lilienthal

Christian Filk

Episteme der Medienwissenschaft

Systemtheoretische Studien zur Wissenschaftsforschung eines transdisziplinären Feldes

Bielefeld: transcript, 2009.– 389 S.

ISBN 978-3-89942-712-7

(Zugl.: Kassel, Univ. Diss., 2006)

Christian Filk sucht nach der „Möglichkeit der (Re-)konstruktion transdisziplinärer Ausdifferenzierungen in der Medienforschung“ (S. 337 und S. 191f.). Seine Prämisse ist, dass eine Einzeldisziplin, etwa Medien- oder Kommunikationswissenschaft, dem Gegenstand „Medien“ heute nicht mehr beizukommen vermag. Filk orientiert sich hier an den Maßgaben des Wissenschaftsrates von 2007 und findet überdies je innerfachliche Hinweise auf eine transdisziplinäre Öffnung sowohl der Medien- als auch der Kommunikationswissenschaft (vgl. S. 144ff.). Beide bewegen sich – zumindest diskursiv – aufeinander zu und entgrenzen sich außerdem (weiter) zu anderen Disziplinen, wie der Philosophie (Medienphilosophie) und der Informatik (Medieninformatik).

Der Weg, den Filk beschreitet, um transdisziplinäre Ausdifferenzierungen in der Medienforschung zu untersuchen und zugleich voranzutreiben, ist komplex. Er nimmt eine Metaperspektive ein, sein Ziel ist es, *Wissenschaftsforschung über Medienforschung* zu betreiben (also Epistemologie) und nicht Medienforschung. Dafür führt er zwei Perspektiven zusammen: Die Wissenschaftsforschung und die Systemtheorie. Das ideengeschichtliche Kapitel 2 zur Wissenschaftstheorie, -soziologie und -geschichte (von Husserl über Fleck, Kuhn, Merton, Knorr-Cetina, Callon/Latour bis zur systemtheoretischen Wissenschaftsforschung) ist mit sehr großem Gewinn zu lesen. Hier werden Kriterien entwickelt, mittels derer die „Wissenschaftsforschung der Medienwissen-

schaft“ – und auch der Kommunikationswissenschaft – in Kapitel 3 beschrieben werden.

Die Hauptkritik von Filk an bisheriger *fachgenuiner* Wissenschaftsforschung ist dabei, dass 1) die Medien- und Kommunikationswissenschaft nicht über eine je ausdifferenzierte und selbstreflexive Wissenschaftsforschung verfügen, 2) dass sie diesbezüglich das dichotome Denken in „wissenschaftsinternen“ und „externen“ Kategorien nicht überwunden und damit 3) bisher keine Lösungen gefunden haben, sich transdisziplinären epistemologischen Diskursen zu öffnen, bzw. solche zu reflektieren.

Das ist in dieser Pauschalität zutreffend, im Detail aber *nicht*. Der Forschungsstand, den Filk für die Wissenschaftsforschung der Kommunikations- und der Medienwissenschaft je aufarbeitet, ist nicht umfassend. So wird die Fachgeschichte der Kommunikationswissenschaft verkürzt, ebenso die Wissenschaftsforschung darüber (für die er Lutz Hachmeisters Dissertation über „Theoretische Publizistik“ von 1987 quasi einen Alleinstellungsanspruch zuweist, S. 143). Zentrale Arbeiten aus diesem Feld kennt Filk nicht (es sei für die Kommunikationswissenschaft insbesondere auf Veröffentlichungen in den Reihen „Kommunikationsgeschichte“ von Hömberg/Kutsch und „Theorie und Geschichte der Kommunikationswissenschaft“ von Meyen verwiesen). Auch entgeht Filk, dass innerhalb der letzten zehn Jahre seitens der Münchner und der Leipziger Fachgeschichtsschreibung sehr wohl versucht wird, Einseitigkeiten von externer und interner Wissenschaftsforschung zu überwinden, nämlich diese *aufeinander zu beziehen* (was auch die von Filk zu Recht als herausragend genannten Krohn/Küppers 1989 mit ihrer Matrix zum systemisch gebundenen Forschungshandeln im Sinn hatten, vgl. S. 340; in Leipzig und in München geschieht dies indes eher aus akteurs- und milieutheoretischer Perspektive).

Filk konkretisiert seine Rekonstruktion transdisziplinärer Ausdifferenzierungen der Medienforschung an zwei Fallbeispielen: der Medienphilosophie und der Medieninformatik. Er spitzt die Perspektive allerdings noch weiter zu: Exemplarisch für den mediaphilosophischen Diskurs bezieht er sich in Kapitel 4 vorrangig auf Schriften von Matthias Vogel und Mike Sandbothe (beide 2001), als die ersten Promotions- und Habilitationsschriften, die Filk folgend die Transdisziplinarität zwischen Medienwissenschaft und -philosophie begründen (vgl. S. 245f.). Aus dieser Argumentation, die die Ebenen der Sozial- und Ideengestalt von Wissenschaft zusammenbringt, zieht er seine