

Besprechungen

Carsten Reinemann

Medienmacher als Mediennutzer

Kommunikations- und Einflußstrukturen im politischen Journalismus der Gegenwart

Köln: Böhlau, 2003. – 333 S.

ISBN 3-412-06203-0

Nicht Kinder, Küche, Kirche, sondern Konsonanz, Konkurrenz und Kollegenorientierung sind die K-Wörter unseres Faches. Das zumindest sind die zentralen Problemfelder, die die kommunikationswissenschaftliche Auseinandersetzung mit dem Journalismus bestimmen. Im Mittelpunkt stehen dabei die Fragen, wie übereinstimmend in verschiedenen Medien Realität konstruiert wird und in welchem Ausmaß neue oder abweichende Informationen und Sichtweisen in den Nachrichtenkreislauf gelangen. Der von Carsten Reinemann vorlegten Studie zur Mediennutzung von Journalisten verleihen genau diese Aspekte die große Relevanz.

Neben anderen Faktoren wird die Orientierung von Journalisten an der Berichterstattung Anderer als Ursache für die häufig wahrgenommene Konsonanz der Medieninhalte angeführt. Journalisten bedienen sich demnach bei der Themensuche und der Darstellung des Geschehens der Relevanzzuweisungen und Einschätzungen ihrer Kollegen, anstatt sich durch eigene Beobachtung der „Außenwelt“ und durch Gespräche mit Akteuren ein Bild zu machen. Nach dieser Vorstellung kommt eine Art Themenkarussell in Gang, das lediglich an den Rändern mal Neues, noch nicht in anderen Medien Berichtetes „einsaugt“ und so dem Verarbeitungsprozess des Mediensystems einverleibt. Der ständige Abgleich der eigenen Themenwahl mit der Berichterstattung der Anderen gipfelt darin, dass niemand sich traut, ein Thema nicht zu bringen, über das Andere berichten. Diese Binnenorientierung stößt nur dort an ihre Grenzen, wo ein ausgeprägtes Abgrenzungsbedürfnis von der direkten Konkurrenz oder vom journalistischen Mainstream vorherrscht, oder wo man sich durch Exklusivgeschichten profilieren möchte.

Die Monographie „Medienmacher als Mediennutzer“ untersucht die Rolle der Berichter-

stattung der „Anderen“ für die eigene journalistische Arbeit. Reinemann geht dieser Frage in einer Synopse des Forschungsstandes sowie in einer eigenen standardisierten schriftlichen Befragung von 284 Journalisten und Journalistinnen aktueller politischer Ressorts aller Mediengattungen (Ausnahme: Online-Journalisten) nach. Die Befragung wurde im Sommer 2000 durchgeführt. Anhand der Mediennutzung, der Bedeutungszuweisung für andere Medien und der journalistischen Medienimages wird das Verhältnis der Medien untereinander beleuchtet. Die Studie leistet damit einen wichtigen Beitrag zur Erklärung von Inter-Media-Agenda-Setting-Prozessen im deutschen Mediensystem.

Die Frage nach den Einflussprozessen innerhalb des Mediensystems markiert freilich nur einen Aspekt der Studie, die sich eben auch als Beitrag zur Nutzungs- und Journalismusforschung begreift, und findet sich im Text keineswegs als durchgehender roter Faden. Nachdem die Handlungsrelevanz der wahrgenommenen „fremden“ Medieninhalte für die eigene Themenwahl- und Darstellung offen ist, müssten die Nutzungsdaten idealerweise durch eine Überprüfung von Medieninhalten ergänzt werden, bevor man auf Einflußstrukturen im Mediensystem schließen kann. Reinemann argumentiert hier entsprechend zurückhaltend und hängt die Zielsetzung seiner Studie relativ niedrig.

Die Studie kommt mit ihrem Schwerpunkt auf der Abfrage von Nutzung und Bedeutung verschiedener Medien überwiegend deskriptiv daher. Dieser Eindruck wird dadurch verstärkt, dass der Mangel an aktuellen Daten zur journalistischen Mediennutzung hervorgehoben wird, der angesichts der mit Kommerzialisierung, Konkurrenzdruck und technischen Innovationen umrissenen Veränderungen der Medienlandschaft besonders problematisch erscheint. Die über die Generierung neuer Mediennutzungsdaten hinausgehende Relevanz der Befunde offenbart sich erst, wenn man sich vor Augen führt, dass Journalisten keine beliebige Nutzergruppe sind, sondern zentrale Instanzen gesellschaftlicher Thematisierungsprozesse.

Im ersten Teil des Bandes entwickelt Reinemann seine handlungstheoretische Perspektive, die (auch habitualisierter) Mediennutzung eine instrumentelle Nützlichkeit zuweist und sie im Wesentlichen als Abbau von Informationsdefi-

ziten begreift. Aus der Diskussion der verschiedenen Ansätze aus den Bereichen Nutzungs-, Journalismus- und Wirkungsforschung wird ein Modell entwickelt, das die im zweiten Teil des Bandes präsentierte schriftliche Befragung anleitet. Der analytische Zugriff bewegt sich bei aller Relevanz der Frage auf relativ bodenständigem Niveau und bleibt – trotz anspruchsvoller statistischer Verfahren – immer nachvollziehbar und gut verständlich. Diese Kombination ist so selten wie erfreulich.

Die Befunde werden systematisch entlang der Dimensionen Nutzung, Bedeutungszuweisungen für die eigene Arbeit und Medienimages präsentiert und in einem abschließenden Kapitel aufeinander bezogen. Der Umfang der journalistischen Mediennutzung ist mit 4,5 Stunden täglich (davon 90 Minuten für Tageszeitungen) erwartbar hoch, die Repertoires erwiesen sich entsprechend als umfangreich und vielfältig. Etwas überraschender sind die Befunde hinsichtlich der präferierten Einzelmedien. So zeigten sich neben den „üblichen Verdächtigen“ wie den überregionalen Qualitätszeitungen (v. a. SZ, FAZ und Welt) auch Bild, Spiegel und Zeit, sowie die ARD-, ZDF- und ntv-Nachrichten, die Berliner Zeitung sowie die Talkshow „Sabine Christiansen“ als stark genutzte Angebote von Journalisten. Die Themensuche wurde als wichtigster Prädiktor von Mediennutzung identifiziert. „Sabine Christiansen“ wird allerdings unabhängig davon stark genutzt. Insgesamt ist von einer ausgeprägten Differenzierung im Mediensystem auszugehen: Bei der Themensuche spielen ganz andere Angebote eine Rolle als etwa bei der Evaluation der eigenen Arbeit. Ebenso spielen die Angebote für die verschiedenen Mediengattungen eine teilweise sehr unterschiedlich wichtige Rolle.

Die Bedeutung der Medien für die eigene Arbeit erwies sich als bedeutend besserer Indikator als die jeweiligen Medienimages der Journalisten. Hier zeigte sich eine leichte Verschiebung der klassischen Meinungsführermedien hin zur „Bild“ und zum Fernsehen. Die Medienimages haben den Status von Expertenurteilen (etwa über den Einfluss bestimmter Medien auf Politik und Bevölkerung), da allgemeine Einschätzungen von Medien abgefragt wurden, unabhängig von der eigenen Bedeutungszuweisung. Die Abweichungen zwischen den beiden Dimensionen zeigen, dass Journalisten sich kaum im Klaren darüber sind, dass Medienein-

fluss v. a. auf der eigenen Bedeutungszuweisung für bestimmte Medien beruht. Was für die eigene Themensuche bedeutsam ist, wird auch Einfluss auf Politik und Bevölkerung haben.

Insgesamt bietet der Band eine Fülle an instruktiven Erkenntnissen zur Mediennutzung von Journalisten, die übersichtlich strukturiert – besonders hervorzuheben sind hier die häufigen Zwischenzusammenfassungen und gut aufbereiteten Tabellen – und gut verständlich präsentiert werden. Die Anknüpfung an verschiedene Forschungsansätze ist umfang- und kenntnisreich und bleibt gleichzeitig auf die Fragestellung fokussiert. Die Befunde sind gut dokumentiert und verständlich dargestellt. Wegen der sehr ausführlichen Präsentation vieler Einzelbefunde geschieht es jedoch trotz der guten Strukturierung, dass der Bezug der Dimensionen Nutzung, Bedeutung und Medienimages zueinander aus dem Blick gerät und die Darstellung so im Ergebnisteil streckenweise etwas ermüdend wirkt. Die Lektüre des Bandes ist aber ohne Frage ein Gewinn. Das gilt nicht nur deswegen, weil sich hier interessante aktuelle Daten zu einer Vielzahl auch über die Studie hinausgehender Fragestellungen finden lassen. Keine andere Untersuchung beschäftigt sich derartig umfassend und gut informiert sowie empirisch fundiert mit den basalen Kommunikationsstrukturen journalistischer Realitätskonstruktion.

Christiane Eilders

Dimitrios Doukas

Werbefreiheit und Werbebeschränkungen

Eine europa- und grundrechtliche Untersuchung der Kontrollmaßstäbe für Beschränkungen der kommerziellen Kommunikation, dargestellt am EG-Recht, an der EMRK, am deutschen Grundgesetz und an der griechischen Verfassung

Baden-Baden: Nomos, 2005. – 458 S.

ISBN 3-8329-0867-6

Europa hat ein Problem. Mittlerweile sollen in den EU-Staaten rund 14 Millionen Kinder übergewichtig sein, also jedes 4. Kind. Damit könnten die heutigen Teenager die erste Generation sein, die eine niedrigere Lebenserwartung als ihre Eltern hat. Doch Hoffnung naht in Gestalt der EU-Kommission. Die Brüsseler Behörde will die Verbraucher mit weiteren