

Späth und Manfred Stolpe in den 1980er und 1990er Jahren erklärt der Kommunikationswissenschaftler damalige Erfolgsfaktoren für das Gelingen einer Skandalisierung. In einer Fallstudie zur „Kanzlei-Affäre“ um Peter Gauweiler als Kandidat der Münchner Oberbürgermeisterwahl 1993 zeigt Kepplinger, wie „wenige Skandalisierer“ die „politische Willensbildung der Mehrheit“ beeinflussten – was ihn zu der Frage veranlasst, ob hier der „Wählerwille“ „verfälscht“ wurde (8). Die beiden letzten Beiträge seines Bands sind ursprünglich aus den Jahren 2003 und 2004 und rekurren auf seinen wahrscheinlich wichtigsten Beitrag zur Skandalforschung: die 2002 unter dem Titel „Alltägliche Skandale“ gemeinsam mit Simone Christine Ehmig und Uwe Hartung publizierte repräsentative Analyse von Skandalen. Die Untersuchungen zeigen, dass die Perspektiven der Skandalisierer und Skandalisierten nicht nur interessengeleitet, sondern auch rollengebunden sind.

Wem Kepplingers Aufsätze zu Skandalen zu fragmentarisch sind, dem sei neben „Skandalisierung im Fernsehen“ von Lünenborg, Martens, Köhler und Töpfer auch die 2009 von Frank Bösch vorgelegte, herausragende Studie „Öffentliche Geheimnisse“ empfohlen, die sich mit dem Verhältnis von Skandalen, Politik und Medien in Deutschland und Großbritannien von 1880 bis 1914 beschäftigt. Sie ist zeitlos.

Steffen Burkhardt

Eugenia Siapera

Cultural Diversity and Global Media

The Mediation of Difference

Malden: Wiley-Blackwell, 2010. – 222 S.

ISBN 978-1-4051-8046-7

Heike Graf (Hrsg.)

Diversity in Theory and Practice

News Journalists in Sweden and Germany

Göteborg: Nordicom, 2011. – 189 S.

ISBN 978-91-86523-12-1

Ist, wer diskriminiert wird, selber schuld? In der selbst ernannten „Leistungsgesellschaft“ gibt es ausreichend ökonomisches und ideologisches Interesse für das Bejahen dieser Frage. Das „unternehmerische Ich“ scheitert demnach allein aufgrund fehlenden Willens oder mangelnder Qualitäten. Oder, wie aus den Redaktionen der Quasi-Profession Journalismus zu hören ist: „The only thing that counts is the

professionalism, nobody is interested in where a person comes from“ (Graf, 9). Die Verschmelzung des Leistungsdiskurses mit Armut, Migration, Gender usw. ergibt auch für die Kommunikationswissenschaft eine Reihe von Forschungsfragen und -feldern. Beide hier besprochenen Publikationen gehen darauf ein und nutzen das Konzept der kulturellen oder ethnischen Diversität, um Strukturen und Inhalte von Medien und Öffentlichkeiten zu besprechen.

Diversity ist ein relativ neues Konzept, das vergleichsweise breite Anerkennung findet. Im Gegensatz zu anderen theoretischen Perspektiven wurde Diversity als ein anwendungsorientiertes Vorhaben entwickelt. Seine Tauglichkeit sowohl in der Praxis der Kämpfe um Gerechtigkeit als auch in der Analyse von Ungleichheit ist jedoch umstritten. Dabei geht es nicht um den banalen Standpunkt, dass nur Professionalität im Journalismus zählt. Es geht vielmehr um das neoliberale Zelebrieren von Differenz und Identität, das die gesellschaftlichen Ausbeutungsverhältnisse an sich nicht in Frage stellt. Es gibt sozusagen ernsthafte „Diversity Troubles“.

Eugenia Siapera's „Cultural Diversity and Global Media“ ist eine umfangreiche theoretische Auseinandersetzung mit dem Potenzial der „kulturellen Diversität“ als analytisches Werkzeug, um die Rolle der Medien in der Verfestigung von Identitäten in der Gesellschaft zu untersuchen. In ihrer Analyse nimmt Eugenia Siapera die Debatten rund um den Multikulturalismus als Ausgangspunkt, um rechte und linke Kritik daran einander gegenüberzustellen. Das zentrale Argument für die Auswahl des Schwerpunkts „kulturelle Diversität“ bezieht sich jedoch nicht darauf: „The continued ‚crisis‘ of multiculturalism represents the need to keep on thinking and reformulating our ideas of cultural diversity, togetherness, identity, and difference“ (5) Deutschsprachige LeserInnen, die „integrationsbedingt“ kaum in die Verlegenheit gekommen sind, jemals Hoffnungen in das Konzept des Multikulturalismus zu investieren, dürften darüber staunen, dass das Modell anderswo weiterhin Diskussionen belebt. Tatsache ist, dass der Begriff, ausgehend von seiner Bedeutung im englischsprachigen Raum, sehr breit angewendet wird. So erscheint im dritten Kapitel „Varieties of Multiculturalism“ auch die aktuelle deutsche Migrationspolitik als eine besondere Ausprägung des Multikulturalismus. Dabei beschränkt sich die Autorin nicht nur auf Europa und Nordamerika, sondern gliedert auch die Migrationspolitiken in Indien und Nigeria in diesem Überblick ein.

Das Hauptanliegen des Buches ist die Stärkung einer Theorie der Mediatisierung kultureller Diversität. Die Argumentation baut auf zwei Thesen auf. Einerseits geht es darum, dass kulturelle Diversität immer mediatisiert ist. Andererseits geht es um die Kontroll- und Produktionsmechanismen von Differenz. Die Autorin bezieht sich auf die zahlreichen AkteurInnen, die diese Mechanismen instabil machen, ohne die Machtasymmetrien zwischen RezipientInnen und ProduzentInnen zu übersehen. Sie schlägt eine Dekonstruktion der mediatisierten Differenz vor, die stets Bezug auf die unterschiedlichen soziohistorischen und ökonomischen Settings nimmt, die sie hervorrufen. (77) Die Folge ist, dass – wie so häufig – weder Rassismus noch Postkolonialismus übersehen werden.

Das Anliegen dieser Dekonstruktion führt zu einer vertieften Besprechung der Literatur rund um Repräsentation. Die Frage der Ausbeutungsverhältnisse illustriert zwar einige Positionen (z. B. im Kapitel über Anerkennung und Verteilung), bleibt jedoch für die Argumentation insgesamt irrelevant. Im Gegensatz zu Intersektionalität arbeitet die Autorin mit einer Definition kultureller Diversität, die Klasse und ökonomische Verhältnisse weitgehend unberücksichtigt lässt: „By the term cultural diversity we understand the sum of the various kinds of difference – ethnic, ‚racial‘, or cultural including their intersections or co-articulations with gender and sexuality [...]“ (7) Während mit dieser Definition die mediennahe theoretische Arbeit erleichtert wird, bleiben auch die Schlussfolgerungen nahe an den von den Medien vorgegebenen Grenzen „ethnischer“ und „kultureller“ Differenz. Die Analyse verzichtet auf die *triple oppression* (class-gender-race) und damit auf eine strukturelle Kritik, die vor allem gegen weitverbreiteten Kulturalisierungsthesen wirkt.

Das Sammelwerk von Heike Graf behandelt im Vergleich zu Siaperas Arbeit die Frage der Diversität aus einem praxisnahen Standpunkt. Das Projekt untersucht Maßnahmen, Praktiken und Erfahrungen rund um die Frage der Diversität in Medienredaktionen in Stockholm und Berlin. Insgesamt geht es um die Frage der Öffnung der (Mainstreammedien-)Redaktionen für MigrantInnen, ein Thema, das durch das Engagement von migrantischen AktivistInnen und NGOs in den letzten Jahren auch mehr Gewicht in der Forschung bekommen hat.

Die Redaktionen einflussreicher Medien sind aus migrantischer Perspektive ein umkämpfter Ort. Deren Anliegen lassen sich in zwei Punkte zusammenfassen. Einerseits geht es um die Fra-

ge, ob der Zugang von MigrantInnen in die Redaktionen der Mainstreammedien erschwert wird, andererseits darum, wie antirassistische Berichterstattung unterstützt werden kann. Die publizierten Beiträge fokussieren auf die erste Frage nach der kulturellen Diversität der Redaktionen und damit auch auf die Entdeckung der MigrantInnen als Publikum.

Das Diversity-Konzept hat dazu beigetragen, dass die Zahlen der JournalistInnen mit Migrationsbiographien in den Redaktionen gestiegen sind. Das trifft sowohl in Schweden als auch in Deutschland zu, obwohl die Intensität und Dauer der Maßnahmen unterschiedlich ist (siehe Beitrag von Hultén/Graf). Die Zahlen sind zwar weiterhin nicht überwältigend, die befragten Diversitätsbeauftragten berichten jedoch über eine grundsätzlich positive Haltung gegenüber solchen Bemühungen. Jan Inge Jönhill verbindet in seinem Beitrag die thewedische Auseinandersetzung mit dem Diversitätskonzept mit Fragen der Medienorganisation und Professionalisierung. Daraufhin argumentiert er für das „Diversity Management“ als eine Option, um Diskriminierungen zu beseitigen. Diversität wird dabei als Qualifikation verstanden.

Daran schließt auch die Argumentation von „Diversity Disorders“ an: Gunilla Hultén bezieht sich auf den journalistischen und marktwirtschaftlichen Wert von kultureller Diversität. Neben Medienverantwortlichen befragte sie auch JournalistInnen mit Migrationsbiographien. Diese berichteten sowohl über die Anforderung zur Selbstexotisierung als auch über Drohungen und Exklusionsmechanismen. In Bezug auf die deutschen Redaktionen beschreibt Heike Graf anhand von Interviews die unterschiedlichen Repräsentationen und „Rechtfertigungsangebote“, mit denen MigrantInnen konfrontiert werden. Abschließend befragt Leonor Camauër MedienarbeiterInnen zu ihren Positionen gegenüber KollegInnen mit Migrationsbiographien. Die AutorInnen schließen damit empirisch den Kreis rund um die Frage der kulturellen Diversität.

Die Befragung und Miteinbeziehung der unterschiedlichen AkteurInnen bildet den Kern des Buchs. Während die Argumentation vielfach die Grenzen der „kulturellen Diversität“ als analytisches Instrument reflektiert, entscheiden die AutorInnen jedoch, die Grenzen des Konzepts nicht zu verlassen. Der Nützlichkeits- und Bereicherungsdiskurs fließt deshalb stark in die Analyse ein, während Verteilungsantagonismen, die die Ausstattung des journalistischen Feldes mit Gleichberechtigung erschweren, in den Hintergrund rücken. Obwohl

es sich um ein stark kompetitives Feld mit einem bedeutenden öffentlichen Auftrag handelt, wird die Frage nach antirassistischen Strategien in der Medienproduktion so nicht beantwortet. Radikale Kritik ist in diesem Forschungsfeld erforderlich – nicht zuletzt aufgrund des vielbesungenen Mantras, Journalismus sei ein gerechter Ort, in dem nur Professionalität zähle.

Assimina Gouma

Klaus Arnold / Christoph Classen / Susanne Kinnebrock / Edgar Lersch / Hans-Ulrich Wagner (Hrsg.)

Von der Politisierung der Medien zur Medialisierung des Politischen?

Zum Verhältnis von Medien, Öffentlichkeiten und Politik im 20. Jahrhundert

Leipzig: Leipziger Universitätsverlag 2010. – 471 S.

ISBN 978-3-86583-497-3

Medialisierung auch der Politik ist eines der „Trendthemen“ in den Sozialwissenschaften – und insbesondere in der Kommunikations- und Medienwissenschaft. Ein sich änderndes Verhältnis von Politik und Medien, eine zunehmende Prägung des politischen Betriebs und der Gestaltung von Politik durch die Massenmedien, ihre Anpassung an die Darstellungslogiken des Vermittlungssystems, an die Erwartungen auch der Journalisten wie der Rezipienten – mit möglichen Tendenzen wie steigender Visualisierung, Personalisierung, Entertainisierung und Kurzatmigkeit respektive mangelnder Nachhaltigkeit – müsste als Prozess verstanden werden, wird aber vielfach nur als Phänomen beschrieben. Ein Phänomen, das „fast immer [...] nur auf die Gegenwart oder die unmittelbare Vergangenheit des entwickelten Internet- bzw. Fernsehzeitalters“ (S. 14) bezogen wird, mit einer oftmals kulturkritischen, mit „bisweilen schrille(m) Ton“ (ebd.) vorgebrachten Konnotation, wie Klaus Arnold und Christoph Classen in ihrer eine klare Einordnung bietenden Einleitung zu recht monieren. Mit ihrem opulenten, 18 Aufsätze von Historikern, Politikern und vor allem Kommunikationswissenschaftlern umfassenden Reader wollen sie und ihre Mitherausgeber „das Verhältnis von Medien und Politik mit Hilfe von Fallstudien in einer breiten zeithistorischen Perspektive in den Blick nehmen“ (S. 15).

Anders als es der Titel nahelegen könnte, gehen sie nicht davon aus, dass eine einstige Dominanz der Politik über die Medien, eine primäre Steuerung also (auch) der öffentlichen

Kommunikation durch die Regierenden, allmählich abgelöst worden sei eben durch die Medialisierung des Politischen. Vielmehr richten sie den Blick auf Interdependenzen – auf die „gegenseitige Interaktion“ der Sphären Politik und Medien, durch die die „Darstellung und Herstellung von Politik [...] im Laufe des 20. Jahrhunderts zunehmend zusammenzufallen“ (S. 18) scheinen.

Ein erster Block mit drei Beiträgen beschäftigt sich primär mit der Frage, wie man Medialisierung klarer theoretisch erfassen kann, im zweiten und dritten Abschnitt wird dann exemplarisch beleuchtet, wie sich das Verhältnis von Medien und Politik in der ersten, dann der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts konkret gestaltete, abschließend wird, wiederum in drei Aufsätzen, schlaglichtartig beleuchtet, wie die gegenseitige „Durchdringung“ der politischen und der medialen „Sphäre“ früher betrachtet wurde – konkret in der Propagandaforschung, in der Weimarer Republik und durch Vertreter der kritischen Theorie (von Horkheimer bis Habermas).

Einen klaren Bezugsrahmen spannt eingangs Thomas Mergel auf, indem er zunächst (systemtheoretisch) darstellt, wie die „Systeme“ Politik und Medien strukturell gekoppelt sind, dann klarmacht, dass eine völlige Symbiose weder theoretisch denkbar noch praktisch erstrebenswert wäre, würde sie doch zum Funktionsverlust und letztlich zur Auflösung beider Bereiche führen. Weiter plädiert er dafür, „die Eigenlogik der Rezipienten stärker in den Blick zu nehmen und nicht allein aus dem Interesse an Medialisierung auf deren Erfolg zu schließen“ (S. 40).

Manche der Fallbeispiele zeigen dann, dass diese „Eigenlogik“ von Medien und Publikum etwa die Nationalsozialisten geradezu zwang, bei der Ausgestaltung des Radioprogramms auf die Erwartung der Hörer einzugehen (Inge Marszolek), dass sie der Politik- und Regierungspropaganda der Regierung Adenauer in den 50er Jahren enge Grenzen setzte (Norbert Grube), dass ein verändertes Interesse für Politik in den 60er und 70er Jahren Änderungen des Medienangebots und bspw. das Aufkommen alternativer Medien beförderte (Klaus Arnold), dass von der Frühen Neuzeit bis in die Gegenwart hinein in Krisenzeiten das persönliche Gespräch besonders wichtig ist (Rudolf Stöber) – und dass generell der Wunsch nach Unterhaltung eine Konstante, ja: der prägende Faktor, der Medienentwicklung ist (Michael Meyen).

Immer wieder bricht sie doch durch, die sehr kritische Analyse des gegenwärtigen „Zustands“ – so wenn Thymian Bussemer beklagt: