

Hat die Journalismusforschung alles falsch gemacht?

Eine Erwiderung auf die Kritik an der Journalismusforschung durch Elisabeth Klaus und Margret Lünenborg.

Armin Scholl

Elisabeth Klaus und Margret Lünenborg kritisierten in der letzten Ausgabe der „Medien und Kommunikationswissenschaft“ die Journalismusforschung und forderten in ihrem Beitrag eine kulturorientierte Annäherung. Diese pauschale Kritik muss aufgrund logischer Fehler, mangelnder Recherche und falscher Darstellung von Sachverhalten zurückgewiesen werden. Die Kritik der Autorinnen legt Konsequenzen nahe, denen die Journalismusforschung nicht nachkommen kann, wenn sie ihren Gegenstandsbereich nicht aus dem Auge verlieren will. Die geforderte Annäherung an die Cultural Studies ist vorzeitig und wenig Erfolg versprechend, weil weder die bisherigen Möglichkeiten der systemtheoretischen Journalismusforschung ausgeschöpft sind, noch die Cultural Studies den in sie gesetzten Hoffnungen auf die Bearbeitung neuer Fragestellungen im Bereich der Journalismusforschung gerecht werden können.

Der Theorieverbrauch in der Kommunikationswissenschaft erscheint ziemlich rasant und wenig effektiv. Dies trifft nicht nur auf Theorien mittlerer Reichweite, sondern offenbar auch auf Gesellschaftstheorien zu. Obwohl die konstruktivistisch orientierte Systemtheorie bei weitem noch nicht ihr Potenzial ausgeschöpft hat, werden schon Abgesänge auf sie angestimmt. In jüngster Zeit scheinen die Cultural Studies in Mode gekommen zu sein. Dieser Ansatz wurde bereits seit den 70er Jahren in Großbritannien und in den USA entwickelt, aber er wird erst jetzt auch in Deutschland entdeckt. Aus dieser Perspektive formulierten Elisabeth Klaus und Margret Lünenborg in der letzten Ausgabe von „Medien & Kommunikationswissenschaft“ (Jg. 48, Heft 2) ihre Kritik an der Journalismusforschung und speziell an der systemtheoretischen Variante.

Der Vorwurf an die Journalismusforschung lautet: Sie hat a) die falschen Fragen gestellt, b) die falsche Theorie zugrunde gelegt und c) die falschen Methoden angewendet. Ausgangspunkt ist die vermeintlich einseitige Ausrichtung der Journalismusforschung auf den Informationsaspekt bei gleichzeitiger Vernachlässigung der Unterhaltungskomponente. Letztere war im Journalismus immer auch konstitutiv, sodass die in vielen Studien beklagte zunehmende Boulevardisierung, Privatisierung, Personalisierung und Fiktionalisierung eher ein Artefakt ist und zudem davon ablenkt, dass die Rezipienten den Dualismus von Information und Unterhaltung sowieso nicht nachvollziehen (vgl. Klaus/Lünenborg 2000: 189 ff.). Dieser blinde Fleck der Journalismusforschung ist nach Auffassung der Autorinnen mit einem kulturorientierten Ansatz, und zwar mit den Cultural Studies, zu beheben.

Im Folgenden soll gezeigt werden, dass diese Kritik nicht schon deshalb Recht hat, weil sie kritisch ist, sondern dass sie eine Vielzahl von logischen und faktischen Unstimmigkeiten enthält, die ihren Gehalt stark entwerten. Zudem ist die Hoffnung, die in den Cultural-Studies-Ansatz gesetzt wird, nicht berechtigt. Dies ist deshalb der Fall, weil er zum einen selbst einige Theorieprobleme aufwirft und weil zum anderen der kritisierte systemtheoretische Ansatz weitaus mehr Erklärungspotenzial bereithält, als die Autorinnen ihm unterstellen. Ich will deshalb nicht die Journalismusforschung pauschal gegenüber den obigen Vorwürfen verteidigen, sondern speziell die systemtheoretischen Ansätze.

1. Der Dualismus Information und Unterhaltung

Die Autorinnen kritisieren in erster Linie die in der Journalismusforschung vorgenommene Dualisierung von Information und Unterhaltung, die „Scheidelinie zwischen Journalismus und Banalität, zwischen Öffentlichkeit und Populismus, zwischen Seriösem und Boulevardeskem“ (ebd.: 188). Bereits an dieser Stelle fällt eine verquere Logik oder eine zumindest unglückliche Problembezeichnung auf, denn ein Dualismus bedeutet kein „entweder oder“, sondern ein „sowohl als auch“. Dies gilt zum Beispiel für das duale Rundfunksystem, das eine öffentlich-rechtliche und eine privat-kommerzielle Säule umfasst, die unter Beibehaltung ihrer Differenz (vgl. Konvergenzdebatte) koexistieren. Was die Autorinnen also kritisieren, könnte besser als Dichotomie (= zwei sich wechselseitig ausschließende Alternativen) bezeichnet werden. Dieser Dichotomievorwurf passt aber weder logisch noch wird er empirisch behauptet. Das gilt selbst für die Programmstrukturanalysen, die zwar mit der Dichotomie von Information und Unterhaltung operieren, den Unterhaltungsjournalismus (Infotainment) aber meist großzügig unter Information subsumieren. Zumindest findet eine Debatte über die Grenzziehung statt, die jedoch von Klaus und Lünenborg nicht gewürdigt wird.

Die von den Autorinnen angebotene Alternative in Form der Gegensatzpaare „Information vs. Desinformation“ und „Unterhaltung vs. Langeweile“ (ebd.: 191), die Elisabeth Klaus (vgl. 1996) bereits früher entwickelt hat, kann überhaupt nicht überzeugen. Aus einer Rezipientenperspektive mag der „Dualismus“ von Unterhaltung und Langeweile noch akzeptabel sein, der Gegenbegriff zu Information kann jedoch nur mit einem äußerst eigenwilligen Verständnis von Information als Desinformation bestimmt werden und wird von Klaus in dem Aufsatz von 1996 auch an *keiner* Stelle konkretisiert. Wenn man schon die binäre Logik an dieser Stelle anwendet, kommt wohl eher Nichtinformation als Gegenbegriff zu Information in Frage (vgl. Blöbaum 1994: 20, 273 ff.). Desinformation setzt dagegen voraus, dass der Gegenbegriff Information immer korrekte Information sein muss. Dafür bedarf es jedoch einer eigenständigen Prüfung, einer Metainformation (= Information über die Gültigkeit der Information). Obwohl journalistische Information in der Regel geprüfte Information ist, wäre es sowohl erkenntnistheoretisch aus der Perspektive der Wissenschaft als auch erkenntnispraktisch aus der Perspektive des Publikums naiv, Information deshalb immer für gültig oder korrekt zu halten.

Der Zusammenhang zwischen Information und Unterhaltung ist sicher nicht als logische Opposition (Dichotomie) zu beschreiben, es handelt sich aber auch nicht um voneinander unabhängige Variablen. Die langweilige Informationsdarbietung erfordert ein hohes Maß an Motivation oder an zugeschriebener Relevanz seitens der Rezipienten, um Aufmerksamkeit zu erzeugen. Ein Mangel an dieser Motivation kann sicher teilweise mit Unterhaltungsanreicherung (Infotainment) kompensiert werden. Dies bedeutet jedoch nicht im Umkehrschluss, dass aus jeder Unterhaltung Informationen gewonnen werden können, wie etwa Luhmann (vgl. 1996: 36 ff.) behauptet. Ist die Unterhaltungskomponente sehr stark, überlagert sie den Informationswert der Berichterstattung. Boulevardjournalismus wird deshalb häufig auch zur Belustigung rezipiert und nicht nur, um Informationen über die Welt zu erhalten. Würde man den Zusammenhang von Information und Unterhaltung unter dem Gesichtspunkt der Aufmerksamkeit und dem Gefühl der Informiertheit untersuchen, so wäre wohl eine kurvilineare Beziehung angemessen: Zu wenig *und* zu viel an Unterhaltung mindern den Informationswert der dargebotenen Informationen. Über das genaue Maß kann man sich dann streiten (seriöser versus Boulevard-Journalismus).

In einem weiteren Argumentationsschritt kritisieren die Autorinnen, dass Journalismus in der Forschung auf Informations- und Nachrichtenjournalismus reduziert und andere Arbeitsweisen, Funktionen und Präsentationsweisen vernachlässigt werden (vgl. Klaus/Lünenborg 2000: 189). Dieser Vorwurf ist auch an die Studie „Journalismus in Deutschland“ (JouriD) adressiert, obwohl dort Unterhaltungsjournalisten explizit und repräsentativ berücksichtigt werden. Die Autorinnen wollen eine unerschwellige Abwertung des Boulevardjournalismus, der den „eigentlichen“, seriösen Journalismus im Kern bedroht“, bemerkt haben. Außerdem werfen sie der Journalismusforschung pauschal vor, dass sie in Frage stelle, ob große Teile des Zeitschriftenjournalismus, zahlreiche Hörfunk- und Fernsehsendungen sowie selbst einige Ressorts in Tageszeitungen (Sport, Reise, Mode, Vermischtes) überhaupt zum Journalismus gehören (vgl. ebd.: 190 f.). Weiter unten behaupten sie, laut JouriD-Studie seien lediglich etwa 18 Prozent der Befragten im Nachrichtenjournalismus tätig (vgl. ebd.: 193, Fußnote 3).

Beide Aussagen belegen a) mangelnde Recherche (vgl. Weischenberg 1978; 1994) und b) eine Verwechslung von Darstellungsformen und Organisationsformen (Ressorts), die sich als eine weitere logische Fehlleistung entpuppt: Dass nur 18 Prozent im Ressort „Aktuelles/Politik“ arbeiten, heißt selbstverständlich nicht, dass alle anderen keinen Nachrichtenjournalismus betrieben. Im Gegenteil: In allen Ressorts bildet Nachrichtenjournalismus die Grundlage, also auch im Feuilleton und in „Vermischtes“. Auch Boulevardzeitungen, Illustrierten-Zeitschriften und Boulevardmagazine im Fernsehen produzieren Nachrichten, wenngleich sie oft (aber nicht immer) andere Präsentationsformen wählen.

In der Tat ist an vielen Journalismusstudien zu kritisieren, dass sie dem gleichen Fehlschluss unterliegen und Nachrichtenjournalismus auf im weitesten Sinn politische Nachrichten reduzieren. Dieser Vorwurf trifft jedoch nicht die JouriD-Studie, da sie eine streng medienvermittelte Stichprobe gezogen hat, in die auch Unterhaltungsjournalismus eingeschlossen wurde. Inhaltlich geht es in der Studie darum, wie in den Medien Nachrichten (aber eben nicht nur politische, sondern auch bunte und unterhaltungsorientierte) hergestellt werden und welche Einflüsse dabei wirksam werden. Sollte es ein theoretisches Defizit hinsichtlich der zu engen Grenzziehung des Journalismus in der Forschung gegeben haben, dürfte dieses Problem mit der JouriD-Studie gelöst sein, sodass der Pauschalvorwurf schlicht falsch ist.

Die Grenzziehung der Autorinnen bleibt im Übrigen unklar. Sie müsste jedenfalls mitten durch den Unterhaltungssektor verlaufen und kann eben nicht jede Form von Unterhaltung einbeziehen. Weder sind Spielfilme, Daily Soaps noch Spielshows unter Journalismus subsumierbar, sonst kann man gleich auf eine eigenständige Journalismusforschung verzichten. Der Hinweis, dass sich die Zuschauer auch aus fiktionalen Unterhaltungsangeboten informieren (vgl. Klaus/Lünenborg 2000: 191), ist als Kriterium zur Bestimmung von Journalismus sicher weniger geeignet als die organisatorische Verankerung *und* inhaltliche Ausrichtung der betreffenden Sendungen. Dass die Grenzen nicht immer leicht zu ziehen sind, entlastet nicht von der Mühe, es dennoch zu versuchen und zu dokumentieren (vgl. Scholl/Weischenberg 1998: 266 ff.).

In diesem Zusammenhang muss auch noch eine normative Bemerkung angefügt werden. Die Autorinnen kritisieren mehrfach, dass sich die Journalismusforschung von (idealisierten) Aufklärungsideen leiten ließe. Die gleichermaßen nebenbei implizierte wie offene Legitimation des Boulevardjournalismus unterschlägt dessen Manipulationsversuche, wie sie von kritischen Forschern hinreichend belegt wurden (vgl. Jäger 1993). Für eine Qualitätsdebatte muss natürlich auch die selbst beanspruchte (!) Infor-

mationsleistung des Unterhaltungsjournalismus als Kriterium herangezogen werden. In diesem Kontext ist auch die Debatte um die „Schreinemakerisierung“ zu verorten.

2. Journalismus- oder Publikumsorientierung

Einer der Hauptvorwürfe an die Journalismusforschung und auch an einen Teil der systemtheoretischen Ansätze ist der vermeintliche Ausschluss des Publikums. Dieses sei jedoch zum integralen Bestandteil der Forschungstätigkeit zu machen, damit keine theoretisch falschen Dualismen (s. o.) entstünden und damit Aussagen über die Relevanz journalistischer Textangebote getroffen werden könnten. Begründet wird diese Notwendigkeit ferner praktisch mit der zunehmenden Publikumsorientierung im Journalismus selbst (vgl. Klaus/Lünenborg 2000: 195 f.).

Doch wie sieht diese Publikumsorientierung im Journalismus aus? Journalisten kennen ihr Publikum durch Marktanalysen, Publikumsreaktionen sowie durch (wenige) private Kontakte. Da Journalismus in einem bestimmten ökonomischen Umfeld agiert, ist es notwendig, eine möglichst große Zahl von Rezipienten (quantitativer Aspekt) oder ein bestimmtes, möglichst homogenes Publikumssegment (qualitativer Aspekt) zu erreichen. Darüber hinaus benötigen Journalisten ein Bild von ihrem Publikum, um die Präsentationsweise festlegen zu können und die vermutete inhaltliche Relevanz beim Publikum zu berücksichtigen.

Das Publikum spielt also im Journalismus eine wichtige Rolle – es wird inkludiert (vgl. Blöbaum 1994: 308 ff.) –, aber es ist deshalb nicht per se Bestandteil journalistischer Aussagenproduktion. Dies kann schon deshalb nicht der Fall sein, weil die Publikumssegmente in der Regel zu heterogen sind. Zum Publikum zählen eben nicht nur die Alltagsrezipienten, sondern auch Politiker, Manager und sonstige Entscheidungsträger, die sich für die journalistische Spiegelung ihrer Selbstbeobachtung interessieren (vgl. Grothe/Schulz 1993).

Interessant ist das Publikum nicht in seiner tatsächlichen Zusammensetzung, noch nicht einmal aufgrund seiner tatsächlichen Erwartungen, sondern allenfalls aufgrund der Erwartungserwartungen seitens der Journalisten oder Redaktionen. Befragt man die Journalisten nach ihrem Publikumsbild, lässt sich ermitteln, wie gut sie ihr Publikum kennen, welche Erwartungen sie ihm unterstellen und in welchem Maß diese unterstellten Erwartungen handlungsleitend für ihre Berichterstattung sind.

3. Rollenselbstverständnis der Journalisten

Besonders kritikwürdig scheint die Erhebung des beruflichen Selbstverständnisses der Journalisten zu sein. Einerseits bezweifeln die Autorinnen generell die Notwendigkeit, die Journalisten danach zu befragen, und werfen der JouriD-Studie vor, bei ihrer Operationalisierung nicht systemtheoretisch genug zu sein. Gleichzeitig beschwerten sie sich darüber, dass die „deutsche Journalismusforschung“ resistent gegenüber handlungstheoretischen (und kulturwissenschaftlichen) Ansätzen sei. Zum anderen kritisieren sie, dass die Fragen mehrheitlich auf Nachrichtenjournalismus abzielten und damit ungeeignet seien für die Beschreibung anderer Bereiche des Journalismus (vgl. ebd.: 192 f.).

In der Tat ist die Erhebung der subjektiven Komponente in der systemtheoretischen Journalismusforschung umstritten. Aus diesem Grund wurde diese Vorgehensweise in der JouriD-Studie ausführlich theoretisch und methodisch begründet (vgl. Scholl/Weischenberg 1998: 153 – 163), was hier nicht wiederholt werden muss. Dass sich Systemtheoretiker auch mit der Begründung noch schwer tun, weil sie die methodologische

Unschärfe (nicht den logischen Bruch!) nicht akzeptieren, ist nachvollziehbar, obwohl sich die Vertreter solcher Positionen fragen lassen müssen, ob sie für die Einhaltung aller systemtheoretischer Prämissen einen Großteil der Methoden der empirischen Sozialforschung (hier: Befragung) für ungeeignet erklären wollen.

Eine pragmatischere Sichtweise nimmt hierzu Marcinkowski (vgl. 1993: 101) ein, der solche Ergebnisse einfach systemtheoretisch reinterpretiert, also den theoretischen Ansatz (hier: die Systemtheorie) und die Methoden (hier: die Befragung subjektiver Einschätzungen) nicht als logische Einheit betrachtet. Noch konsequenter geht Weber (2000) vor, der weit reichende Schlussfolgerungen aus seinen Befragungsergebnissen zieht. Hier bildet die (System-) Theorie nur den Rahmen, der empirisch ausgefüllt werden muss. Gesellschaftstheorien können im Unterschied zu Theorien mittlerer Reichweite nicht falsifiziert, aber zur Interpretation empirischer Befunde genutzt werden.

Logisch falsch ist dagegen der Vorwurf der Autorinnen, dass die Konzentration der deutschen Journalismusforschung auf die KommunikatorInnen als Begründung für die Resistenz gegenüber Handlungstheorien herhalten muss (vgl. Klaus/Lünenborg 2000: 192). Gerade Handlungstheorien thematisieren den Zusammenhang zwischen Handlungszielen (Rollenverständnis) und Handlungen (Berichterstattung); insofern hat sich die JouriD-Studie durch den Einbau entsprechender Fragen gegenüber der Handlungstheorie geöffnet. Der Hintergrund der Kritik besteht jedoch darin, dass das Publikum in seiner aktiven Rolle nicht berücksichtigt wurde. Dieser Vorwurf hat allerdings in diesem Fall nichts mit dem theoretischen Ansatz zu tun. Gerade ein handlungstheoretischer Ansatz trennt zwischen den Handlungsrollen, also auch zwischen Journalisten und Publikum. Ob eine kulturwissenschaftliche Perspektive in der Lage ist, die Trennung der Handlungsrollen aufzuheben, bleibt angesichts der von den Autorinnen referierten Studien aus dem Cultural Studies Bereich äußerst fraglich. Außerdem ist die Ineinsetzung von handlungstheoretischen und kulturwissenschaftlichen Ansätzen theoriegeschichtlich nur schwer zu rechtfertigen.

Auch der Vorwurf, die JouriD-Studie richte ihre Fragen nach dem beruflichen Selbstverständnis fast nur auf „den Tätigkeitsbereich der aktuellen Informationsvermittlung“ und „damit“ am Nachrichtenjournalismus aus (vgl. ebd.: 193), ist nicht haltbar. Erneut werden Berichterstattungsmuster und journalistische Tätigkeit logisch unzulässig gleich gesetzt. Die Beschaffung, Verarbeitung und Präsentation aktueller Informationen ist konstitutiver Bestandteil von Journalismus schlechthin, und das gilt auch für Unterhaltungsjournalismus. Sie gehört zum primären Rollenverständnis, unabhängig davon, wie das sekundäre Rollenverständnis (Ratgeber, Unterhalter, Kritiker usw.) aussieht.

Die Faktorenanalyse belegt, dass mit den 21 Items auch andere Berichterstattungsmuster als nur das des objektiven Informations- oder Nachrichtenjournalismus identifiziert werden können (vgl. Scholl/Weischenberg 1998: 167 ff.). Das vermeintlich einseitige Instrument ermöglicht immerhin die Analyse von fünf Dimensionen und erweist sich damit als differenzierungsfähig. Außerdem wurden die 21 Items mit den offenen Antworten der befragten Journalisten verglichen. Es gab keine Nennungen, die nicht auch mit den geschlossenen Vorgaben erfasst wurden. Dies ist ein weiterer Beleg für die Validität des Instruments.

4. Hoffnungsträger Cultural Studies

Im Unterschied zur Kritischen Theorie der Frankfurter Schule setzen die Cultural Studies auf eine genauere Untersuchung der Populärkultur (zu der auch Journalismus zählt) und verstehen diese nicht von vornherein als kulturindustrielle Verblendung. Man kann

den Kernpunkt der Cultural Studies durchaus als das Bemühen auffassen, populäre Kultur als legitime Ausdrucksweise breiter Bevölkerungsschichten anzusehen, ohne gänzlich auf die kritische Perspektive gegenüber den Manipulationsversuchen der Kulturindustrie zu verzichten. Klaus und Lünenborg (vgl. 2000: 197) erhoffen sich von diesem Ansatz die Möglichkeit, das Dreieck von Medien, Kultur und Macht analysieren zu können. Gleichzeitig kritisieren sie, dass die Systemtheorie Dominanzverhältnisse und Interessenkonflikte als sekundär betrachte.

Meines Erachtens beruht diese Einschätzung sowohl auf einer mangelnden Kenntnis der Systemtheorie als auch auf einem nur wenig begründeten Optimismus in Hinblick auf die Leistungen der Cultural Studies. Außerdem fällt auf, dass kulturwissenschaftliche Ansätze voreilig mit Cultural Studies gleichgesetzt werden. Es stellt sich durchaus die Frage, warum die Autorinnen sich nicht die Mühe gemacht haben, etwa den kulturwissenschaftlichen Ansatz des Konstruktivismus, wie ihn Siegfried J. Schmidt vertritt, auf seine Analysefähigkeit zu prüfen. Aus dieser Perspektive liegt eine empirisch gut untersuchte Gattungstheorie vor, die nicht nur in dem von den Autorinnen zitierten Aufsatz von Schmidt und Weischenberg (vgl. ebd.: 196, Fußnote 5) publiziert wurde.

Der Vorwurf, dass die Systemtheorie Machtfragen ausblendeten, ist ungerechtfertigt. Dass Macht „theoriebautechnisch“ der funktionalen Analyse „untergeordnet“ wird, hat noch keine Geringschätzung ihrer Bedeutung zur Folge. Auch dass Macht ausschließlich in Bezug auf das politische System thematisiert wird, belegt nur, dass die Begrifflichkeiten unterschiedlich sind. Mit dem Begriff des Einflusses (der systemtheoretisch nicht kausal interpretiert wird), sind auch die Beziehungen zwischen System und Umwelt analysierbar. Gerade die JouriD-Studie hat sich ausführlich mit unterschiedlichen Einflussfaktoren auseinander gesetzt (vgl. Scholl/Weischenberg 1998: Kapitel 4). Gleiches gilt für Webers Studie in Österreich (vgl. Weber 2000) oder für die älteren Studien von Rühl und Kolleginnen (Dygutsch-Lorenz 1971, Koller 1981), die sich in erster Linie mit (inner)organisatorischen Einflüssen beschäftigen.

Welches Potenzial bergen die Cultural Studies? Es fällt auf, dass die Autorinnen kaum auf Vorarbeiten zu einer eigenständigen Journalismusforschung in dieser Perspektive zurückgreifen können. Vielmehr kritisieren sie mehrfach die Einseitigkeit der Rezipientenforschung. Die „Widersprüche und Konflikte, die zwischen den medialen Bedeutungsangeboten und der kontextgebundenen Bedeutungsproduktion des Publikums sichtbar“ (Klaus/Lünenborg 2000: 199) gemacht werden sollen, erfordern weder einen kulturwissenschaftlichen Ansatz noch eine Integration von Journalismus- und Publikumsforschung. Sie sind aus der arbeitsteiligen sozialwissenschaftlichen Forschung bereits längst bekannt. Das gilt auch für die Fragestellungen, die sich auf die Konflikte innerhalb des Journalismus beziehen (vgl. ebd.: 202).

Weiterhin seien neben sozialen Bedingungen von Journalismus auch die kulturellen Voraussetzungen zu berücksichtigen. Die Autorinnen fassen darunter die „Analyse der journalistischen Texte, ihrer Codes und Konventionen, die zugleich das Rohmaterial für journalistische Folgeproduktionen liefern.“ (Ebd.: 204) Auch dies ist bereits geschehen im Bereich des „Inter-Media-Agenda-Setting“, aber auch in Form von Diskursanalysen, die allerdings theoretisch wie methodisch eher sozialwissenschaftlich als kulturwissenschaftlich ausgerichtet sind (vgl. van Dijk 1988; jüngst insbesondere Kimpeler 2000). Zu erwähnen wären schließlich noch die Untersuchungen zum Verhältnis von Public Relations und Journalismus. Hier gibt es sowohl aussagekräftige sozialwissenschaftliche (vgl. Schweda/Opherden) als auch linguistische (vgl. Bachmann 1997) Inhaltsanalysen, die theoretisch wie methodisch weitaus besser ausgeführt sind als die qualitativen Fallstudien der Cultural Studies.

Abschließend sei noch darauf hingewiesen, dass den Autorinnen nicht nur die konstruktivistische Medientheorie durch die Lappen geht, sondern auch andere Ansätze, die ihre Fragen möglicherweise ebenfalls beantworten. So ignorieren sie etwa die verstehens- und verständigungsorientierten Arbeiten von Gottschlich (vgl. 1980) und darauf aufbauend von Baum (vgl. 1994), die beide die Rolle des Journalismus für den gesellschaftlichen Diskurs bzw. für die Selbstverständigung der Gesellschaft ausloten und sich auf Habermas' Theorie des kommunikativen Handelns berufen. Diese Ansätze sind allerdings kritisch, haben die Idee der Aufklärung noch nicht aufgegeben und passen deshalb wohl nicht zum Zeitgeist.

5. Schlussbemerkungen

Der als programmatisch angelegte Aufsatz von Klaus und Lünenborg kritisiert den bisherigen Bestand der Journalismusforschung und bietet als Lösung der aufgeworfenen Probleme den Ansatz der Cultural Studies an. Allerdings ist die kritische Sichtung der Journalismusforschung weitgehend einseitig, die Darstellung logisch oft falsch – gerade an zentralen Stellen – und zeugt stellenweise von nur oberflächlicher Kenntnis der kritisierten Forschung. Außerdem ignorieren die Autorinnen interessante Ansätze und stellen der Journalismusforschung damit voreilig – also ohne die Leistungen wirklich geprüft zu haben – ein zu schlechtes Zeugnis aus. Damit erweist sich die Kritik als wenig konstruktiv und verschenkt die Chancen, sich gründlich mit der – vor allem systemtheoretischen – Journalismusforschung auseinander zu setzen. Der Diskurs innerhalb der systemtheoretischen Journalismusforschung ist hier deutlich weiter und fruchtbarer. Die theoretischen und methodischen Herausforderungen kommen wohl eher von innen als von außen, was man als zumindest indirekten Beleg für die wenig herausragende Qualität konkurrierender Theorieangebote ansehen könnte.

6. Literatur

- Bachmann, Cornelia (1997): *Public Relations: Ghostwriting für Medien? Eine linguistische Analyse der journalistischen Leistung bei der Adaption von Pressemitteilungen*. Bern u. a.
- Baum, Achim (1994): *Journalistisches Handeln. Eine kommunikationstheoretisch begründete Kritik der Journalismusforschung*. Opladen
- Dijk, Theun A. van (1988): *News as Discourse*. Hillsdale, NJ
- Dygutsch-Lorenz, Ilse (1971): *Die Rundfunkanstalt als Organisationsproblem. Ausgewählte Organisationseinheiten in Beschreibung und Analyse*. Düsseldorf
- Gottschlich, Maximilian (1980): *Journalismus und Orientierungsverlust. Grundprobleme öffentlich-kommunikativen Handelns*. Wien u. a.
- Grothe, Thorsten; Schulz, Wolfgang (1993): *Politik und Medien in systemtheoretischer Perspektive, oder: Was sieht die Wissenschaft, wenn die Politik sieht, wie die Medien die Gesellschaft sehen? Eine Auseinandersetzung mit Frank Marcinkowskis „Publizistik als autopoietisches System“*. In: *Rundfunk und Fernsehen* 41, 4, S. 563 – 576.
- Jäger, Siegfried (1993): *Der Groß-Regulator. Analyse der BILD-Berichterstattung über den rassistisch motivierten Terror und die Fahndung nach der RAF im Sommer 1993*. Duisburg
- Kimpeler, Simone (2000): *Ethnizismus als kommunikative Konstruktion. Operational-konstruktivistische Diskursanalyse (OCDA) von Medienangeboten*. Wiesbaden
- Klaus, Elisabeth (1996): *Der Gegensatz von Information ist Desinformation, der Gegensatz von Unterhaltung ist Langeweile*. In: *Rundfunk und Fernsehen* 44, 3, S. 402 – 417.
- Klaus, Elisabeth; Lünenborg, Margret (2000): *Der Wandel des Medienangebots als Herausforderung an die Journalismusforschung: Plädoyer für eine kulturorientierte Annäherung*. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft* 48, 2, S. 188 – 211.

- Koller, Barbara (1981): Lokalredaktion und Autonomie. Eine Untersuchung in Außenredaktionen regionaler Tageszeitungen. Nürnberg
- Luhmann, Niklas (1996): Die Realität der Massenmedien. 2., erweiterte Auflage. Opladen
- Marcinkowski, Frank (1993): Publizistik als autopoietisches System. Politik und Massenmedien. Eine systemtheoretische Analyse. Opladen
- Scholl, Armin; Weischenberg, Siegfried (1998): Journalismus in der Gesellschaft. Theorie, Methodologie, Empirie. Opladen, Wiesbaden
- Schweda, Claudia; Opherden, Rainer (1995): Journalismus und Public Relations. Grenzbeziehungen im System lokaler politischer Kommunikation. Wiesbaden
- Weber, Stefan (2000): Was steuert Journalismus? Ein System zwischen Selbstreferenz und Fremdreferenz. Konstanz
- Weischenberg, Siegfried (1976): Funktionshierarchie und Auto-Stereotyp von Kommunikatoren. Beispiel Rundfunk-Sportjournalisten: Unterhalter fühlen sich nicht anerkannt. In: Rundfunk und Fernsehen 24, 4, S. 344 – 354.
- Weischenberg, Siegfried (1994): Annäherungen an die „Außenseiter“. Theoretische Einsichten und vergleichende empirische Befunde zu Wandlungsprozessen im Sportjournalismus. In: Publizistik 39, 4, S. 428 – 452.