

Besprechungen

Jochen Hoffmann

Inszenierung und Interpenetration

Das Zusammenspiel von Eliten aus Politik und Journalismus

Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 2003. – 334 S.

ISBN 3-531-13889-8

„Wir alle spielen Theater“. Politiker und Journalisten auch. Aber wie sieht das Spiel aus, wenn Eliten aus Journalismus und Politik interagieren? Jochen Hoffmann hat sich mit dem Kommunikationsverhältnis zwischen Politikern und Journalisten auseinander gesetzt und nach deren Handlungsmustern und Strukturen gefragt. Sein Buch „Inszenierung und Interpenetration. Das Zusammenspiel von Eliten aus Politik und Journalismus“ widmet sich den Interaktionen zwischen Akteuren beider Systeme und konzentriert sich dabei ausschließlich auf die Eliten aus Journalismus und Politik. Eine Auswahl, die gerade in der Tendenz von Eliten begründet wird, sich systemübergreifend zu vernetzen und dadurch Interpenetrationszonen zu bilden.

Der Autor plädiert für den Ansatz eines politisch-medialen Interaktionsraumes, was in seinem Titel durch den Begriff „Interpenetration“ zum Ausdruck kommt. Dabei geht es weniger um die Übermacht der Medien gegenüber der Politik oder um die Manipulation der Medien durch Politiker. Auch die Entstehung eines dritten Systems ist damit nicht gemeint. Eine Interpenetrationszone entsteht nach Hoffmann, wenn unterschiedliche Systemlogiken zusammenwirken, ohne jedoch ein Subsystem oder ein Supersystem zu bilden oder den Bezug zum Muttersystem zu verlieren (S. 54). Im Mittelpunkt seines Buches steht die Inszenierung der Akteure unter den Rahmenbedingungen einer Interpenetrationszone. Dafür hat der Autor eine Kombination aus handlungstheoretischen und systemtheoretischen Ansätzen gewählt und sie mit Irving Goffmanns Rollentheorie in der sozialen Kommunikation ergänzt.¹ Die Inszenierung wird zur Basis der Kommunikation zwischen Medien- und Politikakteuren und leistet die Verbindung zwischen System- und Handlungstheorie.

Hoffmann knüpft an Ergebnisse neuerer

Untersuchungen an.² Er sieht in der heutigen Forschung eine eindeutige Lücke in Bezug auf dieses Thema. Ausgehend von einer empirischen Untersuchung zielt Hoffmann darauf ab, „grundlegende Thesen zur Interaktion von Eliten aus Politik und Journalismus zu formulieren“ (S. 14) und eine Theorie aufzubauen, wonach Interaktionen zwischen Medien- und Politikakteuren analysierbar und qualifizierbar werden.

Politiker und Journalisten wurden zu ihren Rollen in der medialen Politikdarstellung befragt, und ihre Antworten in Hinblick auf die „Handlungsorientierung“ analysiert. Wie nehmen Politiker Journalisten und sich selbst wahr, und wie sehen sich Journalisten und schätzen sie die Politiker ein? Insgesamt wurden 50 Leitfadenterviews von Politikern und Journalisten im Frühjahr und Sommer 1999 durchgeführt, wofür der Autor unterschiedliche Interviewtechniken verwendete, von „unstrukturierten narrativen Interviews“ bis hin zu „hochstandardisierten Befragungen“ (S. 103). Außerdem kombiniert Hoffmann quantitative und qualitative Inhaltsanalyse und stützt sich auf texthermeneutische Interpretation. Dass sich Akteure während der Interviews selbst inszenieren, stellt kein methodologisches Problem dar, sondern bildet überhaupt erst die Basis der Untersuchung. Die Aussagen der Befragten werden von Anfang an als „Produkte spezifischer Deutungsprozesse“ und nicht zuletzt als Rollenausführung und Selbstinszenierung begriffen. Die Ergebnisse der Interviewauswertung werden daher unter dem Aspekt der Verhaltensregeln, Normativität und Rolleninszenierung analysiert. Da Inszenierung immer mit

1 Vgl.: Goffmann, Irving (1998) *Wir alle spielen Theater. Die Selbstdarstellung im Alltag*, München/Zürich; Ders. (1996): *Rahmen-Analyse. Ein Versuch über die Organisation von Alltagserfahrungen*, Frankfurt am Main.

2 Vgl.: Diekmann, Andreas (1999): *Empirische Sozialforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen*, Reinbek; Donges, Patrick /Jarren, Otfried/ (2001): *Politische Kommunikation*, in: Jarren, Otfried/Bonfadelli, Heinz (Hrsg.): *Einführung in die Publizistikwissenschaft*; Pfetsch, Barbara (2000): *Journalistische Professionalität versus persönliches Vertrauen: Normen der Interaktion in der politischen Kommunikation in den USA und Deutschland*, in: Gerhards, Jürgen (Hrsg.): *Die Vermessung kultureller Unterschiede. USA und Deutschland im Vergleich*, Wiesbaden, 141–163.

einer Rahmung verknüpft ist, wird es möglich, durch das Handeln der Akteure Schlüsse auf den Interpenetrationsraum zwischen Eliten aus Politik und Journalismus zu ziehen.

Obwohl Politiker und Journalisten unterschiedlichen Berufsfeldern angehören, verfügen sie über ein „gemeinsames professionsübergreifendes ‚Rahmungswissen‘“ (S. 123). Dieses markiert den Bereich der Interpenetration und stellt ein gemeinsames Repertoire für Selbstinszenierung und Kommunikation dar. Es kristallisieren sich „professionelle Selbstverständnisse“ heraus, die nach Thematisierung, Normen und Relevanz für das faktische Handeln klassifiziert wurden (S. 121). Als geteilte positive Normen erweisen sich Kriterien wie Gemeinwohl und Objektivität, während Selbstinszenierung, finanzielle Motive und Machterwerb für beide Akteursgruppen unter die Kategorie der negativen Handlungsmotive fallen. Allerdings zeigen beide Berufsgruppen unterschiedliche Umgangsformen mit der Norm in der Interviewsituation. Wo Politiker über ihre machtorientierten Kollegen scharf urteilen, sind Journalisten gegenüber diesen Motivationen ihrer Berufsgenossen etwas nachsichtiger. Auch im Hinblick auf das Anomieempfinden, d. h. die Diskrepanz zwischen Norm und Handlungsrelevanz, beider Gruppen gibt es Unterschiede. Dem politischen Journalismus wird eine größere Anomie als der Politik unterstellt (S. 135). Allerdings sind beide Akteursgruppen von der Tendenz geprägt: Je höher die Abstraktionsebene der Person (Politiker/Journalist) von der Organisation (Partei/Medienorganisation) und schließlich dem Sektor (Politik/Medien), desto kritischer sind die Aussagen und dementsprechend das Anomieempfinden der Befragten.

Politiker und Journalisten stehen „flexibel einsetzbare Deutungsmuster zur Verfügung, die eine normative Absicherung unterschiedlicher Handlungen erlauben“ (S. 299). „Als handelnde Akteure können beide Akteursgruppen politische und mediale Ziele verfolgen, Zwecke durchsetzen bzw. Erwartungen befriedigen“ (S. 193). Politiker erscheinen aus dieser Perspektive als kreative Akteure, die sich mit Medialisierung auseinander setzen und mit deren Rahmenbedingungen spielen. Sie entwickeln Strategien der Themensetzung und Dethematisierung, handeln mit Information und Enthüllung und versuchen dadurch, die Kontingenz für ihre Rollenpositionierung innerhalb des In-

terpenetrationsraumes zu minimieren. Auch Journalisten mobilisieren Machtressourcen wie Publizität, Geheimhaltung und Themenpräsentation. In diesem Szenarium erscheinen unterschiedliche Interaktionsmuster zwischen Journalisten und Politikern, die vom symbiotischen Verhalten, über Tauschbeziehungen bis hin zur Konkurrenz gehen. Auch innerhalb der beiden Gruppen entstehen ähnliche Dynamiken, wobei bei Politikern stärker Konkurrenzeffekte innerhalb des Muttersystems empfunden werden als bei Journalisten. Wichtig für die Strukturierung der Interaktion von Politikern und Journalisten scheinen Kategorien wie Ideologie, Professionalität und vor allem Vertrauen zu sein. Sie bilden eine „informale Regelsetzung“ und begrenzen dadurch die Kontingenz der Interpenetrationszone.

Als weitere Differenzierung der Untersuchung erweist sich die Unterteilung der Befragten in aktive und ehemalige Politiker bzw. Journalisten. Hoffmann stellt fest, dass Aktive und Ehemalige sich unterschiedlich zur Politikdarstellung, Berufsethik und professionellen Zielen äußern, und dass sie unterschiedliche Handlungsorientierungen verfolgen. Ehemalige Journalisten und Politiker z. B. scheinen sich weniger von anerkannten normativen Ansprüchen leiten zu lassen als ihre aktiven Berufsgenossen. Mit dem Vergleich zwischen Aktiven und Ehemaligen beabsichtigt Hoffmann, die Differenz zwischen Vorder- und Hinterbühne in Interviewsituationen aufzufangen. Steht die Vorderbühne für das, was aufgeführt wird, ist die Hinterbühne der Raum der Auführungsvorbereitung (Goffmann, 1998: 217).

Die Stärke des Buches liegt weniger in den Aussagen zu Medien und Politik als vielmehr in den fein erarbeiteten Theoriemodellen und innovativen Methoden. Hoffmann macht jeden Schritt seiner Untersuchung nachvollziehbar und belohnt die Anstrengung des Lesers mit theoretischen Erkenntnissen und methodischer Kreativität. Dabei zeigt Hoffmann, dass Politik und Journalismus nicht nur strukturell, sondern auch operativ gekoppelt sind. Leider erfährt man wenig über die Konsequenzen der Interpenetration innerhalb der Eliten für die Herstellung von politischer Öffentlichkeit und medialer Politikvermittlung. Fraglich bleibt, ob die relativ atypische Situation der Akteure in der Bonner Republik zu allgemein gültigen Ergebnissen leiten kann. Sie wird von Hoffmann aufgrund der hohen Kontaktintensität als ex-

emparisch für die Interaktion von Eliten aus Politik und Journalismus dargestellt. Aber sie könnte als Sonderform der Interaktionen innerhalb von Eliten gelten, wie der zirkulierende Begriff „Raumschiff Bonn“ andeutet. Ein perspektivischer Vergleichsansatz würde diesen Verdacht zerstreuen.

Paula Diehl

Thomas Breyer-Mayländer

Einführung in das Medienmanagement

Grundlagen, Strategie, Führung, Personal

München: R. Oldenbourg, 2004. – 229 S.

ISBN 3-486-27594-1

Mit der Etablierung der Medienökonomie als Fach, das sich in Forschung und Lehre profiliert, ist naturgemäß auch eine stetig steigende Zahl an Publikationen verbunden. In diesen Kontext reiht sich das von Breyer-Mayländer verfasste Werk ein. Dem Charakter einer Einführung entsprechend, wird keine individuelle Unternehmens- und/oder Marktanalyse vorgenommen und es werden keine medien(gatungs-)spezifischen Analysen vorgestellt. Der Band führt auf knapp über 200 Seiten in die Grundlagen der Managementwissenschaft unter Verwendung von Beispielen aus dem Mediensektor ein.

In einleitenden Kapiteln werden unterschiedliche Managementbegriffe entwickelt und dargestellt, vor allem wird das integrierte bzw. normative Management nach Knut Bleicher elaboriert. Im zweiten Hauptteil der Einführung wird das strategische Management diskutiert. Im Mittelpunkt dieser Ausführungen stehen die strategische Analyse, die Generierung generischer Wettbewerbsstrategien und die Diskussion von Instrumenten der strategischen Analyse und Steuerung. Dem einführenden Charakter des Buches entsprechend werden in den beiden abschließenden Kapiteln Führungstheorien, Motivationstheorien und Führungskonzepte dargestellt. Ein eigener Abschnitt widmet sich der Diskussion von Konflikten und diskutiert Möglichkeiten des Konfliktmanagements. Abgeschlossen wird die Einführung in das Medienmanagement mit Betrachtungen zum Personalmanagement in Medienunternehmen und folgt auch hier der in der Betriebswirtschaft üblichen Gliederung

von Personalaktivierung, Personallenkung und Personalbindung.

Das Buch stellt damit eine grundlegende Einführung in die Managementwissenschaft unter Verwendung von Beispielen aus dem Mediensektor dar. Der Anspruch, es als Einführung in das Medien-Management zu bezeichnen, wird jedoch aus Perspektive des Rezensenten nicht erfüllt. Der Bindestrich zwischen den beiden Begriffen trennt hier mehr als er verbindet. Ansätze zum normativen Management (wie etwa jener nach Bleicher) und operative Managementmodelle wie Balanced Score Card werden zwar diskutiert, die für die Umsetzung in das Medienmanagement notwendigen Implikationen werden jedoch nur angedeutet. Vor allem wird dies deutlich, wenn es um die Darstellung des Managements von Konflikten in Medienunternehmen geht. Der basale und für das Feld Medienmanagement konstitutive Konflikt zwischen Quote und Qualität, zwischen journalistischen und ökonomischen Ansprüchen bzw. zwischen der journalistischen und der kaufmännischen Hierarchie und die sich daraus ergebenden praktischen Anforderungen im Medienmanagement werden im Kapitel „Konfliktbewältigung im Medienmanagement“ noch nicht einmal dargestellt, geschweige denn einer Lösung zugeführt. Eine solche Diskussion in einem Kapitel über Konfliktmanagement bzw. über Personalmanagement in Medienunternehmen nicht zu führen und lediglich auf Konzepte kooperativer Führung zu verweisen, die in ihrer Allgemeinheit für jede beliebige Branche gültig sein können, greift wohl zu kurz. Ob diese Konzepte denn für andere Branchen Gültigkeit haben, dies ist im Übrigen in einigen Teilen des Buches fraglich, denn hin und wieder werden Konzepte diskutiert, die auch in der einschlägigen Fachliteratur als veraltet bzw. falsifiziert erachtet werden (prominenteste Beispiele sind sicherlich die Darstellung der Motivationstheorien nach Maslow und Herzberg).

Als grundlegende Einführung in das Management von Unternehmen mag der vorliegende Band trotz dieser Mängel tauglich sein. Als Einführung in das Medienmanagement jedoch vermag er trotz der medienspezifischen Kasuistik nicht zu überzeugen. Der Spagat zwischen managementspezifischer Universalität und medienspezifischer Spezialität vermag nicht recht zu gelingen. Wie Scholz und Eisenbeis DBW 63 (2003) in einer Sammelrezension