

Martina Thiele (Hg.)

## Konkurrenz der Wirklichkeiten – Wilfried Scharf zum 60. Geburtstag

2005

<https://doi.org/10.25969/mediarep/3680>

Veröffentlichungsversion / published version

Buch / book

### Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Thiele, Martina (Hg.): *Konkurrenz der Wirklichkeiten – Wilfried Scharf zum 60. Geburtstag*. Göttingen: Universitätsverlag Göttingen 2005. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/3680>.

### Erstmalig hier erschienen / Initial publication here:

<https://doi.org/10.17875/gup2005-519>

### Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Creative Commons - Namensnennung - Keine Bearbeitungen 3.0 Lizenz zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu dieser Lizenz finden Sie hier:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nd/3.0>

### Terms of use:

This document is made available under a creative commons - Attribution - No Derivatives 3.0 License. For more information see:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nd/3.0>

Martina Thiele (Hg.)

# Konkurrenz der Wirklichkeiten

Herodotus: Selbst wenn ein menschliches Wesen die Welt erkennen würde, wie sie wirklich ist, könnte es das selbst doch nie wissen. – Protagoras: Aller Dinge Maß ist der Mensch. – Sextus Empiricus: Wir können unsere Wahrnehmungen immer nur mit unseren Wahrnehmungen, nie aber mit dem Objekt unserer Wahrnehmung, so, wie es vor unseren Wahrnehmungen war, vergleichen. – Heraklit: Aller Wandel ist widersprüchlich; daher ist der Widerspruch das Wesen der Wirklichkeit. – Epiktet: Nicht die Dinge selbst beunruhigen uns, sondern die Meinungen, die wir von den Dingen haben. – Hippokrates: Alle Teile des Organismus bilden einen Kreis. Daher ist jeder Teil sowohl Anfang als auch Ende. – Berkeley: Erst wirbeln wir den Staub auf und behaupten dann, dass wir nicht sehen können. – George Bernard Shaw: Im Leben gibt es zwei Tragödien. Die eine ist die Nichterfüllung eines Herzenswunsches. Die andere ist seine Erfüllung. – Lewis Carroll: Wenn kein Sinn darin ist, so erspart uns das eine Menge Arbeit, denn dann brauchen wir keinen zu suchen. – Gottfried Benn: Es gibt keine Wirklichkeit, es gibt das menschliche Bewusstsein, das unaufhörlich aus seinem Schöpfungsbesitz Welten bildet, umbildet, erarbeitet, erleidet, geistig prägt. – Albert Einstein: Die Theorie bestimmt, was wir beobachten können. – Paul Valéry: Es gibt keine wahre Bedeutung eines Textes. – Jean Piaget: Der Verstand organisiert die Welt, indem er sich selbst organisiert. – Robert Ardrey: Ein Territorium zum Beispiel existiert nicht in der Natur, es existiert im Bewusstsein des Tieres. – Peter L. Berger/Thomas Luckmann: Da man leichter etwas erfindet, was sich nie ereignet hat, als etwas vergisst, das sich ereignet hat, fabriziert man Ereignisse und fügt sie ein, wo immer sie gebraucht werden, um Erinnerung und neue Wirklichkeit aufeinander abzustimmen. – Ernst von Glasersfeld: Und dann ist der Wein, den ich trinke, nie der Wein, den du trinkst. – Carl Friedrich von Weizsäcker: Sprechen wir sinnvoll von Realität, so sprechen wir von Realität, spricht niemand von Realität, so ist von Realität nicht die Rede. – Klaus Krippendorff: Gewähre anderen, die in deinen Konstruktionen vorkommen, dieselbe Autonomie, die du bei ihrer Konstruktion beanspruchst. – Heinz von Foerster: Die Anrufung der Objektivität ist gleichbedeutend mit der Abschaffung der Verantwortlichkeit; darin liegt ihre Popularität begründet. – Thomas Hora: Um sich selbst zu verstehen, muss man von einem anderen verstanden werden. Um vom anderen verstanden zu werden, muss man den anderen verstehen. – Paul Watzlawick: Ein Mann kommt in den Himmel und trifft dort einen alten Freund, auf dessen Schoß ein dralles, süßes Mädchen strampelt. „Wie himmlisch“, sagt der Neuangekommene, „ist sie deine Belohnung?“ „Nein“, sagt der alte Mann traurig, „ich bin ihre Strafe.“ – Humberto R. Maturana/Francisco J. Varela: Alles Gesagte ist von jemandem gesagt. – Francisco J. Varela: Weder das Subjekt noch das Objekt stehen am Anfang. Beide existieren nur in wechselseitiger Abhängigkeit. – Siegfried J. Schmidt: Wirklichkeitskonstruktion ist autobiografisch, sie fällt bei jedem Menschen verschieden aus. – Dirk Baecker: Der Beobachter kann sich nicht mehr heraushalten aus der Welt. Er ist, mit all seinen Beobachtungen, selbst ein Produkt dieser Welt. – Peter Krieg: Dokumentarfilm ist eine Fiktion, d.h. die Anerkennung als Dokumentarfilm beruht auf einer gesellschaftlichen Übereinkunft, die eine bestimmte Art und Weise der Filmherstellung und Filminszenierung und die so entstandenen Bilder als „dokumentarisch“ bezeichnet und ihnen eine andere Art von „Echtheit“ verleiht als z.B. Spielfilme. – Klaus Mollen: Konstruktionen von Wirklichkeit sind gemäß dem „Thomas-Theorem“, indifferent un kann, was er zuvor wollte. – Bernd Klabaren Richtung: Derselbe Film kann, je nach Konstruktions des Zuschauers, entweder anregend oder abstoßend oder verhältnismäßig neutral wirken. – Friedrich Dönhoff: Die Welt ist so, wie man sie sieht. – Bernhard Pörksen: Auch die Bezeichnung Konstruktivismus suggeriert bereits einen Gleichklang des Denkens, der gerade nicht existiert. Carpe



Universitätsdrucke Göttingen



Martina Thiele (Hg.)  
Konkurrenz der Wirklichkeiten

This work is licensed under the [Creative Commons](#) License 3.0 “by-nd”, allowing you to download, distribute and print the document in a few copies for private or educational use, given that the document stays unchanged and the creator is mentioned. You are not allowed to sell copies of the free version.



erschienen in der Reihe der Universitätsdrucke  
im Universitätsverlag Göttingen 2005

---

Martina Thiele (Hg.)

Konkurrenz der  
Wirklichkeiten

Wilfried Scharf zum 60. Geburtstag



Universitätsverlag Göttingen  
2005

## Bibliografische Information der Deutschen Bibliothek

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliographie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <<http://dnb.ddb.de>> abrufbar.

Dr. Martina Thiele, Assistentin am Fachbereich Kommunikationswissenschaft der Paris Lodron Universität Salzburg, von 1993 bis 2000 Mitarbeiterin am Göttinger Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft.

Mein Dank gilt allen Kolleginnen und Kollegen, die einen Beitrag für diesen Band verfasst haben, zudem Margo Bargheer vom Universitätsverlag Göttingen sowie Daniel Lorenz und Holger Ihle, die die Beiträge in eine druckfähige Version gebracht haben.

# Inhalt

Vorwort	1
<i>Elisabeth Klaus</i>	
›Göttinger Urgestein‹: Wilfried Scharf zum 60. Geburtstag	5
<i>Claudia Riesmeyer</i>	
Mehr Schein als Sein? Grenzbeziehungen zwischen Journalismus und Public Relations	9
<i>Sarah Zielmann</i>	
Wirklichkeitsvermittlung oder auftraggeberfreundliche Wirklichkeitsangebote? Diskussion der konstruktivistischen PR-Perspektive unter Berücksichtigung PR-ethischer Überlegungen.	25
<i>Klaus Gietinger</i>	
Der Tod auf der Straße findet in den Massenmedien nicht statt.	43
<i>Oliver Weiß</i>	
20 Jahre Dualer Rundfunk in Deutschland	55
<i>Nadine Stockmann</i>	
Konstruktionen von Realität in deutschen TV-Spielfilmen	67
<i>Ralf Stockmann/Nils K. Windisch</i>	
Digitaler Filmriss oder Wer das Kino neu erfindet	79



<i>Kay Meiners</i>		
	Sprache und Politische Korrektheit	93
<i>Susanne Kinnebrock</i>		
	Frauen und Männer im Journalismus. Eine historische Betrachtung.	101
<i>Susanne Kassel</i>		
	Die mediale Konstruktion weiblicher Stereotype im Krieg	133
<i>Lydia Butt</i>		
	Zur Konstruktion von Deutschsein in der publizistischen Kontroverse zur ›Leitkultur‹ 2004	151
<i>Martina Thiele</i>		
	Österreich im <i>Spiegel</i> , Deutschland im <i>profil</i> . Die Berichterstattung der Nachrichtenmagazine über ihren Nachbarn.	189
	Autorinnen und Autoren	217

Martina Thiele

## Vorwort

Auch wenn die Frage, ob die Realität erst durch die Sinneswahrnehmung der Menschen erzeugt wird, die Philosophiegeschichte durchzieht, haben sich KommunikationswissenschaftlerInnen erst in den letzten drei Jahrzehnten intensiver mit ihr beschäftigt. Seit Anfang der 90er Jahre ist der Konstruktivismus, der diese Frage in den Mittelpunkt stellt, auch in Lehrveranstaltungen kommunikationswissenschaftlicher Studienrichtungen behandelt worden. Am Göttinger Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft ist es vor allem Wilfried Scharf, der Studierende mit diesem Ansatz konfrontiert. Das führt bei vielen, die später als JournalistInnen, ÖffentlichkeitsarbeiterInnen, MarktforscherInnen oder WissenschaftlerInnen arbeiten wollen, zunächst zu einer gewissen Verunsicherung, dann zu einer grundsätzlichen Beschäftigung mit Begriffen wie Realität, Wirklichkeit, Wahrheit und Lüge, Objektivität und Subjektivität, Beobachten, Verstehen, Kommunizieren und Handeln. Zu »radikalen« KonstruktivistInnen werden die wenigsten, doch wachsender und in ihren Antworten differenzierter, wenn nach Medienwirkungen oder der Lösung gesellschaftlicher Probleme gefragt wird.

Diese Fähigkeit zu differenzieren, ohne indifferent zu sein, versucht Wilfried Scharf in seinen Lehrveranstaltungen zu vermitteln. Den Vorwurf gegenüber dem Konstruktivismus, aufgrund seiner »Beliebigkeit«, eines *anything goes*, letztlich in die Verantwortungslosigkeit zu führen, entkräftet er mit dem Hinweis auf Heinz von Foersters Aussage: »Objektivität ist die Selbsttäuschung des Subjekts, Beobachtung sei ohne es möglich. Die Anrufung der Objektivität ist gleichbedeutend mit der Abschaffung der Verantwortlichkeit: darin liegt ihre Popularität begründet.« IdeologInnen werden mit dieser Erklärung nicht viel anfangen können, sondern mit Fakten, Fakten, Fakten argumentieren. Es geht aber nicht um »richtig« oder »falsch«, sondern darum, aus verschiedenen Angeboten wählen zu können und handlungsfähig zu bleiben. »Plausibel« und »viabel« sind für KonstruktivistInnen deswegen die treffenderen Begriffe. Statt von permanenter Manipulation gehen sie von der Eigentätigkeit und Selbstorganisation der Individuen aus. Das hat

natürlich auch politische Implikationen und mag zu einem gewissen Teil den Erfolg des Konstruktivismus nach der politischen Zeitenwende 1989/1990 erklären.

Wilfried Scharf vertritt einen sozialen Konstruktivismus, der zwar das Subjekt als Individuum in den Mittelpunkt stellt, jedoch soziale Beziehungen der Menschen untereinander nicht missachtet. Nur durch Beobachtung und permanenten Abgleich verschiedener Beobachtungen entstehen Meinungen und daraus wiederum Handlungen. Und nur in dem Bewusstsein, dass es so viele Wirklichkeiten wie Individuen gibt, dass jede Kommunikation neben einem Inhaltsaspekt auch einen Beziehungsaspekt enthält, kann Kommunikation gelingen und persönliche wie gesellschaftliche Verantwortung übernommen werden.

In diesem Band mit dem Titel *Konkurrenz der Wirklichkeiten* treffen ganz unterschiedliche Sichtweisen aufeinander. Es werden auf den ersten Blick weit auseinander liegende Themen behandelt, obwohl es immer um Medien und Kommunikation geht. LeserInnen stoßen sowohl auf realistische Positionen als auch auf konstruktivistische, weil wir AutorInnen es trotz konstruktivistischer Vorbildung offenbar nicht lassen können, unsere Beobachtungen an dem zu messen, was wir für *die* Realität halten. Daten und Fakten, Zitate und Belege sollen unsere Argumentationen stützen. So gesehen ist der Titel des Buches, *Konkurrenz der Wirklichkeiten*, passend, denn er deutet auf Vielfalt.

Um welche Sichtweisen und Themen es sich handelt, möchte ich im Folgenden skizzieren und bei aller Unterschiedlichkeit und Einzigartigkeit doch Verbindungen zwischen Positionen, Themen und nicht zuletzt Personen herstellen. Die AutorInnen eint, dass sie bei Wilfried Scharf studiert haben.

Claudia Riesmeyer, wissenschaftliche Mitarbeiterin und Doktorandin am Göttinger Institut, beschäftigt sich in ihrem Beitrag mit dem Verhältnis von Journalismus und Public Relations. Die Daten, die sie mittels Beobachtung, Befragungen und Input-Outputanalyse des eingehenden PR-Materials bei verschiedenen Redaktionen der *Thüringer Allgemeinen* erhoben hat, belegen, dass von Determination des Journalismus durch PR nur bedingt die Rede sein kann. Möglicherweise intensiviert das aber die Versuche der PR, Wirklichkeiten durch Erzeugung und Befestigung von Images zu konstruieren.

Sarah Zielmann, wissenschaftliche Mitarbeiterin und Doktorandin in Münster, diskutiert die konstruktivistische PR-Perspektive unter Berücksichtigung ethischer Grundsätze. In der PR-Wissenschaft bestehe Konsens darüber, dass ethisches Verhalten die Entwicklung von PR als Profession unterstützt. Fraglich aber bleibt, inwieweit Übereinstimmung bei der Definition ethischen Verhaltens und der Umsetzung in die PR-Praxis zu erzielen ist.

Ausgehend von der Kritischen Politischen Ökonomie befasst sich Klaus Gietinger, Filmemacher und Publizist, mit den Auswahlkriterien der JournalistInnen, die zur Folge haben, dass Themen wie die hohe Zahl an Verkehrstoten weltweit in den Massenmedien kaum vorkommen. Er bestätigt damit die konstruktivistische

Annahme der Erzeugung von Realität durch Massenmedien. Dieser Medienrealität setzt er seine Sicht der Dinge entgegen.

Oliver Weiß vom *Verband Privater Rundfunk und Telekommunikation (VPRT)* nutzt den Konstruktivismus in der Rückschau auf 20 Jahre Dualen Rundfunk in Deutschland zur Legitimierung des Nebeneinanders, indem er auf die Unterschiedlichkeit der Angebote sowie die Bedürfnisse der KonsumentInnen verweist.

Ebenfalls mit dem Medienangebot, speziell den im Auftrag privat-kommerzieller und öffentlich-rechtlicher Anbieter produzierten Spielfilmen, setzt sich Nadine Stockmann, Doktorandin am Göttinger Institut, auseinander. Sie untersucht das in TV-Spielfilmen vermittelte Gesellschaftsbild und gleicht es ab mit statistischen Daten und Befunden aus Milieu-Studien. Damit nimmt sie ähnlich wie Gietinger stärker die realistische Position ein, sieht aber in den TV-Produktionen zugleich Konstruktionsangebote der *Filmemacher* an die RezipientInnen.

Filmproduktion und -rezeption stehen auch im Mittelpunkt des Beitrags von Ralf Stockmann, Leiter des Göttinger Digitalisierungszentrums (GDZ) der Universitätsbibliothek, und Nils K. Windisch, Magisterkandidat. Sie erörtern die Möglichkeiten, die sich aus der Weiterentwicklung der Filmtechnik ergeben, ebenso wie die durch das Internet veränderten Konsumptionsbedingungen. ZuschauerInnen betrachten sie als AkteurInnen und weisen ihnen damit eine aktive Rolle bei der Erzeugung ihrer Wirklichkeiten zu.

Kay Meiners, Journalist, geht die Frage nach den Konstruktionen von Realität und der Konkurrenz der Wirklichkeiten grundsätzlich an, indem er sich mit Sprache und Politischer Korrektheit befasst, dabei Sprache als intrinsischen Teil der Wirklichkeit begreift. Speziell politisch korrekte Sprache soll einer Funktion dienen: auf Ungerechtigkeiten aufmerksam machen und sie überwinden helfen. Dahinter steht die Auffassung, dass sich gesellschaftliche Realität mittels Sprache verändern lässt. Meiners verfolgt dieses Projekt mit Skepsis und plädiert für ein ständiges Überprüfen der Grenzen des Sagbaren.

Dass Sprache und gesellschaftlicher Wandel sehr wohl einander bedingen, zeigt Susanne Kinnebrock, Kommunikationswissenschaftlerin in Erfurt, in ihrer historischen Betrachtung des Journalismus. Geschichtsschreibung ist eine besondere Form der sprachlichen Konstruktion von Wirklichkeit. Journalismusgeschichte war lange Zeit die Geschichte bedeutsamer Publizisten, Publizistinnen sind den Geschichtsschreibern nicht aufgefallen. Kinnebrock jedoch verdeutlicht den Anteil, den Frauen in verschiedenen Epochen an der Entwicklung der Profession hatten.

Nicht mit Journalistinnen, sondern mit Soldatinnen und ihrer medialen Konstruktion befasst sich Susanne Kassel, Doktorandin in Salzburg. Am Beispiel der während des Irak-Kriegs international bekannt gewordenen US-Soldatinnen Jessica Lynch und Lynndie England zeigt Kassel, wie geschlechterstereotyp Dar-

stellungen in den Medien zur Rechtfertigung oder Verurteilung von Kriegshandlungen verwendet werden.

Lydia Butt, Magisterkandidatin in Göttingen, untersucht mittels Diskursanalyse die Konstruktion von Deutschsein in der publizistischen Kontroverse zur ›Leitkultur‹, die im Jahr 2004 nach der Ermordung des niederländischen Filmemachers Theo van Gogh wieder losbrach. Butt setzt sich intensiv mit den ›mächtigen Konstrukten‹ Nation und Identität auseinander und bietet damit eine gute theoretische Fundierung auch des letzten Beitrags, meinem. Ich analysiere das Bild Deutschlands im österreichischen Nachrichtenmagazin *profil* sowie das Bild Österreichs im *Spiegel* mit dem Ziel, nationale Stereotype und Diskurse zu identifizieren, die das Verhältnis der beiden Länder zueinander bestimmen. Vor allem der Vergangenheits-Diskurs als anhaltende Beschäftigung mit der gemeinsamen NS-Vergangenheit erweist sich als medial konstruiert und nationale Identitäten konstruierend.

Die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit den von uns behandelten Themen ist häufig von Wilfried Scharf initiiert worden. Die Autorinnen und Autoren dieses Buches waren daher der Meinung, dass sie dem akademischen Lehrer und Förderer zum 60. Geburtstag am ehesten eine Freude mit etwas Gedrucktem machen können. Er ist trotz der Menge an Seminar- und Magisterarbeiten, die er betreut, auch in der knappen Freizeit ein Vielleser und hat uns immer wieder beeindruckt durch sein umfangreiches Wissen über Geschichte, Politik, Musik, Film und Literatur. Das stellt auch die Kollegin Elisabeth Klaus, Kommunikationswissenschaftlerin in Salzburg, in ihrer Würdigung des ›Göttinger Urgesteins‹ heraus. Er ist, was manche erstaunen mag, einer, der Gedichte liebt und viele auswendig weiß. Deswegen schließe ich mit einem Vers des von Wilfried Scharf verehrten Lyrikers Gottfried Benn, dem ›armen Hirnhund‹, der Wirklichkeit als Europas dämonischen Begriff erkannt hat und durchaus als Solipsist bezeichnet werden darf:

### **Ein Wort**

*Ein Wort, ein Satz – : aus Chiffren steigen  
erkanntes Leben, jäher Sinn,  
die Sonne steht, die Sphären schweigen  
und alles ballt sich zu ihm hin.*

*Ein Wort – ein Glanz, ein Flug, ein Feuer,  
ein Flammenwurf, ein Sternenstrich –,  
und wieder Dunkel, ungeheuer,  
im leeren Raum um Welt und Ich.*

*Gottfried Benn, Statische Gedichte*

Elisabeth Klaus

## ›Göttinger Urgestein‹: Wilfried Scharf zum 60. Geburtstag

Wilfried Scharf wurde am 23. September 1945 in Delmenhorst (Niedersachsen) als ältester Sohn eines Mechanikermeisters und dessen Ehefrau geboren. Nach dem Abitur verbrachte er drei Jahre bei der Bundeswehr, bevor er dann im Sommersemester 1968 an der damaligen Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät der Universität Göttingen zu studieren begann. Parallel zum Diplom-Sozialwirte-Studium absolvierte er ein Volontariat bei der Feature-Redaktion von Radio Bremen, das sicher den Grundstein für die spätere Praxisnähe legte. In Göttingen galt Scharfs besonderes Interesse der von Wilmont Haacke vertretenen ›Publizistik‹. Haacke bot dem Studenten eine Hilfskraftstelle an, vor allem, so erzählt dieser mit ironischem Augenzwinkern, wegen seiner imposanten, Respekt einflößenden Erscheinung, die den Ordinarius vor den in Göttingen besonders bewegten Studierenden schützen sollte. Mit einer Diplomarbeit über den *Bundesverband deutscher Zeitungsverleger (BDZV)* schloss Scharf 1972 sein Studium ab. Bereits ein Jahr zuvor hatte er in der *Publizistik* seinen ersten Fachzeitschriftenaufsatz veröffentlicht, einen kritischen Überblick über die damals gängigen Public-Relations-Ansätze. Der Beginn von Scharfs wissenschaftlicher Laufbahn ist eng mit Wilmont Haacke verknüpft. Das erklärt die für den außenstehenden Betrachter manchmal unverständliche Loyalität, die Scharf bis heute gegenüber dem in der Nazizeit Kompromittierten und späterem Gründungsmitglied der *Deutschen Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft (DGPK)* an den Tag legt.

Nach einem kurzen Zwischenspiel, in dem Wilfried Scharf als Studienleiter für Gesellschaftspolitik an der Evangelischen Akademie Oldenburg tätig war, holte ihn der damals frisch berufene Nachfolger Haackes, Jörg Aufermann, 1975 als wissenschaftlichen Assistenten an das Göttinger Institut zurück. 1980 erfolgte die

Promotion zum Dr.disc.pol. bei Aufermann und Haacke mit einer Arbeit über *Nachrichten im Fernsehen der Bundesrepublik Deutschland und der DDR. Objektivität oder Parteilichkeit in der Berichterstattung*, so der Titel der gekürzten Buchpublikation. Das Herzstück der Arbeit ist ein inhaltsanalytischer Vergleich der Berichterstattung von *Tagesschau* und *Aktueller Kamera* zur außenpolitisch bedeutenden KSZE-Nachfolgekonferenz, die 1977/78 in Belgrad tagte. Wer die Arbeit heute nachliest, erhält auch einen guten Überblick über die wesentlichen ProtagonistInnen des Faches. Dabei fällt auf, dass Scharf sich der Zuordnung zu einem der beiden Lager – hier die Mainzer Schule um Noelle-Neumann, da die Vertreter einer kritischen Gesellschaftstheorie – verweigerte und demgegenüber eine liberale Position einnahm, die Kritik an der Berichterstattung der *Aktuellen Kamera* formulierte, jedoch auch bei der *Tagesschau* Parteilichkeit im Sinne einer prowestlichen Position feststellte.

Die Dissertation zeigte die Richtung, die Scharfs wissenschaftliche Interessen in der Folgezeit nahmen. »Medien und Politik«, »Meinungsbildung in Meinungsführermedien«, »audio-visuelle Massenkommunikation und politische Kultur«, »Konstruktion von Realität durch Massenmedien« gibt Scharf neben der »Sportberichterstattung« bis heute als seine Schwerpunkte an. Bis zur Wiedervereinigung 1990 forschte und publizierte er immer wieder zu den Massenmedien der DDR. 1985 erschien *Das Bild der Bundesrepublik in den Massenmedien der DDR*, eine inhaltsanalytische Untersuchung, die im Auftrag des Presse- und Informationsamts der Bundesregierung entstand. Noch heute berichten ehemalige Studierende begeistert von den Exkursionen in die DDR, die einen Einblick in das ostdeutsche Mediensystem erlaubten. Neben den eher hermeneutischen Beiträgen, etwa zur nationalsozialistischen Propaganda oder zur publizistischen Kontroverse über Martin Walsers Friedenspreisrede (gemeinsam mit Martina Thiele), blieb Scharfs bevorzugte Methode die Inhaltsanalyse, zu deren Anwendung er in besonderem Maße auch seine Studierenden ermunterte.

Besonders nachhaltig hat Wilfried Scharf als Hochschullehrer in Göttingen gewirkt, wo er, abgesehen von Gastdozenturen an den Instituten in Hamburg und Leipzig, durchgängig unterrichtete. Verdient gemacht hat sich Scharf um die Konzeption der einführenden kommunikationswissenschaftlichen Vorlesungen, die zum Ungemach benachbarter Fächer immer wieder bei Evaluationen besonders gut abschneiden. Scharfs Film-Veranstaltungen, die er regelmäßig in Kooperation mit dem örtlichen Programm kino durchführt, sind legendär, nicht zuletzt, weil sie kritische Einblicke in die nationalsozialistische Filmproduktion erlauben. Inhaltsanalysen der Berichterstattung zu politischen Themen bilden einen weiteren Schwerpunkt seiner Lehrtätigkeit. Aus all dem sind Diplomarbeiten erwachsen. 222 hat Scharf insgesamt betreut. Wer die *Transfer* regelmäßig liest, in der die guten und sehr guten Abschlussarbeiten der kommunikationswissenschaftlichen Institute vorgestellt werden, weiß wie viele interessante Themen hier qualifiziert bearbeitet wurden. Seit 1981 hat Wilfried Scharf in Göttingen

insgesamt 1.163 Prüfungen abgenommen. Mit 18 Diplomarbeiten und 74 Examensprüfungen bildet 1996 das Spitzenjahr.

Es ist das Jahr, an dem ich als Nachfolgerin von Hans-Jürgen Weiß an das Göttinger Institut berufen wurde. Uns schien vieles zu trennen, nicht nur persönlich und politisch, sondern vor allem auch unser wissenschaftlicher Werdegang und unser theoretischer und methodischer Zugang zur Kommunikationswissenschaft. Doch bis heute beeindruckt mich Scharfs enormes Wissen über das Fach, seine Fachgesellschaft, der er seit 30 Jahren angehört, und seiner FachvertreterInnen. Bis heute scheinen mir aber auch manche seiner rigiden Urteile und fest gefügten Meinungen einem norddeutschen Dickschädel zu entstammen. Wenig deutete jedenfalls 1996 darauf hin, dass Wilfried Scharf und ich zu einer absolut vertrauenswürdigen Zusammenarbeit finden und bei allen Unterschieden eine gemeinsame Grundauffassung davon teilen könnten, was Kommunikationswissenschaft ist und welche Studierenden besonders zu fördern wären.

Wilfried Scharf hat das Göttinger Institut für Publizistik und Kommunikationswissenschaft geprägt wie keiner seiner Ordinarien es vermochte. Er half mit, das Institut aufzubauen, zu konsolidieren und wissenschaftlich zu erneuern. Ich würde ihm wünschen, dass er nicht zu demjenigen wird, der als letzter das Licht der Göttinger Kommunikationswissenschaft ausknipsen muss.

Erscheint in gekürzter Fassung in der *Publizistik*, Heft 3/2005





Claudia Riesmeyer

## Mehr Schein als Sein? Grenzbeziehungen zwischen Journalismus und Public Relations

### Problemaufriss

»Ich würde meine Rolle gern [...] als Beobachter und Widerspiegeler, keinesfalls als Macher [sehen]« (Leitfadeninterview A 2004).<sup>1</sup>

Der hier zitierte Redakteur versteht seine Berufsrolle »Journalist« als Beobachter des Zeitgeschehens, das er in seiner Tätigkeit widerspiegeln will. Er nennt in seinem Zitat einen, vielleicht den zentralen Begriff des Konstruktivismus. Ein Beobachter ist eine Instanz, die »eine Wirklichkeit sui generis erzeugt, die nicht als Abbildung einer realen, schon vorab existierenden Außenwelt begriffen werden kann« (Weber 2004: 184). Lippmann stellte bereits 1922 fest, dass das tägliche Informationsaufkommen in der Außenwelt zu komplex sei, um es »ohne Standardisierung, ohne Stereotypen, ohne Routineurteile« wahrnehmen zu können (Lippmann 1990: 240). Eine Selektion ist nötig, um die Komplexität der Realität zu reduzieren.

Diese Selektion übernehmen stellvertretend für den Einzelnen die JournalistInnen, die entscheiden, welche Ereignisse sie auswählen, publizieren und so für die RezipientInnen greifbar machen. Sie schaffen Wirklichkeitskonstruktionen. Diese Selektionsentscheidung birgt jedoch die Gefahr in sich, dass bestimmte

---

<sup>1</sup> Das Zitat ist einem Interview mit dem Leiter der Landesredaktion der *Thüringer Allgemeinen*, entnommen. Im Rahmen der Dissertation »Grenzbeziehungen zwischen Journalismus und Public Relations« führte die Autorin Leitfadeninterviews mit JournalistInnen der *Thüringer Allgemeine* durch.

Ereignisse betont und ihre Bedeutung überschätzt wird, während andere Geschehnisse unbeachtet bleiben. JournalistInnen liefern damit ein Bild der Wirklichkeit in den Medien, das nicht mit der realen Wirklichkeit übereinstimmen muss.<sup>2</sup> Zugespielt könnte man vermuten, dass JournalistInnen das, was sie für wichtig erachten, auswählen; die Selektion hängt sowohl von ihren individuellen Prädispositionen (Gatekeeper-Ansatz) als auch von vermeintlich professionellen Entscheidungshilfen (Nachrichtenwerttheorie und Nachrichtenfaktoren) ab.

Eine zentrale Bedeutung bei der Selektion von Informationen kommt Public Relations (PR) zu. Vielfältige Untersuchungen haben gezeigt, dass PR-Leistungen eine Informationsquelle des Journalismus sind (vgl. Baerns 1991). Mehr noch, die Befunde belegen, dass Public Relations in der Lage sein können, die Themen und den Zeitpunkt der Berichterstattung durch den Journalismus zu beeinflussen.

Diese Ergebnisse sind kritisch einzuschätzen. Beide Kommunikationsformen haben eindeutige, gesetzlich beispielsweise in den Landespressegesetzen der einzelnen Bundesländer verankerte Funktionen: Journalismus soll seine öffentliche Aufgabe erfüllen (§ 3), Behörden sind zur Auskunft und Information des Journalismus verpflichtet (§ 4), ihrer Aufgabe kommen sie mit Hilfe von Public Relations nach. Werden wirtschaftliche und technische Veränderungen hinzugezogen, verschärft sich das Bild. In den vergangenen zwei Jahren sind die Einnahmen von Presseunternehmen stark rückläufig, Entlassungen waren die Folge. Nach Schätzungen der Dienstleistungsgewerkschaft Verdi wurden zwischen 2002 und 2003 rund 1.000 Redakteurstellen in Deutschland abgebaut. Da sich der Umfang der Medien nicht reduziert, bedeutet dies für die verbleibenden JournalistInnen Überstunden, die Übernahme von berufsfremden Arbeiten und weniger Zeit für die eigene Recherche (vgl. Ehrhardt 2004: 9). Es drängt sich der Verdacht auf, dass – wenn JournalistInnen weniger Zeit haben – sie eher geneigt sein werden, PR-Materialien zu veröffentlichen, was eine Umfrage unter deutschen JournalistInnen bestätigt (vgl. Ehrhardt 2004: 9).<sup>3</sup> Journalismus soll jedoch umfassend informieren, kritisieren und kontrollieren, um die Meinungsbildung der BürgerInnen zu ermöglichen. Es stellt sich daher die Frage, ob die Forderung nach der journalistische Funktionserfüllung ein theoretisches Konstrukt ist, das in Gefahr gerät und in der täglichen Arbeitspraxis nicht (mehr) zu erfüllen ist. Ist Journalismus von den PR-Zulieferungen abhängig? Wenn die Grundaussage des Konstruktivismus zutrifft, dass JournalistInnen durch die Selektion von Ereignissen ein Bild der Realität konstruieren, das nicht mit den

---

<sup>2</sup> Schmidt kommt bei der Suche nach einer Antwort auf die »Wirklichkeitsfrage« zu dem Ergebnis: »Wirklichkeit ist in einer von Massenmedien geprägten Gesellschaft zunehmend das, was wir über Mediengebrauch als Wirklichkeiten konstruieren, woran wir dann glauben und gegenüber dem wir entsprechend handeln und kommunizieren« (Schmidt 2000: 41).

<sup>3</sup> Die Relevanz des Themas für die journalistische Praxis zeigt sich auch darin, dass sich die Deutsche Journalistinnen- und Journalisten-Union (dju) auf ihrem 18. Verbandstag mit der »Debatte um Glaubwürdigkeit und Unabhängigkeit der Berichterstattung« beschäftigt hat (Erdmann/Nehrlich 2005).

Gegebenheiten der Realität übereinstimmen muss, stellt sich die Frage, ob sie ihrer Informations-, Kritik-, Kontroll- und vor allem Meinungsbildungsfunktion (noch) gerecht werden (können).

Das Ziel des Aufsatzes ist es daher, einen Einblick in das Beziehungsgeflecht Journalismus – Public Relations zu geben und den aktuellen Forschungsstand aufzuzeigen. Es wird der Versuch unternommen, grundlegende Funktionen beider Kommunikationsformen aus konstruktivistischer Perspektive heraus zu bestimmen.

## Von Grenzen und Beziehungen

Wird ein Blick auf die Kommunikationsformen Journalismus und Public Relations geworfen und nach einer Definition gesucht, fällt schnell auf, dass es die Definition nicht gibt. Vielmehr herrscht eine große Vielfalt von möglichen theoretischen Zugängen, Begriffsverständnissen und -definitionen vor. Scharf zählte beispielsweise bereits Anfang der 70er Jahre mehr als 2000 Begriffsbestimmungen von Public Relations (vgl. Scharf 1971: 166). Um sich den Begriffen anzunähern und der konstruktivistischen Perspektive gerecht zu werden, scheint der Zugang über die Funktionen, verfestigt durch den Gesetzgeber, am sinnvollsten, da der Konstruktivismus die Begriffe aus funktionaler Sichtweise kennzeichnet. Ausgangspunkt müssen dabei immer die kommunikativen Grundrechte sein, die in Art. 5 GG genannt werden: das Recht auf freie Meinungsäußerung und –verbreitung, Information sowie die Presse-, Rundfunk- und Filmfreiheit und das Zensurverbot.

### Begriffs- und Funktionsbestimmungen

#### *Journalismus*

Die grundlegenden Funktionen des Journalismus allgemein und der Presse im Besonderen werden in den Landespressegesetzen der einzelnen Bundesländer im § 3 genannt, der öffentlichen Aufgabe der Presse.<sup>4</sup> Sie soll Informationen beschaffen und verbreiten, Stellung beziehen, Kritik üben und darüber hinaus an der Meinungsbildung der BürgerInnen mitwirken. Konkrete Ausführungen, wie diese Funktionen ausgeübt werden sollen, treffen die Pressegesetze jedoch nicht.

Hinweise dazu sind in der Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts zu finden. Am 15. Januar 1958 unterstreicht das Gericht im so genannten ›Lüth-Urteil‹ den Stellenwert des Grundrechts auf freie Meinungsäußerung:

---

<sup>4</sup> Bedingt durch die föderale Struktur der Bundesrepublik Deutschland sind die Rechtsgrundlagen der Medien vielfältig. Eine Auflistung findet sich bei Pürer/Raabe (1996: 261).

»Für eine freiheitlich-demokratische Staatsordnung ist es [das Grundrecht, C.R.] schlechthin konstituierend, denn es ermöglicht erst die ständige geistige Auseinandersetzung, den Kampf der Meinungen, der ihr Lebens-element ist. Es ist in gewissem Sinn die Grundlage jeder Freiheit überhaupt« (BverfGE 1958: 208).

Auch wenn das Bundesverfassungsgericht die Medien an dieser Stelle nicht explizit nennt, ist das Urteil für die journalistischen Funktionen von Bedeutung: Nur wenn der Journalismus seiner Aufgabe nachkommt und den BürgerInnen umfassende Informationen zur Verfügung stellt, können sie sich eine Meinung bilden. Der ungehinderte Kampf der Meinungen ist ein Wesenselement eines freiheitlichen Staates. Noch konkreter formuliert es das so genannte »Spiegel-Urteil« vom 5. August 1966, in dem es die Rolle der Presse bei der Meinungsbildung und die darin verkörperte öffentliche Aufgabe betont:

»Soll der Bürger politische Entscheidungen treffen, muss er umfassend informiert sein, aber auch die Meinungen kennen und gegeneinander abwägen können, die andere sich gebildet haben. Die Presse hält diese ständige Diskussion in Gang; sie beschafft die Informationen, nimmt selbst dazu Stellung und wirkt damit als orientierende Kraft in der öffentlichen Auseinandersetzung. In ihr artikuliert sich die öffentliche Meinung; die Argumente klären sich in Rede und Gegenrede, gewinnen deutliche Konturen und erleichtern so dem Bürger Urteil und Entscheidung« (BverfGE 1966: 174f.).

Die öffentliche Aufgabe der Presse besteht demnach in der Verbreitung von umfassenden Informationen sowie der Weiterleitung von Meinungen und Stellungnahmen. Die Presse setzt eine öffentliche Diskussion und einen Gedankenaustausch in Gang. Durch die Publikation aller gesellschaftlichen Meinungen sowie der Argumente und Gegenargumente bildet sie eine Orientierungsgröße, so dass die RezipientInnen die vertretenen Auffassungen mit ihrer eigenen vergleichen können. Die BürgerInnen können anschließend politische Entscheidungen treffen und ihre Meinung, beispielsweise in Wahlen, öffentlich äußern. Die Presse soll die sich in der Gesellschaft bildenden Meinungen und Ansichten zusammenfassen, kritisch beurteilen und kontrollieren, zur Erörterung stellen und diese dann an die Staatsorgane vermitteln, die dadurch wiederum ihre eigenen Entscheidungen an den Auffassungen des Volkes messen können. Gleichzeitig vermittelt, gegebenenfalls kontrolliert und kritisiert, die Presse auf umgekehrtem Weg Entscheidungen der Staatsgewalten an die Bürger. Darauf aufbauend sieht Merten die Grundfunktion des Journalismus »in der wahrheitsorientierten Berichterstattung« über relevante Themen (Merten 1999: 265). JournalistInnen wählen Sachverhalte aus, prüfen und redigieren sie. Da deren Inhalt in der Regel universell sei, fordere die Tätigkeit von den JournalistInnen kaum Expertenwissen (vgl. Merten 1999: 265).

Der Konstruktivismus betont im Gegensatz zur traditionellen Erkenntnistheorie die aktive Rolle des Erkennenden, des Subjekts, im Erkenntnisprozess. Innerhalb dieses Vorgangs wählen JournalistInnen als Erkennende aktiv Ereignisse aus, die durch die Selektion zur Nachricht und die wiederum durch Rezeption zur Information werden (vgl. Burkart 2002: 275). Durch diese Auswahl- und Selektionsprozesse schaffen die JournalistInnen eine mediale Wirklichkeit. Sie konstruieren eine Welt und bieten durch die Veröffentlichung bestimmter Ereignisse den RezipientInnen Wirklichkeitsentwürfe und -interpretationen an (vgl. Schulz 1976). Merten bringt es auf den Nenner »Kommunikation konstruiert Wirklichkeit« (Merten 1999: 256). Die JournalistInnen sollen die RezipientInnen in die Lage versetzen, sich durch umfassende Informationen eine eigene Meinung bilden zu können.

### *Public Relations<sup>5</sup>*

Die öffentliche Aufgabe des Journalismus ist nicht auf Public Relations übertragbar, da Organisationen, die Public Relations betreiben, zwar ein Informationsinteresse verfolgen und überzeugen wollen, dieses Interesse ebenso wie Kritik, Kontrolle und Meinungsbildung jedoch nicht verpflichtend ist. Ähnlich wie bei dem Journalismus werden auch Public Relations eine Informationsfunktion zugeschrieben. Das Bundesverfassungsgericht hat sich in seinem Urteil zur Öffentlichkeitsarbeit der Bundesregierung am 2. März 1977 für deren verfassungsmäßige Zulässigkeit ausgesprochen. Es hebt die grundsätzliche Notwendigkeit der Public Relations der Bundesregierung und von gesetzgebenden Körperschaften hervor. Aufgabe staatlicher Public Relations sei es, den Grundkonsens zwischen dem Staat und den BürgerInnen lebendig zu erhalten, die Öffentlichkeit über ihre Politik, ihre Maßnahmen und Vorhaben zu informieren und in Zukunft anstehende Fragen darzulegen und zu erläutern. Nur über eine umfassende Information sei der einzelne Bürger in der Lage, sich aktiv an der politischen Willensbildung zu beteiligen (vgl. BverfGE 1977: 138).

Auch die Landespressegesetze definieren die Funktion von Public Relations. Behörden sind nach § 4 Landespressegesetz Thüringen beispielsweise dazu verpflichtet, JournalistInnen die zur Erfüllung ihrer öffentlichen Aufgabe notwendigen Auskünfte zu erteilen. Damit koppelt der Gesetzgeber das journalistische Recht auf Auskunft an die Informationspflicht der Behörden, die jedoch nicht die »schiere Neugier von Journalisten« befriedigen soll (Baerns 1983a: 35). Inhalt, Form und Zeitpunkt der Unterrichtung sind durch den Gesetzgeber nicht vorbestimmt, sie ergeben sich vielmehr aus den Anforderungen im Einzelfall. Um die Anfragen der JournalistInnen beantworten zu können, verfügt inzwischen jede

---

<sup>5</sup> Der Frage, wie PR von Werbung auf der einen und Propaganda auf der anderen Seite abgegrenzt werden kann, soll an dieser Stelle nicht nachgegangen werden. Vgl. zur Debatte über die Notwendigkeit einer Abgrenzung u.a. Merten/Westerbarkey 1994 und Kunczik 2002.

Behörde über einen Presseverantwortlichen bzw. eine eigene Presseabteilung. Ihre Aufgabe besteht jedoch nicht nur im Reagieren auf journalistische Anfragen, sondern auch im eigenen Agieren: Sie laden zu Pressekonferenzen ein, geben Pressemitteilungen heraus oder regen die Berichterstattung über ein Thema an. Der Gesetzgeber hat Behörden somit dazu verpflichtet, Public Relations zu betreiben. Diese Informationen wiederum stellen einen Grundstock für die tägliche Berichterstattung der Presse dar. Im Umkehrschluss bedeutet dies, dass die Behörden durch ihre Informationspflicht die Grundlagen für die Funktionserfüllung der Presse schaffen und damit selbst eine Rolle bei der Meinungsbildung der Bürger spielen. Daher ist es durchaus gerechtfertigt, von einer demokratietheoretischen Relevanz von Public Relations zu sprechen.

Merten und Westerbarkey sehen die Hauptfunktion von Public Relations in der Überzeugung von JournalistInnen. Dieser Aufgabe kommen Public Relations mit Hilfe von Informationsangeboten nach, wobei Ereignisse geschaffen werden, um mediale Aufmerksamkeit zu erzielen. Public Relations sind als ein »Prozess intentionaler und kontingenter Konstruktion wünschenswerter Wirklichkeiten durch Erzeugung und Befestigung von Images in der Öffentlichkeit zu verstehen« (Merten/Westerbarkey 1994: 210). Mittel zum Zweck ist der Journalismus, über den die Ereignisse in die Öffentlichkeit transportiert werden sollen. JournalistInnen sind somit die primäre Zielgruppe für PR-Informationen. Public Relations wollen durch gezielte Kommunikation weitere Kommunikation anregen (vgl. Merten 1999: 288), sie »ist auf die Konstruktion von Wirklichkeit geeicht, betreibt die Erzeugung und Verbreitung positiv getönter Aussagen über ein vorgegebenes Objekt mit dem Ziel, dessen Image zu festigen und zu verbessern« (Merten 1999: 290).

### *Abgrenzungen und Gemeinsamkeiten*

Anhand der vorgestellten Funktionen sind Journalismus und Public Relations klar voneinander unterscheidbar: Journalismus will und soll informieren, bei Public Relations liegt die Hauptaufgabe neben der Information im Überzeugen der RezipientInnen. Noch entscheidender ist bei der Suche nach Abgrenzungsmöglichkeiten der Auftraggeber: beim Journalismus die Öffentlichkeit, bei Public Relations hingegen steht ein Unternehmen oder eine Institution hinter der Kommunikation. Journalismus informiert tagesaktuell über Ereignisse, liefert Hintergrundinformationen und Einschätzungen von diskutierten Themen und kann als »Fremddarstellung von Personen, Handlungen und Institutionen« definiert werden, während Public Relations, beispielsweise durch mehrere Einzelvorgänge (Pressemitteilungen, Pressekonferenzen), auf die langfristige Wirkung beim Rezipienten ausgerichtet sind und »legitime und notwendige Selbstdarstellung für bzw. im Auftrag einer Institution« betreiben (Bentele 1996: 13).<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> Die Definitionen sind eine Weiterentwicklung des Klärungsversuchs von Baerns, die PR als »Selbstdarstellung partikularer Interessen durch Information« und Journalismus als

Daneben bestehen zwischen Journalismus und Public Relations auch Gemeinsamkeiten in den Kommunikationszielen. Beide wollen die RezipientInnen informieren, wobei der Journalismus sich direkt an die Öffentlichkeit wendet, Public Relations in der Regel den Zwischenschritt über den Journalismus gehen. Unterschiedlich ist dabei wiederum die Art der Information. Während Journalismus alle gesellschaftlich relevanten Themen und Meinungen aufgreifen soll, beschränken sich Public Relations auf die ihre Auftraggeber betreffenden Informationen. Differenzen existieren auch in der Form und den eingesetzten Instrumenten der Informationsvermittlung: Journalismus bedient sich journalistischer Darstellungsformen, wie Bericht, Nachricht oder Kommentar. Diese nutzen auch Public Relations, beispielsweise beim Verfassen einer Pressemitteilung. Darüber hinaus stehen PR aber noch viel mehr Möglichkeiten zur Verfügung. Sie können auf Instrumente, a) die sich direkt an ein Medium richten (Pressekonferenz oder Pressemitteilung etc.) oder b) die für die RezipientInnen bestimmt sind (Geschäftsbericht etc.), zurückgreifen. Schließlich setzen Public Relations auf die interpersonelle Kommunikation zwischen JournalistInnen und MitarbeiterInnen einer PR-Abteilung.

Public Relations als Kommunikationsform sind im Rahmen dieser Abgrenzung dem Journalismus vorgeordnet, da PR Themen und Ereignisse schaffen, die der Journalismus aufgreift.<sup>7</sup> Public Relations betreibende Organisationen versteht Merten als »Metakommunikatoren« (Merten 1999: 292), die Kommunikationsleistungen dem Journalismus anbieten, der diese eventuell auswählt, bearbeitet und durch die Publikation öffentliche Aufmerksamkeit verschafft. Mit dem Weg von der PR-Quelle über den Journalismus zu den RezipientInnen beschäftigt sich die Determinationsforschung, die Baerns maßgeblich geprägt hat.

## Journalismus zwischen normativer Unabhängigkeit und PR-Determination

### *Von der Determination des Journalismus*

Eine der ersten Untersuchungen zur Frage nach den Determinanten journalistischer Informationsvermittlung führt Baerns (1979) durch.<sup>8</sup> Sie geht davon aus, dass die JournalistInnen jeden Tag vielfältige druckfertige Informationsangebote zum kostenfreien Abdruck aus den PR-Abteilungen von Wirtschaftsunternehmen, Verbänden und Organisationen erhalten, was sie sich aus der Publizitätspflicht öffentlicher Institutionen sowie dem Informationsanspruch des Journalismus nach

---

»Fremddarstellung und Funktion des Gesamtinteresses« kennzeichnet (Baerns 1991: 16) und eine Reaktion auf die daran geübte Kritik von Ruß-Mohl (vgl. 1994: 318).

<sup>7</sup> Zur Diskussion um die Inszenierung von Ereignissen, so genannte Pseudoereignisse, (vgl. Dorsch 1982).

<sup>8</sup> Nissen und Mennigen (1977) hatten sich zuvor bereits mit der Frage nach der Ausnahme und Weitergabe von Informationen auseinandergesetzt.



den Landespressegesetzen erklärt (vgl. Kap. »Begriffs- und Funktionsbestimmungen«). Ihre Studie vergleicht in einer Input-Output-Analyse alle mündlichen und schriftlichen Pressemitteilungen eines Essener Großunternehmens<sup>9</sup> im Jahr 1974 mit der Berichterstattung über den Konzern in lokalen, regionalen und überregionalen Tageszeitungen. Durchschnittlich 42 Prozent aller Beiträge über den Konzern geben den Inhalt der Presseinformationen entweder wörtlich, inhaltlich vollständig oder gekürzt wieder. Weitere 38 Prozent der Artikel können auf PR-Informationen zurückgeführt werden. Veröffentlichungen, deren Grundlage eine eigene Recherche ist, liegen nur in 20 Prozent vor. Die Ergebnisse zeigen, so Baerns, dass die »Öffentlichkeitsarbeit die Berichterstattung inhaltlich zu strukturieren vermag, wenn Journalisten auf selbständige Recherchen verzichten« (Baerns 1979: 310). Die Kommunikationsbeziehung zwischen Journalismus und Public Relations sei nicht dialogisch angelegt, sondern der Informationsfluss verlaufe einseitig von Public Relations zum Journalismus.

Baerns (1991) führt später noch eine zweite Studie mit gleichem Ansatz durch. Während zweier Monate des Jahres 1978 untersucht die Kommunikationswissenschaftlerin den Niederschlag der nordrhein-westfälischen Landespolitik in allen tagesbezogenen Nachrichtenmedien dieses Bundeslandes. Ihre Ergebnisse zeigen, dass eine konstant hohe Anzahl von Beiträgen auf PR-Quellen zurückzuführen ist. Bei knapp zwei Dritteln aller Veröffentlichungen stellen die Presseinformationen und Pressekonferenzen die »themenleitenden Primärquellen« dar (Baerns 1991: 87), wobei die Berichterstattung meist am gleichen Tag stattfindet (bei Tageszeitungen am darauf folgenden Tag). Außerdem verzichtet die Mehrzahl der JournalistInnen auf eine Themen-, Zusatz- oder Nachrecherche. Journalistische Leistungen der Stoffintegration entfallen ebenfalls. Je mehr Beiträge zu einem Thema durch ein Medium verbreitet werden, desto mehr Pressemitteilungen und -konferenzen werden veröffentlicht, wobei die JournalistInnen in der Mehrzahl der Fälle die Informationsquelle nicht nennen.

Public Relations haben demnach, so konstatiert Baerns, einen stark ausgeprägten Einfluss auf den Journalismus und dominieren das gesamte Mediensystem. Themen (Platzierung von Informationen, Initiierung von Nachrichten und Forcierung von Themen) und Timing (Pressemitteilungen und -konferenzen lösen die Medienberichterstattung unmittelbar aus) der Berichterstattung werden durch PR-Leistungen bestimmt, so die Grundaussage der so genannten Determinationshypothese oder -these.<sup>10</sup> Public Relations seien fähig, »journalistische Recherchekraft zu lähmen und publizistischen Leistungswillen zu zuschütten« (Baerns 1983b: 212). Der Journalismus sei nur noch mit der Informationsbearbeitung beschäftigt.

<sup>9</sup> Laut Burkart handelt es sich dabei um die Coca-Cola-GmbH (vgl. Burkart 2002: 290).

<sup>10</sup> Baerns selbst verwendet den Begriff nicht in ihrer Untersuchung. Erst in den Folgeanalysen wird von der Determinationshypothese, später von der Determinationsthese gesprochen (vgl. Hoffjann 2001: 175).

Im Hinblick auf die normativen Ansprüche an den Journalismus – unabhängig zu informieren, zu kritisieren und zu kontrollieren – führen diese Ergebnisse zu einem Konflikt, da die Funktionserfüllung und die »dafür notwendige Unabhängigkeit (hier: von Informationsquellen) plötzlich in Frage gestellt« wird (Burkart 2002: 296), wenn Journalismus von den PR-Leistungen abhängig wird (ist). Zum anderen, weil deutlich wird, »dass das Bild vom Journalisten als unbeugsamen Kritiker von Missständen, als unermüdlich auf Themensuche befindlichem Spürhund, nicht zutrifft« (Kunczik 1988: 252).

### *Erweiterung des Forschungsblickwinkels*

In den Folgejahren setzt sich die Journalistik verstärkt mit der Determinationsthese auseinander, zum Teil, um sie zu bestätigen, zum Teil mit dem Ziel der Weiterentwicklung und Konkretisierung.<sup>11</sup> Grossenbacher (1986) zielt beispielsweise nicht wie Baerns auf die Thematisierungsleistungen, sondern auf die »Transformationsleistungen des Mediensystems, d.h. alle Verarbeitungs- und Ergänzungsleistungen in Form von Selektion, Reduktion, Kommentierung und Gewichtung des Inputs« ab (Grossenbacher 1986: 726). Trotz geändertem Fokus bestätigt er die Baernschen Ergebnisse: Sowohl die Aktualität als auch die Themen und sogar deren Gewichtung werden durch Public Relations bestimmt.

Eine Erweiterung des Blickwinkels ist auch bei Barth und Donsbach (1992) zu finden, die die intervenierenden Variablen Krisensituation, Nachrichtenwert und Prädisposition der JournalistInnen am Beispiel von Krisen- und Aktionspressekonferenzen untersuchen. Sie kommen zu dem Schluss, dass der Einfluss von Public Relations relativ groß ist, »wenn PR für die Medien ein Ereignis inszeniert, das nicht aus einer akuten Krisensituation heraus entsteht und bei dem Journalisten gegenüber dem Veranstalter keine überwiegend negativen Prädispositionen haben« (Barth/Donsbach 1992: 163). Dann verhalten sie sich passiv. In einer Krise agieren JournalistInnen aktiv, sie sind negativ dem Veranstalter gegenüber eingestellt, die Beeinflussung der Berichterstattung ist gering.

Saffarnia (1993) meint entgegen der Determinationsthese, dass die Annahme geringer PR-Thematisierung und vielseitiger Transformationsleistungen in Form von Kritik, Kommentar, Recherche und Gewichtung ebenso plausibel sei. Die analysierte innenpolitische Berichterstattung des Kuriers enthält knapp zweimal so viele Artikel, die nicht auf PR-Material zurückgehen (33,7 Prozent PR-Texte, 66,3 Prozent andere Quelle). Von diesen 66,3 Prozent sind 41 Prozent der Artikel eigen recherchiert. Wenn PR-Material verwendet wird, so fügen die JournalistInnen in knapp der Hälfte der Fälle Informationen durch eine Zusatzrecherche hinzu, häufig wird außerdem die Gewichtung geändert und kommentiert. Die Determinationsthese wird in der Fallstudie nicht bestätigt. Als einen Grund für eine Nicht-Determinierung führt Saffarnia an, dass die Studien, auf

---

<sup>11</sup> Es werden nur Studien vorgestellt, deren Ansatz die Determinationsforschung weiterentwickelt.

deren Grundlage die These formuliert und überprüft worden ist, an Organisationen mit einem hohen gesellschaftlichen Status ansetzen. Die Ursache für die analysierte Beeinflussung liege darin begründet, dass bei allen Untersuchungen das Phänomen der »kommunikativen Chancenungleichheit« hineinspielt: »Statushohe Instanzen haben von Natur aus höhere Chancen, in den Medien präsent zu sein, als etwa Minderheitengruppen, Randgruppen oder gesellschaftlich niedriger Positionierte« (Saffarnia 1993: 421). Saffarnia berücksichtigt erstmals alle schriftlichen Quellen, die das innenpolitische Ressort erreichen. Er räumt ein, dass – hätte auch er sich auf eine Quelle, beispielsweise eine Partei, festgelegt – sein Ergebnis ebenfalls die Determinationsthese bestätigt hätte. Weitere Gründe sieht er im Aufkommen neuer Medien, was die Tageszeitungen zu einer vermehrten Hintergrundberichterstattung, Kritik und Kommentar veranlasse.

Schweda und Opherden (1995) richten ebenfalls den Fokus auf die Gesamtberichterstattung. Jedoch setzen sie an Public Relations statushoher Institutionen an und führen eine Input-Output-Analyse durch, bei der sie alle Pressemitteilungen der im Düsseldorfer Rat vertretenen Fraktionen und Parteien (außer den Republikanern) mit der lokalen Berichterstattung der drei Düsseldorfer Abonnementzeitungen vergleichen. Hohe Übernahmequoten der Pressemitteilungen lautet ein erstes Ergebnis der Untersuchung. Im nächsten Schritt verglichen Schweda und Opherden die übernommenen Artikel mit den von den JournalistInnen vollständig eigen geschriebenen Beiträgen. Danach gehen lediglich 18 Prozent der Berichterstattung auf PR-Material als Informationsquelle zurück. Eine Dominanz der Gesamtberichterstattung durch Fremdbeiträge ist daher ebenso wie die Richtigkeit der Determinationsthese nicht nachweisbar. JournalistInnen schätzen ihre selbst recherchierten und verfassten Berichte aktueller ein als Fremdtex te. »Außerdem hätten in den Pressemitteilungen angebotene Themen nur dann die Berichterstattung bestimmt, wenn ein journalistisches Gegengewicht vollständig selbst verfasster Artikel in den einzelnen Zeitungen gefehlt hätte«, meinen Schweda und Opherden (Schweda/Opherden 1995: 209).

Die bislang letzte Weiterentwicklung der Determinationsthese liefern Bentele et al. (1997), die den Fokus von einem einseitigen zu einem zweiseitigen Beziehungsmodell verändern. »Die Kommunikationsleistungen jeder Seite sind nur *möglich*, weil die jeweils andere Seite existiert und mehr oder weniger bereitwillig mitspielt [Herv. i.O., C.R.]« (Bentele et al 1997: 240), jede Seite (entweder Journalismus oder Public Relations) ermögliche die Leistungen der anderen Seite, so die Grundaussage des Intereffikationsmodell.<sup>12</sup> Innerhalb des entworfenen

---

<sup>12</sup> Intereffikation setzt sich aus dem lateinischen »efficare« = etwas ermöglichen und der Präposition »inter« = zwischen zusammen. Über den Begriff entbrennt zwischen Bentele und Ruß-Mohl ein Disput (vgl. Ruß-Mohl 1999: 170). Bentele sieht noch heute einen Vorteil des Modells in der Begriffswahl, da der »missverständliche Begriff« der

Konzepts existieren zwei Leistungsarten: kommunikative Induktionen als intendierte Kommunikationsanregungen und -einflüsse und Adaptionen, kommunikatives und organisatorisches Anpassungshandeln, das sich an den sozialen Gegebenheiten der anderen Seite orientiert, um den eigenen Kommunikationserfolg zu optimieren. Bentele et al. unterstreichen, dass das Interfiktionsmodell nicht als Gleichgewichts- oder Symmetriemodell verstanden werden soll, da die Induktionen und Adaptionen unterschiedlich stark ausfallen können. Die Leistungen finden zudem in drei unterschiedlichen Dimensionen statt: Sachdimensionen (Selektion, Thematisierung, Platzierung, Bewertung und Präsentation), zeitliche Dimension (zeitliche Rahmen und Routinen) und sozialpsychische Dimension (psychische Voraussetzungen, organisatorische Rahmen und Routinen).

#### *Plädoyer für einen Lückenschluss*

Mit Blick auf die PR-Journalismus-Forschung wird deutlich, dass die eingangs formulierte Determinationsthese in ihrer Grundaussage, Public Relations determinieren Themen und Timing der journalistischen Berichterstattung, nicht haltbar ist. Die vorgestellten Ergebnisse belegen, dass von einer absoluten Beeinflussung und Abhängigkeit nicht gesprochen werden kann, bei der Berücksichtigung intervenierender Variablen wird die These nur in Teilen oder gar nicht bestätigt. Hinzu kommt, dass die Forschung noch immer ein defizitäres Feld ist. Viele Untersuchungen setzen auf zu wenige Medien oder Themen. Vergleiche zwischen den Ressorts und zwischen den Quellen und der Gesamtberichterstattung sind die Ausnahme.

Es existieren aber Hinweise, nach denen beispielsweise das Ressort, in dem die JournalistInnen arbeiten, bei der Frage, ob PR-Material veröffentlicht, als Grundlage für eine eigene Recherche genutzt oder nicht publiziert wird, eine Rolle spielt. Innerhalb der Studie *Journalismus in Deutschland* werden JournalistInnen nach der Relevanz von Pressemitteilungen und nach ihrer Einschätzung von Public Relations gefragt. Nur 16 Prozent der insgesamt 1.498 persönlich befragten JournalistInnen schätzen den PR-Einfluss auf ihre Arbeit als eher groß oder sehr groß. Am häufigsten weisen JournalistInnen des Lokalressorts Public Relations einen mittleren bis großen Einfluss zu, gefolgt von den RedakteurInnen des Sports, der Wirtschaft, des Feuilletons und der Unterhaltung sowie der Politik. Mit Blick auf die Ressorts zeigt sich außerdem, dass Sport-, Lokal- und WirtschaftsjournalistInnen Pressemitteilungen positiv bewerten, da sie notwendige Informationen bereitstellen, Anregungen für neue Themen geben und Zeit beim Recherchieren sparen. JournalistInnen des politischen Ressorts äußern sich hingegen zurückhaltend, obwohl etwas mehr als 50 Prozent der JournalistInnen der Meinung sind, dass Pressemitteilungen Anregungen bieten, die wiederum von nur 12

---

Determination durch das »präzisere und neutralere Konzept« der Induktion ersetzt werde (Bentele/Nothaft 2004: 98).

Prozent der Befragten als überflüssig eingeschätzt werden (vgl. Weischenberg 1995: 214). Da die Ergebnisse auf den subjektiven Antworten und Einschätzungen der JournalistInnen beruhen, könnten die Ergebnisse verzerrt sein, da »weniger zugegeben wird als de facto getan wird« (Merten 1999: 268). Die Journalistik hat sich mit dieser Problematik seit dem Ende der 90er Jahr noch nicht wieder beschäftigt.

Außerdem stellen alle Analysen – mit Ausnahme der von Saffarnia – an den Public Relations von Institutionen mit einem hohen gesellschaftlichen Status in den Mittelpunkt. Trotz der vielfach geübten Kritik (vgl. Saffarnia 1993), hat die Forschung ihre methodischen Ansätze nicht weiterentwickelt. Noch immer wird meist mittels Medienresonanzanalysen der Niederschlag von PR-Aktivitäten einer gesellschaftlich etablierten Organisation, beispielsweise die Public Relations einer Partei, Fraktion in einem Parlament, eines Unternehmens oder einer Institution, in einer begrenzten Zahl von Massenmedien untersucht.<sup>13</sup> Will die Journalistik umfassende Aussagen über die Beziehungen zwischen Journalismus und Public Relations treffen, muss sie sich öffnen, verschiedene Ansätze und Methoden miteinander kombinieren. Ein Vergleich der Ressorts, aller Quellen mit der Gesamtberichterstattung und ein Methodenmix aus teilnehmender Beobachtung, Leitfadeninterviews und Input-Output-Analyse bieten sich an. Dann könnte die Determinationsthese durch empirische Analysen weiter konkretisiert und der Verdacht von der Abhängigkeit und Beeinflussung des Journalismus durch Public Relations in eine gegenseitige Orientierung relativiert werden.

Erste Ergebnisse einer Fallstudie am Beispiel der *Thüringer Allgemeine* zeigen die Notwendigkeit eines offeneren Forschungsblicks: Der Vergleich zwischen der Lokalredaktion Erfurt und der Landesredaktion Thüringen kann die Ergebnisse der JouriD-Studie nur zum Teil bestätigen. PR-Informationen werden zwar im Lokalen häufiger als in der Landespolitik wahrgenommen und für die Berichterstattung verwendet, dennoch geben die JournalistInnen beider Ressorts eigen gesetzten Themen den Vorrang vor fremdbestimmtem Material. Ein pauschale Aussage à la politischer Journalismus ist unabhängig und erfüllt seine öffentliche Aufgabe umfassend, LokaljournalistInnen sind Wachs in den Händen der PR-Schaffenden und lassen sich Themen und Timing der Berichterstattung diktieren, kann nicht getroffen werden.

---

<sup>13</sup> Dies verdeutlichen aktuelle Aufarbeitungen der Determinationsforschung, wie die von Pfetsch und Wehmeier (2002: 83-87).

## Fazit und Ausblick: Mehr Schein als Sein?

»Dass man auch eine Stimmung erzeugen konnte dazu, welche Dinge letztlich zu machen waren« (Leitfadeninterview B 2004).<sup>14</sup>

Der Aufsatz verfolgt das Ziel, sich den Begriffen und den Beziehungen zwischen Journalismus – Public Relations aus konstruktivistischer Perspektive anzunähern und dabei einen Blick auf den Forschungsstand zu werfen. Dabei ist deutlich geworden, dass Journalismus in erster Linie die Funktion der Information und damit verbunden der Kritik, Kontrolle und Meinungsbildung hat. Public Relations hingegen sollen überzeugen, ein positives Bild von ihrem Auftragsgeber in der Öffentlichkeit erzeugen, sie konstruieren ein Bild und erzeugen Ereignisse und Themen. Um diese den RezipientInnen zu vermitteln, wenden sie sich an den Journalismus, der die Themen auswählt, bearbeitet und/oder publiziert. Durch die Selektion schaffen die JournalistInnen ein Bild der Wirklichkeit, sie liefern Wirklichkeitsentwürfe, mit deren Hilfe die RezipientInnen sich informieren. Bei der Veröffentlichung verzichten die JournalistInnen darauf, die Quelle der Information zu nennen, worin Merten einen eindeutig konstruktiven Akt sieht:

»Sie [die Publikation unter Weglassung des Urhebers, C.R.] verleiht dem Inhalt des Beitrages durch Publikation Relevanz und sie verleiht dem Inhalt unter Elimination des Urhebers zugleich Objektivität, d.h. sie bringt ein partikuläres Publikationsinteresse zum Verschwinden, sie konstruiert Wirklichkeit durch Kommunikation« (Merten 1997: 28).

Beim Blick auf die vorgestellten Forschungsergebnisse fällt jedoch auf, dass von einer Determination des Journalismus durch PR-Leistungen nicht gesprochen werden kann. Immer dann, wenn die Untersuchungen intervenierende Variablen, wie Krisenfall oder Aktionsarbeit, Nachrichtenwert oder die Prädispositionen der JournalistInnen, berücksichtigen, können keine Beeinflussung oder gar eine Abhängigkeit nachgewiesen werden, eine vollständige Übernahme der PR-Botschaft ist selten. Unbestritten ist auch, dass zwischen Journalismus und Public Relations eine Beziehung als Austausch von Informationen gegen Publizität existiert. Dieser ist jedoch nicht als einseitig linear von Public Relations auf den Journalismus (ähnlich dem Stimulus-Response-Modell) zu beschreiben, da zwischen beiden Kommunikationsformen wechselseitig sowohl Anpassungshandlungen als auch Informationsanregungen zu beobachten sind.

Prozentzahlen, die angeben, wie viele Artikel eigen recherchiert oder von Public Relations übernommen wurden, die so genannten »Selektionsquoten«, »sagen nichts darüber aus, wie stark die Berichterstattung von PR durchdrungen ist« (Schantel 2002: 267). Es kann daher davon ausgegangen werden, dass der

---

<sup>14</sup> Auch die stellvertretende Leiterin der Landesredaktion der *Thüringer Allgemeinen* wurde im Rahmen der empirischen Untersuchung mittels Leitfaden befragt.

Journalismus sich seinen Funktionen bewusst ist und diesen aktiv nachkommt. JournalistInnen setzen eigene Themen, sie recherchieren und schätzen – so Saffarnia – PR-Informationen als »zu suspekt ein, als dass sie für die Berichterstattung verwendbar scheinen« (Saffarnia 1993: 423). Erste Ergebnisse der Leitfadeninterviews mit RedakteurInnen der Thüringer Allgemeine bestätigen dies. Die JournalistInnen kennen ihre öffentliche Aufgabe, sie fühlen sich ihren Funktionen verpflichtet und setzen ganz bewusst eigene Themen, denen sie gegenüber fremdbestimmtem Material eine höhere Relevanz, Aktualität und Publizität zusprechen. Die eingangs gestellte Frage nach einer Gefährdung der Funktionsausübung muss vom heutigen Kenntnisstand aus verneint werden.

Merten geht noch weiter und meint, dass die Funktion der Meinungsbildung in Zukunft vermehrt beim Journalismus liegen wird. Durch ein Zunehmen des Informationsangebotes bis »ins Unendliche« werden verstärkt journalistische Selektionsprozesse gefordert, so dass »die Definitionsmacht der Medien bei der Wirklichkeitskonstruktion [...] beständig [zunimmt]« (Merten 1999: 480). Entweder hilft Journalismus als Informationsquelle bei der Meinungsbildung, beispielsweise durch die Nennung verschiedener Positionen zu einem Sachverhalt, oder er kommt seiner Funktion nach, in dem die im Journalismus vertretenen Meinungen von den RezipientInnen übernommen werden. »Daraus lässt sich die Prognose ableiten, dass sich künftighin die Medien selbst noch wesentlich stärker differenzieren werden in meinungsbildende und meinungsverbreitende Medien« (Merten 1999: 254). Diese Prognose veranlasst Merten zu dem Plädoyer für verstärkte Public Relations, denn »wer keine Kommunikation hat, hat keine Zukunft«, nur wer kommuniziert und Public Relations betreibt, kommt in der medial konstruierten Wirklichkeit vor (Merten 1999: 481).

## Literaturverzeichnis

- Baerns, Barbara (1979): »Öffentlichkeitsarbeit als Determinante journalistischer Informationsleistungen. Thesen zur realistischeren Beschreibung von Medieninhalten«, in: *Publizistik*, 24. Jg., H. 3, S. 301-316.
- Baerns, Barbara (1983a): »Informationsrechte und Auskunftspflichten«, in: Mühlbradt, Werner (Hg.): *Handbuch für die Öffentlichkeitsarbeit von Betrieben, Parteien, Verbänden, Behörden und Institutionen*, 1. Band. Ergänzungslieferung Nr. 110, 31. Mai 1983, Neuwied: Hermann Luchterhand, S. 31- 52.
- Baerns, Barbara (1983b): »Vielfalt und Vervielfältigung. Befunde aus der Region – eine Herausforderung für die Praxis«, in: *Media Perspektiven*, H. 3, S. 207-215.
- Baerns, Barbara (1991): *Öffentlichkeitsarbeit oder Journalismus? Zum Einfluss im Mediensystem*, 2. Auflage, Köln: Verlag Wissenschaft und Politik.
- Barth, Henrike/Donsbach, Wolfgang (1992): »Aktivität und Passivität von Journalisten gegenüber Public Relations. Fallstudie am Beispiel von Pressekonferenzen zu Umweltthemen«, in: *Publizistik*, 37. Jg., H. 2, S. 147-165.

- Bentele, Günter (1996): »Was ist eigentlich PR? Eine Positionsbestimmung und einige Thesen«, in: *Widerspruch*, Jg. 15, H. 2, S. 11-26.
- Bentele, Günter/Liebert, Tobias/Seeling, Stefan (1997): »Von der Determination zur Intereffikation. Ein integratives Modell zum Verhältnis von Public Relations und Journalismus«, in: Bentele, Günter/Haller, Michael (Hg.): *Aktuelle Entstehung von Öffentlichkeit. Akteure – Strukturen – Veränderungen*, Konstanz: UVK, S. 225-250.
- Bentele, Günter/Nothhaft, Howard (2004): »Das Intereffikationsmodell. Theoretische Weiterentwicklung, empirische Konkretisierung und Desiderate«, in: Altmeyen, Klaus-Dieter/Röttger, Ulrike/Bentele, Günter (Hg.): *Schwierige Verhältnisse*, Wiesbaden: VS Verlag, S. 67-104.
- Bundesverfassungsgericht (1958): »Lüth-Urteil«, in: *Entscheidungen des Bundesverfassungsgerichts*, Band 7, S. 198-230 (BVerfGE 7, 198 – Lüth).
- Bundesverfassungsgericht (1966): »Spiegel-Urteil«, in: *Entscheidungen des Bundesverfassungsgerichts*, Band 20, S. 162-230 (BVerfGE 20, 162 – Spiegel).
- Bundesverfassungsgericht (1977): »X. Urteil des Bundesverfassungsgerichts vom 2. März 1977«, in: Presse- und Informationsamt der Bundesregierung (Hg.): *Das Urteil des Bundesverfassungsgerichts vom 2. März 1977 zur Öffentlichkeitsarbeit von Staatsorganen in Bund und Ländern*, Bonn: o.V., S. 125-166.
- Burkart, Roland (2002): *Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder*, 4., überarbeitete und aktualisierte Auflage, Köln: Böhlau.
- Dorsch, Petra (1982): »Verlautbarungsjournalismus – eine notwendige Medienfunktion«, in: *Publizistik*, 27. Jg., H. 4, S. 530-541.
- Ehrhardt, Sabine (2004): »Mein Qualitätsanspruch zwingt mich zu Überstunden«, in: *Menschen machen Medien*, 53. Jg., H. 4, S. 9-10.
- Erdmann, Bettina/Nehrlich, Helma (2005): »Journalismus auf dem gesponserten Lotterbett?«, in: *Menschen machen Medien*, 54. Jg., H. 02, S. 16-19.
- Grossenbacher, René (1986): »Hat die »vierte Gewalt« ausgedient? Zur Beziehung zwischen Public Relations und Medien«, in: *Media Perspektiven*, H. 11, S. 725-731.
- Hoffjann, Olaf (2001): *Journalismus und Public Relations. Ein Theorieentwurf der Intersystembeziehungen in sozialen Konflikten*, Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Kunczik, Michael (1988): *Journalismus als Beruf*, Köln: Böhlau.
- Kunczik, Michael (2002): *Public Relations. Theorien und Konzepte*, 4. Auflage, Köln: Böhlau.
- Leitfadeninterview (A): *Interview mit dem Leiter der Landesredaktion der Thüringer Allgemeinen Zeitung* am 29.9.2004.
- Leitfadeninterview (B): *Interview mit der stellvertretenden Leiterin der Landesredaktion der Thüringer Allgemeinen Zeitung* am 30.9.2004.
- Lippmann, Walter (1990): *Die öffentliche Meinung*, Reprint des Publizistik-Klassikers, Bochum: Brockmeyer.
- Merten, Klaus (1997): »Lob des Flickenteppichs. Zur Genesis von Public Relations«, in: *Public Relations Forum*, H. 4, S. 22-31.



- Merten, Klaus (1999): *Einführung in die Kommunikationswissenschaft*, Band 1/1: Grundlagen der Kommunikationswissenschaft. Münster: Lit.
- Merten, Klaus/Westerbarkey, Joachim (1994): »Public Opinion und Public Relations«, in: Merten, Klaus/Schmidt, Siegfried J./Weischenberg, Siegfried (Hg.): *Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft*, Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 188-211.
- Nissen, Peter/Menningen, Walter (1977): »Der Einfluss der Gatekeeper auf die Themenstruktur der Öffentlichkeit«, in: *Publizistik*, 22. Jg., H. 2, S. 159-180.
- Pfetsch, Barbara/Wehmeier, Stefan (2002): »Sprecher: Kommunikationsleistungen gesellschaftlicher Akteure«, in: Jarren, Otfried/Weßler, Hartmut (Hg.): *Journalismus – Medien – Öffentlichkeit. Eine Einführung*, Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 39-97.
- Pürer, Heinz/Raabe, Johannes (1996): *Medien in Deutschland. Band 1: Presse*, 2., korrigierte Auflage, Konstanz: UVK.
- Ruß-Mohl, Stephan (1994): »Symbiose oder Konflikt: Öffentlichkeitsarbeit und Journalismus«, in: Jarren, Otfried (Hg.): *Medien und Journalismus. Band 1: Eine Einführung*, Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 313-327.
- Ruß-Mohl, Stephan (1999): »Spoonfeeding, Spinning, Whistleblowing. Beispiel USA: Wie sich die Machtbalance zwischen PR und Journalismus verschiebt«, in: Rolke, Lothar/Wolff, Volker (Hg.): *Wie die Medien die Wirklichkeit steuern und selber gesteuert werden*, Opladen: Westdeutscher Verlag, S.163-176.
- Saffarnia, Pierre A. (1993): »Determiniert Öffentlichkeitsarbeit tatsächlich den Journalismus? Empirische Belege und theoretische Überlegungen gegen die PR-Determinierungsannahme«, in: *Publizistik*, 38. Jg., H. 3, S. 412-425.
- Schantel, Alexandra (2002): »Determination oder Intereffikation? Eine Metaanalyse der Hypothesen zur PR-Journalismus-Beziehung«, in: Neverla, Irene/Grittmann, Elke/Pater, Monika (Hg.): *Grundlagentexte zur Journalistik*, Konstanz: UVK, S. 241-269.
- Scharf, Wilfried (1971): »Public relations in der Bundesrepublik Deutschland. Ein kritischer Blick über die gegenwärtig maßgebenden Ansichten«, in: *Publizistik*, 16. Jg., H. 2, S. 163-180.
- Schmidt, Siegfried J. (2000): *Kalte Faszination. Medien – Kultur – Wissenschaft in der Mediengesellschaft*, Weilerswist: Velbrück Wissenschaft.
- Schulz, Winfried (1976): *Die Konstruktion von Realität in den Nachrichtenmedien. Analyse der aktuellen Berichterstattung*, Freiburg: Alber.
- Schweda, Claudia/ Opherden, Rainer (1995): *Journalismus und Public Relations. Grenzbeziehungen im System lokaler politischer Kommunikation*, Wiesbaden: Deutscher Universitätsverlag.
- Weber, Stefan (2004): »Konstruktivistische Medientheorien«, in: ders. (Hg.): *Theorien der Medien*, Konstanz: UVK, S. 180-201.
- Weischenberg, Siegfried (1995): *Journalistik. Medienkommunikation: Theorie und Praxis. Band 2: Medientechnik, Medienfunktionen, Medienakteure*, Opladen: Westdeutscher Verlag.

Sarah Zielmann

## **Wirklichkeitsvermittlung oder auftraggeberfreundliche Wirklichkeitsangebote? Diskussion der konstruktivistischen PR-Perspektive unter Berücksichtigung PR-ethischer Überlegungen**

### **Problemaufriss**

PR ist in den vergangenen Jahren in ihrer Bedeutung für alle gesellschaftlichen Akteure stark gestiegen und hat sich weiter ausdifferenziert. Ein Blick auf die Stellenanzeigen oder ein Vergleich der Beschäftigtenzahlen (bzw. ihrer Schätzungen) illustrieren dies. Als eine Folge erhalten die Öffentlichkeit bzw. die aus PR-Auftraggebersicht relevanten Teilöffentlichkeiten ständig Informations- und Kommunikationsangebote. Diese unterliegen gleichzeitig einer kritischen Beobachtung, insbesondere seitens der Journalisten, einer für die Öffentlichkeitsarbeit besonders relevanten Gruppe. Die Kommunikation über Kommunikation hat ebenfalls zugenommen und die Handlungen von Akteuren aus unterschiedlichen Bereichen werden häufig erst durch die Anschlusskommunikation in Frage gestellt. Die Lewinsky-Affäre, der Fall Hunzinger/Scharping, der Lipobay-Skandal, die BSE-Krise oder vermeintlich gesundheitsschädliche Coca Cola in Belgien – nur einige Beispiele wie aus dem misslungenen Versuch einer kommunikativen Handlungslegitimation eine Existenz bedrohende Krise erwuchs. Neben vielen damit zusammenhängenden Angelegenheiten stellen sich auch die Fragen nach einer Übereinstimmung von Realität und den kommunizierten Wirklichkeitsentwürfen sowie häufig daran gekoppelt danach, wann und ob es sich hierbei um ethische Fehlritte handelt.

PR-Praktiker werden wiederholt mit dem Vorwurf konfrontiert, ethisches Verhalten im Sinne von ›richtigem Handeln‹ an den erwarteten eigenen Erfolg zu koppeln (vgl. etwa in Bezug auf Wirtschaftsunternehmen Hermani 2004: 18). Demnach wären beispielsweise PR-Kodizes lediglich ein ›Feigenblatt der Branche‹ und hätten einzig die Funktion, das Image der PR zu verbessern. Solange die Öffentlichkeit kein ethisches Verhalten attestiert, nützt es wenig, dass nicht nur in der PR-Praxis, sondern auch in der PR-Wissenschaft ein breiter Konsens darüber besteht, dass ethisches Verhalten die Entwicklung von PR als Profession unterstützt (Curtin/Boynton 2001: 411; Avenarius 1994: 300). Erschwerend kommt hinzu, dass die Sanktionsmaßnahmen bei ethischen Verstößen innerhalb der PR-Branche schwach ausgeprägt sind und möglicherweise nicht zuletzt deshalb die Verbindlichkeit von PR-Kodizes für die PR-Praktiker gering ist. Es ist zwar seit ein paar Jahren zu beobachten, dass – vielleicht nicht zuletzt aufgrund der wiederholten Thematisierung von einzelnen PR-Skandalen in den Massenmedien – Verantwortung ein zunehmend wichtiger Begriff sowohl für kommerzielle Organisationen als auch andere gesellschaftliche Akteure geworden ist. Doch ist es fraglich, ob damit ein genuines PR-ethisches Verhalten der entsprechenden Auftraggeber und ihrer Kommunikatoren angenommen werden kann. Von Bedeutung ist in allen Fällen, inwieweit das PR-vermittelte Bild mit dem massenmedialen Bild und dem Bild der Rezipienten übereinstimmt. Im Vergleich zu den Journalisten, von denen Rezipienten wahre und objektive Aussagen erwarten (Weischenberg/Scholl 1995: 220), ist bei den PR-Praktikern zu fragen, welcher Vermittlungsanspruch zum Beispiel seitens der Journalisten an sie gestellt wird und welchen sie selbst haben. In den PR-Kodizes bleibt die Beziehung zwischen PR und Journalismus nahezu ausgeblendet (vgl. Raupp 2004: 193). Es lässt sich aber anführen, dass gut vier Fünftel der Wirtschaftsjournalisten immer bzw. oft zustimmen, dass der typische organisationsinterne Öffentlichkeitsarbeiter Informationen einseitig zugunsten des Auftraggebers wiedergibt. Mehr als die Hälfte äußert die Ansicht, dass PR-Praktiker bereit seien, ethische Kompromisse einzugehen (Pienegger 2004: 155). Nun treffen solche Einschätzungen keineswegs ausschließlich auf die Beziehung von PR-Praktikern und Journalisten im Wirtschaftssystem zu. Misstrauen seitens der Journalisten, aber auch Vorbehalte der Öffentlichkeit gegenüber PR-Kommunikationsangeboten sind ebenso präsent in den Bereichen Politik, Kultur, Sport usw. Darüber hinaus ist von Bedeutung, dass Journalismus sich primär als Fremddarstellung charakterisieren lässt, PR hingegen kann als Selbstdarstellung partikularer Interessen durch Information bezeichnet werden (vgl. Baerns 1985: 16). Entscheidend ist, dass im Mittelpunkt der Dienstleistung ›Öffentlichkeitsarbeit‹ die Auftrag gebende Organisation und deren Image stehen (vgl. Röttger 2001: 288). Dass PR-Aktivitäten ein Allgemeininteresse vertreten ist also nicht anzunehmen (vgl. hierzu früh schon Scharf 1971: 176), wenngleich nicht ausgeschlossen ist, dass dies partiell dann erfolgt, wenn es dem Interesse des Auftraggebers dient.

Inwieweit die PR-Forschung bislang einen Beitrag zu dem Spannungsfeld PR-Wirklichkeitsbezug und PR-ethisches Verhalten geliefert hat, soll in diesem Beitrag herausgestellt werden. Diesbezüglich ist der auf der konstruktivistischen Systemtheorie beruhende PR-Ansatz von Klaus Merten (1992) ausschlaggebend. Im Folgenden soll betrachtet werden, welche Problemstellungen thematisiert bzw. ausgeblendet werden. Dazu wird eine Literaturübersicht zu den beiden Themenkomplexen PR-Ethik und PR aus der Perspektive der konstruktivistischen Systemtheorie in der kommunikationswissenschaftlichen PR-Forschung gegeben und deren Ergebnisse werden diskutiert. Es erscheint für eine Bewertung sinnvoll, allgemeine Überlegungen zur PR-Theoriebildung einzubeziehen. Abschließend wird aufgezeigt, welchen Beitrag die konstruktivistische Betrachtungsweise bezüglich eines PR-ethischen Verhaltens leisten kann und welcher alternative Zugang geeignet erscheint, um diesen Bereich theoretisch und empirisch zu beschreiben und zu analysieren.

## **Die Kombination von Ethik und PR in Praxis und Forschung**

Auf der Mesoebene ist zu verzeichnen, dass beispielsweise die meisten großen Wirtschaftsunternehmen durch jährliche Berichte ihre gesellschaftliche Verantwortung dokumentieren, indem sie etwa aufzeigen, wie sie die Herstellung hochwertiger Produkte mit umweltschonenden Maßnahmen in Einklang bringen. Darüber hinaus wird zurzeit das Konzept des »Corporate Citizenship« intensiver diskutiert. Danach erbringen Unternehmen für die Gesellschaft (meist bezogen auf das regionale Unternehmensumfeld) freiwillige Leistungen mit dem Ziel, auf diese Art und Weise unternehmerisches Handeln mittel- bis langfristig zu legitimieren (vgl. Barth 2005: 39). Ebenso haben wirtschaftliche Organisationen eigene Ethik-Kodizes entwickelt – die insbesondere dann eingeführt wurden, wenn zu einem ethischen Konfliktfall öffentlich Stellung bezogen werden musste (Seeger 2004: 231). Die *Deutsche Gesellschaft für Politikberatung e.V. (Degepol)* (zu deren Mitgliedern PR-Praktiker aus den Bereichen Public Affairs, Politikfeld- und Kampagnenberatung gehören) hat sich selbst einen Verhaltenskodex auferlegt, »um gegenüber der Öffentlichkeit und den Auftraggebern aus Politik, Wirtschaft und Zivilgesellschaft ein klares Zeichen der Transparenz zu setzen.« (Degepol 2005). Trotz derartiger Bemühungen ist auf der Mikroebene zu verzeichnen, dass PR-Praktiker insbesondere in Krisensituationen weiterhin mit ethischen Dilemmata konfrontiert sind (Förg 2004: 91). Es ist zu vermuten, dass sich daran wenig ändern wird. Denn es treten immer wieder neue, noch nicht in einen Katalog aufgenommene Konfliktfälle auf, für die oft erst im Nachhinein ein kommunikativer Lösungsweg erarbeitet wird.

Im Folgenden werden exemplarisch aus dem deutschsprachigen Raum zunächst PR-ethische Innovationen aus der PR-Praxis herausgegriffen, um den angenommenen Zusammenhang von PR-Krisenfällen aufgrund von Wirklichkeitsverzerrungen zu veranschaulichen. Anschließend wird der Blick auf entsprechende Forschungsarbeiten gerichtet.

## **PR-Ethik in der PR-Praxis**

Recht spät im Vergleich zum Presse- und Werberat, aber auch im Vergleich zu den Aktivitäten in den USA, wurde 1987 – nicht zuletzt aufgrund des schlechten Rufes der PR-Branche – der *Deutsche Rat für Public Relations (DRPR)* gegründet. Dieser wird von der *Gesellschaft der Public Relations Agenturen (GPRÄ)*, dem Wirtschaftsverband der Agenturen und der *Deutschen Gesellschaft für Public Relations (DPRG)*, dem Berufsverband der PR-Praktiker, getragen. In den Beobachtungsbereich des PR-Rates fallen alle Organisationen, die öffentlich agieren und wirken; er ist also anders als etwa der Presse-Rat nicht allein auf einen Medientyp bzw. einen bestimmten Organisationstyp beschränkt. Da seine äußerste Sanktionsmöglichkeit die öffentliche Rüge ist, wird der *DRPR* allerdings häufig als »zahnloser Tiger« bezeichnet. Der Rat befasst sich aber nicht nur mit den ethischen Verstößen von einzelnen Akteuren, sondern setzt sich auch mit den bestehenden ethischen Richtlinien auseinander. Als ein Resultat wurde 2001 der Paragraph 11 aus dem »Code de Lisbonne« mit dem Argument gestrichen, dass das Verbot, PR-Praktiker erfolgsabhängig zu honorieren, überholt sei (vgl. *DPRP* 2005). 1991 verabschiedete die *DPRG*-Ethikkommission die *Sieben Selbstverpflichtungen* eines Mitglieds und nahm diese 1995 als einen der ethischen Maßstäbe des Berufsstands in ihre Richtlinien auf. Vier Jahre später wurden auch in das *Qualifikationsprofil Öffentlichkeitsarbeit* der *DPRG* ethische Richtlinien übernommen.

Herausgehoben werden kann hier, dass seit knapp zwei Jahrzehnten seitens der PR-Praxis Bemühungen erfolgen, ethische Richtlinien zu formulieren und selbst zu kontrollieren. Dies genügt jedoch nicht allen Ansprüchen und Erwartungen.

Bevor im übernächsten Abschnitt PR-Ethik aus der Perspektive der Kommunikationswissenschaft betrachtet wird, soll zunächst das Verständnis von PR allgemein in der Kommunikationswissenschaft dargelegt werden. Dies geschieht, um später eine Brücke zwischen den eher unverbundenen Themenkomplexen PR-Ethik und theoretischen Ansätzen in der PR-Forschung schlagen zu können.

## PR-theoretische Sichtweisen in der Kommunikationswissenschaft

In der amerikanischen PR-Forschung ist meist die Organisation der Bezugspunkt, in der Deutschen war es lange Zeit die Gesellschaft (vgl. u.a. Dernbach 2002: 132). Zu Vertretern der *gesellschaftstheoretischen Sicht* gehören insbesondere Ronneberger und Rühl, die Öffentlichkeitsarbeit als ein Teilsystem der gesellschaftlichen Funktionssysteme betrachten, genauer des Funktionssystems öffentliche Kommunikation (Ronneberger/Rühl 1992). Öffentliche Kommunikation wird weitestgehend mit massenmedialer Kommunikation gleichgesetzt. PR obliegt die Aufgabe, Themen im Interesse der Organisation unter Berücksichtigung der Erwartungen der Umwelten bereitzustellen. Journalismus obliegt die Aufgabe, gesellschaftlich relevante Themen im Interesse der Öffentlichkeit bereitzustellen. Inwieweit hier nun das angenommene PR-System von dem Journalismus-System abgegrenzt werden kann, bleibt ungeklärt. Die spezifische Funktion von beiden Systemen ist letztlich die Herstellung und Bereitstellung von Themen für die öffentliche Kommunikation. Dieser Ansatz fragt vor allem danach, was PR für die Funktionsweisen und die Ermöglichung von Gesellschaften leistet. Aufgrund des permanenten Wandels von Interessen und von Wertvorstellungen ist ein gesellschaftlicher Konsens allerdings schwer auszumachen und nicht auf Dauer zu stellen.

Der *organisationstheoretischen Sicht* können zwei Perspektiven untergeordnet werden. Zunächst finden sich in der betriebswissenschaftlichen Literatur verschiedene Auffassungen über den Stellenwert und damit die Eingliederung von PR innerhalb eines Unternehmens. PR wird dort aus *marketingtheoretischer Sicht* u.a. als ein Instrument zur *Unterstützung* des Marketings betrachtet (vgl. Kotler/Bliemel 1999: 1039). So verstanden dient Öffentlichkeitsarbeit als ein absatzpolitisches Instrument. Eine andere Sicht nehmen Vertreter des gesellschaftsorientierten Marketings ein, wo PR zum Bestandteil der Unternehmensführung wird. Auch hier ist es Ziel, mit Hilfe der PR den wirtschaftlichen Erfolg zu sichern. Doch werden in dieses Konzept neben absatzpolitischen Kommunikationsanforderungen gesamtgesellschaftliche Fragestellungen einbezogen. Das heißt, dass versucht wird, Unternehmensinteressen mit sozialer Verantwortung zu kombinieren (vgl. Raffée/Wiedmann 1989). Schließlich kann aus organisations-theoretischer Sicht auch die Frage gestellt werden, was PR generell zur Erreichung der Organisationsziele beiträgt, eben nicht allein bezogen auf bzw. damit verbundene ökonomische Gesichtspunkte. Diese Frage resultiert aus der Beobachtung, dass Organisationen vermehrt auf Kommunikation angewiesen sind. PR ist sowohl zuständig für einen internen reibungslosen Kommunikationsablauf zur Sicherung der organisationalen Handlungsfähigkeit als auch zur Gestaltung von kommunikativen Beziehungen mit den für die Erreichung der Organisationsziele relevanten Umwelten. Diesbezüglich fällt PR die Aufgabe zu, mit Hilfe von

Kommunikation die Organisation an sich (u.a. ihre Ziele und Handlungen) gegenüber der Umwelt zu legitimieren und damit langfristig den Organisationserhalt zu sichern bzw. die Position der Organisation weiter auszubauen. Dazu gehört auch, Umwelterwartungen zu erfassen und an die Organisation zurückzukoppeln, um darauf aufbauend eventuell Handlungsentscheidungen zu treffen. So verstanden wird PR als eine *Organisationsfunktion* aufgefasst (vgl. etwa Röttger 2000), die von anderen Kommunikationsaktivitäten wie etwa der Werbung oder dem Marketing abgegrenzt werden kann. Dass ethische Kodizes nicht nur von Profession zu Profession, sondern auch von Organisation zu Organisation innerhalb einer Profession variieren können (Hunt/Tirpock 1993: 6f.) spricht ebenfalls für eine organisationstheoretische Betrachtung der PR(-Ethik). Neben der Frage, welche Funktion Öffentlichkeitsarbeit für die Erreichung der Organisationsziele erbringt, steht die Frage, unter welchen organisationalen Bedingungen PR-Kommunikationsangebote her- und bereitgestellt werden. Hierbei ist etwa von Interesse, wie die PR-Praktiker hierarchisch eingeordnet werden, welche finanziellen und personellen Ressourcen ihnen zur Verfügung stehen und inwieweit sie Informationszugang etwa zu der Organisationsleitung, aber auch zu den anderen Kommunikationsabteilungen haben. Dabei ist es von entscheidender Bedeutung, dass die Organisationspolitik der Auftraggeber, (die branchenspezifisch ausgeprägt ist), in der Regel die PR-Abteilungen determiniert (Bentele/Nothhaft 2004: 146). Wie viel Gestaltungsspielraum in Bezug auf die Durchsetzung ethischer Standards gegenüber den Auftraggebern bleibt, ist jedoch wenig theoretisch beschrieben und empirisch erforscht (Bowen 2004: 72). Zudem müssen sich PR-Praktiker aufgrund der gesellschaftlichen Pluralisierung mit widersprüchlichen, Konflikt beladenen Ansprüchen auseinandersetzen (vgl. Haas 2001: 433). Es erscheint allerdings plausibel davon auszugehen, dass »die Öffentlichkeitsarbeit [...] die Werte- und Normenhierarchien *relevanter* Umweltsysteme (beachtet), um Konflikte zu vermeiden« (Hoffmann 2001: 150; Herv. SZ).

Je nach theoretischer Verortung ändern sich mit dem Blickwinkel die gestellten Fragen und zu erarbeitenden Antworten. Hier wird für ein organisationstheoretisches Verständnis der PR plädiert und damit die Auffassung von Öffentlichkeitsarbeit als ein gesellschaftliches Funktionssystem (Ronneberger/Rühl 1992), als Teil der Werbung (vgl. u.a. Scharf 1999) bzw. als Instrument des Marketing-Mix (vgl. u.a. Meffert 1993) abgelehnt. Es wird also davon ausgegangen, dass PR ihre Ziele in Abhängigkeit von der Auftrag gebenden Organisation formuliert und Organisationsstrukturen den Entscheidungsspielraum von ihren PR-Verantwortlichen beeinflussen. In der Folge sind nicht allein die ethische Einstellung der PR-Praktiker maßgebend, sondern auch die ihrer Auftraggeber bzw. die Aushandlungsprozesse bezüglich eines PR-ethischen Verhaltens zwischen den beiden.

## PR-Ethik in der kommunikationswissenschaftlichen PR-Forschung

Es soll gleich vorweggenommen werden, dass Arbeiten, die eher darauf abzielen, schnell Handlungsanweisungen für die Praxis zu liefern, selten die wissenschaftliche Auseinandersetzung voranbringen. Die erarbeiteten Vorschläge zur ethischen Neuorientierung im PR-Alltag sind nämlich bislang kaum theoretisch hergeleitet.

Zur Wortkombination »Ethik und PR« liegen entgegen manchen Darstellungen durchaus einige Publikationen vor. In den 90er Jahren konzentrierten sich in Deutschland ganze Zeitschriftenausgaben auf das Thema PR-Ethik und es wurde eine Fachtagung zu diesem Thema organisiert (vgl. daraus folgende Publikation Armbrecht/Zabel 1994). Doch setzte die Beschäftigung damit relativ spät ein. Englischsprachige Veröffentlichungen erschienen schon seit Jahrzehnten, wenn auch nicht in großer Zahl (durchschnittlich vier pro Jahr); ein besonderer Anstieg war ein gutes Jahrzehnt vorher zu verzeichnen (vgl. Ferré/Willihnganz 1991). Es ist allerdings auch anzumerken, dass die mehreren Hundert englischsprachigen Publikationen überwiegend von Praktikern geschrieben wurden. Wissenschaftliche Auseinandersetzungen sind auch im deutschsprachigen Raum bis heute eher Mangelware. Wie weiter oben schon angesprochen wird Norm in den vorliegenden Arbeiten nicht aus der Theorie hergeleitet, selbst wenn einleitend PR-theoretische Ansätze auf ihre Eignung zur Beschreibung und Analyse einer PR-Ethik diskutiert werden. Meist folgen dann eine Untersuchung der PR-Kodizes und/oder eine Befragung von PR-Praktikern bezüglich ihrer Kenntnisse dieser ethischen Richtlinien bzw. ihren Einstellungen zur PR-Ethik, Konfliktfällen und ihrem selbst eingeschätzten Verhalten. In der Zusammenschau unterbleibt die Verbindung von Theorie und Empirie, so dass die Handlungsanleitungen nicht theoretisch abgeleitet werden, sondern eher an den normativen Wünschen der jeweiligen Autoren anzuknüpfen scheinen.

Zu den vorliegenden wissenschaftlichen Arbeiten zählt die empirische Studie von Martina Becher (1996). Sie hat die *DPRG*-Mitglieder zu ihrem beruflichen Selbstverständnis und zu ihren Einstellungen zu moralischen Fragen schriftlich befragt. Neben den Problemen einer solchen Vorgehensweise (etwa die Beschränkung nur auf die Mitglieder der *DPRG* oder die mögliche Diskrepanz von Einstellungsaussagen und tatsächlichem Verhalten) ist Bechers Verständnis von PR in Zweifel zu ziehen. Becher versteht Öffentlichkeitsarbeit »quasi (sic!) als Funktionssystem differenzierter Gesellschaften« (Becher 1996: 37). Wie oben beschrieben ist es eine andere mögliche Sicht, PR nicht als eigenes gesellschaftliches Teilsystem zu fassen, sondern als eine Organisationsfunktion. Hier gilt es dann herauszuarbeiten, inwieweit ein PR-Praktiker in seinem ethischen Verhalten durch die Organisation geprägt wird, für die er arbeitet (vgl. Kersten 1994: 118, 123) und diesbezüglich nach teilsystemischen und organisationstypspezifischen Differenzen der PR zu suchen (vgl. Jarren/Röttger 2004: 31, 38ff.).



Des Weiteren ist kritisch anzumerken, dass Becher PR als eher altruistisch betrachtet. Sie argumentiert, dass unter Berücksichtigung des Ziels von PR, Vertrauen zu schaffen, PR nicht allein den Zielen des Unternehmens dienen könne, sondern gesellschaftsbezogen sei (Becher 1996: 38). Vertrauen von der Öffentlichkeit oder einzelnen Teilöffentlichkeiten kann sicherlich als ein Organisationsziel formuliert werden, das auch mit Hilfe der PR erreicht werden soll. Dennoch muss PR damit nicht in erster Linie Gemeinwohl-bezogen handeln, schließlich steht auch dabei das Interesse des Auftraggebers im Vordergrund. Becher schlussfolgert, dass nur eine Beschäftigung von verschiedenen Seiten der PR-Ethik gerecht werden könne. »PR-ethisches Verhalten ist von vielen Faktoren abhängig, von individuellen, von professionellen, von organisationsspezifischen etc.« (Becher 1996: 138) Dieses Fazit fällt unbefriedigend aus, da offen bleibt, wovon das Handeln der PR-Praktiker wie genau beeinflusst wird und was daraus für eine konkrete Umsetzung und Ausgestaltung von PR-ethischem Verhalten folgt.

Auch Birgit Förg (2004) kreist mit ihrer empirischen Studie um die PR-Praktiker (und die PR-Kodizes). Sie vernachlässigt in ihrer mündlichen Befragung der Öffentlichkeitsarbeiter genauso eine Einbeziehung der Organisationen, für die diese Praktiker tätig sind. Zwar setzt sie sich kritisch mit unterschiedlichen PR-theoretischen Ansätzen auseinander (Förg 2004.: 46-85), doch konzentriert sie sich stärker auf verschiedene Konzeptionen von Ethik und die Diskussion ihrer Anwendungsmöglichkeiten in der PR anstatt am Ende auch zu versuchen, ein theoretisches Erklärungspotential für die Antworten der Praktiker zu bieten. Die Klärung der Begriffe »Morak« und »Ethik« sowie die Vorstellung von Typen ethischer Theorien und ethischen Methoden bietet nicht zuletzt aufgrund der Komprimierung einen guten Überblick. Es fehlt jedoch eine deutlich herausgearbeitete Verbindung mit den im folgenden Teil ebenfalls kompakt veranschaulichten PR-theoretischen Ansätzen. Diese werden in der Zusammenfassung zwar daraufhin überprüft, ob die Rolle der PR für die Gesellschaft thematisiert wird, inwieweit diese Aspekte jedoch für die PR-theoretische Weiterentwicklung und empirische Untersuchungen insbesondere zu Fragen von PR-ethischem Verhalten konkret genutzt werden können, bleibt in dieser Arbeit offen.

Die konstruktivistische Systemtheorie spielt weder in den bisherigen deutschsprachigen Publikationen noch in den Veröffentlichungen aus dem angelsächsischen Raum dann eine Rolle, wenn es um die Beschreibung und Analyse von PR-ethischem Verhalten geht. So muss sie im nächsten Abschnitt gesondert betrachtet werden, um im Anschluss zu prüfen, ob sie hierfür zukünftig eine geeignete theoretische Grundlage bilden könnte.

## Konstruktivismus in der PR-Forschung

Es muss vorausgeschickt werden, dass der Konstruktivismus ein uneinheitliches Theoriegebäude darstellt (vgl. Weber 2002: 23f.). Es werden folgende Varianten unterschieden: kognitivistischer Konstruktivismus, kommunikationstheoretischer Konstruktivismus, konstruktivistische Systemtheorie, methodischer Konstruktivismus und Sozialkonstruktivismus (vgl. Knorr-Cetina 1989). Diese Erkenntnistheorie hat ihre Wurzeln in unterschiedlichen Disziplinen: etwa den Naturwissenschaften, der Kybernetik, der Sprachforschung und der Philosophie. Vertreter des Konstruktivismus gehen davon aus, dass jedes Individuum in seiner eigenen Wirklichkeit lebt. Demnach ist es unmöglich, »objektive Realität« wahrzunehmen. Wissen über die je eigene Wirklichkeit wird von jedem Menschen aktiv in einem Verarbeitungsprozess der eigenen Wahrnehmungen aufgebaut (vgl. Schmidt 1995: 240). Diese Form der Konstruktion von Realität geschieht in einer Art und Weise, die es dem Einzelnen ermöglicht, die um ihn herum aufgebaute Komplexität für sich selbst zu reduzieren (vgl. u.a. von Glasersfeld 1987). Es ist wichtig zu betonen, dass konstruktivistisch orientierte Wissenschaftler nicht primär danach fragen, ob eine Erkenntnis wahr oder falsch ist, sondern wie »plausibel« und »viabel« sie ist und sie stellen den Erkenntnisprozess und dessen Bedeutung für das erkennende Subjekt in den Mittelpunkt ihrer Arbeiten. Es geht vor allem darum, was Erkenntnis ist und wie sie der einzelne erlangt. Erkenntnis als Konstruktion bedeutet, die Realität als individuell passenden Entwurf zu betrachten. Wahrgenommene Ungereimtheiten können verhindern, ein Wirklichkeitsangebot anzuerkennen.

## Wirklichkeit und PR-Wirklichkeit

Die Frühjahrsausgabe des Magazins *Cover* widmet sich dem Thema »Realitätsverlust. Wie Medien die Wirklichkeit verzerren.« (Cover 2005) Nach Meinung der Herausgeber ist »unser Wirklichkeits-Bild [...] medial konstruiert und wird zunehmend [...] von den Medien gesteuert.« (Cover 2005: 3) Der Einfluss der PR wird in einem Beitrag folgendermaßen skizziert:

»Diese »wirkliche Welt« wird [...] heutzutage durch Kommunikationsprofis systematisch verschönert: Public Relations ersetzen bis zu einem gewissen Grade die journalistische Recherche und tragen zu einer kostengünstigen Redaktionsarbeit bei.« (Weischenberg 2005: 16).

Nach Ansicht vieler Beobachter nehmen es die unterschiedlichen gesellschaftlichen Akteure und deren Kommunikationsberater mit der Wahrheit oftmals nicht so genau. Es finden sich ausreichend Auffassungen darüber, dass das Wahrheitsgebot relativiert wird bzw. Lügen seitens der PR schlicht für notwendig erachtet wird (vgl. die Verweise von Bentele 1994: 244). Dies trifft nicht nur auf die immer wieder als Beispiel herangezogenen Wirtschaftsunternehmen und auf politische Akteure zu. Hat etwa ein bekannter Sänger »gerade eine neue CD [...] in der

Pipeline – da macht sich eine emotionalisierende Krankheitsgeschichte unabhängig vom [...] Wahrheitsgehalt gut als PR-Instrument« (Fischer 2005: 23). Doch treffen diese Einschätzungen zu – und wenn ja, welche langfristigen Folgen ergeben sich dann für die PR im Falle der Aufdeckung? Selbst wenn vielerorts beklagt wird, investigativer Journalismus finde kaum noch statt, so ist und bleibt dies doch genuine Aufgabe der Medienvertreter. Und Journalisten kommen dieser Anforderung gerne nach, sorgen doch PR-Skandale für überraschende Negativschlagzeilen, was sich positiv für das eigene Medium auswirkt. Daher muss es als gefährlich bezeichnet werden, wenn PR-Praktiker im Interesse der Auftraggeber unwahre Informationen über die Medien zu verbreiten versuchen, um darüber zu erreichen, dass ihrer Organisation seitens der Rezipienten ein positives Image zugeschrieben wird. Doch wurde ja bereits angesprochen, dass ein Subjekt ablehnend gegenüber PR-Wirklichkeitsentwürfen reagieren kann. Erlaubt nun die Perspektive des Konstruktivismus auf die PR, darüber nachzudenken, wie mit ethischen Fehlritten umzugehen ist?

### **Konstruktivistische Systemtheorie in der PR-Forschung**

Innerhalb der kommunikationswissenschaftlichen PR-Forschung fasst Klaus Merten PR mit Hilfe der *konstruktivistischen Systemtheorie* (vgl. Merten 1992 und Merten/Westerbarkey 1994). Er stellt seinen systemtheoretischen PR-Ansatz in den Rahmen der gesellschaftlichen Entwicklung ebenso wie in den der Medienentwicklung. Er hält fest, dass immer mehr Medien immer mehr Informationen anbieten, die die Gesellschaft zunehmend vor Selektionsprobleme stellen. Die funktionale Differenzierung der gesellschaftlichen Teilsysteme erfordert gleichzeitig entsprechende Kommunikationsangebote. Resultat ist ein als gesellschaftliches Subsystem ausdifferenziertes Kommunikationssystem: PR. PR konstruiert eine eigene Wirklichkeit, die sie mittels der Massenmedien verbreitet. Auch hier rückt die massenmediale Kommunikation in den Mittelpunkt, da die öffentliche Meinung als zentrale Bezugsgröße der PR betrachtet wird und davon ausgegangen wird, dass die Medien einen wesentlichen Einfluss auf die Realitätswahrnehmung des Einzelnen haben. Diese Wahrnehmung zu beeinflussen ist nun Aufgabe der Öffentlichkeitsarbeit, und zwar unter der Maxime »Ablenkung durch Hinlenkung«, da nur positiv getönte Informationen verbreitet und negative Themen unterdrückt werden sollen. PR soll also Images für die Auftrag gebende Organisation festigen. Diese gilt es sowohl intern zu verankern als auch nach außen zu kommunizieren. Ausgangspunkt des von Merten der PR-Theorie und der PR-Praxis zugewandten Rekonstruktionsversuchs bildet also die Vorstellung einer Medienwirklichkeit, die die Realität zunehmend überformt und so die gesamtgesellschaftliche Relevanz des Kommunikationssystems vergrößert (vgl. Zander 2000: 50). Auffällig ist hier zum einen die Verkürzung der PR auf Medienarbeit, zum anderen die Betrachtung von Öffentlichkeitsarbeit als »Metakommunikation«.

die – ebenso etwa wie Datenbanken – Orientierung im Informationsdschungel bietet. Unter Berücksichtigung des Verständnisses, dass »jegliche Kommunikation [...] gesellschaftliche Konstruktion von Wirklichkeit« ist (Scharf 1999: 309), wird PR also die Aufgabe zugedacht, Journalisten von ihren Botschaften zu überzeugen (Janik 2002: 74), weil Menschen das meiste, was sie von der Welt wissen, aus zweiter Hand erfahren.

Mit Hilfe der konstruktivistischen Perspektive steht die Frage im Vordergrund, an welcher Wirklichkeit PR-Praktiker ihr Handeln messen und in Bezug auf die PR-Ethik, auf welche Wirklichkeit sich diese beruft. Da Vertreter der konstruktivistischen Systemtheorie außerdem annehmen, dass das Mediensystem Realität konstruiert und in Bezug auf PR-Praktiker einen Fokus auf die Medien unterstellen, lässt sich nicht mehr zwischen Nachrichten und Pseudoereignissen unterscheiden.

Aus der Perspektive Mertens wird PR beschrieben als ein »Prozess intentionaler und kontingenter Konstruktion wünschenswerter Wirklichkeiten durch Erzeugung und Befestigung von Images in der Öffentlichkeit« (Merten 1992: 44; Merten/Westerbarkey 1994: 210). Zusammengefasst lässt sich sagen: Merten versteht PR als ein soziales System, das für Realitätsentwürfe verantwortlich zeichnet, welche über die Verbreitung in den Medien in den Köpfen der Menschen gefestigt werden sollen. Wie Merten definiert auch Andrea Kückelhaus PR aus konstruktivistischer Perspektive als »strategische[n], reflexiv strukturierte[n], metakommunikative[n] Prozess der Konstruktion von Organisationswirklichkeit durch Konstruktion von Selbstimages [...] sowie deren interne und externe Verbreitung.« (Kückelhaus 1998: 379). Zentrale Funktion der PR ist damit auch hier die »Konstruktion wünschenswerter Wirklichkeiten« (Kückelhaus 1998: 372). Wünschenswert bezieht sich auf die Perspektive der PR-Auftraggeber. Vertreter dieser Sichtweise konstatieren, »erlaubt ist alles, wenn es nur Erfolg hat.« (Merten/Westerbarkey 1994: 210). Dabei muss nochmals betont werden, dass hier Images – und auch fiktionale Images – als *ein* Kommunikationsangebot aufgefasst werden. Die Glaubwürdigkeit dieses Angebots steht nicht in direktem Zusammenhang mit Wahrheit an sich, sondern ist gekoppelt an den kognitiven Bezugsrahmen der erreichten relevanten Umwelten. Aus konstruktivistischer Sicht sind diese PR-Angebote nicht so zu verstehen, dass hierüber Aussagen über die Wirklichkeit gemacht werden sollen, sondern es handelt sich um ein Angebot.

## **Kritische Stimmen zur konstruktivistischen Systemtheorie**

Aus konstruktivistischer Perspektive wird ein Vergleich zwischen Realitätsdaten und Daten der Berichterstattung abgelehnt bzw. als unmöglich betrachtet (Bentele 1996: 127). Anders ließe sich argumentieren, Nachrichten sind eine *Interpretation* von Realität und es lassen sich richtige von falschen (bzw. mehr oder weniger plausiblen, SZ) Interpretationen unterscheiden (Bentele 1996: 129, Herv. i.O.).

Doch muss hierzu wiederum skeptisch gefragt werden, wer denn diese Unterscheidungen vornehmen kann.

Steinmann, Zerfaß und Ahrens weisen explizit auf kritische Bürgerinitiativen hin, mit denen Unternehmen ebenso kommunizieren müssen wie mit Mitarbeitern und Lokaljournalisten (Steinmann/Zerfaß/Ahrens 1993: 33). Sie verurteilen darum die konstruktivistische Sicht der PR als »reine Sozialtechnologie« zur Erzeugung von Images in den Medien (Steinmann/Zerfaß/Ahrens 1993: 36f.) und schlagen stattdessen vor, PR als verständigungsorientierte Kommunikation mit relevanten Bezugsgruppen zu begreifen. Die Verantwortung für das Gemeinwohl muss von vornherein mit dem Eigeninteresse des Unternehmens zusammengedacht werden. (Zerfaß 2004: 399)

Es sind »von den konstruktivistischen Entwürfen [...] allenfalls Erkenntnisse für den Wirklichkeitsbezug von PR-Kommunikationen zu erwarten« (Hoffjann 2001: 208). Mit dem Konstruktivismus allein bleibt die soziale Einbettung von PR-Handeln ausgeblendet (vgl. Becker 2000: 168). Damit ist gemeint, es wird nicht erfasst, welchen Einfluss die Auftrag gebende Organisation auf die PR-Kommunikationsangebote und deren ethische Ausrichtung hat. Es kann nicht beantwortet werden, wie PR unter den jeweiligen organisationalen Bedingungen PR-Angebote her- und bereitstellt. Der übliche Gegenpol in der kommunikationswissenschaftlichen PR-Forschung ist ein einseitiger Fokus auf den Einfluss des Systems. Doch auch diese Perspektive ist begrenzt und greift für die theoretische Verortung und empirische Analyse von ethischen Aspekten in der PR zu kurz: sie verhindert das Zusammenspiel zu betrachten, wie einerseits die Strukturen die Handlungen der PR-Praktiker prägen und andererseits Struktur- bildung durch Handlungen erfolgt. Als Alternative kann PR strukturierungstheoretisch gefasst werden (u.a. Zerfaß 2004; Röttger 2000). PR-Kommunikatoren agieren demnach innerhalb von Strukturen, die ihr Handeln ermöglichen und begrenzen. Dabei reproduzieren und verändern sie sogleich die Strukturen. Die Hauptaussage der Strukturierungstheorie ist, dass Strukturen als reflexiver Prozess aus den sie ermöglichenden Handlungen reproduziert werden (vgl. Giddens 1997: 70). Mit Giddens wird also davon ausgegangen, dass sich abstrakt sagen lässt, Handeln und Strukturen beeinflussen sich gegenseitig. Wie das genau abläuft, muss an konkreten Fällen untersucht werden. Grundsätzlich sind Strukturierungen historisch dynamisch, aber doch so konstant und allgemeingültig, dass die Dynamik in den Hintergrund rückt und die beschriebenen Strukturen wie feste Rahmenbedingungen behandelt werden können.

Neben den teilsystemischen und organisationstypspezifischen Besonderheiten der PR-Praxis wären etwa auch kulturelle Unterschiede in ihrem Einfluss auf PR-ethisches Verhalten von Interesse (vgl. etwa Avenarius 1999: 175). So werden beispielsweise in manchen Ländern Journalisten-Geschenke als Bestechung betrachtet, in anderen werden sie gar erwartet (vgl. Parsons 2004).

## Fazit

PR ist in modernen, pluralistischen Gesellschaften mit heterogenen Ansprüchen konfrontiert, die bei der Produktion von Kommunikationsangeboten einer Organisation berücksichtigt werden müssen. Auf Dauer muss die kommunikative Außendarstellung einer Organisation auch dem tatsächlichen Verhalten der Auftrag gebenden Organisation entsprechen, da andernfalls schwerwiegende Glaubwürdigkeitsverluste die Folge sein können. Es ist festzuhalten, dass es sowohl der PR als auch den PR-Auftraggebern eher schadet, wenn eine eingesetzte Kommunikationsstrategie ethisch ausgerichtet ist, nicht jedoch das Produkt oder die Dienstleistung, über die kommuniziert wird. Dies ist beispielsweise bei PR für Tabakunternehmen problematisch, seit die Gefahren des Rauchens wissenschaftlich bewiesen und öffentlich bekannt sind. Des Weiteren muss das Organisationsziel ebenso ethisch sein wie die Handlungen der PR-Praktiker. Wenn etwa ein Reiseanbieter mit Hilfe der PR auf neue Feriendomizile aufmerksam machen möchte und der PR-Verantwortliche für deren umfassende und positive Darstellung in einem Medium einem Journalisten eine teure Reise als Gegenleistung anbietet, ist das zumindest fragwürdig. Es ist jedenfalls in den meisten westlichen Ländern unethisch, wenn Medienvertreter bestochen werden, um an sich ethische Inhalte in der Zeitung zu platzieren (vgl. Walle 2004: 2).

Die enge Bindung von PR an die Auftrag gebende Organisation ließ nun schon mehrfach die organisationstheoretische Sichtweise in den Mittelpunkt rücken. Doch ist es auffällig, dass bei den hier vorgestellten Arbeiten zur PR-Ethik eine Einschränkung der Sichtweise auf den Einfluss der PR-Akteure dominiert. Auch in der konstruktivistischen Perspektive bleibt unberücksichtigt, dass die Handlungsmöglichkeiten der PR-Praktiker beeinflusst werden von den Rahmenbedingungen, die die Auftrag gebende Organisation ihnen bietet, die wiederum auch geprägt sind durch das Teilsystem innerhalb dessen diese Organisation operiert.

PR ist sicher nicht nur Schönfärberei und kann auch nicht auf die Funktion der Imagekonstruktion reduziert werden (vgl. Bentele 1994: 248). Wie viele PR-Aussagen sich als falsch erweisen, wenn man alle Fakten überprüfen könnte, wäre empirisch zu erfassen. Aufschlussreich wäre sicher, ob sich PR-Praktiker bei Konfliktfällen oder in Krisensituationen an ethische Maßstäbe halten. Diesbezüglich käme es jedoch auch darauf an, für Unterscheidungsmerkmale gegenüber alltäglichen Routinekommunikationen Erklärungen bereit zu halten.

Die Perspektive der konstruktivistischen Systemtheorie zur Betrachtung von Öffentlichkeitsarbeit fasst PR nicht als Organisationsfunktion auf, sondern als gesellschaftliches Teilsystem. Dabei bleibt u.a. offen, worin neben der Unterscheidung von Selbst- und Fremdbeobachtung die Differenz zum Journalismus bestehen soll. Insbesondere in Bezug auf Fragen nach PR-ethischem Verhalten vermag diese Sichtweise wenig Unterstützung zu bieten. Die Strukturierungstheorie könnte die Abhängigkeiten der PR und den Einfluss auf PR-ethisches Verhalten

erfassen, mit denen PR-Handeln berührt wird seitens a) der jeweiligen Kultur, b) dem jeweiligen gesellschaftlichen Teilsystem (Politik, Kultur, Wirtschaft, Sport usw.) und c) dem jeweiligen Organisationstyp. Hiermit hätte man einen Ansatz, der PR-Handlungen in Verbindung setzt zu Organisationen und gesellschaftlichen Strukturen und diese in ihrer wechselseitigen Konstituierung beschreiben und erklären helfen könnte.

Ein weiterer Grund des eher vorsichtigen Umgangs mit der konstruktivistischen Perspektive auf die PR-Forschung ist außerdem die sehr starke Fokussierung auf die Realitätskonstruktion der Medien. Kommunikative Angebote, die direkt von einer Organisation an die Teilöffentlichkeiten und an einzelne Menschen gerichtet werden, finden zu wenig Beachtung.

## Literatur

- Avenarius, Horst (1999): »Wie gehen wir mit PR-Erfolgen um?«, in: *PR Forum*, H. 4, S. 174-177.
- Avenarius, Horst (1994): »Die Ethik des Kommunizierens. Praktische Erfahrungen mit PR-Kodizes«, in: Armbrecht, Wolfgang/Zabel, Ulf (Hg.): *Normative Aspekte der Public Relations: grundlegende Fragen und Perspektiven. Eine Einführung*, Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 297-307.
- Armbrecht, Wolfgang/Zabel, Ulf (Hg.) (1994): *Normative Aspekte der Public Relations: grundlegende Fragen und Perspektiven. Eine Einführung*, Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Baerns, Barbara (1985): *Öffentlichkeitsarbeit oder Journalismus? Zum Einfluss im Mediensystem*, Köln: Verlag Wissenschaft und Politik.
- Barth, Ulrike (2005): »Rede gut und sei auch so«, in: *pressesprecher*, 2/2005, S. 38-41.
- Becher, Martina (1996): *Moral in der PR? Eine empirische Studie zu ethischen Problemen im Berufsfeld Öffentlichkeitsarbeit*, Berlin: Vistas.
- Becker, Albrecht (2000): »Rationalität als soziale Konstruktion: Strukturierung, Konstruktivismus und die Rationalität organisationaler Entscheidungsprozesse«, in: Hinterhuber, Hans H./Friedrich, Stephan A./Al-Ani, Ayad/Handlbauer, Gernot (Hg.): *Das Neue Strategische Management. Perspektiven und Elemente einer zeitgemäßen Unternehmensführung*, 2., vollständig überarb. u. aktual. Aufl., Wiesbaden: Gabler, S. 147-182.
- Bentele, Günter/Nothhaft, Howard (2004): »Auf der Suche nach Qualität. Einige Gedanken und einige Dreiecke«, in: Raupp, Juliana/Klewes, Joachim (Hg.): *Quo vadis Public Relations? Auf dem Weg zum Kommunikationsmanagement: Bestandsaufnahmen und Entwicklungen*, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S.145-164.

- Bentele, Günter (1996): »Wie wirklich ist die Medienwirklichkeit? Anmerkungen zu Konstruktivismus und Realismus in der Kommunikationswissenschaft«, in: Wunden, Wolfgang (Hg.): *Wahrheit als Medienqualität*, Frankfurt a.M.: Gemeinschaftsverlag der Evangelischen Publizistik, S. 121-142.
- Bentele, Günter (1994): »Public Relations und Wirklichkeit. Beitrag zu einer Theorie der Öffentlichkeitsarbeit«, in: Bentele, Günter/ Hesse, Kurt R. (Hg.): *Publizistik in der Gesellschaft. Festschrift für Manfred Rühl*, Konstanz: Universitäts-Verlag, S. 237-267.
- Bowen, Shannon A. (2004): »Expansion of Ethics as the Tenth Generic Principle of Public Relations Excellence: A Kantian Theory and Model for Managing Ethical Issues«, in: *Journal of Public Relations Research*, H. 16, S. 65-92.
- Cover (2005): *Cover Medienmagazin*. Themenheft »Realitätsverlust. Wie Medien die Wirklichkeit verzerren.« H. 5
- Curtin, Patricia A./Boynton, Louis A. (2001): »Ethics in Public Relations«, in: Robert L. Heath (Hg.): *Handbook of Public Relations*, Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage, S. 411-421.
- Dernbach, Beatrice (2002): »Public Relations als Funktionssystem«, in: Armin Scholl (Hg.): *Systemtheorie und Konstruktivismus in der Kommunikationswissenschaft*, Konstanz: UVK, S. 129-145.
- Deutsche Gesellschaft für Politikberatung e.V. (2005): »Verhaltenskodex«, <http://www.degepol.de/verhalten.php> (12.02.2005). (Degepol)
- Deutscher Rat für Public Relations (2005): <http://www.drpr-online.de> (03.03.2005). (DRPR)
- Ferré, John P./Willihnganz, Shirley C. (1991): *Public Relations & Ethics: a bibliography*, Boston, Massachusetts: G.K. Hall & Co.
- Fischer, Christoph (2005): »Erektile Dysfunktionen«, in: *Cover*, H. 5, S. 22-23.
- Förg, Birgit (2004): *Moral und Ethik der PR. Grundlagen – theoretische und empirische Analysen – Perspektiven*, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Giddens, Anthony (1997): *Die Konstitution der Gesellschaft. Grundzüge einer Theorie der Strukturierung*. 3. Aufl. Frankfurt; New York: Campus.
- Glaserfeld, Ernst von (1987): *Wissen, Sprache und Wirklichkeit: Arbeiten zum radikalen Konstruktivismus*, Braunschweig, Wiesbaden: Vieweg.
- Haas, Tanni (2001): »Public Relations Between Universality and Particularity. Toward a Moral-Philosophical Conception of Public Relations Ethics«, in: Heath, Robert L. (Hg.): *Handbook of Public Relations*, Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage, S. 423-433.
- Haedrich, Günter (1982): »Öffentlichkeitsarbeit und Marketing«, in: Haedrich, Günter/Barthenheier, Horst Kleinert, Günter/(Hg.): *Öffentlichkeitsarbeit. Dialog zwischen Institutionen und Gesellschaft. Ein Handbuch*, Berlin, New York: de Gruyter, S. 67-76.



- Hermani, Gabriele (2004): »Unternehmen entdecken bürgerschaftliches Engagement. Deutsche BP startet Sozialoffensive. Corporate Social Responsibility als Marketingstrategie«, in: *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, Ausgabe vom 11. Oktober, S. 18.
- Hoffmann, Olaf (2001): *Journalismus und Public Relations. Ein Theorieentwurf der Intersystembeziehungen in sozialen Konflikten*, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Hunt, Todd/Tirpock, Andrew (1993): »Universal Ethics Code: An Idea Whose Time Has Come«, in: *Public Relations Review*, H. 19, S. 1-11.
- Janik, Achim (2002): *Investor Relations in der Unternehmenskommunikation. Kommunikationswissenschaftliche Analysen und Handlungsempfehlungen*, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Jarren, Otfried/Röttger, Ulrike (2004): »Steuerung, Reflexion, Interpenetration: Kernelemente einer strukturationstheoretisch begründeten PR-Theorie«, in: Röttger, Ulrike (Hg.): *Theorien der Public Relations. Grundlagen und Perspektiven der PR-Forschung*, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 25-45.
- Kersten, Astrid (1994): »The Ethics and Ideology of Public Relations: A Critical Examination of American Theory and Practice«, in: Armbrrecht, Wolfgang/Zabel, Ulf (Hg.): *Normative Aspekte der PR: grundlegende Fragen und Perspektiven. Eine Einführung*, Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 109-130.
- Knorr-Cetina, Karin (1989): »Spielarten des Konstruktivismus«, in: *Soziale Welt*, H. 40, S. 86-89.
- Kotler, Philip/Bliemel, Friedhelm (Hg.) (1999): *Marketing-Management: Analyse, Planung, Umsetzung und Steuerung*, 9., überarb. u. aktual. Aufl., Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
- Kückelhaus, Andrea (1998): *Public Relations. Die Konstruktion von Wirklichkeit. Kommunikationstheoretische Annäherungen an ein neuzeitliches Phänomen*, Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Meffert, Heribert (1993): *Marketing. Grundlagen der Absatzpolitik. Mit Fallstudien: Einführung und Relaunch des VW-Golf*, 7., überarb. u. erw. Aufl., Wiesbaden: Gabler.
- Merten, Klaus (1992): »Begriff und Funktion der Public Relations«, in: *prmagazin*, H. 11, S. 35-46.
- Merten, Klaus/Westerbarkey, Joachim (1994): »Public Opinion und Public Relations«, in: Merten, Klaus/ Schmidt, Siegfried J./Weischenberg, Siegfried (Hg.): *Die Wirklichkeit der Medien*, Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 188-211.
- Nieschlag, Robert/Dichtl, Erwin/Hörschgen, Hans (Hg.) (1997): *Marketing*, 18. Aufl., Berlin: Duncker & Humblot.
- Parsons, Patricia J. (2004): *Ethics in public relations: a guide to best practice*, London, Sterling: Kogan Page.

- Pienegger, Astrid (2004): »Public Relations und Wirtschaftsjournalismus. Eine Studie über Image und Akzeptanz der PR im Wirtschaftsjournalismus«, in: Altmeppen, Klaus-Dieter/Röttger, Ulrike/Bentele Günter (Hg.): *Schwierige Verhältnisse. Interdependenzen zwischen Journalismus und PR*, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 143-160.
- Raffée, Hans/Wiedmann, Klaus-Peter (Hg) (1989): *Strategisches Marketing*, 2. Aufl., Stuttgart: Poeschel.
- Raupp, Juliana (2004): »Berufsethische Kodizes als Konfliktvermeidungsprogramme. PR-Kodizes und Pressekodizes im Vergleich«, in: Altmeppen, Klaus-Dieter/ Röttger, Ulrike/Bentele, Günter (Hg.): *Schwierige Verhältnisse. Interdependenzen zwischen Journalismus und PR*, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 181-195.
- Ronneberger, Franz/Rühl, Manfred (1992): *Theorie der Public Relations*, Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Röttger, Ulrike (2001): »Public Relations«, in: Jarren, Otfried/Bonfadelli, Heinz (Hg.): *Einführung in die Publizistikwissenschaft*, Bern, Stuttgart, Wien: Haupt, S. 285-307.
- Röttger, Ulrike (2000): *Public Relations – Organisation und Profession. Öffentlichkeitsarbeit als Organisationsfunktion. Eine Berufsfeldstudie*, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Scharf, Wilfried (1999): »Bedeutung von Public Relations in der Multimediagesellschaft«, in: Deutscher Forstverein (Hg.): *100 Jahre Deutscher Forstverein*. Kongress vom 23.9.-26.9.1999 in Schwerin. Kongressbericht, Göttingen: Die Werkstatt, S. 309-329.
- Scharf, Wilfried (1971): »Public relations in der Bundesrepublik Deutschland. Ein kritischer Überblick über die gegenwärtig maßgebenden Ansichten«, in: *Publizistik*, H. 2, S. 163-180.
- Schmidt, Siegfried J. (1995): »Sprache, Kultur und Wirklichkeitskonstruktion(en)«, in: Fischer, Hans Rudi (Hg.): *Die Wirklichkeit des Konstruktivismus. Zur Auseinandersetzung um ein neues Paradigma*, Heidelberg: Carl-Auer-Systeme, S. 239-251.
- Seeger, Matthew W. (2004): »Organizational communication ethics. Directions for critical inquiry and application«, in: Tourish, Dennis/Owen, Hargie (Hg.): *Key Issues in Organization Communication*, London, New York: Routledge, S. 220-233.
- Steinmann, Horst/Zerfaß, Ansgar/Ahrens, Rupert (1993): »Ethische Problemfelder der Public Relations-Beratung«, in: *prmagazin*, H. 10, S. 33-40.
- Walle, Monica (2004): »Commentary: What happened to public responsibility? The lack of society in public relations codes of ethics«, <http://www.praxis.bond.edu.au/prism/papers/commentary/paper1.pdf> (25.07.2004)

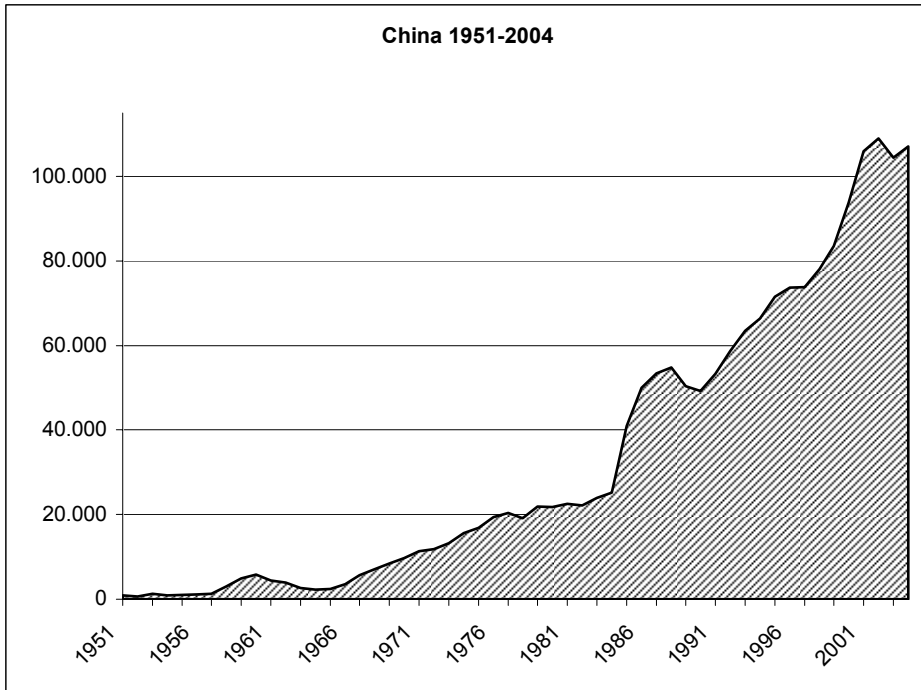
- Weber, Stefan (2002): »Konstruktivismus und Non-Dualismus, Systemtheorie und Distinktionstheorie«, in: Scholl, Armin (Hg.): *Systemtheorie und Konstruktivismus in der Kommunikationswissenschaft*, Konstanz: UVK, S. 21-36.
- Weischenberg, Siegfried (2005): »Man beißt Hund«, in: *Cover*, H. 5, S. 16-17.
- Weischenberg, Siegfried/Scholl, Armin (1995): »Konstruktivismus und Ethik im Journalismus«, in: Rusch, Gebhard/Schmidt, Siegfried J. (Hg.): *Konstruktivismus und Ethik*, Frankfurt am Main: Suhrkamp, S. 214-240.
- Zander, Axel (2000): *Medien, Journalismus und Public Relations. Eine kritische Betrachtung der systemtheoretischen Forschung mit Überlegungen zu theoretischen Veränderungen*, Göttingen, Univ., Dissertation.
- Zerfaß, Ansgar (2004): *Unternehmensführung und Öffentlichkeitsarbeit. Grundlegung einer Theorie der Unternehmenskommunikation und Public Relations*. 2., erg. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag.

Klaus Gietinger

## **Der Tod auf der Straße findet in den Massenmedien nicht statt.**

»Krokodil tötet Touristin« berichtet die *Frankfurter Rundschau* am 24. Oktober 2002 (Behrsing 2002: 36). Man erfährt unter anderem, dass »in den letzten 15 Jahren« in Australien »fünf Menschen von Krokodilen gefressen« worden sind. Eine unglaubliche Bedrohung, die da im fünften Kontinent besteht. Immerhin ist dies der als seriös geltenden *Frankfurter Rundschau* einen Zweispalter und ein ebenso großes Vierfarb-Foto mit dem erlegten Tier wert. Nicht erwähnt wird bislang in der *Frankfurter Rundschau*, wie viele Menschen im gleichen Zeitraum auf australischen Straßen getötet wurden, nämlich genau 33320 (vgl. Australian Transport Safety Bureau 2002). Auch gibt es keine farbigen Fotos der erlegten Täter.

Ein Einzelfall? Erinnert sei an Rinderwahn, an Zeckenbisse, an Kampfhunde, an SARS. Nehmen wir SARS. In China werden im Jahr 2003 durch SARS ca. 50 Menschen getötet. Eine beispielhafte Medienhysterie entfaltet sich. Man läuft mit Mundschutz durch die Gegend. Quarantäne und Todesangst überall. Zur gleichen Zeit kommen durch Straßenverkehrsunfälle in der Volksrepublik offiziell 104372 Menschen ums Leben. 10 Jahre vorher sind es 63508, wieder 10 Jahre vorher 23944. Nahezu eine Verfünfachung in 20 Jahren also (vgl. Wang et al.: 2001). Die tatsächliche Anzahl der Verkehrstoten wird von Pekingerverkehrswissenschaftlern mit an die 150 000, von der WHO gar mit 250 000 pro Jahr angegeben (vgl. Liren 1994; Peden et al. 2004: 188). Findet das entsprechende Erwähnung in den Medien der Welt?



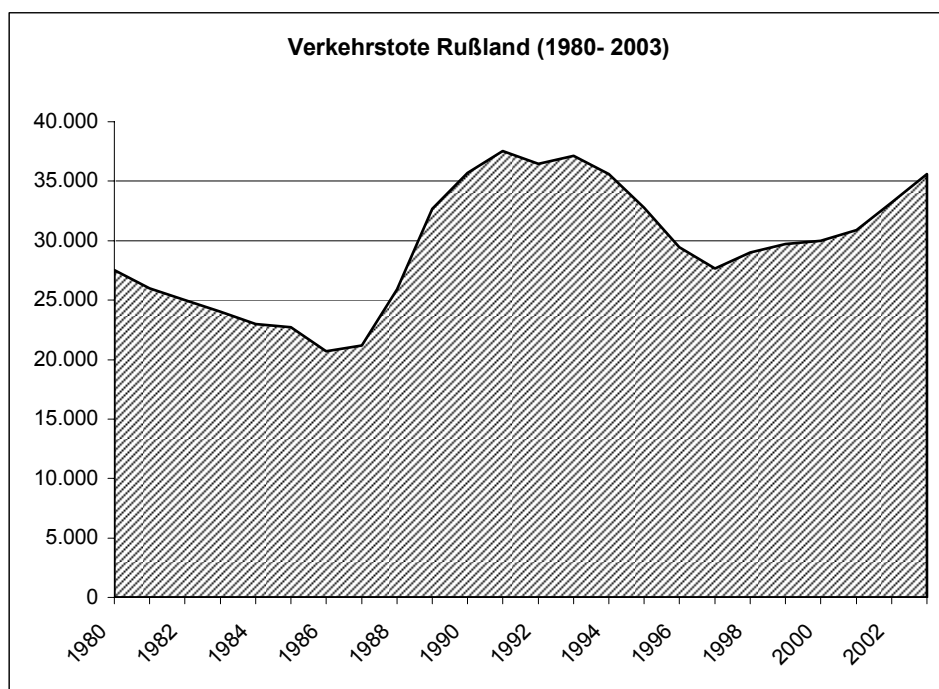
Der große Sprung in China. »Rückschläge« ergeben sich auch aus der »Kulturrevolution« 1966/67 und dem Massaker auf dem Platz des Himmlischen Friedens 1989, die beide zu Wachstumseinbrüchen führen. Letzteres hat, verkehrlich gesehen, mehreren zehntausend Menschen das Leben gerettet. (Quelle: China Statistical Yearbook 1992-2003; Wang et al. 2001)

Ironie der Geschichte: Im Jahr 2002, also ein Jahr zuvor, sind es noch mehr Straßenverkehrstote: 109000 (vgl. China Statistical Yearbook 1992-2003). Wem ist dieser Rückgang zu verdanken? Genau SARS. Denn die Krankheit hemmt 2003 den Touristenstrom nach China. Die knapp 5000 nicht Gekommenen haben Angst vor der Seuche und werden so durch eine andere nicht totgefahren. SARS rettet Leben.

So was gibt's nur in China? Hochwasser in der ehemaligen DDR 2002. Ein Dutzend Leute ertrinken, aber 50 weniger werden totgefahren. Das Hochwasser rettet Leben. Ist das eine Erwähnung in den bundesdeutschen Zeitungen, im Hörfunk, gar im Fernsehen wert?

1998, Eschede, Deutschland. 101 Menschen sterben bei einem durch Schlamperie und Privatisierung verursachten Zugunglück. Am gleichen Wochenende lassen über 150 Menschen auf Deutschlands Straßen ihr Leben. Über welches Ereignis berichtete die New York Times auf der ersten Seite? Die Medien konstruieren Wirklichkeiten. Wirklichkeiten, in denen alle Toten scheinbar gleich sind.

Warum ist das so? Ein Versuch: Warengesellschaften produzieren Warenfetischismus (vgl. Marx 1956 [1867]: 85ff.). Eine Zweck-Mittel-, eine Wahrnehmungs-Verkehrung ohne gleichen. Gesellschaftliche Bewegungen erscheinen nicht als die von Menschen, sondern von Waren. Dies bedingt, dass die Verkehrung den Menschen als natürlich erscheint: Die Verwertung des Wertes, die Profitmaximierung, gilt als ewiges Gesetz: »Geld regiert die Welt«. Individuell verkauft als Biologismus: »Du wirst die Menschen nicht ändern.« Der Fetischismus wird zur Natur, die einzig als real erscheint. Alles andere ist »ideologisch«, »illusionär« oder gar »utopisch«.



Kapitalistische Erfolge in Russland seit 1988<sup>1</sup> (Quelle: State Committee of the Russian Federation on Statistics – Goskomstat of Russia)

Das komplette Versagen des nie real existierenden Sozialismus bringt dem real existierenden Kapitalismus die totale Weltherrschaft und die totale Herrschaft des Warenfetischismus. Die totale Herrschaft verlängert aber zugleich die Totalität der Krisen des Kapitals. Nur erscheint diese Totalität nicht als Krise des Systems, sondern als Fehler von Individuen. »Wer arbeiten möchte, bekommt Arbeit«, das

<sup>1</sup> Dank an Svetlana Chekmaeva vom State Committee of the Russian Federation on Statistics (Goskomstat of Russia) für die Daten

ist die ideologische Quintessenz aus Hartz IV – nicht umsonst nach einem Auto-manager benannt.

Die ganze globale Autoindustrie befindet sich derzeit in der Krise. Schuld aber sind Einzelne. Konkret: Gelingt Opel nicht mehr die optimale Profitmaximierung, sind Managementfehler die Ursache. Am besten noch welche beim Mutterkonzern General Motors in den USA, der inzwischen an allem schuld ist, nur nicht das zugrunde liegende kapitalistische System. Doch der hoch entwickelte Kapitalismus ist nicht nur hochgradig krisenhaft, sondern auch hochgradig flexibel. Eine seiner Zauberformeln, die ihn auf unbestimmte Zeit am Leben erhalten wird, ist sein hochgradig produzierter Fetischismus. Einer dieser Fetische heißt Mobilität.<sup>2</sup> Einer seiner Väter Henry Ford. Mit ihm rettet sich die kapitalistische Wirklichkeit über eine ihrer größten Krisen. Zusammen mit Frederick W. Taylor (vgl. Taylor 1913) schafft er den idealen Arbeiter, der für ein bisschen mehr Lohn als Sklave eines optimal berechneten Arbeitsprozesses und optimal eingesetzter Produktionsmittel nicht nur gigantisch mehr produziert, sondern erstmals das kaufen kann, was bislang als Luxus gilt, den er aber selbst produziert: Das Auto.

»Ich beabsichtigte ein Automobil für die Menge zu bauen. Es wird groß genug sein, um die Familie mitzunehmen, aber klein genug, dass ein einzelner Mann es lenken und versorgen kann. Es wird aus dem allerbesten Material gebaut, von den allerbesten Arbeitskräften gefertigt und nach den einfachsten Methoden, die die moderne Technik zu ersinnen vermag, gebaut sein. Trotzdem wird der Preis so niedrig gehalten werden, dass jeder, der ein anständiges Gehalt verdient, sich ein Auto leisten kann, um mit seiner Familie den Segen der Erholung in Gottes freier, reiner Luft zu genießen.« (Ford 1923: 84)

Das Auto verkörpert die Herrschaft des Kapitals, und ihm gehört gleichzeitig das Herz des Lohnabhängigen. Hier begegnen sich die »Interessen« von Arbeit und Kapital. Der Arbeiter produziert das, was er vermeintlich braucht, er produziert seinen eigenen Fetisch. Und er wird ihn nicht wieder loslassen. Er wird süchtig nach ihm. Beste Voraussetzungen für die Verbreitung der größten Seuche der Menschheit: Die Motorisierung der Massen.<sup>3</sup>

<sup>2</sup> Mobilität wird in der Regel als Beweglichkeit einer Person (oder eines Gutes) bei hohem Bewegungsnutzen und relativ geringem Aufwand definiert. Maßzahl ist die Mobilitätsrate, die durchschnittliche Zahl der Wege je Person und Tag.

<sup>3</sup> Jeder siebte Arbeitsplatz hängt angeblich vom Auto ab. Die Zahlen sind jedoch falsch: Automobilindustrie und Zulieferbetriebe beschäftigen knapp 800000 Menschen, damit hängt nur jeder 31. Arbeitsplatz direkt vom Auto ab. Richtig ist, dass trotz gigantischer Arbeitsplatzvernichtung wesentlich mehr Arbeitsplätze vom Öffentlichen Verkehr (Bahn, U-Bahn, Tram, Bus) abhängig sind, nämlich ca. 1,3 Millionen.

Hitler als Terminator der Motorisierung in Deutschland ist selbst nicht nur Junkie dieser Sucht, er weiß sie für Deutschland zur Seuche zu machen. Der Volkswagen wird geboren und soll den Volksgenossen motorisieren.

Dies ist ehrlich gemeint von den Faschisten, auch wenn der Weltkrieg die Volksseuche ein paar Jahre hemmte. Die SPD, die solchem Fetischismus immer hinterherhinkt, wird erst in den 50er Jahren jedem Arbeiter sein Auto und erst in den 60ern jedem Ort einen Autobahnanschluss nicht weniger als 25 Kilometer entfernt wünschen.

Das Auto, besser das Kraftfahrzeug, ist nicht nur der große Retter des Kapitals, es bildet immer noch (als Zentrum von Öl, Reifen und Kriegsindustrie) die tragende Säule desselben (vgl. Wolf 2003: 234). Das Auto an sich wiederum ist ein gar wundersames Ding. Es ist des Menschen Wunscherfüllungsmaschine, die ihm die Illusion gibt, selbst ein Produktionsmittel zu besitzen, womit er überall schneller und bequemer hingelangt als mit anderen Fortbewegungsmitteln. Aber leider ist es überall besser, wo wir nicht sind, und so fährt man weiter. Wirklichkeiten spielen keine Rolle. Der Fetisch der Mobilität plantiert jede Vernunft.

Empirisch: In den letzten 30 Jahren – es gibt sogar Belege, dass dies seit Erfindung des Automobils nicht anders ist (vgl. Knoflacher 2001: 34ff) – haben zwei Dinge kaum zugenommen: Die Menschen in Deutschland sind im Schnitt 75 Minuten am Tag unterwegs, sie legen dabei ca. 3,5 Wege<sup>4</sup> zurück. Stark zugenommen hat nur die zurückgelegte Entfernung (vgl. Kontiv 1976, 1982, 1998, 2003). Konkret: Die Menschen gehen seit Jahr und Tag zur Arbeit, Einkaufen, zum Sport, in die Kneipe, ins Kino oder in die Kirche. Nur sind sie im wahrsten Sinne des Wortes vor 30 Jahren dafür um die Ecke gegangen. Heute fahren sie hinaus für alles, fressen in der gleichen Zeit wesentlich mehr Kilometer bzw. leben vor der Stadt, weil die ja wegen des Verkehrs für unbewohnbar erklärt wird. Sie glauben aber, sie seien unheimlich mobil.

Fetischismus der Verkehrswissenschaft: Wann immer ein Projekt des Öffentlichen Nahverkehrs geplant wird, ist eine Nutzen-Kosten-Rechnung nötig. Bezuschusst wird nach dem Gemeindeverkehrsfinanzierungsgesetz (GVFG) nur ein Projekt, dessen Nutzen höher ist als die Kosten. Wie berechnet man den Nutzen? Man standardisiert, monetarisiert und gewichtet. Positivistische Wissenschaft pur. So wird im Gesamtverkehrsplan der Stadt Frankfurt aus dem Jahr 1996 der Nutzen eines U-Bahnprojekts folgendermaßen berechnet (vgl. GVP 1996: 46):

Ersparte Verkehrsopfer	10 %
Ersparte Abgase	3 %
Ersparte Autoabnutzung:	41 %
Ersparte Reisezeit:	47 %

---

<sup>4</sup> Weg heißt, Erreichen eines Ziels mit einem bestimmten Zweck.



Öffentliche Verkehrsmittel ziehen ihren Hauptnutzen daraus, dass sie Fahrzeit ersparen. Oder mit Heinrich Heine ausgedrückt, der über die Erfindung der Eisenbahn gesagt hat: »Mir ist, als kämen die Berge und Wälder aller Länder auf Paris herangerückt. (...) vor meiner Tür brandet die Nordsee.« (Heine 1990 [1854]: 58)

Das Problem ist nur folgendes: Wo Fahrzeit eingespart wird, dehnt sich auch der Raum. Oder andersherum: Mit der Eisenbahn sind erst die Vorstädte möglich, die Trennung von Arbeitsplatz und Wohnraum (vgl. Schivelbusch 1979: 37).

Diesen Zustand verschärft das Auto enorm. Ergebnis: Man spart im Verkehr nie Zeit, man ist im Schnitt immer 75 Minuten unterwegs. Und weil man keine Zeit spart, ist diese Zeit auch nicht geruhsam, so wie es die Verkehrsplaner versprechen. Im Gegenteil. Deswegen sind die Nutzen-Kosten-Rechnungen Humbug, ist die Mobilität ein Fetisch. Statt zu gehen oder Rad zu fahren, sitzt man die gleiche Zeit im Auto. Da es aber eine Wunscherfüllungsmaschine ist, findet man es attraktiver.

Unterfüttert wird dies durch Realitäten: Im Innenstadtverkehr Frankfurt beträgt die Durchschnittsgeschwindigkeit im Auto 17 km/h (incl. Fußweg), beim ÖPNV zwölf km/h (vgl. SRV 2003). Das heißt, man steht länger an der Haltestelle oder geht länger zu ihr hin als zum Auto. In der Summe und im Schnitt ist man aber gleichlang unterwegs, denn Autofahrer fahren weiter. Mobiler wird's nicht.

Was dem isoliert Motorisierten dagegen innewohnt, ist das Gefühl der Individualität und zugleich, mächtig und schnell zu sein. Er fühlt sich als Herr seiner selbst, mehr noch, das Auto macht den Menschen zum Übermenschen. In dieser Sucht sind alle Brüder, ob Moslems, Juden, Christen, ob arm, ob reich, ob schwarz, ob weiß, Mann oder Frau, ob Bush oder Bin Laden. Die Seuche des Automobilität befällt alle Menschen gleich. Und lässt sie alle gleich ihre Opfer vergessen.

Dass sie Tod und Not über die Menschheit bringen, wissen jeder Autofahrer und jede Autofahrerin und geben es an die eigenen Kinder weiter, bzw. lassen sie nie allein auf die Straße, besser noch, nehmen sie im Auto mit und schützen sie damit vor ihresgleichen. Doch öffentlich zugegeben wird das selten. Im Gegenteil, Mütter die sonst wie Löwinnen für die Rechte ihrer Kinder kämpfen, werden zu Rabenmüttern, wenn ihr Parkplatz vor der Tür gefährdet ist. Das Auto kommt vor dem Kind, das Kind ins Auto und Mama ist immer der Chauffeur des Kindes. Der durchschnittliche Besetzungsgrad eines Pkws beträgt in der BRD bei Männern 1,3, bei Frauen 2,0, d. h. Mama ist unbezahlte Taxifahrerin (vgl. Hautzinger/Mayer 2004: 131).

Jeder stirbt für sich allein. Das Auto ist kollektives Schicksal und Singlefetisch par excellence. Es macht den massenhaften Auto-Unfalltod individueller und gleichzeitig unwichtiger denn je. Sterben 101 Menschen bei einem Zugangsglück, wird ihrer kollektiv gedacht, ja versucht, die Schuldigen zu bestrafen. Sterben in

der gleichen Zeit mehr, aber eben einzeln durch die Hand und den Fuß mehrerer, aber eben einzelner Autofahrer, herrscht Ruhe im Land. Aufmerksamkeit erregt es allenfalls, wenn es sich um einen so genannten Raser handelt. Aber auch hier ist der Tod individuell und der Raser individuell schuld, nicht der Autokanzler und die Autogrünen, die anders als die USA und fast alle Länder der Erde die Geschwindigkeit auf Autobahnen nicht begrenzen.

Schuld sind nicht die Auto-Kapitalisten, die stärkere, größere und schnellere Autos mit Kuhfänger bauen und die in jedem Werbeblock das Auto als Wunsch-erfüllungsmaschine anpreisen lassen, sondern der, der aufs Gaspedal tritt. Und in der Regel ist auch hier die Strafe nicht hoch. Durch kollektive Absolution des Autofahrers in den 50er und 60er Jahren, durch Änderung der Strafgesetze selbst (auch hier wieder der Ursprung im Faschismus), kann man heute mit dem Auto am ungestraftesten einen Menschen vom Leben zum Tode bringen. Geldstrafen von ca. 1500 Euro sind die Regel, wenn man ohne Vorstrafe jemanden über den Haufen fährt. Wo kommt man sonst billiger davon?

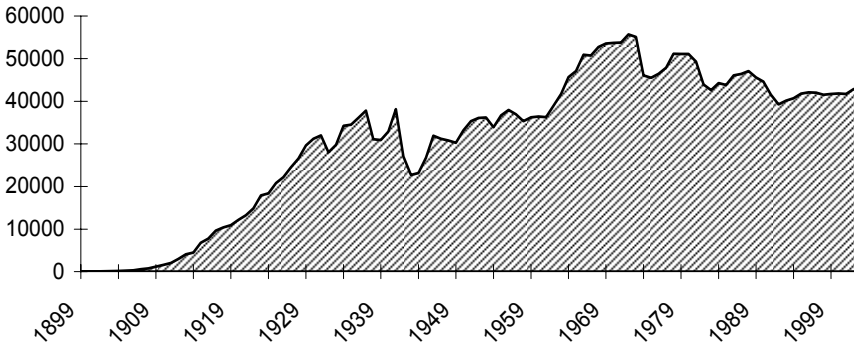
Wenn ein Junge wie in Frankfurt 2001 entführt und ermordet wird, leidet die ganze Nation, man erwägt die Einführung von Folter und anderem mehr. Aber wer weiß, dass Deutschland Europameister ist bei der Unfallquote für Kinder? Dass 80% aller Verkehrsunfälle mit Kindern nicht gemeldet werden? Wer sagt es laut, dass die Straßen Todeszonen sind und die Käfighaltung für Kinder die Regel ist? Wer bestraft die Totfahrer von 75 000 Kindern in Deutschland, wer die Verursacher der jährlich eine Million Verkehrstoten weltweit? Wer setzt die Daschners ein, um weitere Kindstötungen zu vermeiden? Wer in China oder den USA erwägt die Todesstrafe für Hartz, Pischetsrieder und andere? Wer will GM, Toyota oder Mercedes bombardieren? – Um Missverständnissen vorzubeugen: der Autor ist Gegner der Todesstrafe und Gegner der Folter.

Ende der 40er Jahre des letzten Jahrhunderts entdeckt der amerikanische Verkehrswissenschaftler J.R. Smeed, dass zu Beginn der Motorisierung die Zahl der Opfer mit dem Motorisierungsgrad steigt, gleichzeitig aber die Opferrate pro Fahrzeug sinkt. An einem gewissen Punkt sinkt die Anzahl der Toten trotz zunehmender Motorisierung und pendelt sich auf hohem Niveau ein.<sup>5</sup> (vgl. Smeed 1949).

---

<sup>5</sup> Mathematisch: Die Zahl der Opfer pro 10 000 Fahrzeuge sinkt schneller, als die Motorisierung, die Zahl der Kfz pro 1000 Menschen, steigt.

### Straßenverkehrstote USA 1899-2003



Der erste Knick erfolgt durch den japanischen Angriff auf Pearl Harbour (Benzinrationierung). Die weiteren Knicke nach 1970 erklären sich durch Sicherheitsprogramme der Regierung (die immer wieder durch Lockerung der Geschwindigkeitsbegrenzungen konterkariert werden). Dies ist auf die Perfektionierung des Insassenschutzes, die Käfighaltung der Kinder, und effektivere Rettungsmaßnahmen bei Unfällen zurückzuführen. Hinzu kommen die Selbstbehinderung der Fahrzeuge im Stadtraum und die daraus resultierende sinkende Durchschnittsgeschwindigkeit (vgl. Schmidt 2000). Zaghaft und zumeist erst nach Unfällen werden zwecks Selbsterhaltung des Systems Geschwindigkeiten reduziert.

US-amerikanische Wissenschaftlerinnen haben ausgerechnet, ab wann es »humaner« wird, ab wann dieser Umschlagpunkt eintritt. Sie haben ihn monetarisiert: Liegt das Bruttoinlandsprodukt zwischen 6100 und 8600 Dollar pro Kopf, gehen die Opferzahlen langsam zurück (vgl. Kopits/Cropper 2003: 3ff.) Das ist in den USA und der EU seit den 70er Jahren der Fall. Lateinamerika, Asien, ja selbst China sind noch weit davon entfernt. Zwischen 2040 und 2050 (vgl. Kopits/Cropper 2003: 31f.) könnte es dort auch soweit sein (vgl. Kopits/Cropper 2003: 31f.) – wenn es keine Krisen gibt. Aber noch nie hat es im Kapitalismus solch lange Zeiträume ohne Krisen gegeben. D.h. das Auto tötet weiter massenhaft und mehr als jede andere Erfindung des Menschen. Von den ökologischen Folgen wird hier gar nicht gesprochen. 1975 schätzte der amerikanische Highway Administrator Norbert Tiemann die Gesamtzahl der Straßenverkehrstoten seit Benz' und Daimlers Erfindung auf 25 Millionen. Das wären heute etwa 40 Millionen. Bis 2030 werden es 70 bis 80 Millionen, bzw. 2 bis 3 Millionen Tote jährlich sein. Es sind vergessene, verdrängte Tote.

Wirklichkeit 2050: Die Gesamtzahl der Verkehrsoffer beträgt inzwischen 100 Millionen. Das Bruttoinlandsprodukt hat weltweit – bis auf die meisten Staaten Afrikas – 8500 Dollar überschritten. Auf der Erde gibt es 3 Milliarden Kraftfahr-

zeuge, der Sicherheitsstandard der USA ist erreicht. Von den ökologischen Folgen abgesehen: Es gibt Immer noch 1 Million Tote jährlich auf der Straße.

Solange es den Kapitalismus gibt, wird es also Abermillionen Autofahrer geben und Millionen Tote. Denn die Öl-, Reifen-, Rüstungs- und Autoindustrie als Weltmacht wird jede Einschränkung ihrer Mobilität eisern bekämpfen. Und dies obwohl Verkehrswissenschaftlern seit Jahrzehnten bekannt ist, dass höchstens fünf bis zehn Prozent des Autoverkehrs überhaupt notwendig ist (vgl. Buchanan 1963). Die Trennung von Arbeit und Leben, von Wohn- und Arbeitsplatz, die Zersiedlung werden weiter gehen, Bauspekulation und Profitmaximierung vernünftige Städte verhindern. Die Expansion von Verkehr und damit der Kampf ums Öl werden bis an die Grenzen des Möglichen getrieben.<sup>6</sup> Umgekehrt: Jeder Autofahrer wird tendenziell seine Sucht, wird den Fetischcharakter der individuellen Motorisierung mit Gewalt verteidigen.

Gleichwohl gibt es Spielräume: In den Niederlanden, in Skandinavien, in Städten wie London (City-Maut) und Paris (Sperrung der Seine-Uferstraßen und rigorose Parkraumbewirtschaftung) werden schon heute Erfolge im Kampf gegen den asozialen Charakter des Autoverkehrs verzeichnet. Die Feinstaubdebatte hilft dabei. Selbst bei den Autofahrern ist eine gewisse Bereitschaft zur Einschränkung ihrer tödlichen Bewegungen zu erkennen. Manchmal viel stärker als bei den von ihnen Gewählten, die Angst haben wegen dieser »Einschränkungen« nicht wiedergewählt zu werden. So sind laut Befragung des Umweltbundesamtes 68% aller Deutschen für autofreie Innenstädte. (vgl. Umweltbundesamt 2004)

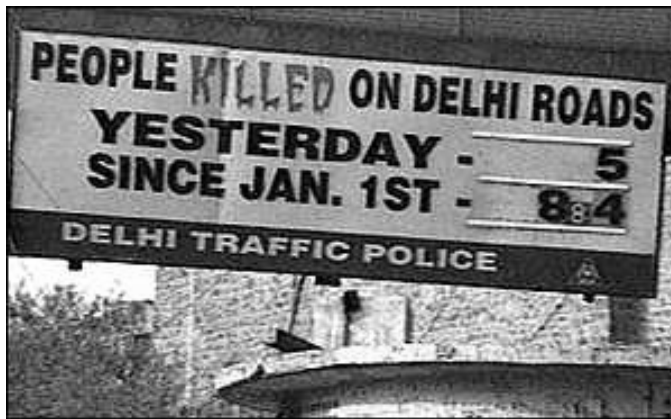
Utopie 2030: Der politische Prozess, der immer nur demokratisch ablaufen kann, schließt einerseits konkrete Maßnahmen ein, wie grundsätzliche Geschwindigkeitsbegrenzungen (100 km/h Autobahn, 60 km/h Landstraße, 30 km/h innerorts), Internalisierung externer Kosten, Mautsysteme aller Art, rigorose Parkraumbewirtschaftung, Einstellung öffentlicher Subvention des MIV, massenhafter Ausbau von Fußgängerzonen, Verkehrsberuhigung des übrigen Stadtraumes (15 km/h), Aufhebung der »eingebauten« Vorfahrt des Kraftfahrzeugs (vgl. Schmidt 2001), grundsätzliche Vorfahrt für Fußgänger und Radfahrer, Tram und Bus, durchgehendes, barrierefreies Fuß- und Radfahrstraßennetz, Großflächige Straßensperrungen, Umwidmung der Produktion auf den Öffentlichen Verkehr. Laut einer Studie des Umweltbundesamtes würde dies auch im Kapitalismus nicht zu weniger Arbeitsplätzen führen (vgl. Umweltbundesamt 2001). Andererseits wird der Fetischcharakter des Autos auch medial zerstört durch:

- grundsätzliche Verteufelung des Autos ähnlich dem Rauchen
- Pflichtaufkleber: Autofahren kann tödlich sein
- öffentliche Bekanntmachung aller Opfer

---

<sup>6</sup> Die Endlichkeit des Öls ist für den Kapitalismus äußerst gefährlich, da er noch keinen Ersatzstoff gefunden hat. Die Brennstoffzelle hält dabei lange nicht das, was sie verspricht. Öl ist auf Jahrzehnte durch nichts zu ersetzen, außer durch Öl.

- Verbot der Autowerbung (und Schleichwerbung) und der Radarwarnungen in Presse und Radio
- Die Stabstelle sauberes Frankfurt kümmert sich z. B. weniger um Anzeigenblätterstapel, Hundekot, Spucker und Sprayer, sondern sorgt für die Entfernung von Gehwegparkern, Falschparkern, ja überhaupt für die Beseitigung des Kfz aus dem Stadtbild
- Mahnmale des Autoverkehrs
- Verschärfung des Strafrechts (bis hin zum Totschlag)
- Lebenslange Fahrverbote bei Tötung
- Bestrafung der Verantwortlichen
- Schutz des Lebens vor Mobilität



Nicht zu unterschätzen ist die Vorbildfunktion der alten kapitalistischen Industrienationen in Europa, USA, Japan und Australien. Schaffen sie die geistig moralische Wende, diese Verkehrsrevolution bis 2030, nehmen auch die sich kapitalisierenden Transformationsländer in Asien, in Südamerika und Osteuropa eine andere Entwicklung. Der Sicherheitsstandard Schwedens und mehr ist dann erreichbar. Oder quantifiziert. Statt drei Millionen würden »nur« 500.000 jährlich durch Kraftfahrzeuge sterben. Vision Zero<sup>7</sup> aber wirklich zu Ende gedacht, transzendiert das Kapital. Diese fetischlose Utopie ist leider nicht in Sicht.

Schluss: Während dieser Artikel geschrieben wird, machen Freunde von mir Bildungsurlaub in Israel. Mehrere gut Meinende rieten ihnen davon ab. Des Terrors wegen, versteht sich. Die Antwort: Seit 1948 sind 21600 Israelis in Kriegen und bei Terroranschlägen gestorben, 22700 auf den Straßen. Oder poin-

<sup>7</sup> In verschiedenen europäischen Staaten (Schweden, Schweiz, Österreich), nicht in Deutschland gibt es so genannte Vision-Zero-Programme, die mehr oder weniger radikal durch Einschränkungen vor allem der Geschwindigkeit der Kraftfahrzeuge die Anzahl der Verkehrstoten drastisch senken wollen.

tierter: Die 120 Toten durch palästinensischen Terror 2000/2001 ergeben ein jährliches Todesrisiko von 16 zu einer Million, die 461 Verkehrstoten ein Risiko von 63 zu einer Million (vgl. Jerusalem Post 2002). Das Risiko in Deutschland durch Straßenverkehr zu Tode zu kommen, beträgt im Jahr 2000 übrigens 91 zu einer Million.

## Literatur

- Australian Transport Safety Bureau (2002): Safety Statistics 2002. Road crash data and rates 1925-2001. [http://www.atsb.gov.au/road/stats/pdf/crash\\_rates\\_2003.pdf](http://www.atsb.gov.au/road/stats/pdf/crash_rates_2003.pdf) (15.07.2005)
- Behrsing, Boris B. (2002): »Krokodil tötet Touristin. Deutsche in Australien ging trotz Verbotsschildern baden«, in: *Frankfurter Rundschau*, Jg. 58, 24. 10. 2002, S. 36.
- Buchanan, Colin (1963): *Traffic in towns*, London: Penguin & HMSO.
- Ford, Henry (1923): *Mein Leben und Werk*, Leipzig: Paul List Verlag.
- Gietinger, Klaus (2003): »Der Tod hat einen Motor«, in: *Die Zeit*, Nr. 04/2003 vom 10.1.2003, S. 27.
- Hautzinger ,Heinz/Mayer, Karin (2004): *Analyse von Änderungen des Mobilitätsverhaltens – insbesondere der PKW-Fahrleistung – als Reaktion auf geänderte Kraftstoffpreise*, Heilbronn: Institut für angewandte Verkehrs- und Tourismusforschung e.V. (IVT). [http://www.ivt-verkehrsforschung.de/pdf/Kraftstoffpreise\\_und\\_Mobilitaet.pdf](http://www.ivt-verkehrsforschung.de/pdf/Kraftstoffpreise_und_Mobilitaet.pdf) (15.07.2005)
- Heine, Heinrich (1990 [1854]): *Historisch-kritische Gesamtausgabe der Werke*, hrsg. von Manfred Windfuhr in Verbindung mit dem Heinrich-Heine-Institut, Bd. 14: Lutezia: 2, bearb. von Volkmar Hansen, Düsseldorf: Hoffmann u. Campe.
- Kaplan, Edward H.(2002): »Competing Risks and Realities«, in: *Jerusalem Post*, 08.01.2002, S. 8.
- Knoflacher, Hermann (2001): *Stehzeuge – Der Stau ist kein Verkehrsproblem*, Wien, Köln, Weimar: Böhlau.
- Kontinuierliche Erhebung zum Verkehrsverhalten (Kontiv) 1976, 1982, 1989, 2001:
- infas, DIW (2001): *KONTIV 2001, Kontinuierliche Erhebung zum Verkehrsverhalten, Methodenstudie, Endbericht, Gutachten im Auftrag des Bundesministers für Verkehr, Bau- und Wohnungswesen*, Bonn/Berlin: DIW.
- Kloas, J.; Kunert, U. (1993): *Vergleichende Auswertungen von Haushaltsbefragungen zum Personennahverkehr (KONTIV 1976, 1982, 1989), Gutachten im Auftrag des Bundesministers für Verkehr*, Berlin: DIW.

- Kopits, Elizabeth/Cropper, Maureen L. (2003): »Traffic Fatalities and Economic Growth« World Bank Policy Research Working Paper No. 3035.  
<http://ssrn.com/abstract=636397> (15.07.2005)
- Kuckartz, Udo/Rheingans-Heintze, Anke (2004): *Umweltbewusstsein 2004*, Berlin: Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (BMU).
- Liren, Duan (1996): *Viewing China road traffic safety and the countermeasures in accordance with international comparison*. Beijing Research in Traffic Engineering, Second Conference in Asian Road Safety, 28-31 October 1996.
- Marx, Karl/Engels, Friedrich (1956 [1867]): *Werke*. Bd. 23, herausgegeben vom Institut für Marxismus-Leninismus beim ZK der SED, Berlin: Dietz-Verlag.
- National Bureau of Statistics (2003): *China Statistical Yearbook*, Peking: China Statistics Press.
- Peden, M./Scurfield, R./Sleet, D./Mohan, D./Hyder, A. A./Jarawan, E./Mathers, C. (2004): *World report on road traffic injury prevention*, Genf: WHO.
- Schivelbusch, Wolfgang (1979): *Geschichte der Eisenbahnreise*, Frankfurt, Berlin, Wien: Ullstein.
- Schmidt, Markus (2000): *Eingebaute Vorfahrt*, Frankfurt: Mainhattan-Verlag.
- Smeed, R.J. (1949): »Some Statistical Aspects of Road Safety Research«, in: *Royal Statistical Society Series A*. 112:1-23.
- Städtebaubeirat der Stadt Frankfurt am Main (1996): *Untersuchungen zur Fortschreibung des Generalverkehrsplans 1976/82, Teil Gesamtnetz Schiene 2000, Ergebnisbericht (GVP)*, Frankfurt am Main.
- Taylor, Frederick W. (1913): *Die Grundsätze wissenschaftlicher Betriebsführung*, München, Berlin: R.Oldenbourg.
- Umweltbundesamt (2001): *Dauerhaft umweltgerechter Verkehr. Deutsche Fallstudie zum OECD Projekt Environmentally Sustainable Transport (EST)*, Berlin: Umweltbundesamt.
- Umweltbundesamt (2004): »Mehr Mobilität mit weniger Autos«, Presse-Information 81/2004. <http://www.umweltbundesamt.de/uba-info-presse/2004/pd04-081.htm> (15.07.2005)
- Verkehrs- und Infrastrukturplanung – VIP (2003): *Mobilität in Städten – SRV 2003* [http://www.tu-dresden.de/srv/SrV\\_Web/Dok/Staedtevergleich2003.pdf](http://www.tu-dresden.de/srv/SrV_Web/Dok/Staedtevergleich2003.pdf) (15.07.2005) (SRV 2003)
- Wang, Sheng-yong/Chi, Gui-bo/Jing, Chun-xia/Dong, Xiao-mei/ Wu, Chi-peng/Li, Li-ping (2003): »Trends in road traffic crashes and associated injury and fatality in the People's Republic of China, 1951–1999.«, in: *Injury Control and Safety Promotion*, Vol. 10, Nr. 1-2, S. 83-87.
- Wolf, Winfried (2003): *Sturzflug in die Krise. Die Weltwirtschaft, das Öl, die Krise*, Hamburg: Konkret-Literatur-Verlag.

Oliver Weiß

## 20 Jahre Dualer Rundfunk in Deutschland

### **Historische, wirtschaftliche und rechtliche Wirklichkeiten**

Das Nebeneinander von privatem und öffentlich-rechtlichem Rundfunk ist 2004 in das 21. Jahr gegangen. Unterstellt man, dass Medien beim Rezipienten wirken, stellt sich die Frage nach dem »wie? Welche Auswirkungen hatte der Start von PKS, *Radio Weinstraße* & Co. auf den Couch Potatoe und den Wissbegierigen? Klärung soll ein konstruktivistischer Ansatz bringen.

Die Weichen für den Start des Dualen Rundfunksystems wurden weit vor dem 1. Januar 1984 gestellt. Die Union aus CDU, CSU und die FDP wollten den privaten Rundfunk fördern, und stieß mit dieser Idee bei den Sozialdemokraten, die das Monopol des öffentlich-rechtlichen Rundfunks schützen wollten, auf wenig Gegenliebe. Am 11. Mai 1978 haben dann aber doch alle »freien Volksvertreter« in gewohnter Unabhängigkeit ihr Herz für wirtschaftliche Interessen geöffnet. Teils Feuer und Flamme (CDU/CSU) oder zumindest nicht dagegen (SPD), einigten sich die Ministerpräsidenten der Länder auf befristete Kabelversuche in den Ballungsräumen Berlin, Ludwigshafen-Mannheim, München sowie Dortmund<sup>1</sup>. Da beide Seiten durch den Verlauf der Projekte jeweils ihre eigene Auffassung bestätigt sehen wollten, kam schließlich der deutsche Tiefbau zu neuen Aufträgen, das Kabel unter die Erde und der private Rundfunk zur Welt.<sup>2</sup> Die Finanzierung des Netzausbaus wurde dem Gebührenzahler in Form des »Kabelgroschens« aufgetragen.

---

<sup>1</sup> Mannheim stoppte 1979 den Ausbau.

<sup>2</sup> Den Weg für die Entwicklung des privaten Rundfunks in Deutschland machte dann das Bundesverfassungsgericht (BVerfG) am 16. Juni 1981 frei. Im sogenannten »FRAG-Urteil« bejahen die Verfassungsrichter grundsätzlich die Möglichkeit eines privatrechtlichen Rundfunks.



Plötzlich stand ein neuer Übertragungsweg zur Verfügung, der eine erheblich größere Zahl an Radio- und Fernsehprogrammen als über den terrestrischen Antennenempfang gewohnt verbreiten konnte. Der Übertragungsweg machte den Weg frei für neue Anbieter, die Bewegung in die gewohnte und sichere, von *ARD* und *ZDF* geprägte Medienlandschaft bringen konnten. Verständlich, wenn bei diesem »Urknall« (Pitzer/Scheithauer 2004: 7) niemand mehr die Augen schließen konnte und jeder die ersten Schritte des privaten Rundfunks am Radio und Fernsehgerät verfolgen wollte. Doch was da 1984 aus den Kellerstudios (*PKS*) und Kreissälen<sup>3</sup> (*RTL plus*) in die Wohnzimmer flimmerte, war eher mit dem Fallen einer Stecknadel auf einen Wattedboden als mit einem ohrenbetäubenden Knall zu vergleichen. Der Start des privaten Rundfunks in Deutschland war langweilig und konnte die Chefs der öffentlich-rechtlichen Anstalten nicht aus ihrem Schlaf reißen. Wer also hätte damals den nötigen Mut besessen beziehungsweise die Naivität gezeigt und es gewagt, dieses Pflänzchen als den Start eines neuen Wirtschaftszweiges mit jährlichen Netto-Einnahmen von über 4 Mrd. Euro (2003) aus Werbegeldern zu bezeichnen?

Zumal der Privatfunk seit der ersten Sendeminute gegen eine aus Gebühren- und Werbegeldern mischfinanzierte öffentlich-rechtliche Monokultur anzukämpfen hatte. In seinen internen Aufsichtsgremien sitzen u.a. Vertreter politischer Parteien, die in den Landesparteien auf Vorschlag einer staatsfernen öffentlich-rechtlichen<sup>4</sup> Kommission wiederum über die Höhe der Rundfunkgebühren entscheiden dürfen. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk ist durch die Rundfunkgebühren seit seiner ersten Sendeminute von wirtschaftlichen Schwankungen weitgehend unabhängig. *ARD* und *ZDF* agieren mit Geldern, die von der Größenordnung denen großer Wirtschaftsunternehmen entsprechen. Deutschland leistet sich eines der teuersten öffentlich-rechtlichen Rundfunksysteme der Welt. *ARD* und *ZDF* nahmen 2003 über 7 Mrd. Euro ein. Trotz ihrer Finanzierung aus öffentlichen Geldern sind sie finanziell alles andere als transparent. Quersubventionierungen und Überkompensationen lassen sich bis heute nicht nachweisen. Der öffentlich-rechtliche Rundfunk wildert in privatwirtschaftlichen Zweigen und betreibt inzwischen über 58 UKW und 13 rein digitale Radioprogramme sowie 20 Fernsehprogramme und tausende Internetseiten. Seine technische Reichweite ist für die meisten privaten Hörfunk- und Fernsehsender unerreichbar.

Der Rundfunkmarkt in Deutschland ist einer der am stärksten regulierten Märkte der Welt. Diese Feststellung trifft auf den privaten Rundfunkmarkt zwar zu. Er muss für die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten aber relativiert werden. *ARD* und *ZDF* senden ihr gebührenfinanziertes Programm nach wie vor

---

<sup>3</sup> Die »Geburt« des Senders *RTL plus* wurde in der Kulisse eines Kreissaals vollzogen.

<sup>4</sup> Die Kosten der KEF (= Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten) und ihrer Geschäftsstelle werden vorab aus der Rundfunkgebühr gedeckt.

ohne klaren und präzisen Programmauftrag.<sup>5</sup> Die vom Gesetzgeber geprägten und gerne zitierten Begriffe Information, Unterhaltung, Bildung und Beratung greifen zu kurz. Auch die erneute 8. Änderung des Rundfunkstaatsvertrages, der im April 2005 in Kraft getreten ist, führte weder zu der erhofften Konkretisierung des Auftrages noch zu einer effektiveren Kontrolle. Zwar müssen die Rundfunkanstalten »Selbstverpflichtungserklärungen« abgeben. Sanktionen für die Nichteinhaltung des Auftrages oder unzureichende Selbstverpflichtungserklärungen sind aber nicht vorgesehen. Deshalb legte der Verband Privater Rundfunk und Telekommunikation e.V. (VPRT) im Februar 2003 einen Vorschlag für eine staatsvertragliche Grundnorm vor. Darin fordert der VPRT ein umfassendes Werbe- und Sponsoring-Verbot für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk und eine Konkretisierung des Grundversorgungsauftrags unter Berücksichtigung der Vorgaben der finanziellen Transparenzrichtlinie im Rundfunkstaatsvertrag. Wo derzeit kein klar definierter Auftrag existiert, so könnte man annehmen, muss man auch nichts überwachen. Die einzigen Kontrollorgane der Anstalten sind der jeweilige Rundfunk- oder Fernsehrat und der Verwaltungsrat. In diesen internen Gremien sitzen insbesondere Vertreter politischer Parteien. Mit Aufsichtsorganen für den privaten Rundfunk haben sie, außer der Organisationsform, nichts gemein. Die 15 Landesmedienanstalten haben Macht. Sie setzen klare Maßstäbe für die Gestaltung der privaten Programminhalte und äußern häufig Kritik. Verstöße gegen Jugendschutz und Werberichtlinien beispielsweise werden mit Bußgeldern belegt oder können sogar zum Lizenzentzug führen. Der private Rundfunk wird also durch externe, gebührenfinanzierte Anstalten des öffentlichen Rechts kontrolliert, während sich der öffentlich-rechtliche Rundfunk durch interne Gremien weitgehend selbst beaufsichtigt.

Somit steht dem privaten Rundfunk im Dualen System ein öffentlich-rechtlicher Rundfunk gegenüber, der sowohl wirtschaftlich als auch im weitesten Sinne regulatorisch übervorteilt ist. Doch haben die historischen, regulatorischen und wirtschaftlichen Determinanten Auswirkungen auf den Zuhörer und Zuschauer? Unmittelbar – nein! Mittelbar allerdings spiegeln sich die Determinanten in der Ausgestaltung der Programme wieder. Die historischen, regulatorischen und wirtschaftlichen Determinanten geben den Rahmen für die Arbeit der im privaten und öffentlich-rechtlichen Rundfunk beschäftigten Redakteure und Journalisten vor. Seit 20 Jahren konkurriert der private Rundfunk mit dem Überangebot des öffentlich-rechtlichen Rundfunks und setzt unbeeindruckt neue Trends. Es darf also

---

<sup>5</sup> Das »Niedersachsen-Urteil« des Bundesverfassungsgerichts stellt 1986 die Weichen für das Duale Rundfunksystem in Deutschland. Es bestätigt den umfassenden Programmauftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks und bezeichnet diesen als unerlässliche Grundversorgung. Solange die Grundversorgung gewährleistet sei, müssen an private Programme nicht die gleichen Anforderungen gestellt werden. *Sat 1* erhält als erster privater Fernsehsender in Deutschland eine terrestrische Frequenz (auf Helgoland). RTL sendet seit dem 30. November 1987 über Antenne.

nicht verwundern, wenn in der letzten Fernsehstudie der Landesmedienanstalten festgestellt wird einer dieser Trends zu nicht-politischen Sachthemen bei *Pro Sieben*, *Vox*, *RTL II* und *Kabel 1* (vgl. Trebbe 2004). Natürlich gibt es Unterschiede in den Genres Unterhaltung und Information bei öffentlich-rechtlichen und privaten Rundfunkprogrammen. Was spricht gegen eine Rundfunkberichterstattung über ›Stars und Sternchen‹ und ›Sex and Crime‹, wenn es dem Zuschauer gefällt? Wieso sollte es für die Rundfunklandschaft im Zeitalter der Digitalisierung andere redaktionelle Selektionskriterien geben als für die Presselandschaft?

## 2. Exkurs: Was hat sich verändert? Innovationen des privaten Rundfunks im Dualen System

Der private Rundfunk hat in die deutsche Medienlandschaft eine Menge Innovationen eingeführt. Teilweise brachten die ›Neuen‹ so viel frischen Wind in das Duale System, dass Medienwächter und Politiker verschnupft reagierten.

1984:

**Musikkanal:** Mit *Musibox* (ab 1988 *Tele 5*, ab 1993 *DSF*) startet der erste private Musikkanal in Deutschland

1985:

**Lokalradio:** In München werden erstmals drei UKW-Frequenzen an private Lokalradios vergeben und die derzeit elf Sender des Kabelpilotprojekts gehen ›on air‹. Damit beginnt in Bayern der Aufbau einer Lokalradiostruktur. Zwischen 1986 und 1988 entstehen im Freistaat 53 lokale Radioprogramme.

1986:

**Pay-TV:** Im Kabelnetz Hannover startet mit *Teleclub* das erste deutsche Pay-TV Programm. Die Tochtergesellschaft der 1984 von Leo Kirch in der Schweiz mitbegründeten AG geht 1988 bundesweit auf Sendung und bildet 1991 den Grundstock für Premiere.

1987:

**Frühstücksfernsehen:** *RTL plus* sendet als erster deutscher Fernsehsender ein Frühstücksfernsehen. *Sat 1* folgt einige Tage später. Bis die *ARD* und das *ZDF* ihr Frühstücksfernsehen ausstrahlen, sollen noch fünf Jahre vergehen.

**Call-In Formate:** Am 24. Februar 1987 bringt *RTL plus* erstmals Erotik auf die Mattscheibe – zunächst aber nur fernmündlich. Erika Berger nimmt den roten Hörer in die Hand und gibt den Zuschauern telefonische Rat-Schläge für alle Lebenslagen.

1988:

**Gameshows:** Im November startet *Sat 1* mit dem *Glücksrad* die erste tägliche Gameshow in Deutschland.

1989:

**Infotainment-Magazine:** Zum Jahresbeginn startet *RTL plus* mit der Sendung *Explosiv – Der heiße Stuhl* die erste deutsche Infotainment-Show. Der Moderator Ulrich Meyer (»Bleiben Sie dran, ich zähl auf Sie«), später Olaf Kracht, heizt die Stimmung an und kühlt die meist erhitzten Gemüter ab.

**Sportkanal:** Am 5. Februar startet *Eurosport* als erstes europäisches Sportspartenprogramm.

1990:

**Erotik-Game-shows:** Ebenfalls für Furore sorgt 1990 die Sendung *Tutti Frutti*, auch oder gerade weil die Vergabekriterien für Länderpunkte bis heute nicht eindeutig erklärt werden konnten.

1992:

**Boulevardmagazine:** *RTL* strahlt mit *Explosiv* das erste deutsche Boulevard-Magazin im Fernsehen aus. Es folgen *Taff*, *Sam*, *Exklusiv* und *Blitz*.

**Daily Soap:** Am 11. Mai strahlt *RTL* die erste deutsche Daily Soap aus. Auf *Gute Zeiten*, *Schlechte Zeiten* folgt *Unter uns*.

**Daily Talk:** *Hans Meiser* läutet die Zeit des Daily Talks ein.

**Late Night Show:** Mit *Gottschalk* startet auf *RTL plus* die erste deutsche Late Night Show. **Nachrichtensender:** Der erste deutsche Nachrichtensender *NTV* geht am 30. November an den Start.

1993:

**Sportfernsehen:** Aus *Tele 5* wird *DSF*. Das Deutsche Sport Fernsehen ist das erste deutsche Spartenprogramm, das seine Aufmerksamkeit ausschließlich der Leibesertüchtigung widmet.

**Comedy-Shows:** Am 6. November beginnt eine Comedy-Welle, die bis heute anhält. *RTL Samstag Nacht* zeigt zwei Stühle – eine Meinung, Meldungen über die vielfältigen Ursachen von Karl Ramseiers Tod, Schreinemakers ihre Schwester (ein Mal sogar mit der echten »MS«) und Neues vom Spocht.

1994:

**Hörfunk-Sparte:** Im Januar geht mit *Jam FM* der erste Hörfunksender für Black Music bundesweit auf Sendung.

**Mitternachtsmagazine:** Mit dem *RTL Nachtjournal* startet das erste deutsche Mitternachtsmagazin.

1995:

**Teleshopping:** Im Dezember startet Home Order Television (*HOT*, heute unter der Dachmarke Home Shopping Europe, *HSE24* bekannt) als Deutschlands erster Teleshopping-Sender. Ob Schmuck, Beauty, Wellness oder Technik – insgesamt 17.000 Artikel in über 20 Produktreihen können im Fernsehen betrachtet und per Telefon bestellt werden.

**Kinder-Sparte:** Mit *Super RTL* und *Nickelodeon* nehmen zwei Spartenfernseher für Kinder ihr Programm auf.

1996:

**Digital-Fernsehen:** Am 28. Juli startet *DF1* (ab 1999 *Premiere World*, heute *Premiere*). *DF1* ist der erste deutsche Anbieter eines digitalen Bouquets.

1997:

**Kirchenradio:** Mit *Radio Paradiso* startet im Februar in Berlin erstmals ein 24stündiges Kirchenradio. Das katholische Pendant entsteht mit *Domradio* Pfingsten 2000 in Köln.

1998:

**Multimediale Programme:** Im November startet mit *NBC Giga TV* der erste komplett multimediale Sender. Das jugendgerechte Programm mit Musik und Games bietet jede Fernsehendung im Internet und nutzt das Online-Medium als interaktiven Rückkanal.

1999:

**Gerichtsshows:** Im September sorgt erstmals *Richterin Barbara Salesch* in ihrem *Sat 1*-Gerichtssaal für Gerechtigkeit. Es folgen eine Reihe weiterer Gerichts- und Konfliktlösungsshows, z. B. 2000 *Richter Alexander Hold (Sat 1)*, 2001 *Zwei bei Kallwass (Sat 1)*, 2002 *Das Jugendgericht (RTL)*, 2003 *Dr. Verena Breitenbach (Pro Sieben)*

2000:

**Reality-Shows:** *Big Brother*, die erste deutsche Reality-Show geht bei *RTL II* auf Sendung. Es folgen *Das Inselduell (Sat 1)*, *Expedition Robinson (RTL II)*, *Big Diet (RTL II)*, *GirlsCamp (Sat 1)*, *Jack Ass (MTV)*, *The Osbournes (MTV)* und *Ich bin ein Star – Holt mich hier raus! (RTL)*.

**Casting-Shows:** Am 14. November startet mit den *Popstars* auf *RTL II* (später auf *Pro Sieben*) die erste deutsche Casting-Show. Es folgen: *Deutschland sucht den Superstar (RTL)*, *Star Search (Sat 1)*, *Fame Academy (RTL II)* uvm.

2001:

**Mitmach-Sender:** Aus dem 1995 gegründeten Sender *TM3* entsteht der Telefon-Mitmach-Sender *9 Live*. Erstmals finanziert sich ein privatrechtlicher Fernsehsender nicht überwiegend über Werbung, sondern fast ausschließlich über Call-in-Formate.

**Reiseshopping:** Am 1. Juni geht *TV Travel Shop Germany* als erster deutscher Reiseshopping-Kanal auf Sendung. Es folgen 2003 *LibertyTV.com*, *Sonnenklar TV* und *Lastminute.de TV*, *Neckermann UrlaubsWelt TV* und eigene Shops der Sender.

2003:

**Docu-Soap:** Am 10. März strahlt *Sat 1* die erste Sendung der Docu Soap *Leifsen & Partner* aus. Es folgen *Niedrig & Kubnt (Sat 1)*, *Mein Baby (RTL)*.

2005:

**Reality-Show mit open end:** Am 1. März beginnt *Big Brother – Das Dorf* als erste Reality-Show ohne festgelegtes Ende.

(vgl. <http://www.20jahreprivaterrundfunk.de>; Homepage des VPRT zur Jubiläumsfeier am 16. Juni 2004 in der Staatskanzlei und dem Landtag Rheinland-Pfalz, Chronik)

## Konstruktivismus und Dualer Rundfunk

Zunächst einmal muss festgestellt werden, dass es *den* Konstruktivismus nicht gibt und keine Annahme, die sich dabei originär auf die Massenmedien oder Medienwirkungen bezieht. Die verschiedenen Ansätze liefern allerdings einige *Übereinstimmungen*, mit denen die Konkurrenz der Wirklichkeiten im Dualen Rundfunksystem genauer betrachtet werden kann. Zentral stimmen alle Ansätze darin überein, dass alle psychischen Operationen in einem geschlossenen, kognitiven System stattfinden. Umweltreize können diese zwar beeinflussen. Das, was in den Köpfen der Menschen als Idee, Vorstellung und Sinneseindruck stattfindet, wird allerdings individuell konstruiert. (vgl. Gehrau 2002: 262)

Ein Ansatz von Volker Gehrau geht davon aus, dass die Umwelt nicht mittels direkter Wahrnehmung erfahrbar ist. Aus systemtheoretischer Perspektive wird Massenkommunikation als interaktionsfreier Raum gesehen. (vgl. Kubisch 2002) Die über die Medien verbreiteten Inhalte enthalten keine Bedeutungen und Sinnstiftungen. Diese entstehen erst durch die kognitive Verarbeitung und soziale Interaktion. Dabei werden eigene Erfahrungen und Vorstellungen mit denen anderer Rezipienten abgeglichen. Medienwirkung kann dort unterstellt werden, wo sich die intra-individuellen mit den inter-individuellen Konstruktionsmechanismen ähneln (= *Ko-Konstruktion*).

»Es lässt sich nicht deterministisch vorhersagen, wie die individuelle Konstruktion aufgrund des Medienstimulus ausfallen wird, sondern es lassen sich lediglich Konstellationen angeben, die die Art der intra- sowie inter-individuellen Konstellationen beeinflussen.« (Gehrau 2002: 264)

Nach konstruktivistischem Ansatz findet somit direkte Beeinflussung durch massenmedial vermittelte Medienangebote statt. Im Mittelpunkt der Betrachtung stehen die Menschen und das, was sie aus den Medieninhalten in ihrer »Black Box« machen. Die Frage, ob ihre Konstruktionen von Wirklichkeit mit der Realität übereinstimmen, stellt sich für Konstruktivisten so nicht.

Redakteure und Journalisten in den privaten und öffentlich-rechtlichen Medien produzieren die massenmediale Basis für die Konstruktionsarbeit in den Köpfen der Menschen. Als Gatekeeper selektieren sie aufgrund ihrer kognitiven Fähigkeiten, Erfahrungen, Einstellungen und redaktionellen Vorgaben die Themen. Sie bereiten die Ergebnisse auf und liefern Konstrukte von Wirklichkeiten, die allenfalls ihre Vorstellung von Realität widerspiegeln, aber mit *der* Realität nichts zu tun haben.

## Gewagte und konstruierte Thesen

Rundfunkprogramm muss immer unterhaltend sein

Das Gegenteil von Unterhaltung ist Langeweile und nicht Information (vgl. Klaus 1996). Das wird häufig vergessen. Fernsehen ist Theater im Wohnzimmer, Radio ist Kino im Kopf. Rundfunk dient in erster Linie der Entspannung vom nicht immer leichten Lebensalltag.

Neben dem Radio ist auch das Fernsehen immer stärker zu einem Nebenmedium geworden. Radio und Fernsehen unterhalten ihre Rezipienten während diese andere Tätigkeiten wie zum Beispiel Essen oder Autofahren ausführen. Konzentrierte Aufmerksamkeit widmen die Zuhörer und Zuschauer den Programmen nur, wenn sie durch sie nicht gelangweilt werden.

*Folgerung:* Damit Medieninformationen beim Rezipienten ankommen können, müssen sie so interessant sein, dass sich der Rezipient ihnen uneingeschränkt widmet. Alles andere versendet sich. So wird die Konstruktion von Realitäten durch Selektion und Aufmerksamkeit nur zu einem, auf den gesamten Tag betrachtet, geringen Teil durch Medien beeinflusst. Und: Wenn der Privatfunk unterhaltungsorientierter ist als der öffentlich-rechtliche Rundfunk, was hat das für den Rezipienten und seine Konstruktion einer Vorstellung von der Realität zu bedeuten?

Hohe Qualitätsmaßstäbe bei beiden Systemen

Die Medien liefern Ideen für Vorstellungen des Rezipienten von der Ausgestaltung *der* Realität. Sowohl die Redakteure und Journalisten des öffentlich-rechtlichen, als auch des privaten Rundfunks vertreten eine bestimmte journalistische Ethik und erfüllen senderspezifische Redaktionsstatute. Die Einstellungs- und Qualitätsanforderungen sind bei beiden Systemen gleich hoch. Die Mitarbeiter sind vergleichbar gut aus-, fort- und weitergebildet.

*Folgerung:* Der Chef der Landeszentrale für Private Rundfunkveranstalter (LPR), Manfred Helmes, kommt auf dem Symposium zum 20-jährigen Bestehen des privaten Rundfunks zu dem Schluss, dass Stärken und Schwächen der öffentlich-rechtlichen und privaten Programme sich gegenseitig ausgleichen. Beide Systeme liefern also gleich gute oder gleich schlechte Ideen für eine inter- und intra-individuelle Wirklichkeitskonstruktion.

Systemdebatte muss beendet werden

Für öffentlich-rechtliche und private Programme existieren unterschiedliche Rahmenbedingungen. Die Programmstruktur des öffentlich-rechtlichen Fernsehens enthält insgesamt einen hohen Anteil an Information beziehungsweise eine Mischung aus Information und Unterhaltung (vgl. Trebbe 2004: 75ff.). Folglich könnte man *ARD* und *ZDF* ein größtenteils informationsorientiertes und dem

privaten Fernsehen ein überwiegend unterhaltungsorientiertes Publikum anzusprechen – schließlich wird das Programm in erster Linie für die Zuschauer gemacht.

Bisher konnte (noch) nicht belegt werden, dass bestimmte Rundfunkprogramme die Rezipienten schlauer machen oder verdummen. Das gilt ohne Ausnahme für beide Systeme. Wer politisch ungebildet ist, wird durch die Dauerberieselung durch öffentlich-rechtliche Politmagazine zu keinem besseren Wähler. Wer schlau ist, bei dem hat auch die 365-Tage-Staffel von *Big Brother* keinen bleibenden Schaden angerichtet. Wer ganz schlau ist, der schaltet möglicherweise weder das eine noch das andere Programm ein, sondern schaut einen Spielfilm oder geht vielleicht ins Kino.

Der medienpolitische Urknall hat den bis dato konkurrenzlos glücklichen öffentlich-rechtlichen Anstalten ihre bis dato unglücklichen, eher unterhaltungsorientierten Zuschauer genommen. Prinzipiell ist es dem Zuschauer aber egal, auf welchem Kanal seine (Lieblings-) Sendung läuft. Er macht keinen Unterschied zwischen den Systemen. Oft weiß er nicht, ob er für das Programm, das er gerade hört, Rundfunkgebühren zahlt oder nicht. Wenn dem unterhaltungsorientierten Zuschauer Alternativen fehlen, wird er nicht automatisch zum intellektuellen, an Information orientierten Vorbildrezipienten, wie ihn so manche Politiker vielleicht gerne sehen würden.

*Folgerung:* Der ehemalige RTL-Chef und Medienberater Helmut Thoma hatte damals ausgesprochen, was Programmchefs schon lange wussten:

»Der Zuschauer darf sich seine Regierung wählen, also auch sein Fernsehprogramm. Ich wundere mich auch hin und wieder über die Wahl, aber der Wurm muss dem Fisch schmecken und nicht dem Angler. Und wir diskutieren aus der Angler-Perspektive. Sehen Sie, es war das Missverständnis in vielen öffentlich-rechtlichen Anstalten, dass sie glaubten, ihr eigener Geschmack müsse auch der der Masse sein. Die haben jetzt 40 Jahre Zeit gehabt, die Leute zu diesem höheren Geschmack zu erziehen, geholfen hat's nix.« (Thoma 1990).

Deshalb schalten heute Rezipienten die Programme ein, die ihre wie auch immer gearteten Bedürfnisse am besten befriedigen. Nur so nehmen sie die dargebotenen Reize überhaupt auf. Nur so besteht die Chance für eine Weiterverarbeitung der Reize. Bedeutungen und Sinnstiftungen entstehen durch die kognitive Verarbeitung und soziale Interaktion. Heute kann und muss jeder Mensch für sich selbst entscheiden, welches Programm er einschaltet und auf sich einwirken lässt.

### Massengeschmack fördert Identitätskonstruktionen

Die Programmierer der privaten Rundfunkunternehmen selektieren auf der Basis von Einschaltquoten. Anke Engelke ist ein trauriges Beispiel für die Macht der Quote. Ihre Late Night Show wurde abgesetzt, nachdem sie nicht das erhoffte Millionenpublikum ihres Vorgängers erreichte. Was nicht die erwartete Quote bei



avisierten Zielgruppe bringt, verschwindet von der Bildfläche. Und das gilt bei den privaten Rundfunkprogrammen stärker als bei den öffentlich-rechtlichen Anbietern. Allerdings haben Daily Soaps wie *Gute Zeiten – Schlechte Zeiten* und Ratespiele wie *Wer wird Millionär* gezeigt, dass ein Format über viele Jahre bestehen kann.

Der werbefinanzierte private Rundfunk unterliegt ungleich stärker wirtschaftlichen Zwängen als der öffentlich-rechtliche Rundfunk. Die Programme müssen möglichst viele Zuhörer und Zuschauer erreichen, damit sie einen hohen Tausendkontaktpreis erzielen können, was wiederum zu größeren Werbemaßnahmen führen kann.

*Folgerung:* Geht man davon aus, dass Massenkommunikation die Funktion hat, allen Mitgliedern einer Gesellschaft Angebote zur Wirklichkeitskonstruktion zugänglich zu machen, dann ist der private Rundfunk als Institution dafür prinzipiell am besten geeignet. Er muss sein Programm auf Massenattraktivität ausrichten. Psychische Operationen sind strukturell mit der Umwelt gekoppelt. Leben die Individuen in ähnlichen Umwelten, so ähneln sich auch ihre individuellen Konstruktionen. Auf die Medien übertragen fördern massenattraktive Programme die Wirklichkeits- und Identitätskonstruktion am stärksten. Dumm ist leider nur, dass auch der öffentlich-rechtliche Rundfunk auf die Quote schießt und ebenfalls ein breites Publikum ansprechen will, obwohl er doch dazu verpflichtet ist, auch Minderheiten zu berücksichtigen.

### Medienwirkung wird überschätzt

Neue Programmformate werden häufig durch eine verstärkte Medienaufmerksamkeit begleitet. So genannte Medienkooperationen können die Berichterstattung in der Regel weitgehend kontrollieren. Aber auch Medienpolitiker und Aufsichtsorgane machen das Programm zum Thema und äußern sich in der Regel negativ über einzelne Sendungen und ganze Formate. Besonders laut melden sich Medienpolitiker zu Wort, wenn sie den Eindruck haben, sie kommen zu selten in den Medien vor.

*Folgerung:* Medien wirken, wenn überhaupt, indirekt. Der Forderung von Politikern nach vermehrter Berichterstattung über die klassische Sach-, Personen- und Parteipolitik liegt die Fehlannahme zugrunde, dass das Gezeigte jeden interessiert und von jedem Rezipienten gleichermaßen verstanden wird. Politische Bildung, genauso wie Allgemeinbildung müssen nicht durch den privaten- und öffentlich-rechtlichen Rundfunk vermittelt werden. Bildung ist in erster Linie Aufgabe des Bildungssystems. Die Schule ist *die* Institution, um für das Leben zu lernen – nicht die Fernbedienung!

## Schlussfolgerung

Die Vorstellung von *der* Realität ist eine Fiktion. Und das gilt für fiktionale Unterhaltung genauso wie für Information. Dass heißt, *die* Realität kann weder in fiktionalen noch non-fiktionalen Genres vermittelt werden. Nach 20 Jahren dualem Rundfunk stehen den Rezipienten sowohl massenattraktive als auch zielgruppenspezifische Programme von hoher Qualität zur Verfügung. Es gibt kein Gut und es gibt kein Böse. Private und öffentlich-rechtliche Anbieter konkurrieren und ergänzen sich. Je nach historischen, regulatorischen und wirtschaftlichen Voraussetzungen liefern die Protagonisten des Dualen Systems Anreize, das Wahrgenommene je nach Sozialisation, Fähigkeit und Stimmungslage zu bewerten und sich so ein Bild der Welt zu erschaffen. Beide sind wichtige Quellen für die inter- und intra-individuelle Konstruktion einer Vorstellung von *der* Realität. Je größer das Angebot an Quellen ist, umso realitätsnaher kann konstruiert werden. Die Möglichkeiten für aktive Wirklichkeitskonstruktionen waren noch nie so groß wie heute.

Besonders gut funktioniert das, wenn die Angebote unterhaltend und massenattraktiv sind, da so der interindividuelle Austausch befördert wird. Dennoch sollten beide Systeme das tun, was sie am besten können beziehungsweise wofür sie alimentiert werden. Dort wo der öffentlich-rechtliche mit dem privaten Rundfunk in Wettbewerb tritt, läuft er Gefahr, seinen – noch zu konkretisierenden – Auftrag aus dem Auge zu verlieren. Heute fließen die hohen Investitionen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks vor allem in quotenattraktive Filme und Sportübertragungen. Nichts hindert den Gesetzgeber, den Grundversorgungsauftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks zu konkretisieren. Schielen *ARD* und *ZDF* zu sehr auf die Quote, kann das publizistische Gleichgewicht gestört werden. Will man die Konkurrenz der Wirklichkeiten sichern, sollte sich der öffentlich-rechtliche Rundfunk vom Quotendruck befreien und auf Werbung und Sponsoring vollständig verzichten.

## Literatur

- ALM (2005): »Pressemitteilung vom 1. Februar 2005 zur Vorstellung der Studie von Joachim Trebbe »Fernsehen in Deutschland 2003 – 2004«, <http://www.lfm-nrw.de/presse/index.php3?id=336> (03.07.2005).
- Gehrau, Volker (2002): »Der Beitrag des Konstruktivismus zur neueren deutschen Medienwirkungsforschung«, in: Scholl, Armin (Hg.): *Systemtheorie und Konstruktivismus in der Kommunikationswissenschaft*, Konstanz: UVK.
- Hamm, Ingrid (Hg.) (1998): *Die Zukunft des dualen Systems*, Gütersloh: Verlag Bertelsmann Stiftung.
- Klaus, Elisabeth (1996): »Der Gegensatz von Information ist Desinformation, der Gegensatz von Unterhaltung ist Langeweile«, in: *Rundfunk und Fernsehen*, 44. Jg., H. 3, S. 402-417.
- Kubisch, Susanne (2002): »Mediensozialisation aus konstruktivistischer Perspektive: Die Fernsehnutzung von Vorschulkindern«, in: Scholl, Armin (Hg.): *Systemtheorie und Konstruktivismus in der Kommunikationswissenschaft*, Konstanz: UVK.
- Merten, Klaus/Schmidt, Siegfried J./Weischenberg, Siegfried (Hg.) (1994): *Die Wirklichkeit der Medien*, Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Pitzer, Sissi/Scheithauer, Ingrid (Hg.) (2004): *20 Jahre nach dem Urknall. Zur Zukunft des privaten Rundfunks*, Berlin: Vistas (= Schriftenreihe der Landesmedienanstalten, Band 32).
- Ridder, Christa Maria/Langenbacher, Wolfgang R./Saxer, Ulrich/Steininger, Christian (Hg.) (2005): *Bausteine einer Theorie des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Festschrift für Marie Luise Kiefer*, Wiesbaden: VS.
- Thoma, Helmut (1990): Interview in: *Der Spiegel*, Nr. 42, 15.10.1990, S. 35.
- Trebbe, Joachim (2004): *Fernsehen in Deutschland 2003–2004*, Berlin: Vistas. (= Schriftenreihe der Landesmedienanstalten, Bd. 31).

Nadine Stockmann

## Konstruktionen von Realität in deutschen TV-Spielfilmen

### »Schauplätze und Geschichten aus dem eigenen Leben«

Seit einigen Jahren ist die Präsenz von amerikanischen TV-Spielfilmen und Serien im deutschen Fernsehen geringer geworden: nahezu alle Fernsehsender haben erkannt, dass sich ihre Zuschauer in eigenen Lebenswelten wiederfinden möchten und nicht mehr allzu sehr vom ›American Way of Life‹ träumen. Gefragt sind inzwischen Filme, welche ›die deutsche Wirklichkeit‹ entwerfen. Deutsche TV-Spielfilm-Produktionen erreichen heute höhere Marktanteile als amerikanische (vgl. Davis 2000: 7). Tatsächlich ergab eine von der Zeitschrift *TV Spielfilm* 2002 bei IPSOS in Auftrag gegebene Umfrage mit 1000 Befragten ab 14 Jahren Folgendes:

Frage: »Wovon möchten Sie 2003 mehr im TV sehen?«

	West	Ost
Deutsche TV-Filme	37,3%	53,2%
Hollywood Filme	33,9%	29%

Quelle: Schneider 2003: 15

Eine Mehrheit der Befragten, insbesondere aus den neuen Bundesländern, bevorzugt offenkundig einheimische Produktionen. Die Zuschauer haben entschieden: heute erzielen deutsche eigenproduzierte Serien und TV-Spielfilme bessere Marktanteile als die amerikanischen Pendanten und sind zu einer ernsthaften Konkurrenz für die auf den internationalen Verkaufsmärkten dominierende US-Fiction geworden (vgl. Thoma 2000: 7). Sam Davis, Mitbegründer des TV-Movie bei RTL,

wurde eigens für die Entwicklung des TV-Formates aus den USA importiert: »Der deutsche Fernsehzuschauer verlangte nach deutscher Fiktion zur Hauptsendezeit, wollte Schauplätze und Geschichten sehen, die dem eigenen Leben näher waren als die amerikanischen – und wir haben sie ihm gegeben.« (Davis 2000: 7).

## TV-Spielfilm – eine Definition

Bis zu Beginn des Dualen Rundfunks war der Begriff ›Fernsehspiel für die von den Sendern eigenproduzierten Filme allgemein anerkannt. (vgl. Waldmann 1977; Hickethier 1980). Zugleich stand der Begriff jedoch auch für die damals noch oft produzierten Mischformen zwischen Film und Theater. Peter Rüden setzt sich in *Das Fernsehspiel* speziell mit der Gattungsbezeichnung ›Fernsehspiel auseinander. Er führt sechs Positionen an, wonach Fernsehspiel sein kann:

- a. eigenständige Gattung, aber dem Theater verwandt,
- b. eigenständige Gattung, aber dem Film verwandt,
- c. keine eigene Kunstgattung, sondern eigentlich Theater,
- d. keine eigene Kunstgattung, sondern eigentlich Film,
- e. eine Mischform, die Elemente von Film und Theater enthält,
- f. entweder Film oder Theater, Fernsehspiel als Gattung gäbe es nicht. (vgl. Rüden 1975: 12)

Mit Beginn des Dualen Rundfunks wurde ein neuer Begriff auf dem Fernsehmarkt etabliert: Die Sender *RTL* und *SAT1* nannten ihre eigenproduzierten Filme ›TV-Movies«, um sich bewusst vom Programm der öffentlich-rechtlichen Sender abzuheben. Die Filme wurden zu Prestigeobjekten, zu Aushängeschildern der Sender. Mit dem Zuwachs an Fernsehprogrammen nahm die Zahl der Begriffe zu: hinzu kamen Bezeichnungen wie ›Fernsehfilm der Woche« (*ZDF*), ›Großer TV-Roman« (*RTL*), ›Deutsches Kino« (*Pro7*) oder auch ›Spielfilm« (*3Sat*). Da kein Sender seine Eigenproduktionen mit diesem Begriff belegt hat, verwende ich im Folgenden die Bezeichnung ›TV-Spielfilme« für von Fernsehsendern eigenproduzierte fiktionale Filme.

## Geschichtliche Einordnung

Schon in den dreißiger Jahren gab es in Deutschland erste Fernsehversuche: Zu den Olympischen Spielen 1936 öffneten in Berlin öffentliche Fernsehstuben. Gesendet wurden auch fiktionale TV-Spielfilme in einer Länge von 40 bis 60 Minuten, die heitere Dialoge und Werbung für die NS-Wohlfahrt beinhalteten (vgl. Netenjakob 1994: 360). In den 50er und 60er Jahren war das Lustspiel das

bevorzugte Genre. Zahlreiche Verantwortliche, darunter Clemens Münster vom Bayerischen Rundfunk, vertraten die Auffassung, das Fernsehen müsse neben dem bloßen Unterhalten über das Dasein und über die Trostlosigkeit hinweghelfen (vgl. Netenjakob 1994: 363). Es gab andere Stimmen: Die Dramaturgie der so genannten ›Stuttgarter Schule‹ um Hans Gottschalk, Helmut Jederle, Martin Walser und Helmut Pigge hatte sich zum Ziel gesetzt, die Urteilsfähigkeit in gesellschaftlichen Fragen zu erhöhen und die Bereitschaft zum politischen Engagement anzuregen. Egon Monk vom NDR galt als der konsequenteste Verfechter dieser politischen Sicht des TV-Spielfilms. Gelernt hatte er bei Bertolt Brecht am Berliner Ensemble. Politisches Engagement war für ihn selbstverständlich und Voraussetzung für seine Arbeit. Seine berühmtesten Werke sind das in einem deutschen Konzentrationslager spielende Fernsehspiel *Ein Tag* von 1965, sowie die Literaturverfilmungen *Die Geschwister Oppermann* von 1983 und *Die Bertinis* von 1988 (vgl. Thiele 2001: 294). Mit dem Wirtschaftswachstum der fünfziger und sechziger Jahre und der damit verbundenen Verbreitung des Fernsehens wuchsen die Zuschauerzahlen. Die TV-Spielfilme stiegen in dieser Zeit von 47 Neuproduktionen 1953 auf 240 Produktionen 1963 an (vgl. Hickethier 1980: 68).

1962 verfassten junge Filmemacher das *Oberhausener Manifest*, sie prägten die nächsten beiden Jahrzehnte des Filmschaffens beim anspruchsvollen Film (vgl. Rettinger 1986, 35). Unter anderem entwickelte sich ein neuer Heldentypus: der Arbeiter. Der so genannte ›Deutsche Arbeiterfilm‹ wurde zum Begriff, sorgte insbesondere im Ausland für viel Beachtung (vgl. Witte 1985: 15). Regisseure wie Rainer Werner Fassbinder, Werner Herzog und Volker Schlöndorff irritierten durch ihre Filme das Publikum, zwangen es zum alternativen Denken und forderten es zur Stellungnahme auf (vgl. Netenjakob 1994: 122). Die neuen Angebote wurden von Kritikern und Zuschauern nur zögerlich angenommen, unter anderem erhielten die später zahlreich prämierten TV-Spielfilme *Millionenspiel* von Wolfgang Menge oder Peter Zadeks *Pott* zunächst ausschließlich schlechte Rezensionen. Gunther Witte, ehemaliger WDR-Fernsehspielchef, begründete die Misserfolge:

»Fernsehspiele wurden zu künstlerisch verschlüsselten Parabeln, zu aggressiven Gesellschaftsanalysen, zu politisch-didaktischer Aufklärung. [...] Und sie übernahmen Funktionen, die meistens bedeutende Kunst auszeichnet: Konservativ-Erstartetes attackieren, Schwachstellen der Gesellschaft ausmachen und aufs Korn nehmen, alternativ-perspektivische Entwürfe vorschlagen. Anbiedern und Rücksicht nehmen auf ein Publikum war mit solchen Haltungen nicht vereinbar.« (Witte 1984: 71).

In den TV-Spielfilmen der 70er Jahre wurden weiterhin die zeitgenössischen Probleme der deutschen Gesellschaft thematisiert: ökonomische Rezession und die Gefahr durch Terrorismus standen auf der Agenda, so z.B. in den Filmen *In Gefahr und größter Not bringt der Mittelweg den Tod*, 1976, von Alexander Kluge und

Edgar Reitz oder *Die allseitig reduzierte Persönlichkeit – Redupers*, 1979, von Helke Sander. Das erste ›Film-Fernseh-Abkommen‹ von 1974, das bis heute immer wieder verlängert wurde, ermöglichte Filmemachern von TV-Spielfilmen, auch für das Kino zu drehen – der so genannte ›amphibische Film‹ entstand, der sowohl für die Leinwand als auch für das Fernsehen produziert wurde. Geprägt hat diesen Begriff der frühere WDR-Fernsehspielchef Günter Rohrbach durch seinen Aufsatz *Das Subventions-TV. Plädoyer für den amphibischen Film* (vgl. Rohrbach 1977). Zwar verhalf das Abkommen dem deutschen Kinofilm zu internationalem Ansehen, doch blieb der Erfolg des deutschen Autoren-Kinos am ›Boxoffice‹ weiterhin aus. Es dominierten andere europäische und vor allem amerikanische Produktionen (vgl. Holch 1998: 30).

Anfang der 80er Jahre wurde es für die radikalen, künstlerischen Filme noch mühsamer. Die Zuschauer riefen vermehrt nach leichter Kost, nach Identifikationsfähigkeit der Figuren und nach Emotionalität (vgl. Witte 1985: 16; Netenjakob 1998: 116). Oft wurden künstlerische TV-Spielfilme von den Sendern zudem ins Nachtprogramm oder in die Dritten Programme geschoben, da man sie gegenüber Politikern und Verbänden für ›bedenklich‹ hielt. Diese vermochten immer mehr Einfluss auf das Programm zu nehmen (vgl. Witte 1984:72).

Die privaten Fernsehsender, die durch die Einführung des Dualen Rundfunks ab 1985 auf Sendung gingen, sendeten zunächst lediglich synchronisierte Fernsehimporte, meist aus den USA. Damit erzielten sie in den ersten Jahren hohe Marktanteile, doch Anfang der 90er Jahre mussten sie feststellen, dass während das Kinopublikum weiterhin amerikanische Filme bevorzugte, selbstproduzierte Serien und TV-Spielfilme mit aktuellen heimischen Bezügen und Wiedererkennungswert beim deutschen Fernsehpublikum auf Dauer besser ankamen (vgl. Iljine/Keil 2000: 83).

Die Privaten wollten sich mit ihren Eigenproduktionen deutlich von der etablierten Tradition der Öffentlich-Rechtlichen abgrenzen (vgl. Wehn 1999, 16). Es galt, mit möglichst geringen finanziellen Mitteln und kurzer Produktionszeit möglichst viel ›attraktives‹ Programm herzustellen (vgl. Iljine/Keil 2000: 83). Die Privaten hatten sich vorgenommen, ähnlich wie die US-amerikanischen Unterhaltungsfilme vor allem schnell, unbekümmert, frech, direkt und jugendlich zu sein. Große Anteile hatten Gewalt, Sex, Action, Melodramatik, Comedy und ›Spektakularität‹ (vgl. Hickethier 1997: 11).

Die deutsche Wiedervereinigung löste einen regelrechten TV-Spielfilm-Boom aus. Bis 1992 wurden zahlreiche Filme mit DDR-Themen im Fernsehprogramm ausgestrahlt, die Wende war bei allen Sendern nahezu überrepräsentiert (vgl. Peulings/Jacobs-Peulings 1997: 7), z.B. *Hüpf Häschen Hüpf*, 1991, von Christian Steinke oder *Begräbnis einer Gräfin*, 1991, von Heiner Carow.

In den letzten Jahren wurden durch immer geringer werdende Werbeeinnahmen zahlreiche Kürzungen in den Fernsehprogrammen vorgenommen. Der Bereich Fiktion behielt jedoch seinen hohen Stellenwert, so dass TV-Spielfilme

weiterhin große Budgets zur Verfügung haben. Seit 2000 hat sich zudem ein Trend zu aufwendigen Verfilmungen historischer Stoffe entwickelt. Hier sind unter anderem die Filme *Der Tunnel*, 2001, von Roland Suso Richter, *Stauffenberg*, 2004, von Jo Baier oder *Speer und Er*, 2005, von Heinrich Breloer zu nennen.

## Wirklichkeitskonstruktionen

Nach Siegfried J. Schmidt bilden sich Wirklichkeitsentwürfe nicht etwa willkürlich heraus, sondern richten sich nach biologischen, kognitiven und sozialen Umständen (vgl. Schmidt, S. J. 1994: 7). Auch das Fernsehen kann unsere Sicht der Dinge beeinflussen. Es löst Gefühle aus und bereichert die Erfahrungen und das Wissen. Angenommen wird überwiegend, dass das Fernsehen dabei aufgrund seiner Bilder starke Wirkungen hat, denn der Seh-Sinn gilt als verlässlich. Bilder erzeugen stärker als Texte emotionale Wirkungen (vgl. Schmidt, S. J. 1994: 14f.).

Generell lässt sich sagen, dass Menschen das Geschehen in einem TV-Spielfilm als realitätsnah ansehen, wenn der Stoff an eigene Erfahrungen anknüpft. Dabei verhindern das vielfältige Angebot und die Schnelligkeit der Einzelbilder, dass der Rezipient diese vollständig verarbeiten kann.

»Da dem geübten Zu-Seher auch komplizierteste Kamera- und Schnittmanöver schon als natürliche Wahrnehmungsformen erscheinen, also nicht länger auf Konstruktion verweisen, und da Texte und Bilder sich gegenseitig zu beglaubigen scheinen, erscheint ihm das Fernseh-Medienangebot als authentisches Bild der Wirklichkeit.« (Schmidt, S. J. 1994: 17).

In einer von den Massenmedien geprägten Gesellschaft ist die Wirklichkeit laut Schmidt: »[...] zunehmend das, was wir über Mediengebrauch als Wirklichkeit konstruieren, dann daran glauben und entsprechend handeln und kommunizieren.« (Schmidt, S. J. 1994: 18).

Mit dem Vorgang des Fernsehens hat sich Peter Vorderer in seinem Buch *Fernsehen als Handlung. Fernsehfilmrezeption aus motivationspsychologischer Perspektive* beschäftigt (Vorderer 1992). Er teilt die Rezipienten in zwei Gruppen ein: Die »aktive Gruppe« nimmt in der Regel Fernsehfilmangebote bewusst wahr. Vorderer geht davon aus, dass sich solche Zuschauer genau darüber im Klaren sind, was ihre eigenen Bedürfnisse sind. In Bezug auf den Fernsehkonsum nimmt er an, dass Personen diejenigen Fernsehangebote wählen, deren Inhalt am ehesten ihrer Einstellung entsprechen. (vgl. Vorderer 1992: 61ff.). Die »passive Gruppe« der Rezipienten dagegen wählt narrative Fernsehfilme weitgehend passiv aus. Zuschauer wählen einzelne Angebote nicht, weil sie sie interessieren, sondern weil sie an einem speziellen Sendeplatz ausgestrahlt werden. Hier ist die Gewohnheit, an gewissen Tagen und zu bestimmten Stunden ein Programm einzuschalten, ausschlaggebend (vgl. Vorderer 1992: 17f.). Natürlich gibt es auch Rezipienten, die sich in beide Gruppen einordnen lassen.



In seiner Untersuchung kam Vorderer zu dem Ergebnis, dass sowohl die Selektivität des bundesdeutschen Fernsehpublikums als auch die Persistenz seiner Rezeption in Abhängigkeit von soziodemographischen Merkmalen wie z.B. Alter und formale Bildung stehen. Es könne sowohl von einer eher hohen Selektivität als auch von einer hohen Persistenz gesprochen werden. Vor allem die Interessen der Zuschauer an spezifischen Themen, Schauspielern und Genres beeinflussten bei der Wahl einzelner TV-Spielfilme. Ob die Zuschauer dann auch beim Film blieben und nicht umschalteten, hänge von der ›Involviertheit‹ dieser in die Handlung ab. Diese Involviertheit kann bewirken, dass sich ein Rezipient einen Film weiter anschaut, obwohl dieser zum Beispiel nicht einem favorisierten Genre zuzuordnen ist. Vorderer sieht die Gefahr, dass Fernsehzuschauer gegenüber den angebotenen Fernsehinhalten unkritisch bleiben, solange sie nur genügend in die Handlung involviert sind. (vgl. Vorderer 1992: 236). Jedoch bestehen Korrelationen zwischen involvierten und analysierenden Rezeptionsprozessen: mit der Intensivierung der Illusion, in einem Film ›mitzuleben‹, geht ein verstärktes Nachdenken über den Film einher bzw. umgekehrt: in nicht-involvierenden Filmen wird die reflektierende Auseinandersetzung mit dem Film eher reduziert. (vgl. Vorderer 1992: 237).

## Die Konstruktion von Realität in TV-Spielfilmen

Wirklichkeit entsteht gemäß der Theorie des Konstruktivismus durch Kommunikation. Dabei wird unterschieden zwischen einer Wirklichkeit erster Ordnung, die naturwissenschaftlich messbar ist, und einer Wirklichkeit zweiter Ordnung, in der Objekte subjektiv bewertet werden. Manche Konstruktivisten wie Ernst von Glasersfeld und Gerhard Roth unterscheiden stattdessen zwischen Realität und Wirklichkeit. Traditionelle realistische Modelle von Medien und Journalismus gehen laut Stefan Weber tendenziell von einer Wirklichkeit aus, die auf die Medien einströmt und von diesen dann an die Rezipienten (selektiert/gefärbt/biased) weitergegeben wird. Der Konstruktivismus nähme die entgegengesetzte Perspektive ein. Dabei erzeugen die Medien Wirklichkeiten, indem sie publizieren (=Medienwirklichkeiten) und Rezipienten, indem sie aus diesen Medienwirklichkeiten ihre Rezipientenwirklichkeiten konstruieren (vgl. Weber 2003: 189). Demnach handelt es sich immer, wenn *die* Medienwirklichkeit mit *der* Realität verglichen wird, um *realistische* Kommunikationswissenschaft, konstruktivistische geht hingegen nicht vom Dualismus Medienbild versus Wirklichkeit aus, sondern interessiert sich für unterschiedliche Wirklichkeitsentwürfe in und durch Medien. Empiriegestützte realistische Kommunikationswissenschaft arbeitet häufig mit offiziellen Statistiken und vergleicht dann diese mit der Berichterstattung in den Medien, konstruktivistische Kommunikationswissenschaft stellt bevorzugt intermediale Vergleiche an.

Wenn das in deutschen TV-Spielfilmen vermittelte Gesellschaftsbild mit statistischen Daten oder den Befunden aus Milieu-Studien verglichen wird, folgt das also dem traditionellen realistischen Modell. Medienangebote werden hier aber in dem Sinne als Konstrukte verstanden als sie von *Filmemachern* gemacht werden.

Wie bereits festgestellt, wurden TV-Spielfilme bisher noch nicht empirisch untersucht. Ich habe versucht, die Lücke zu schließen und TV-Spielfilme aller deutschen Fernsehsender im Zeitraum vom 1.10.2002 bis zum 30.11.2002 analysiert. Erfasst und gesichtet wurden dabei gleichermaßen Erstausstrahlungen wie Wiederholungen. Damit handelt es sich um eine Vollerhebung. Insgesamt wurden 198 TV-Spielfilme gesichtet, vor der eigentlichen Studie erfolgte ein einmonatiger Pretest mit 20 TV-Spielfilmen.

### Alter

Ermittelt wurde das Alter der jeweils sechs am häufigsten erscheinenden HauptdarstellerInnen zum Zeitpunkt der Entstehung des Filmes. Das Ergebnis wurde mit der deutschen Altersstruktur von 2002 verglichen. Unterschieden wurde zudem zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Sendern. Es zeigte sich, dass die Altersstruktur in den TV-Spielfilmen nicht der tatsächlichen Altersstruktur entsprach. Zum Ausdruck kamen die Zielgruppen der Sender. Die privaten Sender, deren Hauptziel es bekanntlich ist, die werberelevante Zielgruppe der 14-49-Jährigen zu erreichen, ließen die Hauptrollen mit Schauspielern dieser Altersgruppen besetzen. Innerhalb der werberelevanten Zielgruppe wurden dabei besonders die 25-45 jährigen berücksichtigt. Insgesamt waren 85 Prozent der Schauspieler unter 50 Jahre alt. Die Öffentlich-Rechtlichen besetzen die Rollen mit älteren Schauspielern: 58 Prozent der Schauspieler sind über 40 Jahre, 32 Prozent über 50 Jahre alt. Bei den Privaten macht diese Altersgruppe lediglich 15 Prozent aus.

### Geschlecht

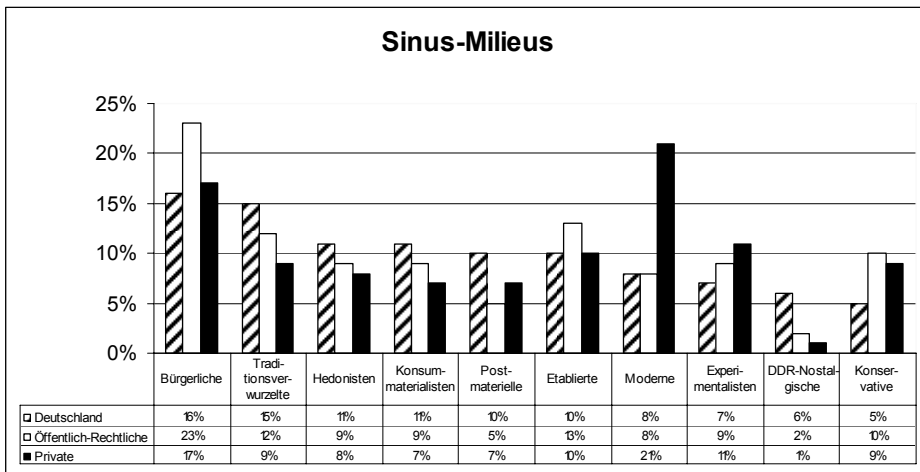
In der Untersuchung der Kategorie Geschlecht konnte festgestellt werden, dass die Hauptrollen in TV-Spielfilmen größtenteils ausgeglichen besetzt wurden. Meistens gab es sowohl eine männliche als auch eine weibliche Hauptrolle. Dabei bevorzugten die Privaten etwas stärker weibliche Hauptrollen, die Öffentlich-Rechtlichen männliche, wiederum je nach angestrebter Zielgruppe. Das entspricht mit 48,9% Männern und 51,1% Frauen im Wesentlichen den Geschlechteranteilen in der Bevölkerung.

### Milieus

Bei der Untersuchung der Milieus wurde das überarbeitete Sinus-Milieu-Modell der *Sinus Sociovision GmbH* von 2001 herangezogen. Bei der Bestimmung der Zielgruppen und deren Fernsehnutzung spielt das Modell eine große Rolle. Entwickelt

wurde es am Beginn der 80er Jahre und ist inzwischen für das Marketing aller Branchen von Bedeutung. Der soziokulturelle Wandel kommt darin zum Ausdruck, dass sich Märkte und Zielgruppen zersplittern. Deshalb ist es heute bedeutsam, Zielgruppen über die herkömmlichen soziodemographischen Daten hinaus zu klassifizieren, wie es bei den Sinus-Milieus geschieht. Erfasst werden wichtige Erlebnisbereiche wie Arbeit, Freizeit, Familie, Geld, Konsum, Medien usw., mit denen eine Person täglich zu tun hat.

In meiner Untersuchung habe ich die Milieus festgehalten, in denen sich die Hauptdarsteller der jeweiligen TV-Spielfilme bewegen. Dabei wurde berücksichtigt, dass die Grenzen zwischen den Milieus fließend sein können (vgl. Nowak/Flaig 2002: 10f.).

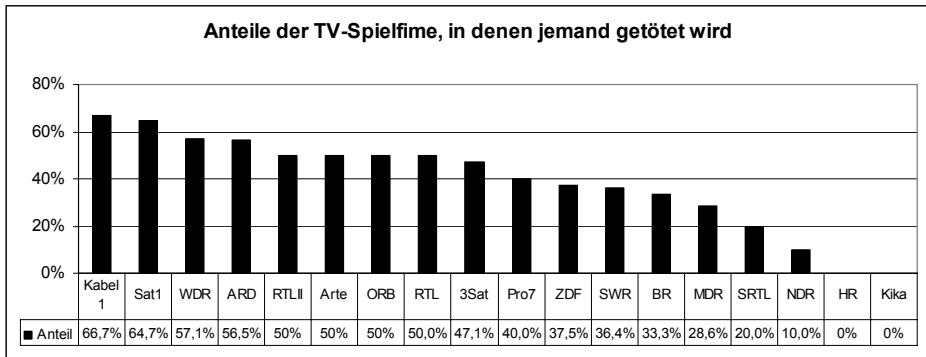


Die Anteile der Milieus in der Gesellschaft finden sich nicht in den TV-Spielfilmen wieder. Zum Beispiel ist das Sinus Milieu der »Bürgerliche Mitte« um 5,8 Prozent stärker in den TV-Spielfilmen vertreten als in der deutschen Gesellschaft. Zu kurz kommen zudem die »Traditionsverwurzelten«, die in allen TV-Spielfilmen mit durchschnittlich nur 11,3 Prozent vertreten waren, jedoch tatsächlich 15% ausmachen. Ebenso verhält es sich mit den »DDR-Nostalgischen«, die nur zu 1,6% in TV-Spielfilmen vorkamen, tatsächlich aber fünf Prozent aller Deutschen ausmachen. Zudem muss erwähnt werden, dass der Tag der Deutschen Einheit in den Untersuchungszeitraum fiel und um dieses Datum herum vermehrt TV-Spielfilme mit entsprechenden Themen zu finden waren. In Filmen wie *Nikolaikirche* und *Der Tunnel* traten mehr Figuren auf, die als DDR-Nostalgiker typisiert werden können als in Filmen anderer Monate. Es kann vermutet werden, dass im Jahresdurchschnitt, der Anteil der DDR-Nostalgischen wesentlich geringer war. Bei den Privaten waren die »Modernen Performer«, bei den Öffentlich-Rechtlichen die

»Bürgerliche Mitte« deutlich überrepräsentiert. Wiederum konnte festgestellt werden, dass sich die Fernsehsender bei ihren TV-Spielfilm-Produktionen nach ganz bestimmten Zielgruppen richteten und vornehmlich deren Milieus abbildeten.

## Gewalt

Neben den demographischen und soziokulturellen Daten wurde in der Studie das Auftreten von Gewalt gemessen. Natürlich ist dieser Themenbereich komplex und erfordert zahlreiche Differenzierungen wie etwa die Unterscheidung von physischer, psychischer und struktureller Gewalt sowie die Untersuchung der Täter. In dieser Kategorie wurde jedoch lediglich festgehalten, in wie vielen TV-Spielfilmen mindestens ein Mensch getötet wurde:



Kein Sender schien auf das Motiv »Mord« in TV-Spielfilmen verzichten zu wollen. Dabei spielte es keine Rolle, ob es sich um einen öffentlich-rechtlichen oder privaten Sender handelte. Bei acht Sendern wurde in mindestens der Hälfte aller im Untersuchungszeitraum gesendeten TV-Spielfilme mindestens eine Person getötet. Vom ZDF ist bekannt, dass lediglich TV-Spielfilme ausgestrahlt werden sollen, die ein so genanntes »reales Vorbild« haben, also nicht über die zurzeit bestehende Gewaltmarge hinausgehen. »So will der Sender dem Vorwurf entgehen, der Gewaltentwicklung vorauszuweichen und Zuschauer zu Gewalttaten anzustiften, die sie ohne die in den Medien dargestellten »Fantasien« gar nicht hätten.« (Schmidt 1994, 51). Es zeigte sich, dass Krimis generell sehr beliebt waren. TV-Spielfilme des Genres Krimi erzielten mit durchschnittlich 10,44% die höchsten Marktanteile.

## Themen: Currywurst vs. Hot Dog

Was macht einen deutschen Film aus? Ist es die Herkunft der Filmemacher und Schauspieler, sind es Handlungsorte, Dialekte, Charaktere und ihre Verhaltensweisen? Oder gar kulturelle Besonderheiten, die Vorliebe für Schweinshaxe und Currywurst statt Hot Dog oder Baguette? Unsere Wahrnehmung scheint eine Tendenz zur Stereotypie und Vorurteilsbildung aufzuweisen. Anders lässt sich nicht erklären, dass ein jeder zu wissen meint, was »typisch deutsch« und also ein »deutscher TV-Spielfilm« ist. Zur Not funktioniert die Zuschreibung von Eigenschaften über die Abgrenzung vom anderen. Dann sind »Deutsche TV-Spielfilme« eben nicht »Hollywood« – was Vor- und Nachteile für die RezipientInnen auf der Suche nach »guter« Unterhaltung hat.

## Fazit

Es hat sich gezeigt, dass TV-Spielfilme eine »deutsche Realität« konstruieren. Sie erscheint durch Gewalt bestimmt. Deutsche Sprache, deutsche Städte und deutsche Schauplätze in Verbindung mit einer gefühlsbeladenen Handlung sollen dafür sorgen, den Zuschauer vom Umschalten abzuhalten. Die TV-Spielfilm-Redaktionen konstruieren eine Wirklichkeit, wie sie den von ihnen angenommenen Wünschen und Bedürfnissen der Zielgruppen entspricht. Das Profil der TV-Spielfilme bei *Sat 1* beispielsweise ist auf eine Zielgruppe von Frauen zwischen 25 und 49 Jahren konzentriert. Die angenommene Zuschauerin arbeitet an der Kasse eines Supermarktes, hat zwei Kinder, die sie nach ihrem Vollzeitjob versorgen muss. Sie ist abends zu müde, um ins Kino zu gehen oder ein Buch zu lesen. Diese Zielgruppe sieht fern, um sich zu entspannen und nicht, um sich mit gesellschaftlichen Problemen auseinanderzusetzen. Zu viel Realität mag das Fernsehen, ob öffentlich-rechtlich oder privat-kommerziell, seinen ZuschauerInnen nicht zumuten, jedenfalls nicht in TV-Spielfilmen.

## Literatur

- Buonanno, Milly (Hg.) (1999): *Eurofiction. 1. Fiktionale Fernsehsendungen in Europa*, Köln: von Halem.
- Davis, Sam (2000): *Quotenfieber. Das Geheimnis erfolgreicher TV-Movies*, Bergisch-Gladbach: Bastei Lübbe.
- Dennhardt, Joachim/Hartmann, Daniela (Hg.) (1984): *Schöne neue Fernsehwelt. Utopien der Macher*, München: Kindler.
- Hallenberger Gerd (2002): »Eurofiction 2001: Stabiles Angebot an fiktionaler Eigenproduktion. Erstausgestrahlte einheimische fiktionale Fernsehproduktionen in Deutschland«, in: *Media Perspektiven*, H. 10 / 2002, S. 501-511.

- Hallenberger, Gerd (2003): »Eurofiction 2002: Trotz Krise überraschend stabiles Angebot. Erstausgestrahlte einheimische fiktionale Fernsehproduktionen in Deutschland«, in: *Media Perspektiven*, H. 11/2003, S. 490-499
- Hallenberger, Gerd (2005): »Eurofiction 2003: Deutlicher Angebotsrückgang. Erstausgestrahlte fiktionale Fernsehproduktionen in Deutschland: Angebotsstruktur und Nutzung«, in: *Media Perspektiven*, H. 1/2005, S. 14-22.
- Hickethier, Knut (1980): *Das Fernsehspiel der Bundesrepublik. Themen, Form, Struktur Theorie und Geschichte 1951-1977*, Stuttgart: Metzler.
- Hickethier, Knut (1997): »Das Fernsehspiel zwischen TV-Movie und Fernseh-dramatik. Zur Situation einer Programmsparte Mitte der neunziger Jahre«, in: Peulings, Birgit/Jacobs-Peulings, Rainer Maria (Hg.): *Das Ende der Euphorie. Das deutsche Fernsehspiel nach der Einigung*, Münster: Lit. (= Beiträge zur Medienästhetik und Mediengeschichte, Bd. 2), S. 11-28.
- Holch, Valentin (1998): *Deutsch-französische Fernsehspiel-Koproduktionen. Dramaturgische und produktionstechnische Probleme*, Berlin: Parthas.
- Iijine, Diana/Keil, Klaus (2000): *Der Produzent*, 2. überarbeitete und aktualisierte Auflage, München: TR-Verlagsunion. (= Reihe Filmproduktion, Band 1).
- Krebs, Dagmar (1994): »Gewalt und Pornographie im Fernsehen – Verführung oder Therapie?«, in: Merten, Klaus/Schmidt, Siegfried J./Weischenberg, Siegfried (Hg.): *Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft*, Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Kunczik, Michael (1998): *Gewalt und Medien*, Köln: Böhlau.
- Netenjakob, Egon (1994): »Vom Fernsehspiel zum TV-Movie. Kritischer Rückblick auf die Karriere eines Genres«, in: Gangloff, Tilmann P./Abarbanell, Stephan (Hg.): *Liebe, Tod und Lottozahlen. Fernsehen in Deutschland: Wer macht es? Wie wirkt es? Was bringt es?* Hamburg, Stuttgart: Steinkopf.
- Nowak, Dorothea/Flaig, Berthold (2002): »Informationen zu den Sinus Milieus 2002«, <http://www.sinus-milieus.de/content/grafik/informationen/%20012002.pdf> (27.07.2005)
- Peulings, Birgit/Jacobs-Peulings, Rainer Maria (Hg.) (1997): *Das Ende der Euphorie. Das deutsche Fernsehspiel nach der Einigung*, Münster: Lit. (= Beiträge zur Medienästhetik und Mediengeschichte, Bd. 2).
- Rettinger, Carl-Ludwig (1986): »Fern-Seh-Kunst«, in: Stein, Eckart/ Schreitmüller, Andreas (Hg.): *Freispiele. Das kleine Fernsehspiel – Freiraum im Programm*, München: TR-Verlagsunion, S. 35-42.
- Rohrbach, Günter (1977/78): »Das Subventions-TV. Plädoyer für den amphibischen Film«, in: *Jahrbuch Film 1977/78: Berichte, Kritiken, Daten*.
- Rüden, Peter von (1975): *Das Fernsehspiel*, München: Fink.

- Schmidt, Siegfried J. (1994): »Die Wirklichkeit des Beobachters«, in: Merten, Klaus/Schmidt, Siegfried J./Weischenberg, Siegfried (Hg.): *Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Schmidt, Susanne (1994): *Es muss ja nicht gleich Hollywood sein. Die Produktionsbedingungen des Fernsehspiels und die Wirkung auf seine Ästhetik*, Berlin: Sigma.
- Schneider, Heiko (2003): »Vor allem im Osten gilt: Man guckt deutsch«, in: *TV-Spielfilm*, Nr. 2, S 15.
- Thiele Martina (2001): *Publizistische Kontroversen über den Holocaust im Film*, Münster, Lit-Verlag.
- Thoma, Helmut (2000): »Vorwort« in: Davis, Sam (2000): *Quotenfieber. Das Geheimnis erfolgreicher TV-Movies*, Bergisch-Gladbach: Bastei Lübbe, S. 7-8.
- Vorderer, Peter (1992): *Fernsehen als Handlung. Fernsehfilmrezeption aus motivationspsychologischer Perspektive*, Berlin: Sigma.
- Waldmann, Werner (1977): *Das deutsche Fernsehspiel. Ein systematischer Überblick*, Wiesbaden: Athenaion.
- Waldmann, Werner/ Waldmann, Rose (1980): *Einführung in die Analyse von Fernsehspielen*, Tübingen. Narr.
- Weber, Stefan (2003): *Theorien der Medien. Von der Kulturkritik bis zum Konstruktivismus*, Konstanz: UVK-Verlagsgesellschaft.
- Wehn, Karin (1999): »Novembertage und Silvesternächte«, in: *Grimme. Zeitschrift für Programmforschung und Medienproduktion*, H. 1/1999: Vom Fernsehspiel zum TV Movie. S. 16-19.
- Witte, Gunther (1984): »Brauchen wir noch ein deutsches Fernsehspiel?«, in: Dennhardt, Joachim/Hartmann, Daniela (Hg.): *Schöne neue Fernsehwelt. Utopien der Macher*, München: Kindler, S. 70-76.
- Witte, Gunther (1985): »Verteidigung des Besitzstandes oder Aufbruch zu neuen Ufern? Das Fernsehspiel – Stand und Perspektive«, in: Hickethier, Knut: *Brauchen Fernsehspiel und Hörspiel eine neue Dramaturgie? Schriften der Dramaturgischen Gesellschaft, Bd. 20*, Berlin: Dramaturgische Gesellschaft, S. 13-27.

Ralf Stockmann/Nils K. Windisch

## Digitaler Filmriss oder Wer das Kino neu erfindet

### Im Kino gewesen

Der *Warencharakter der Kunst* trifft in besonderem Maße auf das Medium Film zu. Von der Planung eines Blockbusters mittels Umfragen von Meinungsforschungsinstituten, der Produktion in Industriekomplexen mit ausdifferenzierten Zulieferbetrieben, der Verwertung und Vermarktung bis hin zur Rezeption – die nichts Privates oder Intimes, sondern ein Abfertigen vor Kassenhäuschen und das Aufreihen in langen Sitzbänken darstellt – erfüllt keine andere Kunstform so sehr den Tatbestand, »Kulturindustrie« zu sein. Wenn jedoch das Licht herunter dimmt, der zehntausende Euro teure Projektor die ersten Bilder auf die Leinwand wirft und aus der sorgfältig abgestimmten, wattstarken Surround-Klanganlage die ersten Takte des orchestralen Soundtracks erklingen, tritt all das in den Hintergrund. Man ist allein mit sich und – doch zuweilen – einem Kunstwerk.

Dieses Spannungsfeld zwischen Kunst und Kommerz verleiht dem Film seinen besonderen Reiz. Zum einen entsteht ein Film, zumal wenn er weltweite Verbreitung finden soll, nicht aus der Vision und den gestaltenden Händen eines einzelnen Künstlers. Prominente Gegenbeispiele, in denen Zelluloidmeter mit Organspenden bezahlt wurden, bestätigen die Regel: so nahm Robert Rodriguez an Medikamententests teil, um sein Werk *El Mariachi* (1992) mitzufinanzieren. Zum anderen findet jede übertriebene Formatisierung des Kunstwerks seine natürlichen Grenzen an der Kinokasse. Erfolg ist nur in Grenzen planbar, immer wieder schaffen es gerade Werke, die mit tradierten Genrekonventionen brechen und sich ungewöhnlicher Erzählformen bedienen, auch kommerziell erfolgreich zu werden. Beispielhaft seien hier *Memento* (2000) von Christopher Nolan und *The Blair Witch Project* (2000) von Daniel Myrick und Eduardo Sanchez genannt. Die



Grenze zwischen Popcornkino und feiner Cineastenkost verläuft fließend und wird ständig neu verhandelt.

Kino ist immer das Werk von vielen. Die klassische Multimedialität aus Bild, Bewegung, Schnitt, Licht, Perspektive, Musik, Ton und Sprache bedingt eine arbeitsteilige Produktion mit ausdifferenzierten Arbeitsschritten, die nicht in wenigen Personen zu bündeln sind. Die an einem Film Beteiligten befinden sich in konkreten Arbeitsverhältnissen: sie werden für die Kunst bezahlt. Ebenso haben sie jedoch Visionen, künstlerischen Anspruch. Das mögliche Ergebnis ist somit im wörtlichen Sinne ein »Gesamtkunstwerk«, wie man es in keinem anderen Medium findet. Die Produktion hat sich in den vergangenen 100 Jahren nur marginal verändert – im Wesentlichen fanden Anpassungen an technische Möglichkeiten und Entwicklungen statt. Und scheinbar erfolgt auch die Rezeption im Zeitalter der Digitalisierung und der weltweiten Vernetzung unverändert. Wir sitzen immer noch allein im Kino (gelegentliche Kontaktaufnahme zum Sitznachbarn nicht ausgeschlossen), und der Film, zumal ein guter, bleibt nach der Rezeption nicht im Kino zurück. Er begleitet uns anschließend an die Bar, den Frühstückstisch, die Kantine. Er will besprochen, analysiert, bewertet werden.

Das Internet verändert diese Spielregeln nachhaltig. Das Kommunizieren über einen Film erfolgt nun über das Massenmedium *WWW*. Erstmals in der Geschichte der Kommunikation kann das eingelöst werden, was Brecht in seiner Radiotheorie einfordert: Jeder Empfänger soll gleichzeitig Sender werden können, jeder Rezipient wird Kommunikator, von allen hörbar (vgl. Brecht 1932). Was im Hörfunk in Form von freien Sendern und Lokalradios eher ein Schattendasein führt, löst im Internet nach der Informationsrevolution eine Kommunikationsrevolution aus: viele schreiben. Und: sie werden von vielen gelesen.

Beispielhaft sei hier auf die wachsende Zahl so genannter *Movieblogs* hingewiesen: Webseiten, die Filme kommentieren, kritisieren und den Informationsüberfluss filtern (vgl. <http://www.movieblog.de>). Diese Blogs bilden neben etablierten Foren, z.B. International Movie Database IMDB, eine neue Plattform des Informationsaustausches (vgl. <http://www.imdb.com>). Zur Erklärung dieser neuartigen Kommunikationsprozesse in ihrem symbiotischen Verhältnis zu neuen Medien erscheint es sinnvoll, den konstruktivistischen Ansatz heranzuziehen:

»Traditionelle realistische Modelle von Medien und Journalismus gehen tendenziell von einer Wirklichkeit aus, die auf die Medien einströmt und von diesen an die Rezipienten (selektiv/ gefärbt/ »biased«) weitergegeben wird. Der Konstruktivismus stellt diese Denkrichtung auf den Kopf bzw. kehrt sie um: Die Rezipienten konstruieren sich aktiv aus den Medienwirklichkeiten ihre Rezipientenwirklichkeiten.« (Weber 2003: 189)

Zwei Medientheorien knüpfen hier an, der *Uses-and-Gratifications-Approach* und die *Cultural Studies*. Beides Modelle, die von einem »starken Rezipienten« ausgehen und im weiteren Verlauf dieser Abhandlung verschiedentlich implizit oder explizit

aufgegriffen werden. Die konstruktivistischen Ansätze unterstreichen in Abgrenzung dazu gerade die unbewusst ablaufenden Prozesse:

»Prozesse [...] in deren Verlauf [sich] Wirklichkeitsentwürfe [...] herausbilden, und zwar keineswegs willkürlich, sondern gemäß den biologischen, kognitiven und sozialen Bedingungen, denen sozialisierte Individuen in ihrer sozialen und natürlichen Umwelt unterworfen sind.« (Schmidt 1994:5)

## Filmschaffende als Akteure

Neue Medienentwicklungen machen bisherige Erkenntnisse nicht ungültig, vielmehr haben sie das Potential, das tradierte Verhältnis von Medien und Individuen zu erweitern. Das Internet mit seinen vergleichsweise einfachen und für viele verfügbaren Möglichkeiten der Veröffentlichung bietet sich zwangsläufig an, verwiesen sei hier jedoch zunächst auf den Techniksprung und Preisverfall im Bereich der *consumer electronics*. Damit ist die Technik gemeint, die sich in vielen Haushalten findet, in Abgrenzung dazu wird von *prosumer* und *professional electronics* gesprochen.

### Technologie und ihre Versprechungen

Die Bewegtbild-Kamera, die Video-Kamera oder technisch der DV-Camcorder (DV: digitales Video-Format zu standardisierter Speicherung von Mediadaten), haben innerhalb des letzten Jahrzehnts Einzug in viele Haushalte gefunden. Die Kombination aus bezahlbarer Hardware (PC und DV-Cam) und frei erhältlicher Software (Schnitt, Kodierung usw.) hat viele Konsumenten auf die Seite der Produzenten versetzt. Das Phänomen, das eigene Leben oder das der Familie – sei es auch nur auf Urlaub und bei Hochzeiten – im Bild festzuhalten, ist wahrlich keine Neuerung. Neu ist auch die Konservierung von Bewegtbildern nicht. Jedoch hat seit den 1970er Jahren, in denen 8-mm Filmrollen das verbreitete Aufnahmemedium waren, ein Wandel stattgefunden. Die Menge derjenigen, die Zugang zu semiprofessioneller Hard- und Software haben, hat sich sprunghaft vergrößert. Das eigentliche Phänomen ist nun jedoch nicht die Tatsache des einfachen Einstiegs bzw. der breiten Verfügbarkeit, sondern die Art und Weise, wie Menschen mit den neu gewonnenen Möglichkeiten umgehen.

*Wir alle können nun Kino machen!* Können wir das wirklich? Ja, wir können die Produktion eines Kinofilms imitieren, können Material sammeln, verarbeiten und verteilen, doch stellt sich meist bald Ernüchterung ein. Die meisten von uns können eben nur dem Kino nacheifern, es aber kaum zu vergleichbaren Ergebnissen bringen. Die neue Technik mit all ihren Versprechungen muss also im Vergleich mit ihren tatsächlichen Möglichkeiten und unseren Erwartungen gesehen werden.

Die Diskrepanz zwischen versuchter Kinoimitation und selbst gewählter Improvisation ist es, die das Selbstgedrehte als *gelingen* oder *mislungen* dastehen lässt. Die 8mm-Filme der 1970er, 80er und 90er Jahre wirken aus heutiger Sicht dilettantisch, doch stören wir uns nicht daran, denn wir kennen den schwierigen Zugang und Umgang mit dieser Technik. Im Gegensatz dazu steht das moderne Selbstgedrehte. Wir wissen, wie einfach der Zugang und wie simpel die Bedienung ist, also verlangen wir professionelle Ergebnisse und sind nur allzu oft enttäuscht, wenn die eigenen Versuche (oder die der nahen Verwandten) sich schon nach Sekunden als dilettantisch erweisen. Wo ist die versprochene Einfachheit, der leichte Weg zu großartigen Werken? Sie ist ein Produkt der Werbung, der Illusion, wir bräuchten etwas, wir könnten etwas können, wenn wir nur die richtigen Produkte kauften. Weniger dramatisch ausgedrückt: Die Werbung verspricht etwas, das sie nicht hält. Sie suggeriert, die Anschaffung der »richtigen Produkte« führe zum künstlerischen Erfolg.

Schon bei diesem Beispiel findet *Konstruktion* auf zwei Ebenen statt: zum einen bewerten wir gleichartige Filmaufnahmen aufgrund unseres Vorwissens unterschiedlich. Dabei ist die Beurteilung selbst schon Konstruktion, denn die Bedeutung eines Kunstwerkes lässt sich nicht ausschließlich an technischer Qualität messen. Anhänger des konstruktivistischen Ansatzes würden die *Objektivität von Qualitätskriterien* als soziales Konstrukt bezeichnen. Zum anderen konstruieren die Werbemedien eine Illusion, in der Gelerntes und Talent durch Technik substituiert werden können. Noch weitergehend als die Frage nach der Konstruktion von *gut* oder *schlecht* ist die anschließende Frage der Authentizität des Medienprodukts. Können wir uns überhaupt sicher sein, dass es noch einen allgemeingültigen Medientext gibt?

### Die Frage des Originals

»Bevor man etwas über einen Film sagen kann, muss man sich vergewissern: von welcher Version redest du?« (Seeßlen, 2004: 24)

Seeßlen vertritt in seinem Beitrag *Das Verschwinden des Originals* die These, es gäbe keinen Film und kein Kinooriginal. Was es gäbe, sei immer nur die jeweils aktuelle Version, die jeweils aktuelle Fassung von etwas, das schon von Beginn an einem ständigen Veränderungs- und Anpassungsprozess unterworfen war. Hier schließt Seeßlen an Walter Benjamins Überlegungen zum »Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit« an.

Eine Hollywood-Filmproduktion folgt ihren eigenen Gesetzen, an die sich Industrie und Regisseure halten müssen. Nirgendwo steht geschrieben, dass all diese gemeinsam auf ein Ziel hin wirken. Im Gegenteil, das Werk des Drehbuchautors / Regisseurs ist wie ein Neugeborenes, das seinen Eltern entrissen wurde und in der Obhut der Filmindustrie ein völlig neues und anderes Leben beginnt. Es kann sich ergeben, dass dieses Kind ein Blockbuster wird, ein Film, der über

Länder-, Sprach- und Kulturgrenzen hinweg ein Erfolg ist. Ein Produkt, das idealtypisch ist, einem dramaturgisch-narrativem Erfolgsrezept folgt (welches wiederum seit Jahrhunderten durch das Theater perfektioniert wurde) und damit letztlich einem Hamburger bei *McDonald's* entspricht: es verkauft sich überall.

Zu einem Blockbuster gehört, dass er möglichst weltweit angekündigt wird. Hierbei werden in der Regel sämtliche zur Verfügung stehenden Kanäle genutzt: Internet-, Printmedien-, Rundfunkberichte und Werbung. Seine Kinopremiere wird entsprechend gefeiert, die Verbreitung in Videotheken als VHS und DVD, über Läden und Versandhandel sowie privat-kommerzielles und öffentlich-rechtliches Fernsehen vorbereitet. Die Schauspieler oder der Film selbst werden für den *Grammy*, *Oscar* oder ähnliche Preise nominiert. Um den Film bilden sich Interessengruppen, welche bereitwillig Fan-Artikel wie Figuren, Stifte oder Poster kaufen. Ein Blockbuster drängt sich uns sprichwörtlich auf, er versucht, sich in unser Weltbild einzupassen, ob wir wollen oder nicht. Es hängt nicht nur von der Willensfreiheit des Einzelnen ab, ob dieser Versuch gelingt, sondern auch von Einflüssen durch Peergroups oder der Familie.

Die Eingangsthese Seeßlens, wonach es kein Kinooriginal gibt, erscheint nahe liegend, haben sich doch die Mittel zur Bilderfassung, -verarbeitung, -speicherung und -verbreitung, die es ermöglichen einen Film zu produzieren und ihn anschließend in vielfältiger Form zu präsentieren, durch die digitalen Medien stark gewandelt. Mithilfe der digitalen Aufzeichnung von Filmmaterial ist es ein Leichtes, große Mengen Material für die Rohfassung zu sammeln. Die moderne Bildverarbeitung erlaubt es erheblich eher als die analoge Dunkelkammertechnik, Bildmaterial im Nachhinein zu verfremden, zu modifizieren und zu einem neuen Ganzen zusammensetzen. Erst die Einfachheit dieser Vorgänge ermutigt Regisseure vermehrt, einen *Director's Cut* zu veröffentlichen, der von der ursprünglichen Kinoversion abweicht. Was vor einigen Jahren noch den quasi-romantischen Anstrich des »das künstlerische Genie emanzipiert sich von seiner auf Kommerzialität bedachten Verleihfirma« hatte – man denke an die erweiterten Versionen des *Blade Runner* (Original: Ridley Scott, 1982) oder *Apocalypse Now* (Original: Francis Ford Coppola, 1979) – ist mittlerweile selbst fest eingepanter Bestandteil der Verwertungskette geworden, etwa bei den *Extended Versions* der *Herr der Ringe*-Trilogie.

Bei modernen Blockbustern spielt weiterhin die Anpassung des Werks an spezielle Kultur- und Sprachräume eine zunehmende Rolle: es geht nicht darum, dass ein Film in möglichst vielen Ländern Erfolg *hatte*, es geht darum, dass ein Film in möglichst vielen Ländern Erfolg *haben wird*, absehbaren und berechenbaren Erfolg. Eine detaillierte Aufschlüsselung der Einspielergebnisse nach Ländern weltweit findet sich im *WWW* (vgl. <http://www.boxofficemojo.com>). Offensichtlich ist hier der Aspekt der Globalisierung. Weltweiter Erfolg eines Medienprodukts ist jedoch kaum denkbar ohne die Berücksichtigung lokaler Interessen, Eigenheiten und Vorlieben; ein Phänomen, das Roland Robertson mit dem

Begriff ›Glokalisierung‹ beschrieben hat. Ein derartiges Vorhaben wird durch den Einsatz moderner Technik begünstigt, erlaubt sie es doch, kurzfristig verschiedene Versionen zu produzieren, um einen weltweit möglichst parallelen Erfolg zu garantieren und langfristig bei Bedarf neues Interesse zu generieren: *jetzt als Uncut-Version, nun als Widescreen-Edition, jetzt in Farbe*. Der letzte Werbespruch ist heute nur scheinbar absurd: eine besonders blutige Szene in Tarantinos *Kill Bill Vol.1* wurde in Farbe gedreht, jedoch für den amerikanischen und europäischen Markt in schwarz-weiß abgemildert. In Japan lief hingegen die ›Originalfassung‹. Völlig eigene Maßstäbe im Bereich *Abwandlung des Kunstwerks* setzt seit Jahren George Lucas.

### Die Konstruktionen des George Lucas

Mit *Star Wars* hat George Lucas eine moderne Sage geschaffen. Was, wenn Sie, die Leserin, der Leser aus dem westlichen Kulturkreis, jetzt gerade 28 Jahren alt sind? *Ihr ganzes Leben ist Star Wars!* Und das trotz denkbar schlechter Voraussetzungen: Sie wurden geboren, als Episode IV, *A New Hope* in die Kinos kam. Bei Auf-führung des dritten Filmes der alten Trilogie waren Sie sechs Jahre alt und damit zu jung für den Kinobesuch. Für die zweite Trilogie, die 1999 startete, sind Sie eigentlich schon zu alt. Dennoch sind die Filme allgegenwärtiger Teil der Populär-kultur. Die Frage nach dem Erfolgsgeheimnis von George Lucas und seiner *Star Wars*-Saga mag vielfältig erklärbar sein – hervorragendes Marketing oder erfolgreiche Befriedigung eines großen Unterhaltungsinteresses. Dieses Interesse wiederum steht im Zusammenhang mit der Informationsdichte und –fülle, der das Publikum ausgesetzt ist und die zu Konstruktionen einlädt.

Zur Veranschaulichung des Informationsumfangs reicht ein kurzer Blick in das Angebot eines populären Internet-Versandhauses wie *Amazon*. Unter den Treffern zu *A New Hope* finden sich zwei unterschiedliche DVD-Versionen, drei VHS-Versionen, eine Audio-Version, drei Bücher, zwei Spiele und drei Filmmusi-ken neben einer Vielzahl weiterer Produkte. Aus Sicht des Nutzers ist diese Viel-falt höchst verwirrend bzw. zwingt ihn in eine Position, die er sich nicht ausge-sucht hat. Wie herausfinden, was das ›Original‹ ist? Wie entscheiden, was gemeint ist, wenn in der *Peergroup* oder auch den Medien die *Trilogie* thematisiert wird? Hel-fen die 1.790.000 Internetlinks, die die Suchmaschine *Google* zu dem Suchbegriff *Star Wars Trilogie* auflistet? (Suche mit <http://www.google.de> am 11.05.2005).

Auf vier Ebenen können Veränderungen der verschiedenen Filmversionen der zuerst erschienenen Trilogie festgestellt werden:

1. Technische Erweiterungen (Bildformat, Surroundklang, Bildoptimierungen)
2. Erweiterungen der Special-Effects in bestehenden Szenen (detailreichere Raumschiffmodelle, Explosionen etc.)
3. Zusätzliche Szenen (etwa: Auftritt von *Jabba the Hutt* in *A New Hope*)
4. textuelle Umgestaltung bestehender Szenen (etwa: Han Solo schießt nicht mehr zuerst auf den Kopfgeldjäger, sondern umgekehrt)

Gerade die Änderungen im vierten Punkt erscheinen erwähnenswert. Wurde in der ursprünglichen Fassung von 1977 der Weltraumschmuggler *Han Solo* als kaltblütiger Draufgänger gezeichnet, der sich seinen Weg durch das Universum schießt, handelt er in Folge einer geänderten Filmschnitt-Sequenz in der erweiterten DVD-Fassung von 2004 aus reiner Notwehr. Diese durchaus weit reichenden Änderungen in der Charakterzeichnung finden bei den Fans wenig Zustimmung. Eine Online-Petition zur Erhaltung der Originalfassung kann auf mittlerweile 70.000 Unterzeichner verweisen (vgl. <http://www.originaltrilogy.com>).

Noch mal einen Schritt zurück – Was ist die *Trilogie* eigentlich? Die *Trilogie*, das sind die Episoden IV, V und VI, welche zeitlich vor den verbleibenden Episoden zu sehen waren, jedoch inhaltlich nach diesen spielen. Sie wurden veröffentlicht, bevor überhaupt etwas über den eigentlichen Beginn der Saga bekannt war. Es ist jedoch nicht die Erzählweise auf Ebene des Film und seiner Geschichte selbst – dafür wären Filme wie Christopher Nolans *Memento* als Beispiel viel geeigneter – die so ungewöhnlich ist, sondern vielmehr die Tatsache, dass ein Gesamtwerk entsteht, das weit über die in den Filmen präsentierten Inhalte hinausgeht. Im so genannten *Expanded Universe* werden unablässig Handlungsstränge im *Star Wars*-Kontext weitergesponnen, neue Charaktere und Handlungsorte eingeführt. Die *offizielle Timeline* der *Star Wars*-Ereignisse umfasst dabei eine erzählte Chronik von mehreren tausend Jahren, die Filmhandlungen umspannen davon lediglich 55 (vgl. <http://www.janstetter.de/rpg/sw/swchronologie.htm>).

Zwei Umstände können hier herausgehoben werden:

1. Die angebotene Informationsfülle (eine Vielzahl an Charakteren und Schauplätzen, eine über Jahrtausende reichende Geschichte) ruft Reaktionen aufseiten der RezipientInnen hervor. Das übliche Handlungsspektrum reicht von den verschiedenen Stadien des »Fantums« bis hin zu ostentativ vorgetragendem Desinteresse.
2. Der Warencharakter des Ganzen, welcher hier vermutlich den Kauf nach sich zieht, wird entlarvt.

## Zuschauer als Akteure

Angaben zu Schauspielern und Produktionsteam mögen noch eindeutig zu definieren sein. Schon bei der Länge des Filmes entstehen Unschärfen: die meisten auf IMDB verzeichneten Filme weisen unterschiedliche Laufzeiten auf, sei es durch bewusst vorgenommene Schnitte oder die Laufzeitunterschiede des amerikanischen NTSC Formates zum europäischen PAL Format. Noch umstrittener sind Einteilungen in Genres und die Beschreibung der Handlung; hier gilt endgültig das konstruktivistische Paradigma. Die Realität entsteht im Kopf des Individuums, und jeder lebt in seiner eigenen Wirklichkeit – oder: »Der Film entsteht im Kopf des Zuschauers«, wie bereits Dost, Hopf und Kluge 1973 formuliert haben, und jeder Zuschauer sieht einen anderen Film (vgl. Dost/Hopf/Kluge 1973).

Mit Einführung der neuen Medien, speziell des Internets, haben sich die Rezeptionsgewohnheiten verändert. Exemplarisch genannt sei hier das Klagen der Filmindustrie, Kinofilme würden über das Internet herunter geladen und getauscht, wobei der Kinobesuch ausfiel. Es haben sich aber ebenso die Möglichkeiten der Kommunikation, der Partizipation und der Kreation verändert. Das Internet bietet die Chance, mittels einfach bedienbarer Kommunikationsmittel und -formen in anderen Medien Rezipiertes mit vielen zu teilen, darüber zu diskutieren und es gemeinsam zu verarbeiten. Um diese neuen Mechanismen angemessen zu beschreiben, wollen wir drei Begriffe einführen: *Integration*, *Adaption* sowie *Transformation*.

### Integration

Unter Integration verstehen wir, wie weit der Filmtext in die tägliche Lebenssituation des jeweiligen Betrachters integriert wird. Die *Cultural Studies* haben hier den traditionellen Kulturbegriff erheblich erweitert: Alltagskultur zeichnet sich nicht mehr durch isolierte Handlungen wie den Theaterbesuch mit seinen Riten und elitärem Habitus aus, sondern wird selbstverständlich und beiläufig in den Alltag integriert, auch wenn rituelle Handlungen wie das »gemeinsam die *Soap Opera* vor dem Fernseher sehen« enthalten sein können.

Auf das Medium Film übertragen kommen einige Besonderheiten hinzu: im Gegensatz etwa zu Fernsehserien ist der Kinofilm in der Regel kein sequenzielles Ereignis, sondern ein singuläres (Ausnahmen: die *Star Wars*-Filme, die *Der Pate*-Trilogie). In der Tat wäre die These zu überprüfen, ob gerade als Serie angelegte Kinofilme eine stärkere Integrationskraft entfalten, oder ob die große Akzeptanz des ersten Films die Serienproduktion erst ermöglicht, so etwa bei der *Matrix*-Trilogie. Der Kinofilm muss also bei seinen potentiellen Fans ohne die immanente Auffrischung und Repetition einer Serie auskommen. Seine Anziehungskraft muss unmittelbar und affektiv wirken, um über einen längeren Zeitraum bestehen zu können. Gelingt dieser Prozess, wird der Zuschauer zum Fan, der den Film in

die eigene Lebenswirklichkeit integriert: der Film wird mehrmals hintereinander gesehen (zu *Star Wars* sind Fälle belegt, wo Zuschauer den ersten Teil weit mehr als 100 Mal im Kino gesehen haben), Kleidung wird übernommen (etwa schwarze Mäntel aus *Matrix*, kombiniert mit Sonnenbrillen), Zitate in den Wortschatz aufgenommen, Kinder nach den Filmfiguren benannt. Dieses ›Fantum‹ wird zum einen in Gruppen gelebt, aber auch die Abgrenzung gegen anders Denkende spielt eine Rolle, bspw. Eltern, die für den ›Schund‹ nichts übrig haben.

Vor der Verbreitung des Internets konnte das Engagement als Fan sich in zweierlei Verhalten zeigen. Zum einem in direkt verbundenen sozialen Gruppen, den Peergroups, und zum anderen in der medial vermittelten Interessengemeinschaft, die sich durch Magazine und Treffen, so genannten *Conventions*, konstituiert. Gerade die aktive Teilnahme an Fanclubs war ein aufwändiger Prozess, die Kommunikation eher einseitig, nämlich von dem produzierenden Fanclubkern hin zu den peripheren Clubmitgliedern. Durch das Internet hat sich diese Situation verändert: Die meisten der klassischen Fanclubs sind binnen kurzem durch Online-Communities ersetzt worden. Es kann ein Wechsel in der Struktur der Fan-Gemeinden festgestellt werden. Während klassische Fanclubs eine vertikale Struktur aufweisen, sind Online-Communities stärker horizontal organisiert. Hier sind nur wenige mit technisch-organisatorischen Aufgaben betraut, die Administratoren, während die Mehrheit am eigentlichen Geschehen aktiv teilhaben kann. Der Zugang zu Online-Communities erfolgt direkt und kostenfrei, die aktive Teilnahme wird durch wechselseitige Kommunikationswerkzeuge wie Forensysteme oder Wiki-Webs erheblich vereinfacht. Auch das ›in Kontakt treten‹ erfolgt nun regelmäßiger: es wird nicht mehr monatlich das Fanzine durchgearbeitet, sondern täglich die Community-Seite besucht.

Das ›Fan sein‹ wird dadurch erheblich vereinfacht und einer größeren Menge Interessierter zugänglich. Die gleichzeitige Mitarbeit in mehreren Fangruppen ist ohne weiteres möglich und wird nur durch die Ressource Zeit begrenzt. In der Folge setzen sich wesentlich mehr Menschen intensiver mit ihren Lieblingsfilmen auseinander. Und das zudem auf einer internationalen Ebene und über kulturelle Grenzen hinweg. Die Integration von Kinofilmen in die eigene Lebenswirklichkeit erscheint somit weiter fortgeschritten. Als Gegenthese könnte man jedoch formulieren, dass mit den unbegrenzten Möglichkeiten eine gewisse Beliebigkeit einhergeht: Mitgliedschaften können ebenso schnell gelöst wie geknüpft werden, die Masse der Angebote erschwert das Finden der richtigen Community.

## Adaption

Unter Adaption verstehen wir die Aneignung und teilweise ›Zweckentfremdung‹ eines Medientextes, in unserem Fall des Films. Zweifellos hat der Ansatz *jeder Zuschauer sieht seinen eigenen Film* hohe Relevanz: je nach Lebenssituation und persönlichem Erfahrungshorizont des Zuschauers findet im Kopf ein stark individualisierter Rezeptionsvorgang statt. In ein und derselben Beerdigungsszene



wird der eine an den Tod seines Vaters erinnert, die nächste Zuschauerin möchte den gut aussehenden Trauernden trösten, ein Dritter nimmt sich vor, am nächsten Tag nach der modischen Sonnenbrille zu googeln.

Ebenso plausibel erscheint jedoch die Annahme einer Hegemoniallesart von Filmtexten. *Casablanca* ist zuerst Liebesgeschichte, nur nachgelagert Kriegs-drama. Die Hegemoniallesart eines Filmtextes wird im Kino unmittelbar erfahrbar: das gemeinsame Lachen oder Zusammenzucken ist Bestandteil des Filmerlebnisses. Nicht jeder ist eingebunden, aber doch die meisten. Adaption findet statt, wenn sich jenseits der Hegemoniallesart eine alternative Lesart institutionalisiert. Voraussetzung dafür ist zunächst die oben beschriebene Integration des Filmes in den Lebenszusammenhang einer Gruppe – aber eben jenseits der gängigen Lesart. Ein Beispiel zur Illustration:

Der Film *2001 – Odyssee im Weltraum* von Stanley Kubrick erfreute sich großer Verehrung in amerikanischen Hippie-Kreisen, manifestiert durch das Zitat von John Lennon: »Man sollte diesem Film einen Tempel bauen, in dem er 24 Stunden lang täglich gezeigt wird«. Eine Filmanalyse von *2001* wird jedoch wenig zutage fördern, das an Hippie-Ideale anknüpft: Gewalt als Motor der Evolution, die Erfindung der Waffe als Moment der Menschwerdung, der ›Tod‹ eines Computers wiegt schwerer als der eines Menschen – all das hat wenig mit Selbstbestimmung, Pazifismus und freier Liebe zu tun. Vermutlich sind es eher die letzten 20 Minuten des Films, welche den Bezug zu der Hippie-Kultur nahe legen; dort sind ausgiebig Farb- und Effektspiele mit psychedelischer Anmutung zu sehen.

Ein interessanter Untersuchungsgegenstand sind ferner die Adaptionen von homosexuellen Communities und ihren Fanfilmen. Was bei Serien wie *Queer as folk* noch nahe liegend erscheint, wird bei *Star Trek* schon erstaunlich: unzählige, fein ausdifferenzierte und seit vielen Jahren beständige Fangruppen haben die verschiedenen *Star Trek*-Serien als ihre Projektionsfläche auserkoren. Diese Entwicklung ist den Produzenten der Serien nicht verborgen geblieben, die mit speziell auf den homosexuellen Kontext zielenden Folgen antworteten, teilweise mit zweifelhaften Ergebnissen (vgl. Scheer 2002). Die Prozesse laufen nicht unbewusst ab. Vielmehr ist es die bewusst getroffene Entscheidung einer Gruppe, Adaption vorzunehmen. Dass es sich dabei nicht zwangsläufig um die Hegemoniallesart handelt, ist gewollt: gerade in der Abgrenzung gegenüber dem Mainstream entstehen gruppenverstärkende Prozesse.

## Transformation

Die Transformation geht noch einen Schritt über die Adaption hinaus: der Medientext wird nicht nur in die eigene Lebenswirklichkeit integriert und in seinen Inhalten entgegen der Hegemoniallesart interpretiert: er wird aktiv verändert und entsprechend der eigenen Vorstellungen umgearbeitet. Ein populäres Beispiel für beginnende Transformation sind Kinovorführungen der *Rocky Horror Picture Show*, bei denen die Zuschauer mitsingen, Reis werfen, aus Wasserpistolen spritzen und

damit die Filmhandlung in den Zuschauerraum verlängern. Der eigentliche Film bleibt dabei abgesehen von vereinzelt Schattenwürfen der auf der Bühne tanzenden Zuschauer unverändert.

Mit Einführung der digitalen Medien haben sich die Möglichkeiten hier stark gewandelt: durch leistungsfähige Bearbeitungswerkzeuge können Bilder, Montage und Ton beliebig verändert werden. Die schon immer bei Integration und Adaption anzutreffende *Fan-Fiction*, bei der zumeist im Rahmen von Kurzgeschichten Filmhandlungen verändert und Nebenplots hinzuerfunden werden, erhält eine völlig neue Bedeutung: Filme werden nach eigenem Belieben verändert und mit neuen Inhalten versehen. Eine sehr aktive *Fan-Fiction*-Gruppe hat sich um die *Herr der Ringe*-Filme gebildet: mittlerweile kursieren um die 20 Kurzfilme, in denen die Filmhandlung manipuliert, ergänzt oder in einen völlig neuen Kontext gestellt wird.

Einen der ältesten und beliebtesten Steinbruch für Transformation stellen die bereits erwähnten *Star Wars*-Filme dar. Hierbei ist zu beachten, dass durch das ausdifferenzierte Merchandising-Konzept des ersten Filmes 1977 mit Spielfiguren, Bettwäsche, Raumschiffmodellen etc. explizit die Integration des Filmes in die Alltagswelt der Zuschauer, speziell Kinder, gefördert wurde. Eine der gewiss skurrilsten Transformationsleistungen stellt hier das *Star Wars Kid* dar: 2002 spielte der damals 15-jährige, zum Übergewicht neigende Norman vor einer Kamera unter Zuhilfenahme eines Besenstiels einen Laserschwertkampf nach (vgl. <http://www.jedimaster.net>). Freunde fanden die Videokassette, digitalisierten sie und stellten sie ins Internet. Binnen weniger Tage wurde das absurde Zwei-Minuten-Video weltweit über Newsgroups und Foren bekannt. Schon wenige Tage später tauchten erste Varianten des Videos auf: aus dem Besenstiel hatten findige Videotüftler ein den Filmen nachempfundenes Laserschwert konstruiert, Funken stoben aus der Wand, der charakteristische Klang der futuristischen Waffe war passgenau unterlegt. Der Damm war gebrochen: nahezu täglich wurden neue Varianten des Videos veröffentlicht, bei denen das *Star Wars Kid* meistens kunstvoll in verschiedene andere Filmhandlungen eingebunden wurde – etwa *Braveheart* oder *Matrix*.

## **Der Kreis schließt sich – Wechselwirkungen**

Die skizzierten Folgen der Digitalisierung für das Zuschauerverhalten (Integration, Adaption und Transformation) sind den Marketingabteilungen der Filmindustrie nicht entgangen. Schon seit einiger Zeit werden die Marketingstrategien bei der Einführung potentieller Blockbuster um Internetkomponenten erweitert: neue Filme erhalten eine eigene Homepage mit Pressematerial, kurzen Ausschnitten (Trailern) und zuweilen interaktiven Elementen wie Spielen oder Foren. Letztlich entsprechen diese Filmwerbeseiten jedoch nur in den digitalen Raum verlängerten Werbeplakaten. Interessanter erscheinen virtuelle Räume, in

denen wirkliche Interaktion zwischen Zuschauern und Produktionsfirma stattfindet.

Zunehmend ist daher zu beobachten, dass die Produktionsfirmen im Vorfeld der Filmstarts bewusst Kontakt zu Online-Communities suchen. Dies kann öffentlich-offensiv geschehen, aber auch viral: ein Produkt wird in Form eines Clips angekündigt, dessen Urhebererschaft verdeckt wird, er hat den Charakter des Inoffiziellen und findet dank der Vernetzung von z.B. Blogs und Foren innerhalb kurzer Zeit Verbreitung. Zielsetzung ist dabei, die öffentliche Meinung und virtuelle Mund zu Mund-Propaganda positiv zu beeinflussen. Die Ergebnisse sind durchwachsen. Als ein in der Summe gelungenes Beispiel für Fan-Produktionskommunikation werden die *Herr der Ringe*-Filme angesehen, bei denen die Filmemacher regelmäßig die einschlägigen Filmforen benutzt haben sollen. Einige Internetmythen wie der, dass Cate Blanchet ihre Filmrolle nur auf Drängen der Fan-Community erhalten hätte, gehören jedoch in das Reich der Legende. Nicht immer gelingt der Schulterschluss von Fans und Produzenten: Die Fan-Community des 70er Jahre-Streifens *Rollerball* (Original: Norman Jewison, 1975) wurde intensiv für das Remake umworben und mit Spezialvorführungen geködert – die Reaktion der Fans auf das ihrer Meinung nach unnötige Remake war dennoch verheerend, der Film stürzte erst auf den Internet-Fanseiten ab, dann an der Kinokasse.

Verstärkt werden vor dem Filmstart auch so genannte *Screener* eingesetzt: für die gewünschte Zielgruppe repräsentativen Personen erhalten Einladungen zu Sondervorführungen. Anhand der Reaktionen dieses Publikums, schriftlichen Befragungen und qualitativen Interviews werden anschließend vermeintliche Schwachstellen des Filmes identifiziert und im Schneiderraum behoben, bis hin zur Anordnung von Nachdrehs. In mehreren Fällen führten solche Probevorführungen zu massiven Veränderungen der eigentlich fertigen Filme: so wurden beispielsweise die letzten 10 Minuten des Schockers *Final Destination* (James Wong, 2000) vollständig umgearbeitet und dem vermeintlichen Publikumsgeschmack angepasst. Mit der persönlichen Intention eines Künstlers, wie in der Einleitung skizziert, hat solches Vorgehen nichts mehr gemein.

## Fazit

Eingangs wurde auf ein Zitat von Weber zurückgegriffen, in welchem aktives Rezipieren beschrieben wird:

»Die Rezipienten konstruieren sich aktiv aus den Medienwirklichkeiten ihre Rezipientenwirklichkeiten.« (Weber 2003: 189)

Unser Beitrag untersuchte sowohl das Medienangebot als auch die veränderte Rolle der Rezipienten, zudem Handlungsmuster, die mit den Begriffen Adaption, Transformation und Integration erklärt wurden.

Die Technik und ihre Weiterentwicklung ist dabei das verbindende Element. Sie eröffnet beiden Seiten neue Möglichkeiten. Die Art und Weise, wie Film produziert und vermarktet wird, hat sich durch die digitalen Medien verändert, aber ebenso die Art und Weise, wie Rezipienten neue Techniken, z. B. das Internet, nutzen. Das Beispiel von George Lucas und seiner *Star Wars*-Trilogie hat unterstrichen, wie sich Medienwirklichkeiten ausgestalten lassen, in welchem verwirrenden Ausmaß sie sich dem Rezipienten präsentieren können: sowohl in Bezug auf die Vermarktung als auch bezüglich der Komplexität des Inhalts.

Der Film als bildhaftes Medium ist besonders geeignet, die angenommene Konstruktion der Realität durch Beobachten und Einordnen zu illustrieren. Hierbei erscheint es uns notwendig, auf einen Umstand hinzuweisen: alle in diesem Beitrag erwähnten Filmbeispiele sind eindeutig dem fiktionalen Bereich zuzuordnen. Um Dokumentarfilme bilden sich keine Fan-Communities. Genau genommen bilden sich die stabilsten und aktivsten Fangruppen um Werke, die dem phantastischen Film (Fantasy, Science Fiction, Horror) zugerechnet werden müssen. Kulturpessimisten können hierin einen bedenklichen Ausdruck von Eskapismus sehen. Wie gezeigt werden konnte, ist diese »Flucht aus dem Alltag« jedoch gerade nicht der Rückfall in eine passive Rezipientenrolle des »sich berieseln Lassens«, sondern häufig eine bewusste Entscheidung, aktiv die eigene Medienwirklichkeit zu konstruieren. Wir möchten die These aufstellen, dass der Schritt von einem aktiven Medienrezipienten hin zu einem im politischen Raum agierenden »Netcitizen« klein ist.

## Literatur

- Brecht, Bertolt (1932/1999): »Der Rundfunk als Kommunikationsapparat. Rede über die Funktion des Rundfunks«, in: Pias, Claus et al. (Hrsg.): *Kursbuch Medienkultur. Die maßgeblichen Theorien von Brecht bis Baudrillard*, Stuttgart: DVA.
- Dost, Michael/Hopf, Florian/Kluge, Alexander (1973): *Filmwirtschaft in der BRD und in Europa. Götterdämmerung in Raten*, München: Hanser.
- Lechke, Rainer (2003): *Einführung in die Medientheorie*, München: Fink.
- Scheer, Uta (2002): *Neue Geschlechterwelten? Eine Analyse der Star-Trek-Serien »Deep space nine« und »Voyager«*, Münster: Lit.
- Schmidt, Siegfried J. (1994): »Die Wirklichkeit des Beobachtens«, in: Merten, Klaus/ Schmidt, Siegfried J./ Weischenberg, Siegfried (Hrsg.): *Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft*, Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 3-19.
- Schmidt, Siegfried J. (2000): *Kalte Faszination: Medien, Kultur, Wissenschaft in der Mediengesellschaft*, Weilerswist: Velbrück.
- Seeßlen, Georg (2004): »Zukunft des Kinos – Das Verschwinden des Originals«, in: *epd Film* 8/2004, S.22-25.
- Watzlawick, Paul (2005): *Wie wirklich ist die Wirklichkeit? Wahn – Täuschung – Verstehen*, München: Piper.
- Weber, Stefan (2003) (Hrsg.): *Theorien der Medien. Von der Kulturkritik bis zum Konstruktivismus*, Konstanz: UVK.

Kay Meiners

## Sprache und Politische Korrektheit

### »Politische Korrektheit« ist Sprachpolitik

Die Umbenennung von »Negerküssen« zu »Schokoküssen«, das Binnen-I (»MitarbeiterInnen«) in Gewerkschaftszeitungen oder der Rücktritt des Bundestagspräsidenten Philipp Jenninger, nachdem er 1988 in einer Gedenkrede zur so genannten »Reichskristallnacht« das Stilmittel der erlebten Rede eingesetzt hatte – sie alle hat man mit dem Diskurs um »Politische Korrektheit« in Verbindung gebracht. Die Aktivist:innen eines »politisch korrekten« Sprachgebrauchs sehen sich als Vertreter:innen einer progressiven Sprachkritik in der Tradition der amerikanischen und europäischen sozialen Bewegungen. Sie nehmen für sich in Anspruch, auf diskriminierende Sprachgebräuche aufmerksam zu machen und eine bessere, »wirklichkeitsnähere« Sprachpraxis begründen zu wollen. Sprechakte, so die Theorie, sind Repräsentationen der Wirklichkeit, die das Denken und Handeln beeinflussen, und als Verhalten sind sie selbst wieder soziale Wirklichkeit für den anderen.

Ganz so einfach ist es aber um die Repräsentanz der Wirklichkeit in der Sprache nicht bestellt. Dieter E. Zimmer weist zu Recht darauf hin, dass man auch »politisch korrekt« lügen kann: »Wer, wie von höchster Stelle befohlen, nur noch »Mitbürger türkischer Herkunft« sagt (»Mitbürger« und »Mitbürgerin« versteht sich), denkt doch weiter Türke ...« (Zimmer 1997: 156). Doch es ist der Anspruch politisch motivierter Sprachkritik, über den Sprachgebrauch die soziale Realität zu verändern. Sie versucht, auf die Moral der Sprecher:innen sowie auf Verhaltenskodizes und Gesetze Einfluss zu nehmen, und sie wird zur Sprachpolitik, sobald sie gesellschaftlichen Einfluss gewinnt. Sie setzt dabei nicht nur auf Neuschöpfungen, sondern ebenso auf Verbote. Ähnlich wie auch in der Stilistik existieren Listen

von »Unwörtern«, wie sich am Beispiel der feministischen Sprachkritik zeigen lässt: Neben eher sprachschöpferischen Regeln wie der, dass bei Personenbezeichnungen das natürliche Geschlecht stets mit dem grammatischen übereinstimmen soll, finden sich in der Liste zahlreiche Beispiele für Begriffe, die vermieden werden sollen, z.B. »Vater Staat«, sowie Anleitungen zum Ausweichen auf Fluchtwörter, z.B. »Arbeitskräfte« statt »Arbeiter« (vgl. Wierlemann 2002: 151).

Der Streit um die Begriffe und die Frage, wie Sprechakte moralisch zu bewerten sind, lassen es gerechtfertigt erscheinen, von einer »Konkurrenz der Wirklichkeiten« zu sprechen. Unversöhnlich stehen sich die Fraktionen gegenüber. Die Befürworter »politisch korrekter« Sprache gehen soweit, sogar ganze Texte als »inkorrekt« zu disqualifizieren. Das Nachrichtenmagazin *Der Spiegel* berichtete im Heft 18/2004 unter der Überschrift »Praktikantin gegen Benjamin« über einen Versuch des Amtes der Beauftragten für Migration, Integration und Flüchtlinge, Marieluise Beck, Druck auf den Hamburger Verlag Hoffmann und Campe auszuüben, weil er Walter Benjamins Hörstück *Die Zigeuner*, das dieser im Jahr 1930 für die Jugendstunde des Senders Berlin verfasst hatte, neu auflegen wollte. Eine Praktikantin hatte eine »Expertise« über angeblich darin enthaltene Stereotype verfasst, deren Zusammenfassung dem Geschäftsführer des Verlages, Rainer Moritz, zugesandt wurde mit der Empfehlung, die CD nicht weiter zu veröffentlichen (vgl. Broder 2004: 182). Für die andere Seite sind solche Vorfälle kaum zu ertragen, besonders wenn eine staatliche Behörde am Werk ist und es sich um »anerkannte« oder kanonische Literatur handelt, die auch unter dem Gesichtspunkt ihrer Historizität gesehen werden will.

Solche Konflikte treten immer wieder auf, allerdings bezeichnet sich kaum noch jemand selbst in ihnen als »politisch korrekt«. Aus einem einfachen Grund: Der Begriff ist heute überwiegend negativ besetzt. Fast kann man sagen: Er ist heute bei Gegnern und Befürwortern gleichermaßen unbeliebt. Für dieses schlechte Image machen viele Autoren eine gezielte Begriffsbesetzung durch die Konservativen verantwortlich. Sie vertreten die Auffassung, der Begriff bezeichne weiterhin ein positives Denotat, werde aber heute überwiegend von rechten Politikern als Distanzbegriff eingesetzt. So heißt es bei Sabine Wierlemann, »Politische Korrektheit« (kurz: PC) sei eine »Fremdbezeichnung für das gesamte liberale politische Spektrum. Mit »PC« werden dabei sowohl Menschen als auch die entsprechenden politischen Programme bezeichnet, kritisiert und diskreditiert.« (Wierlemann 2002: 15). Ich möchte zeigen, dass Diffamierungen und Begriffsbesetzungen zwar Teil des Diskurses sind, der Hauptgrund für den schlechten Ruf »Politischer Korrektheit« scheint mir aber die Praxis dieser Sprachkritik selbst zu sein. Schon die These, dass dem Ausdruck ein positives Denotat entspricht, erscheint zweifelhaft.

## Wer ›korrekt‹ sagt, meint ›dogmatisch‹

Spätestens seit den 1960er Jahren wurde in den Diskursen der amerikanischen Linken der Ausdruck ›political correct‹ häufiger benutzt. Als wahrscheinliche Quelle nennt Hellinger die Schriften Mao-Tse-Tungs (vgl. Hellinger 2000: 179). Auch Wierlemann führt Mao zumindest als eine mögliche Quelle an (vgl. Wierlemann 2002: 46). ›Politisch korrekt‹ war, wer bedingungslos zu seiner Partei stand, ohne Rücksicht auf die Folgen. Der Begriff war also weniger mit dem humanistischen als mit dem totalitären Erbe der Linken verknüpft. Er war geradezu ein Synonym für dogmatisches Denken. Bald aber wurde er ironisch gewendet. Undogmatische Linke setzten sich damit von Parteigenossen ab, die allzu linientreu waren. Dabei wurde der Begriff auch selbstironisch eingesetzt. Man konnte sagen: »Komm, lass uns zu McDonalds gehen, auch wenn es politisch nicht korrekt ist.« (Lampert 1995: 249, eigene Übers. K.M.). So spielerisch konnte nur innerhalb einer relativ homogenen Subkultur mit Sprache umgegangen werden.

Bald musste es zu härteren Konfliktlinien kommen. Sprach- und Verhaltensregeln werden seit jeher als Mittel politischer Sinnstiftung und als politische Gestaltungs- und Kampfmittel eingesetzt. Die Fragen, welche Politik und welcher Sprachgebrauch einer Gesellschaft gut tun, können daher kaum getrennt voneinander behandelt werden. So war es nur eine Frage der Zeit, dass sich die Diskussion radikalisierte und um polemische Töne bereichert wurde. Die Konservativen schnappten den Begriff auf, denn wer Selbstkritik übt, der lädt bekanntlich den Gegner schnell zum ›Mitmachen‹ ein. Gleichzeitig aber pflegte bald jede Gruppe von Sektierern ihre eigene, ideologisch geprüfte Sprache. Sven Papcke schreibt zutreffend, dass das, was als ›Mühe des Begriffs‹, als ›Einforderung richtiger Benennungen‹, begonnen habe, in gedankenpolizeiliche Ansprüche all jener Gruppierungen gemündet sei, die sich benachteiligt oder missachtet fühlten: »Entsprechend drängte sich die Berücksichtigung und Anerkennung nicht nur ihrer Beschwerden, sondern auch der eigenen Sozialvorstellungen, Kulturmuster oder Weltbilder in den Vordergrund.« (Papcke 2003: 305).

Nicht immer verlief die Rezeption der US-Debatte in Deutschland problemlos. So wurden besonders absurde Sprachregelungen aus dem 1992 in den USA erschienenen Political-Correctness-Handbuch von Christopher Cerf und Henry Beard, die von Anfang satirisch gemeint waren (etwa ›horizontally challenged‹ für ›fat‹) von Konservativen als ernst gemeinte Vorschläge besprochen (vgl. Wierlemann 2002: 35). Deutschland ist aber ein Nebenschauplatz geblieben. In den USA hingegen, in denen der Begriff ›Politische Korrektheit‹ erfunden wurde, wird darüber bis heute besonders scharf und kontrovers diskutiert.

Dafür sind einige Besonderheiten verantwortlich. Das Land ist ethnisch und politisch erheblich inhomogener als Deutschland, gleichzeitig garantiert die Verfassung in hohem Maße persönliche Freiheit. Sprachregeln treffen hier auf eine disperse Öffentlichkeit mit extrem unterschiedlichen Wertvorstellungen. Während Rassisten und Holocaust-Leugner in einer Weise öffentlich auftreten können, die



in Deutschland nicht mehr durch die Meinungsfreiheit gedeckt ist, gelten an vielen Hochschulen besondere *Speech Codes* (allgemeine Sprachempfehlungen) und *Language Guidelines* (konkrete Formulierungsvorschläge), in denen etwa der Begriff des ›latin lovers‹ als inopportun eingestuft wird, weil er, wie es heißt, ein Stereotyp über das sexuelle Verhalten von Latinos transportiere. Bestimmte Orte wie Hochschulen oder bestimmte Sprachebenen wie die Hochsprache werden erreicht, andere nur in geringem Maße oder gar nicht.

### **Antidiskursive Elemente politischer Korrektheit**

Auch in Deutschland betonen Befürworter des ›politisch korrekten‹ Sprachgebrauchs, etwa Marlis Hellinger, wie sehr ihnen an der offenen Diskussion gelegen sei. Die Entwicklung sprachlicher Sensibilität, heißt es, sei wichtiger als die Einführung normativer Regeln: »Wortbedeutungen sind wenig stabil. Sie werden vielmehr diskursiv entwickelt und es macht wenig Sinn, Wörter als neutral oder diskriminierend, sexistisch oder nicht-sexistisch, politisch korrekt oder nicht korrekt zu klassifizieren.« (Hellinger 2000: 171) Eine ›Sensibilisierung‹ für die sprachliche Repräsentation von Herrschaftsverhältnissen oder diskriminierender sozialer Praxen ist danach das Ziel ›Politischer Korrektheit‹.

Doch sie will auch verunsichern. Wer ihre Forderungen ablehnt, setzt sich dem Verdacht aus, zugleich die Werte abzulehnen, in deren Namen sie auftritt. Wer verlangt, dass wir einen inklusiven Plural benutzen (die ›MitarbeiterInnen‹), der unterstellt, dass jeder, der von ›Mitarbeitern‹ spricht, die Frauen nicht als gleichwertig anerkennt. So versucht man, sich im Meinungsstreit, in der ›Konkurrenz der Wirklichkeiten‹, einen strategischen Vorteil zu verschaffen, der nicht weiter hinterfragt wird. Je deutlicher ›Politische Korrektheit‹ den moralischen Anspruch reklamiert, desto eher kann sie mit affirmativer Zustimmung oder Duldung rechnen. Wer wäre schon für Diskriminierung zu haben? ›Alte‹ Redeweisen kann sie zugleich als Relikte ›alten Denkens‹ vorführen und propagandistisch nutzen. Nur wer sich mit dem bloßen Anspruch der Menschenfreundlichkeit nicht zufrieden gibt und weiterfragt, kann überhaupt ein Kritiker ›Politischer Korrektheit‹ werden.

Wegen ihres manichäischen Charakters – korrekt/nicht korrekt – erzeugt ›Politische Korrektheit‹ sozialen Druck. Elisabeth Noelle-Neumann bezieht sich auf diesen Druck, wenn sie den Begriff mit dem des ›Tabus‹ in Verbindung bringt: Über ein Thema darf nicht mehr oder nur noch in einer bestimmten Art und Weise diskutiert werden (vgl. Noelle-Neumann 2004: 404). Erfolgreich praktizierte ›Politische Korrektheit‹ entspricht demnach dem Endstadium der von ihr beschriebenen ›Schweigspirale‹, jenes Prozesses, bei dem Personen angesichts des tatsächlichen oder vermuteten Meinungsklimas verstummen, aus Angst, eine Minderheitenmeinung zu vertreten und dafür geächtet oder bestraft zu werden.

Auch im Feld technisch vermittelter Kommunikation sind Versuche einer Steuerung des Sprachgebrauchs durch die Betreiber von Internet-Foren und Auktionsplattformen erkennbar, die an das Phänomen »Politischer Korrektheit« erinnern. Wegen des höheren Grades an Automation und der oft wenig komplexen Gebrauchstexte fehlen die Schattierungen einer lebendigen Debatte mit Rede und Gegenrede und Relativierung. Zugleich handelt es sich um Räume mit niedriger sozialer Kontrolle. Für den Beobachter kann das von Vorteil sein, denn bestimmte Mechanismen des Regelverstößes und der Sanktionierung sind hier klarer zu besichtigen als anderswo.

In Chatrooms, wie sie von dem Unternehmen *Spinchat* angeboten werden, führt der Gebrauch bestimmter Begriffe oder Buchstabenfolgen wie »sex« oder »nazi«, so genannter »badwords«, unmittelbar zum Ausschluss aus der Kommunikationsgemeinschaft. Der Teilnehmer wird ohne Rücksicht auf den Kontext vom Programm (als Alternative zu einer Aufsichtsperson) »gekickt«. Beim deutschen Ableger des Internet-Auktionshauses *Ebay* existierte zeitweise ein Wortfilter, der dafür sorgte, dass bestimmte Begriffe in den Auktionen nicht gefunden wurden, obwohl diese in den Beschreibungen enthalten waren, darunter die Begriffe »bdsm« (ein Hinweis auf sado-masochistische Praktiken) oder auch »ns« (eine Abkürzung für Nanosekunde, aber auch eine Chiffre für »Nationalsozialismus«). Anders als bei *Spinchat* erfuhren die *Ebay*-Kunden davon nichts. Gegenwärtig scheint der *Ebay*-Wortfilter abgeschafft zu sein. Verbotene Artikel oder Aktionen, die gegen die Grundsätze des Unternehmens verstoßen, werden nun wieder manuell gelöscht.

Die Unternehmen, die kaum mehr tun, als Foren für den kommunikativen Austausch oder den Verkauf von Gütern zur Verfügung stellen, fürchten, ihr Image zu schädigen oder gar, sich strafbar zu machen. Um diese Gefahr zu minimieren, rüsten sie technisch auf und nehmen »Kollateralschäden« durch recht grobe Filter in Kauf. Die Kommunikationsunternehmen selbst werden Vorreiter einer »Säuberung der Sprache« auch in technisch gestützter Kommunikation. Ihnen geht es freilich nicht um eine bessere Sprachpraxis, sondern darum, Gesetze einzuhalten und ihr Image zu schützen. Sie versuchen, sich gefährlichen Diskursen von vornherein zu entziehen.

Dieses Phänomen, die Automatisierung nicht nur der Datenübertragung, sondern auch des Auswahlprozesses, ist neu. Sie erinnert strukturell an die Mechanismen »politischer Korrektheit«, es wird aber nicht in erster Linie durch politisch motivierte Sprachkritik forciert, sondern durch Rechtsunsicherheiten im Cyberspace und durch ein massives, geschichtlich einmaliges Überangebot an Information. Eine »Militarisierung« technisch gestützter Kommunikation, gekennzeichnet durch das gegenseitige Aufrüsten der Kommunikationspartner, zeichnet sich ab: Filter, Sicherheitscodes und Verschlüsselungsprogramme auf der einen Seite, Recherchemaschinen und »aggressive« Daten, die trickreich versuchen, doch noch den Empfänger zu erreichen, auf der anderen.

## Sprache und Konstruktivismus

Wir bewegen uns in einer sozialen Umwelt, die Siegfried J. Schmidt als den »Bereich von Kommunikation, Konflikt, Diskurs und Geschichte« charakterisiert hat. (Schmidt et. al 1994: 12). Der Sprache kommt eine Schlüsselfunktion in der Kommunikation zu. Die Wirklichkeit der Wahrnehmung wird jedoch von vielen weiteren Funktionen bestimmt. Sie wird vom Beobachter allein konstituiert und ist nur diesem allein zugänglich. Damit ist nicht gemeint, dass wir in dem Sinne an der Erkenntnis gehindert sind, dass uns die »wirkliche Welt« unzugänglich ist, sondern, dass nur kognitiv geschlossene Systeme zur Erkenntnis fähig sind. Unsere Wahrnehmungsorgane sind nicht Grenze, sondern Bedingung der Wirklichkeitserfahrung.

Darum gibt es so viele Wirklichkeiten wie Beobachter. Deren Wirklichkeitsentwürfe bilden sich nach Schmidt aber keineswegs willkürlich heraus, »sondern gemäß den biologischen, kognitiven und soziokulturellen Bedingungen, denen sozialisierte Individuen in ihrer sozialen und natürlichen Umwelt unterworfen sind.« Über diese Bedingungen kann der einzelne Mensch nicht verfügen – deshalb, »wäre es sinnlos, Wirklichkeitskonstruktion als planvollen und in jeder Phase bewusst gesteuerten Prozess zu konzipieren.« (Schmidt et. al 1994: 5)

Viele frühere Autoren haben sich auf naturwissenschaftliche Erkenntnisse berufen, um die konstruktivistische Auffassung zu stützen, vor allem auf Ergebnisse der Hirnforschung und der Neurobiologie, die die menschliche Wahrnehmung als selbstreferenzielles Verarbeiten von Erregungsmustern durch Neurone beschreiben. In jüngerer Zeit versucht Schmidt eine Argumentation aufzubauen, die ohne die Ergebnisse der Naturwissenschaften auskommt, da diese Wissenschaften selbst Kulturprodukte sind. Ähnlich wie Luhmann sieht er eine Differenzierung/Setzung am Anfang jeder menschlichen Wahrnehmung, allerdings lässt er den Beobachter diese Setzung nicht in einem *unmarked space* wie Luhmann vollziehen, sondern in einem kulturellen Raum, in dem schon vielfältige Voraussetzungen (Voraus-Setzungen) getroffen sind. Sein neues Modell betont die Rolle der Überlieferung von Kultur durch Sprache: »Auf diesen Zusammenhang können wir uns jetzt in Gestalt von Erinnerungen und Erzählungen beziehen.« (Schmidt 2003: 27)

Schmidt legt Wert darauf, dass Kommunikationsmittel wie Sprache durch die soziale Qualifizierung der Sprecher entstehen und Zeichen nur als Zeichen in der Kommunikation fungieren: »Eine Zeichenrelation wird nicht durch Referenz bzw. Repräsentation, sondern durch Rückbezüglichkeit bzw. Selbstreferenz in der Kommunikation bestimmt.« Er schreibt: »Im Sprechen und mit Sprache greifen wir nicht (wie es traditionelle dualistische Zeichenbegriffe nahe legen) über die Sprache »in die Realität« aus, sondern wir greifen (immer nur) zurück auf sozial approbierte Zeichenverwendungen in der Kommunikation.« (Schmidt 2003: 74)

Spracherwerb und Sprachgebrauch sind unauflösbar mit der Sozialisation verknüpft. Vorschläge, Sprache zu verändern, sind zwar legitim und werden von Sub-

kulturen regelmäßig erprobt, wobei die Bedeutung eines Zeichens nur noch ein Kriterium unter vielen ist, entscheidend bleibt aber, ob sich ein Begriff bewährt: »Neben Referenz und Bedeutung müssen Aspekte wie Funktion, Gebrauch, Geltung und Wirkung, Unterstellungs-Unterstellungen [hier als operative Fiktion zu verstehen, K.M.] und Motivverdacht in Geschichten und Diskursen angemessen berücksichtigt werden.« (Schmidt 2003: 75) Damit lässt sich ein wesentlich differenzierteres Bild zeichnen: Ein Wort kann in einem Zusammenhang akzeptiert, in einem anderem verletzend sein. Es kann zu einer Zeit gebräuchlich, zu einer anderen veraltet sein, ja noch mehr: jemand der »politisch korrekt« spricht, kann Rassist sein, ein anderer, der die Tabus »Politischer Korrektheit« bricht, nicht.

Das bloße Sichtbarmachen des anderen ist aus dieser Perspektive kein Wert an sich mehr. Der Konstruktivismus, der nun zunehmend kulturalistisch begründet wird und damit nach Schmidt bereits terminologisch überwunden ist, spielt die Frage nach der Sinnhaftigkeit »politisch korrekter« Sprache gewissermaßen an die politischen und kulturellen Diskurse zurück. Er räumt auf mit der Vorstellung, dass die »politisch Korrekten« die besseren Menschen sind – im extremsten Fall sind sie nur die besseren Lügner. Über das Wirklichkeitsmodell in unserem Kopf entscheidet die Summe sozialer Erfahrungen. Der uns zugetragene Sprachgebrauch ist nur eine davon.

## **Forderungen an einen freien Diskurs**

Es gibt heute in Deutschland eine ritualisierte Kritik am alltäglichen Sprachgebrauch, die die Sprecher dem permanenten Verdacht der Fremdenfeindlichkeit, der Frauenfeindlichkeit, Ausländerfeindlichkeit und der Verharmlosung des Nationalsozialismus aussetzt. Besonders gefährdet sind Vertreter politischer und ökonomischer Macht, die sich oft in vorauseilendem Gehorsam die Regeln »politischer Korrektheit« zu eigen gemacht haben und nun einer permanenten Beobachtung durch die Medien ausgesetzt sind. Es ist legitim, sich gegen dogmatische und unpraktikable Sprachregeln zur Wehr zu setzen, ebenso, wie man sich gegen ungerechtfertigte Verdächtigungen zur Wehr setzt, es ist sogar eine Pflicht derer, die diese Regeln ablehnen.

Der Terminus »politisch korrekt« ist gegen die dogmatische Übertreibung gerichtet. Wo diese Übertreibung beginnt, lässt sich nicht objektiv bestimmen, sondern muss ausgehandelt werden. Der Begriff sollte nicht unreflektiert gegen jede Art der Sprachkritik erhoben werden. Schon gar nicht lässt sich Geschichtsklitterung mit dem Verweis auf »Politische Korrektheit« entschuldigen. Zur Kommunikation gehört aber immer auch die Freiheit, verstanden und missverstanden zu werden, zu verletzen und verletzt zu werden, als Gesprächspartner gehört oder abgelehnt zu werden. Kommunikation sollte ihre Grenzen ausschließlich in den Toleranzgrenzen derer finden, die miteinander kommunizieren, und selbstverständlich im Recht.

Die Alltagssprache ist lebendig und wird von neuen Subkulturen stetig neu herausgefordert und modernisiert. Es lohnt sich, nicht nur auf die Sprachzeichen selbst, sondern auch auf Affekte, Kommunikationsabsichten und Hintergründe der Sprecher zu achten. Im freien Diskurs mögen die Vertreter jeglicher Sprachkritik immer wieder auch Erfolge erringen – sie werden sich aber damit abfinden müssen, dass sich nicht alle Vorschläge für einen veränderten Sprachgebrauch durchsetzen. Einiges (wie die »MitarbeiterInnen«) ist heute noch umstritten, anderes ist schon als ideologische Übertreibung (»Waldmord« statt »Waldsterben«), als Wortspiel (»femnipulation« statt »manipulation«) oder als Schablone der Politiker-Sprache (»ausländische Mitbürger« statt »Ausländer«) erkannt.

## Literatur

- Beard, Henry/Cerf, Christopher (1992): *The Official Politically Correct Dictionary and Handbook*. New York: Villard Books.
- Broder, Henryk M. (2004): »Praktikantin contra Benjamin«, in: *Der Spiegel*, Nr. 18, 26.04.2004, S. 182.
- Hellinger, Marlis (2000): »Feministische Sprachpolitik und Politische Korrektheit. Der Diskurs der Verzerrung«, in: Eichhoff-Cyrus, Karin M./Hoberg, Rudolf (Hg.): *Die deutsche Sprache zur Jahrtausendwende: Sprachkultur oder Sprachverfall?* Mannheim: Dudenverlag, S. 177-191.
- Lampert, Günther (1995): »Political Correctness und die sprachliche Konstruktion der Wirklichkeit. Eine Skizze«, in: *Amerikastudien*, 40. Jg., Nr. 2 / 1995, S. 247-257.
- Noelle-Neumann, Elisabeth (2004): »Öffentliche Meinung«, in: Noelle-Neumann, Elisabeth/Schulz, Winfried/Wilke, Jürgen (Hg.): *Fischer Lexikon Publizistik Massenkommunikation*. Akt., vollst. überarb. u. erg. Ausgabe. Frankfurt am Main: Fischer, S. 396-404.
- Papcke, Sven (2003): »(Political) Correctness (PC) – Eine moderne Form der Lügensprache«, in: Hettlage, Robert (Hg.): *Verleugnen, Vertuschen, Verdrehen. Leben in der Lügengesellschaft*. Konstanz: UVK, S. 305-320.
- Schmidt, Siegfried J./Merten, Klaus/Weischenberg, Siegfried (1994): *Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Schmidt, Siegfried J. (2003): *Geschichten & Diskurse. Abschied vom Konstruktivismus*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.
- Wierlemann, Sabine (2002): *Political Correctness in den USA und in Deutschland*. Berlin: Erich Schmidt.
- Zimmer, Dieter E. (1997): »Die Berichtigung. Über die Sprachreform im Zeichen der Politischen Korrektheit«, in: Zimmer, Dieter E. (Hg.): *Deutsch und anders. Die Sprache im Modernisierungsfieber*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt, S. 105-180.

Susanne Kinnebrock

## **Frauen und Männer im Journalismus. Eine historische Betrachtung.**

### **Einführung**

Dass Frauen zahlreich im Journalismus tätig sind, weiß heute jeder, der mit der Fernbedienung seines Fernsehgerätes umzugehen vermag. Als Moderatorinnen und damit als journalistische Aushängeschilder ihrer Sender sind sie täglich präsent. Und auch die journalistik- und publizistikwissenschaftliche Forschung hat Journalistinnen in den letzten 25 Jahren zunehmend als »Forschungsobjekt« entdeckt (vgl. exemplarisch Neverla/Kanzleiter 1984; Keunecke/Kriener/Meckel 1997; Keil 2001; Lünenborg 2001; Klaus 2002a).

Cum grane salis lässt sich festhalten, dass mindestens jeder dritte »Journalist« heute eigentlich eine Journalistin ist. Im traditionellen Kernbereich des bundesdeutschen Journalismus – bei Nachrichtenagenturen, Tageszeitungen und im öffentlich-rechtlichen Rundfunk – sind Frauen etwas schlechter repräsentiert als bei Zeitschriften (v.a. Frauenzeitschriften) und im privaten Rundfunk. Darüber hinaus sind sie überproportional vertreten in weniger prestigeträchtigen Ressorts (Ratgeber/Service, Soziales/Familie, Unterhaltung), auf niedrigeren Hierarchiestufen und in freien Arbeitsverhältnissen. Im Vergleich zu ihren männlichen Kollegen sind die deutschen Journalistinnen besser ausgebildet, werden aber – auch bei gleicher Tätigkeit, Hierarchiestufe und Berufsjahren – schlechter bezahlt. Zudem verraten uns die Daten, dass Journalistinnen häufiger allein leben, seltener verheiratet sind und auch seltener Kinder haben als ihre männlichen Kollegen

einerseits und ihre erwerbstätigen Geschlechtsgenossinnen in anderen Branchen andererseits.<sup>1</sup> Ist ihnen die Redaktion also wichtiger als Küche und Kinderzimmer? Die Selbstverwirklichung im Beruf erscheint jedenfalls vorrangig vor der Familiengründung und wird wohl von einer ausgesprochen hohen Berufszufriedenheit befördert. Hinsichtlich des journalistischen Selbstverständnisses sind – zumindest in quantifizierenden Repräsentativstudien – kaum Unterschiede zwischen den Geschlechtern auszumachen, geschlechtliche Identität scheint allenfalls situationsspezifisch handlungsrelevant zu werden (vgl. Klaus 1998: 218). Summa summarum lässt sich demnach festhalten, dass Frauen zwar noch etwas anders im Journalismus platziert sind – häufiger in den Nischen und an den Rändern des Journalismus –, doch bewegen sie sich keineswegs in gänzlich anderen Berufssphären.

Über Platzierung, Tätigkeiten und Selbstverständnisse der Vorgängerinnen heutiger Journalistinnen wissen wir ungleich weniger. Bei den bisherigen ›Forschungen‹ handelt es sich i.d.R. um gut recherchierte, aber kaum systematisch angelegte fachjournalistische Überblicksdarstellungen (z.B. Geisel 1989; Ott 1990; Matzen 1996) oder um zeitgenössische Darstellungen, die eher feuilletonistisch-impressionistisch vorgehen als systematisch-deskriptiv (z.B. Osborn 1896; Jastrow 1899; Ichenhäuser 1905; Neufeld 1921; Reike 1928; Wingerath 1989[1928]; Deutsche Presse 1930; Gehrke 1954). Letzteres gilt auch für Arbeiten wissenschaftlicher Provenienz, die zuweilen stark von ihrer Entstehungszeit geprägt sind (z.B. Dresler 1936; Trampler-Steiner 1938; Zander-Mika 1940). Allenfalls zu den Journalistinnen der Weimarer Republik und des Nationalsozialismus sind in jüngster Zeit zwar kurze, aber recht instruktive Überblicksdarstellungen entstanden (z.B. Todorow 1991; Lindinger 1995; Klaus 2002a, Matzen 2003). Und obwohl die Zahl der wissenschaftlich fundierten Einzelbiografien über ›bedeutsame‹ Publizistinnen stetig ansteigt,<sup>2</sup> steht eine systematische Berufsgeschichte der Journalistinnen nach wie vor aus:<sup>3</sup> Die ›Kärnerinnen‹ interessierten bislang (noch) weniger als die ›Königinnen‹.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> Die summarische Darstellung lehnt sich an Klaus (1998: 150-221) an, deren Datengrundlage im Wesentlichen die repräsentativen Journalistenbefragungen aus Hannover (Schneider/Schönbach/Stürzebecher 1993) und Münster (Weischenberg/Löffelholz/Scholl 1994) bilden. Aktuellere repräsentative Ergebnisse lagen im Sommer 2005 noch nicht vor, sind aber von der Wiederholungsstudie *Journalismus in Deutschland II* zu erwarten, die derzeit am Institut für Journalistik und Kommunikationswissenschaft der Universität Hamburg erstellt wird.

<sup>2</sup> So sind gerade in letzter Zeit dank des zunehmenden Einflusses der Gender Studies auf Geschichts-, Literatur- und Kommunikationswissenschaft zahlreiche biografische Abhandlungen entstanden, die auch die Kontexte der literarischen sowie journalistischen Produktion von Frauen reflektieren (vgl. exemplarisch Kirstein 1997; Schaser 2000; Scherbacher-Posé 2000; Diethel 2002; Louise-Otto-Peters-Jahrbuch 2004; Schüller 2005; Görtemaker 2005; Kinnebrock 2005).

<sup>3</sup> Auch Sitter (1998) leistet kaum einen Beitrag zur Berufsgeschichte von Journalistinnen, weil die Auswahl der von ihr porträtierten ›historischen‹ Journalistinnen nicht systematisch

Standardwerke zur historischen Entwicklung des Journalistenberufs in Deutschland (z.B. Baumert 1928; Brunöhler 1933; Engelsing 1966; Requate 1995) suggerieren gar, dass Journalistinnen bis in die 1920er Jahre hinein eine *quantité négligeable* – darstellten.<sup>5</sup> Und so ist es bis heute weitgehend unerforscht, wann (d.h. unter welchen historischen Umständen) Frauen vermehrt in den Journalismus drängten, wo sie tätig wurden (d.h. an welchen Stellen der journalistischen Produktion) und was sie wie vermittelten (d.h. welche thematischen und stilistischen Schwerpunkte sie setzten). Nicht zuletzt wissen wir so gut wie gar nichts über die Journalistinnen als Personen. Welchen Milieus entstammten sie? Welche Vorbildung hatten sie? Wie ließ es sich von den Einkommen im Journalismus auskommen? Konnte frau mit der Tagschriftstellerei zumindest den eigenen Lebensunterhalt bestreiten? Und was motivierte die frühen Journalistinnen, gerade diesen Beruf zu ergreifen? Welche (Berufs-) Wege führten in den Journalismus? Was sahen die frühen Journalistinnen als ihr (Berufs-) Aufgaben an? Und schließlich: Wie arrangierten sie sich als Frauen innerhalb einer Männerdomäne?

Bei so vielen offenen Fragen gebietet eine pragmatische Herangehensweise sicherlich, das Thema »Frauen im Journalismus« historisch gar nicht anzugehen, zumal es auch an Referenzmaßstäben zur Verortung der Berufsgeschichte von Journalistinnen fehlt. Denn die »allgemeine« Journalismusgeschichte – letztlich die Geschichte von Männern im deutschen Journalismus – ist ebenfalls schlecht erforscht (vgl. Hömberg 1987: 621; Retallack 1993: 175; Raabe/Behmer 2003: 254). Auch hier existiert zwar eine Reihe von Einzelporträts »bedeutsamer« Publizisten, doch was »in der Fürstengeschichte der großen Publizisten zu einem breiten Strom anschwillt, das erweist sich in der Volksgeschichte der journalistischen Routinearbeiter als schmale Wasserader.« (Hömberg 1987: 627).

Erschwerend kommt hinzu, dass selbst die wenigen Quellen, die diese »Wasserader« speisen, hinsichtlich ihrer Aussagekraft für Soziografie, Berufssituation und Selbstverständnisse des gesamten Journalistenstandes kritisch einzuschätzen sind. Denn insbesondere die kollektivbiografisch angelegten Studien zur Geschichte des Journalistenberufs (vgl. Brunöhler 1933; Engelsing 1966; Requate 1995) haben einen gemeinsamen zentralen Bezugspunkt: Männer, die im 19. Jahr-

---

erfolgt, sich zahlreiche Interpretationen zur Entwicklung des Berufs nicht ausreichend auf Quellen stützen und weil schließlich auch kaum Bezüge zur allgemeinen Journalismusgeschichte hergestellt werden.

<sup>4</sup> Die Begrifflichkeit »Kärner« und »Könige« entstammt dem sehr instruktiven Beitrag Hömbergs (1987), dessen Kritik an den Defiziten der historischen Journalismusforschung auch heute noch aktuell ist.

<sup>5</sup> Bei Requate (1995: 136, 150), der zur Erfassung des Journalistenberufs im 19. Jahrhundert immerhin 781 Journalisten-Biografien auswertete, fanden gerade einmal drei Frauen Aufnahme in die Stichprobe. Enke (1988: 40f.), dessen Studie sich nur auf Berliner Zeitungen von 1878 bis 1914 bezieht, konnte ebenfalls nur drei Frauen nachweisen, die neben 521 männlichen Redakteuren arbeiteten. Demnach hätte der Frauenanteil im Journalismus weniger als 1 Prozent betragen müssen.



hundert als Redakteure fest bei regionalen und z.T. überregionalen Qualitätszeitungen angestellt waren.<sup>6</sup> Damit geraten JournalistInnen aus dem Blick, die entweder für andere Presseerzeugnisse schrieben (damals z.B. für Parteizeitungen, Heimatblätter und Generalanzeiger sowie für das weite Feld der Zeitschriften), sich in anderen, meist weniger gesicherten Arbeitsverhältnissen befanden (z.B. freie JournalistInnen und PauschalistInnen) sowie selbständige Verleger-RedakteurInnen, die, weitgehend auf sich allein gestellt, ihre eigene (Heimat-) Zeitung machten.

Die Darstellung einer Berufsgeschichte von Journalistinnen ist damit doppelt erschwert. Denn zum einen hat der Fokus auf fest angestellte Tageszeitungsredakteure Frauen aus der (frühen) Berufsgeschichte weitgehend ausgeblendet, so dass ihr Beitrag zur journalistischen Wirklichkeitskonstruktion nur mit Hilfe einer mühsamen Spurensuche rekonstruiert werden kann. Zum anderen stellt sich die Frage, inwieweit die bisherigen Analysekatgorien der »allgemeinen« Journalismusgeschichte tatsächlich als Maßstab für die Verortung der weiblichen journalistischen Produktion herangezogen werden können, da ihre Gültigkeit ja sogar in Hinblick auf die »Männergeschichte« des Journalismus hinterfragt werden muss.

An dieser Stelle soll auf die historischen Gender Studies zurückgegriffen werden, die es sich zur Aufgabe gemacht haben, den Androzentrismus der etablierten Geschichtsschreibung offen zu legen. Deutungsmuster (z.B. Fortschritt – Rückschritt), Kategorisierungen (z.B. nach Klassen oder Berufsgruppen) ebenso wie Periodisierungen der Geschichtswissenschaft werden auf ihren *gender bias* hin überprüft – mit dem Ziel, Frauen nicht einfach entlang der für Männer üblichen Kriterien in die Geschichte einzupassen (und damit implizit den Mythos weiblicher Inferiorität und Passivität weiter zu reproduzieren). Abhängig von »anderen« Konstanten (z.B. Möglichkeiten der Familienplanung oder die Akzeptanz weiblicher Berufstätigkeit), die jenseits der etablierten historischen Epochen das Leben von Frauen formten, werden neue Kategorien und Zeiteinteilungen entwickelt, die grundlegend für die »andere« Geschichte der Frau sind (vgl. Scott 1993).<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup> Eine gewisse Ausnahme stellt die kollektivbiografische Studie von Sperlich (1983) dar, die sich der journalistischen Tätigkeit von SPD-Parlamentariern widmet. Vgl. zur Kritik an dem Vorgehen von Brunöhler (1993) und Requate (1995) auch Raabe/Behmer (2003: 262, Fußnote 7), wobei hier anerkennend herausgestellt werden soll, dass Requate die Problematik der Konzentration auf festangestellte Journalisten durchaus reflektiert (vgl. Requate 1995: 193ff., 290ff.; 2004: 151ff.).

<sup>7</sup> Wenn hier vorrangig auf den Ansatz der (frühen) Joan Scott eingegangen wird, so soll nicht unerwähnt bleiben, dass für die historischen Gender Studies eine Vielzahl verschiedener geschichtstheoretischer Perspektiven prägend wurde. Das Verhältnis von »Her«-Story und »allgemeiner« Geschichte bzw. der Umgang mit dem *Linguistic* und *Cultural turn* wurden insbesondere in den 1990er Jahren intensiv diskutiert (vgl. hierzu exemplarisch Rösen 1988; Schmidt 1992; Schissler 1993; Hartewig 1995; Lerner 1995; Rosenhaft 1996; Medick/Trepp 1998).

Die historischen Gender Studies weisen damit eine gewisse Affinität zum Konstruktivismus auf. Gemeinsam ist beiden die Ausgangsthese, dass Vergangenheit insgesamt eine Konstruktion entlang der perspektivischen Orientierungen der Forschenden ist (vgl. Schmidt 1997: 19, 37). Doch soll hier im Gegensatz zu radikalkonstruktivistischen Ansätzen nicht dem Diktum des Historischen Konstruktivismus »Die Beschreibung ist die Ursache, die Geschichte die Folge« (Müller/Müller 1997: 6) gefolgt werden, das bei Rusch in der Auffassung kulminiert, die Geschichtsforschung kreise innerhalb eines »vitiösen Zirkels«: »Ihr Gegenstandsbereich (die Vergangenheit) ist der Geschichtswissenschaft nicht zugänglich, ihre Erkenntnisse (die Geschichte) sind an und in der Gegenwart (also gar nicht an ihrem Gegenstand) gewonnen« (Rusch 1997: 71). Vielmehr wird hier in Anlehnung an Wehler davon ausgegangen, dass die Vergangenheit unabhängig von den erkennenden Subjekten Strukturen besitzt, die mit Hilfe konkurrierender Interpretationen sichtbar gemacht werden können (vgl. Wehler 1973: 32). Die Gender Studies liefern dabei ein zentrales »Regulativ des historischen Diskurses« (Rüsen 1988: 538), wenn sie Frauen als Frauen und Männer als Männer sichtbar machen – mit all ihren unterschiedlichen Platzierungen, Handlungsspielräumen und Lebenswirklichkeiten.

Natürlich wäre es vermessen, an dieser Stelle eine »andere« Berufsgeschichte der Journalistinnen anzukündigen. Dazu fehlen verlässliche Vorarbeiten, auf denen hier aufgebaut werden könnte. Die historischen Gender Studies legen allerdings nahe, die Geschichte von Frauen im Journalismus als eine Eigengeschichte der Frauen im Journalismus zu konzipieren – als Beschreibung einer konkurrierenden Wirklichkeit, die gleichermaßen in Bezug und in Abgrenzung zu Wirklichkeitsbeschreibungen des (Männer-) Journalismus zu konstruieren ist.

So soll im Folgenden das Raster für eine Berufsgeschichte der Journalistinnen in sieben Phasen entwickelt werden, wobei die vorgenommenen Periodisierungen nur als vorläufige Arbeitshypothesen anzusehen sind, die von weiteren Forschungen zu spezifizieren sind. Die Frage, an welchen Stellen der journalistischen Produktion Frauen tätig wurden, soll im Vordergrund stehen, wobei die zweite Hälfte des 19. Jahrhunderts, die »Take-off-Phase« des Journalismus (Blöbaum 1994: 179), in den Mittelpunkt gerückt wird.

## Frauen im frühen korrespondierenden Journalismus

Dieter Paul Baumert entwickelte 1928 eine Periodisierung der Geschichte des Journalismus, auf die auch heute noch – jüngst in den *Grundlagentexten zur Journalistik* (vgl. Pürer/Raabe: 2002) – gerne zurückgegriffen wird. Demnach sind folgende Phasen zu unterscheiden:

- eine *präjournalistische Periode* (Mittelalter und frühe Neuzeit), in der die Nachrichtenübermittlung wenig institutionalisiert war. In der Regel erfolgte sie in von Boten überbrachten (privaten) Korrespondenzen oder durch umherziehende Spielleute. Kieslich (1973: 120) und D'Ester (1962: 14) nennen letztere auch »wandernde Journalisten«;
- eine Phase des *korrespondierenden Journalismus* (16. Jahrhundert bis zur Mitte des 18. Jahrhundert), in der »Korrespondenten vor Ort« (d.h. an Höfen, in Handelshäusern oder in den Städten angesiedelte Personen) zwar nur nebenberuflich, doch zunehmend regelmäßig die im 17. Jahrhundert aufkommenden Avisen mit Nachrichten belieferten. Begünstigt wurde diese Institutionalisierung des Nachrichtenaustauschs von der Etablierung des Postwesens. Die Avisenblätter, die kaum redaktionell gestaltet waren, sondern i.d.R. nur eine Aneinanderreihung von Neuigkeiten enthielten, wurden dann üblicherweise von Druckern, Buchhändlern und/oder Postmeistern herausgebracht (vgl. Groth 1930: 3);
- eine Phase des *schriftstellerischen Journalismus* (Mitte des 18. Jahrhunderts bis Mitte des 19. Jahrhunderts), in der vor allen in Zeitschriften das Raisonement über Religion, Kultur, Gesellschaft und Politik gepflegt wurde. Geprägt wurden diese politisch-literarischen Zeitschriften meist von freien SchriftstellerInnen, die sich um die inhaltliche Gestaltung ihrer Blätter kümmerten und die Unternehmerfunktion zunehmend an Verleger abgaben;
- eine Phase des *redaktionellen Journalismus*, die laut Baumert nach der Revolution von 1848/49 in Deutschland einsetzte und die u.a. von der Entwicklung des Telegrafienwesens, des Nachrichtenagenturwesens und des Massendrucks forciert wurde. In einer industrialisierten und sich funktional ausdifferenzierenden Gesellschaft wurde die journalistische Leistung zunehmend im Angestelltenverhältnis und arbeitsteilig erbracht. Sie umfasste korrespondierende, redigierende und rasonierende Tätigkeiten, wobei sich berufliche Spezialisierungen herausbildeten. Zum einen wurde zwischen Korrespondenten und (Innen-) Redakteuren unterschieden, zum anderen spezialisierten sich Redakteure entlang der aufkommenden Ressortgrenzen (vgl. Blöbaum 1994: 179-182).

Um den Beitrag von Frauen zur journalistischen Wirklichkeitskonstruktion zu untersuchen, muss eine Berufsgeschichte der Journalistinnen spätestens in der Phase des korrespondierenden Journalismus ansetzen. Denn versteckte Hinweise,

dass auch Frauen im Zeitungswesen tätig waren, gibt es durchaus. Kieslich, der für 40 der 53 Zeitungen, die zwischen 1609 und 1650 im deutschen Raum nachgewiesen werden konnten, die Drucker und Herausgeber ermittelte, führt immerhin fünf »zeitweilig von Frauen geleitete Unternehmen« (Kieslich 1966: 255) an. Leitete man daraus einen Frauenanteil von knapp zehn Prozent unter den Zeitungsherausgebern ab, dürfte man den Anteil von Frauen am Gestalten der Zeitungen allerdings eher kaschieren als adäquat abbilden. Denn Frauen waren bis ins 19. Jahrhundert üblicherweise an weniger exponierten Stellen im Druckerei- und Verlagsgewerbe tätig:

»Meist halfen sie als Ehefrauen, Schwestern, Töchter im Betrieb ihrer Männer, Brüder, Väter mit. Aus dem Schatten der Männer traten sie jedoch nur heraus, wenn sie diese überlebten und in Form der so genannten »Witwenfortbetriebe« die Druckerei für kürzere oder längere Zeit weiterführten. Erst dann tauchten sie im Impressum (Kolophon) auf – bekamen einen Namen und damit historische Präsenz.« (Hofmann-Weinberger 2001: 207f.; vgl. auch Driver 1998; Classen 2000; Classen 2001).

## Beratung von Frau zu Frau – Frauen im schriftstellerischen Journalismus des 18. Jahrhunderts

Die »historische Präsenz« von Frauen im schriftstellerischen Journalismus ist hingegen unbestritten – und auch ungleich besser erforscht. Denn im Kontext der (literaturwissenschaftlichen) Forschung zu Zeitschriften des 18. Jahrhunderts sind auch die »Macherinnen« der aufkommenden Frauenzeitschriften ins Visier genommen worden. Louise Kulmus prägte die Neuauflagen der (vermeintlich) ersten deutschen Frauenzeitschrift »Die vernünftigen Tadelrinnen«,<sup>8</sup> die ihr Mann, der »Literaturpapst« (Wilke 2000: 107) Johann Christoph Gottsched, erstmals 1725 herausgab. Ernestine Hofmann brachte 1779 als erste Frau eine Frauenzeitschrift eigenständig heraus (*Für Hamburgs Töchter*), verbarg sich aber wie viele ihrer Zeitgenossinnen hinter einem männlichen Pseudonym (vgl. Scherbacher-Posé 2000: 27, 30ff.). So dürfte wohl Charlotte Henriette Hezel die erste Journalistin gewesen sein, die sich als Frau zu erkennen gab. Ebenfalls im Jahr 1779 brachte sie in Erfurt das *Wochenblatt für's schöne Geschlecht* heraus, in dem sie sich eher beiläufig als Frau »outete«. Auch verzichtete sie als einzige unter den frühen Journalistinnen darauf, sich in ihrem Blatt für das Herantreten an die Öffentlichkeit zu rechtfertigen (vgl. Weckel 1998: 74).

---

<sup>8</sup> Jüngere Forschungen zählen auch die 1724 in Hamburg herauskommende moralische Wochenschrift *Die Patriotinn* zu den Frauenzeitschriften (vgl. Weckel 1998: 599; Kinnebrock 2004: 149).

Anders war dies bei Sophie von LaRoche. Beeinflusst von der Rousseauschen Konzeption der polarisierten Geschlechtercharaktere, begründete sie die Herausgabe ihrer *Pomona für Deutschlands Töchter* (1783-1784) damit, als Frau ihre Geschlechtsgenossinnen beraten zu wollen. So ließ LaRoche als erste Journalistin ihren Namen auf das Titelblatt ihrer – äußerst erfolgreichen – Frauenzeitschrift drucken und eröffnete die erste Nummer mit dem viel zitierten Diktum, dass andere Blätter zwar zeigten, »was teutsche Männer uns nützlich und gefällig achten.« Pomona hingegen »wird Ihnen sagen, was ich als Frau dafür halte –.« (Sophie von LaRoche zitiert nach Krull 1939: 207).

Obgleich die Vorstellung unterschiedlicher Geschlechtscharaktere und separierter Wirkungssphären den Ausschluss von Frauen aus Staat, politischer Öffentlichkeit und außerhäuslicher Erwerbssphäre ideologisch untermauerte, so barg sie doch auch Potenziale für den Einstieg von Frauen in den Journalismus – genauer: in einen Journalismus speziell für Frauen. Ausgehend von der Vorstellung, dass Männer kaum Zugang zu dem vermeintlich so »anderen« Wesen der Frau hätten, wurde die Beratung von Frauen im Bereich des Emotionalen, Schöngestigen und Hauswirtschaftlichen als Aufgabe weiblicher Journalistinnen angesehen. Dabei galt die parlierend-dialogische Aufbereitung von Themen – letztlich das, was heute wohl als »unterhaltsam« apostrophiert werden würde – als besondere Kompetenz von Journalistinnen (vgl. Osborn 1896: 273). Diese Kompetenzzuweisung von außen ist aber noch zu ergänzen um die Anliegen der frühen Journalistinnen, nicht nur zu unterhalten, sondern auch zu nützen, d.h. sowohl moralische Botschaften als auch kulturelles Wissen zu vermitteln. Darüber hinaus reflektierten sie das herrschende Frauenleitbild, was in einigen der gut 100 Frauenzeitschriften des 18. Jahrhunderts auch mit viel Ironie durchsetzt geschah (vgl. Weckel 1998: 202; Krull 1939: 293-297).

Was die Sozialität der Journalistinnen der frühen Frauenzeitschriften anbelangt, so resümiert Weckel, dass die Herausgeberinnen der frühen Frauenzeitschriften überdurchschnittlich gebildet waren, obgleich ihre Bildung nur auf autodidaktischen Anstrengungen beruhen konnte (vgl. Weckel 1998: 200). Sie stammten aus den höheren Ständen (Bürgertum und niedriger Adel) und waren häufig mit Gelehrten verheiratet. Bevor sie sich mit einer Frauenzeitschrift an die Öffentlichkeit wandten, hatten die meisten bereits literarische Werke publiziert, waren es also gewöhnt, sich – in Maßen – zu exponieren. Mit dem Wissen über die Situation heutiger Journalistinnen ist es bezeichnend, dass wohl keine der Journalistinnen des 18. Jahrhunderts in der Zeit, als sie ihre Zeitschrift(en) herausbrachte, kleine Kinder hatte (vgl. Weckel 1998: 200f.).

Allerdings brach die kurze Tradition eines eigenständigen Frauenjournalismus nach 1796 zunächst wieder ab (vgl. Weckel 1998: 198), was maßgeblich auf einen Wandel in der (Frauen-) Zeitschriftenlandschaft zurückzuführen sein dürfte. Es waren v.a. Mode-, Familien- und Hausfrauenzeitschriften, die die frühen Frauenzeitschriften zunehmend verdrängten (vgl. Kirchner 1962: 66, 229). Zwar lässt

sich die Mitarbeit von Frauen auch an diesen drei »neuen« Zeitschriftentypen einzeln belegen, über die Autorinnen selbst wissen wir allerdings wenig. Im Gegensatz zu den Herausgeberinnen, die ihre Zeitschriften mehr oder weniger alleine gestalteten und auch verantworteten, hinterließen zuarbeitende Mitarbeiterinnen kaum Spuren.

## **Zurückgezogen in die Biedermeier-Idylle? – Formierung des redaktionellen Journalismus unter Ausschluss von Frauen?**

Laut Weckel wurden Frauen im 18. Jahrhundert bei der Gestaltung der »politischen Nachrichtenpresse« und der »gelehrten Journalen« kaum einbezogen (Weckel 1998: 198). Doch lassen die bereits erwähnten Forschungen zu Frauen im Umfeld von Druckereien und Verlagen daran zweifeln, dass Frauen tatsächlich am Zusammenstellen von Nachrichten für Zeitungen nicht beteiligt waren. Nur hinterließen sie im Gegensatz zu exponierten Schriftstellerinnen keine Hinweise auf ihren Anteil an den Wirklichkeitskonstruktionen ihrer Zeit.

Eine ähnliche Quellenproblematik kommt mutmaßlich auch zum Tragen beim Erfassen des weiblichen Anteils am redaktionellen Journalismus des 19. Jahrhunderts. So lange Frauen als Familienangehörige unentgeltlich in einem Presseunternehmen »mithalfen«, wurden sie nicht als Steuerpflichtige erfasst. Und arbeiteten sie zudem in kleinen und heute unbekanntem Presseunternehmen, so ist die Wahrscheinlichkeit äußerst gering, dass ein Redaktionsarchiv mit Hinweisen auf ihre Tätigkeiten überliefert ist. Zudem wurden private Nachlässe i.d.R. nur von »bedeutsamen« Frauen oder von Gefährtinnen »bedeutsamer« Männer verwahrt. Kurzum: Aufgrund der Quellenproblematik dürfte bis ans Ende des 19. Jahrhunderts die Beteiligung von Frauen am redaktionellen Journalismus nur in Einzelfällen nachweisbar sein. Der Umkehrschluss: Der redaktionelle Journalismus habe sich unter Ausschluss von Frauen formiert, ist deshalb aber nicht zwingend richtig, zumal wir von einigen exponierten Journalistinnen wissen, die sehr wohl als angestellte Redakteurinnen arbeiteten. Exemplarisch sei hier verwiesen auf Therese Huber (1764-1829), die mit dem *Morgenblatt für gebildete Stände* quasi den Feuilletonteil der *Cotta'schen Allgemeinen Zeitung* redigierte.<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup> Über Therese Huber existieren zahlreiche Abhandlungen, wobei dank ihres regen Briefkontakts mit bedeutsamen LiteratInnen die Überlieferungslage vergleichsweise gut ist (vgl. zu Therese Huber, die an der Grenze von schriftstellerischen und redaktionellen Journalismus anzusiedeln ist, Kewitz 2004; Schlimmer 2001; Leuschner 1999; Hahn 1993).

## 1848 – Aufbruch in die Frauenbewegung und in den Journalismus

Die Revolution von 1848/49 markiert für die Journalisten- und Journalistinnengeschichte gleichermaßen einen Wendepunkt. Denn zum ersten Mal herrschte für einen längeren Zeitraum Pressefreiheit. Journalistinnen nutzten sie u.a. dazu, Zeitungen (mit)zugestalten und politische Frauenzeitschriften zu gründen (vgl. Gerhard 1987; Wischermann 1998; Lipp 1998). Bezeichnend ist, dass Frauen mindestens in gleichem Maße wie ihre männlichen Kollegen unter den Presse-restriktionen zu leiden hatten, die im Zuge der Reaktion (wieder) durchgesetzt wurden. Beispielsweise gelang es weder Franziska Mathilde Anneke (1817-1884), die *Neue Kölnische Zeitung* ihres Ehemannes Fritz unter dem vermeintlich harmlosen Titel *Frauen-Zeitung* weiterzuführen,<sup>10</sup> noch konnte Louise Otto (1819-1895) ihre politische Wochenschrift *Frauen-Zeitung* retten. Doch während Anneke einen ähnlichen Weg ging wie viele demokratische Intellektuelle ihrer Zeit – sie emigrierte in die Vereinigten Staaten –, sorgte Otto für ein Unikum in der deutschen Pressegeschichte. Nachdem ihre *Frauen-Zeitung* mit dem markanten Motto »Dem Reich der Freiheit werb' ich Bürgerinnen« kontinuierlich Ärger bei den zuständigen Behörden ausgelöst hatten, wurde in Sachsen die sog. Lex Otto erlassen. Es handelt sich hierbei um ein Pressegesetz, das sich eigentlich nur gegen die *Frauen-Zeitung* und ihre Herausgeberin Louise Otto richten sollte, letztlich aber den ganzen Stand der Journalistinnen mit einem partiellen Berufsverbot belegte. Denn es untersagte Frauen grundsätzlich, als Herausgeberinnen oder leitende Redakteurinnen tätig zu sein.<sup>11</sup>

Doch es waren nicht nur gesetzliche Hindernisse, die Frauen den Einstieg in den Journalismus erschwerten. Grundsätzlich hat es den Anschein, als ginge mit der Herausbildung von (organisatorischen) Strukturen im Journalismus die Exklusion von Frauen einher. Dabei erscheint der Journalismus auf den ersten Blick als ein Beruf, der sich als Frauenberuf geradezu anbot. So herrschte z.B. – anders als im Handwerk mit seinem Zunft- und Innungswesen – kein System der Berufszulassung. Der Journalismus war ein offener Beruf, zu dem – zumindest theoretisch – auch Frauen Zugang hatten. Darüber hinaus dürften Frauen die Anforderungen dieses Berufs weitgehend erfüllt haben. Erwartet wurden zunächst Allgemeinbildung, Fremdsprachenkenntnisse und die Fähigkeit zu schreiben (vgl. Blöbaum 1994: 163). Diese Qualifikationen brachten zumindest Frauen aus bildungsbürgerlichen Milieus mit, also Frauen des Milieus, aus dem auch die

<sup>10</sup> Vgl. zur kurzen Geschichte der Kölner *Frauen-Zeitung* Henkel/Taubert 1976.

<sup>11</sup> Somit mussten Blätter unter der Leitung von Frauen entweder den Erscheinungsort wechseln oder einen männlichen Strohmann finden, der offiziell als Herausgeber und/oder leitender Redakteur fungierte. Louise Otto wählte beide Strategien: Zunächst verlegte sie ihre *Frauen-Zeitung* zeitweise nach Thüringen, später vertraute sie eine weitere Frauenzeitschrift, *Die neuen Bahnen*, einem Strohmann an (vgl. zu Frauenjournalismus und Frauenzeitungen in der Zeit der 1848er Revolution Wischermann 1998).

männlichen Journalisten überwiegend stammten (vgl. Requate 1995: 139ff.). Nur die oft eingeforderte akademische Vorbildung (vgl. Blöbaum 1994: 163) konnten Frauen nicht nachweisen, blieb ihnen doch in Deutschland bis zur Jahrhundertwende ein Universitätsbesuch versagt (vgl. Kleinau/Opitz 1996).

Mutmaßlich dürfte die Entwicklung des Journalismus zu einem Hauptberuf, der außerhäuslich und ganztags ausgeübt wurde, Frauen daran gehindert haben, als Redakteurinnen tätig zu werden. Denn die Annahme einer außerhäuslichen Erwerbsarbeit wurde bis zum Ende des 19. Jahrhunderts wenig goutiert – zumindest in den bürgerlichen Kreisen, denen die Journalisten i.d.R. entstammten (vgl. Requate 1995: 139ff.). Die Trennung von »weiblicher« Privatsphäre und »männlicher« Erwerbssphäre wurde relativ strikt aufrecht erhalten (vgl. Hausen 1976), darüber hinaus galt die politische Öffentlichkeit als ein Kommunikationsraum, der Männern vorbehalten war. Und während das Mithelfen im heimischen Betrieb oder das Verfassen von Artikeln am heimischen Schreibtisch noch im Rahmen der Privatsphäre zu bewerkstelligen war, hätten der alltägliche Gang in die Redaktion und – schlimmer noch – der unbegleitete Besuch von »Männerversammlungen« (seien es politische Versammlung, obrigkeitsstaatliche Behörden oder Pressetermine) ein ostentatives Herausbrechen aus der »weiblichen« bzw. ein unangemessenes Eindringen in die »männliche« Sphäre bedeutet. Neben diesen Begrenzungen, die dem Bereich der Schicklichkeit zuzuordnen sind, wurde das Eindringen von Frauen in die männlich konnotierte öffentliche Sphäre auch rechtlich restringiert. Vereins- und Versammlungsgesetze, die Frauen die Teilnahme an politischen Versammlungen und Vereinen untersagten, waren im Deutschen Reich eher die Regel als die Ausnahme; erst 1908 erhielten Frauen reichsweit die gleichen Vereins- und Versammlungsfreiheiten wie Männer (vgl. Gerhard 1997). So lässt sich festhalten, dass – mit der Professionalisierung des Journalismus bei gleichzeitiger Dissoziation von Haus- und Erwerbssphäre – Frauen aus der Welt der (politischen) Redaktionen weitgehend ausgeschlossen wurden. Doch sollten Redaktionsmitglieder nicht mit der gesamten Journalistenschaft des 19. Jahrhundert gleichgesetzt werden. Die Redaktionen und ihre fest angestellten Mitglieder waren nur ein Teil davon, wenngleich ein deutlich expandierender. So wird die Zahl der in Deutschland tätigen Redakteure für die 1840er Jahre auf 100 bis 200 geschätzt (vgl. Blöbaum 1994: 242), während im Jahr 1902 bereits 2.500 Redakteure allein bei Tageszeitungen angestellt gewesen sein dürften (vgl. Requate 1995: 137, rekurrierend auf Kürschner 1902).

Die Revolution von 1848/49 wurde für die Journalistinnengeschichte insofern bedeutsam, als in ihr nicht nur ein eigenständiger Frauenjournalismus (wieder) aufkeimte, sondern auch, weil sich erstmals eine Frauenbewegung in Deutschland formierte (vgl. Wischermann 1998: 118ff.). Zwar wurden Frauenjournalismus und Frauenbewegung in der sich anschließenden Reaktionszeit stark behindert, doch war insbesondere mit der *Frauen-Zeitung* das Modell einer (frauen-) politischen Zeitschrift geschaffen worden, auf das sich spätere Blätter bezogen. Im letzten



Drittel des 19. Jahrhunderts entstand eine Vielzahl an Blättern, die über Bildungs-, Erwerbs- und Partizipationsmöglichkeiten sinnierten und – dies war neu – finanziell von den (vermeintlich unpolitischen) Vereinen der Frauenbewegung getragen wurden. Kinnebrock konnte für die Zeit von 1848 bis 1918 allein 245 politische Frauenzeitschriften ausfindig machen, die zahlreichen Hausfrauen-, Mode-, Familien- und Mütterzeitschriften nicht eingerechnet (vgl. Kinnebrock 2004: 72-145). Diese Blätter wurden fast ausschließlich von Frauen gestaltet (vgl. Osborn 1896: 282), so dass sich hier ein neues Betätigungsfeld für Journalistinnen auftat. Die Bezahlung war aber äußerst mager,<sup>12</sup> so dass für diese Blätter eher aus idealistischen Gründen geschrieben wurde. Zudem stellten sie einen Übungsplatz für – im (journalistischen) Schreiben bislang ungeübte – Vereinsaktivistinnen dar.

Über die Sozialität der Journalistinnen der ›Bewegungspresse‹ gibt es keine systematische Abhandlung. So können allenfalls kollektivbiografische Arbeiten zu Frauenrechtlerinnen (vgl. Jacobi-Dietrich 1984; Hoepfel 1995) und die Biografien über exponierte ›Bewegungsjournalistinnen‹ ausgewertet werden.<sup>13</sup> Eine vertiefende Analyse steht zwar noch aus, und es müsste auch überprüft werden, inwieweit die Erkenntnisse über prominente Journalistinnen der ›Bewegungspresse‹ auf weniger exponierte zu übertragen sind. Über bekannte ›Bewegungsjournalistinnen‹ wissen wir aber bereits, dass sie meist protestantischen, bildungsbürgerlichen und politisch liberal gesonnenen Elternhäusern entstammten – sich hinsichtlich der Herkunft deutliche Parallelen zu ihren männlichen Kollegen in den Redaktionen zeigen (vgl. Requate 1995: 139ff.; Enke 1988: 40f.). Häufig war es ein Presse-affiner Vater, der seine Tochter an die Zeitungslektüre und somit an politische Themen heranführte, und bezeichnenderweise fungierten die Väter – nicht die Mütter – als Rollenvorbilder (vgl. Hardach-Pinke 1981: 122, 137). Bildung spielte eine zentrale Rolle im Leben der Journalistinnen der Frauenbewegung, wobei sie sich ihr umfassendes Weltwissen entweder mit viel Fleiß autodidaktisch aneigneten oder zum Studium ins Ausland gingen. In den Journalismus gerieten sie i.d.R. über das Interesse an der Frauenbewegung, wobei sie ihre ersten Beiträge zur Frauenfrage nicht zwingend in Frauenbewegungszeitschriften veröffentlichten, sondern oft auch in Presseerzeugnissen, zu denen sie über die (zufällige) Bekanntschaft mit Journalisten und Verlegern Zugang fanden. Sobald sich das Engagement in der Frauenbewegung und die Herausgabe von Frauenzeitschriften zu einer Vollzeitbeschäftigung entwickelten, ließ sich das mit Familie i.d.R. schwer vereinbaren. So fällt auf, dass zumindest die Herausgeberinnen

<sup>12</sup> Die Vereinsblätter zahlten ihren leitenden Redakteurinnen oft so bescheidene Aufwandsentschädigungen, dass sie sich v.a. durch öffentliche Vorträge oder Artikel in anderen Medien ein Zubrot verdienen mussten (vgl. Kinnebrock 2005: 215).

<sup>13</sup> Bekannte ›Bewegungsjournalistinnen‹, zu denen auch biografisch schon gearbeitet wurde, sind z.B. Louise Otto, Auguste Schmidt, Clara Zetkin, Lily von Gizycki (später Lily Braun), Helene Lange, Gertrud Bäumer, Hedwig Kettler, Marie Stritt, Minna Cauer, Anita Augspurg, Lida Gustava Heymann und Käthe Schirmacher.

größerer politischer Frauenzeitschriften während ihres politischen und journalistischen Engagements keine Kinder zu betreuen hatten. Entweder waren die ›Bewegungsjournalistinnen‹ kinderlos oder die Kinder bereits außer Haus, häufig waren sie auch alleinstehend bzw. verwitwet oder lebten in Lebensgemeinschaften mit Frauen.

Herauszustellen ist, dass dieser ›Bewegungsjournalismus‹ einen eigenständigen und von der damaligen ›allgemeinen‹ Öffentlichkeit bis zur Jahrhundertwende zunehmend wahrgenommenen Frauenjournalismus darstellt.<sup>14</sup> Obgleich die Arbeitswelt der ›Bewegungsjournalistinnen‹ klar von der der Redakteure separiert war, gab es doch Bezüge thematischer Art. Indem die Journalistinnen der ›Bewegungszeitschriften‹ strukturell bedingte Frauenbenachteiligungen thematisierten, griffen sie – wenngleich aus anderer Perspektive – Themen auf, denen sich auch ihre männlichen Kollegen in Zeitungen und politischen Zeitschriften zuwandten.

Als letzte Gruppe von Journalistinnen seien freie Schriftstellerinnen erwähnt, die seit Mitte des 19. Jahrhunderts in zunehmendem Maße für Zeitschriften Abhandlungen zu Frauenthematiken verfassten oder die Feuilletons mit Schöngeistigem belieferten. Diese *Freelancer* wurden v.a. von solchen Zeitschriften verpflichtet, die sich gezielt an Frauen richteten, wie etwa Hausfrauen-, Familien-, illustrierte Zeitschriften und z.T. auch literarische Zeitschriften. Mutmaßlich wurden hier Rekrutierungsmechanismen aktiv, die Chambers/Steiner/Fleming beim Einstieg von Frauen in den US-amerikanischen und britischen Journalismus nachweisen konnten. Danach gingen angelsächsische Verleger im ausgehenden 19. Jahrhundert davon aus, dass sich Frauen am besten von Frauen ansprechen ließen, und eine effektive Zielgruppenansprache wurde umso relevanter, je mehr sich Presseprodukte aus Werbung finanzierten (vgl. Chambers/Steiner/Fleming 2004: 15). Obschon in Deutschland die Kommerzialisierung der Presse in anderen Zyklen als in den USA und in Großbritannien erfolgte, es also noch genauer zu überprüfen wäre, inwieweit eine gezielte Frauenansprache der Orientierung am

---

<sup>14</sup> Inwieweit die Themen und Artikel der politischen Frauenzeitschriften von den (männlichen) Kollegen beachtet wurden, lässt sich anhand von Presseauschnittsammlungen zur Frauenbewegung rekonstruieren. Hier sind v.a. zu erwähnen die im Bundesarchiv (Berlin) lagernden Bestände des Reichslandbundes-Pressearchivs (R 8034 II 7954-7971) sowie die im Geheimen Staatsarchiv Preußischer Kulturbesitz (Berlin) befindlichen Akten des preußischen Innen- und Kultusministeriums (I. HA Rep.77 - Tit.662 Nr.108; CBS 573; CBS I 488); I. HA Rep.76 Va Sekt.1 Tit. VIII 8. Adhib II). Erste Analysen der Verfasserin haben ergeben, dass die Beiträge der ›Bewegungsjournalistinnen‹ umso mehr Resonanz erzeugten, je klarer sie Verbindungen zu solchen Themen herstellten, die bereits auf der politischen Agenda waren (vgl. Kinnebrock 2005: 305). Doch während die Tagespresse schwerpunktmäßig erst im beginnenden 20. Jahrhundert Bezug auf die Artikel der ›Bewegungspresse‹ nahm, wandte sich die illustrierte Presse bereits im 19. Jahrhundert der Frauenfrage zu (vgl. Wischermann: 1983 172ff.).

aufkommenden Werbemarkt entsprang,<sup>15</sup> so ist eine zweite Erkenntnis von Chambers/Steiner/Fleming auf Deutschland zu übertragen. Für manche Themen waren männliche Journalisten schlicht nicht zu gewinnen (vgl. Chambers/Steiner/Fleming 2004:S.15; Miethe 1931: 491). So stellten im besonderen ›Frauenthemen‹ ein Einfallstor in den Journalismus dar, wobei die Konzentration auf die Belange der Geschlechtsgenossinnen von späteren Journalistinnen durchaus ambivalent als einseitige Festlegung beurteilt wurde (vgl. Miethe 1931: 491f.).

Leider wissen wir über die freien Schriftstellerinnen, die zugleich auch Journalistinnen waren, relativ wenig. Zwar existieren hier einige instruktive biografische Abhandlungen über Frauen, die sich als Schriftstellerinnen einen Namen gemacht hatten oder in literarischen Zirkeln der Moderne aktiv waren – exemplarisch sei hier auf Scharfs (1986) Ausführungen über Lou Andreas-Salome verwiesen –, doch bleibt darin das journalistische Werk dieser Schriftstellerinnen weitgehend unberücksichtigt.

Diese Forschungslücke hinsichtlich Sozialität und journalistischer Tätigkeiten von Schriftstellerinnen ließe sich mit etwas Quellenarbeit leicht schließen. Zunächst könnte eine systematische Durchsicht von Literaturkalendern und Pressehandbüchern (z.B. Kürschner 1895; Kürschner 1902) Hinweise geben auf die Namen schreibender Frauen und auf Presseorgane, für die sie tätig waren. Beispielsweise finden sich in Kürschners deutschem Literaturkalender von 1895 die Namen von 1024 Autorinnen (vgl. Osborn: 1896: 253). In einem zweiten Schritt könnten dann vertiefende Betrachtungen der Sozialität der als ›journalistisch tätig‹ identifizierten Autorinnen mit Hilfe von biografischen Handbüchern angestellt werden, wobei hier die 1100 Seiten umfassende Biografienammlung *Frauen der Feder* von Sophie Pataky (1987[1898]) viele wertvolle Hinweise enthalten dürfte.<sup>16</sup>

Resümierend ist festzuhalten, dass sich in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts mindestens drei Gruppen von Journalistinnen feststellen lassen: die häuslichen ›Mithelferinnen‹ von Verlegerredakteuren, die engagierten ›Bewegungsjournalistinnen‹, die einen zunehmend politischen Journalismus in ihren Frauenzeitschriften betrieben, und die freien Schriftstellerinnen, die meist auf nebenberuflicher Basis Zeitschriften mit weiblicher Zielgruppe belieferten. Und obwohl

---

<sup>15</sup> Hinweise darauf, dass die Ansprache von Frauen als Konsumentinnen zumindest zu der Einrichtung von (Frauen-) Beilagen in der Tagespresse führte, sind bei Gaensecke (1938: 38) zu finden. Gaenseckes Darstellung ist aber ansonsten mit großer quellenkritischer Distanz zu rezipieren, denn sie ist vom Zeitgeist ihrer Entstehungszeit (1938 in Deutschland) stark geprägt.

<sup>16</sup> Eine wichtige Datengrundlage für Pataky waren die Schreiben damaliger Schriftstellerinnen und Journalistinnen, die auf ihre Bitte um Lebensläufe reagiert hatten – aus ihnen zitiert Pataky auch gerne. Diese Lebensläufe stehen als Quelle noch zur Verfügung, denn der im Kasseler Archiv der deutschen Frauenbewegung archivierte Nachlass Patakys enthält auch ihre Korrespondenzen.

diese drei Gruppen von Journalistinnen kaum Zugang zu den Redaktionen des tagesaktuellen Journalismus hatten – d.h. der Berufsalltag von Journalisten und Journalistinnen sich deutlich unterschied –, so gab es doch hinsichtlich der Thematiken erste Annäherungen. Denn zumindest die mit der Frauenbewegung (und später auch der Arbeiterbewegung) assoziierten Journalistinnen besetzten sukzessive auch das Terrain der Politik.

## Anno 1900 – zwischen Bewegungsjournalismus und redaktionellem Journalismus

Bezeichnenderweise waren es dann auch die ›Bewegungsjournalistinnen‹, auf die die bürgerliche Presse gerne zurückgriff, wenn sie ExpertInnen in Sachen Frauenfrage benötigte. Gerade im beginnenden 20. Jahrhundert, als sich die Frauenbewegung zu einer gut organisierten Massenbewegung entwickelte, mangelte es nicht an Berichterstattungsanlässen. Auch scheint das Interesse der (weiblichen) Leserschaft an der Frauenfrage groß gewesen zu sein, zumindest richteten Tageszeitungen gerade in der Phase des Anwachsens der Frauenbewegung vermehrt Frauenseiten ein (vgl. Ichenhäuser 1905: 10; Gaensecke 1938: 12).<sup>17</sup> Darin veröffentlichten die ›Bewegungsjournalistinnen‹ vereinzelt, zudem wurden sie gerne als Berichterstatterinnen auf Veranstaltungen der Frauenbewegung geschickt – mit dem Effekt, dass sie dann ›ihre‹ Frauenkongresse und -versammlungen in der Tagespresse gut in Szene setzten konnten.<sup>18</sup>

Die Beschäftigung mit frauenpolitischen Themen forcierte also den Einstieg von Frauen in den politischen Journalismus und schuf Zugang zu den Redaktionen, wobei die Frauenfrage, die seit der Jahrhundertwende meist von Frauen

---

<sup>17</sup> Diese Frauenseiten, die z.T. mehrseitig waren und als Frauenbeilage bezeichnet wurden, waren recht unterschiedlich gestaltet. Während Frauenseiten in liberalen oder konservativen Zeitungen dazu tendierten, sich mit den üblichen Frauenangelegenheiten (Kochen, Mode, Haushalt, Erziehung) zu beschäftigen und berufliche und frauenpolitische Fragen nur ab und an zu thematisieren, widmeten sich die Frauenbeilagen der Parteizeitungen auch dezidiert politischen Themen, galt es doch Frauen als Unterstützerinnen und seit 1919 dann auch als Wählerinnen zu gewinnen (vgl. Gaensecke 1938).

<sup>18</sup> So schrieb z.B. Minna Cauer häufig für die liberale *Vossische Zeitung*, Helene Stöcker für den *Berliner Lokal-Anzeiger* und Anna Pappritz für die linksliberale *Welt am Montag* Käthe Schirmacher veröffentlichte häufig im konservativen *Tag*, in dem zudem Anita Augspurg eine Frauenseite gestaltete, während Lida Gustava Heymann die Hamburger Presse, v.a. den *Hamburgischen Correspondenten* mit Artikeln versorgte. Zwei weitere Berliner Journalistinnen, Anna Plothow und Eliza Ichenhäuser, die Frauenfragen v.a. für das *Berliner Tageblatt* behandelten, können ebenfalls der Frauenbewegung zugerechnet werden, auch wenn sie dort keine Führungspositionen einnahmen (vgl. Kinnebrock 2005: 265).

behandelt wurde, eine Brücke zu weiteren (sozial-) politischen Themen darstellte, seien es nun Reformen im Bildungswesen oder die soziale Frage.<sup>19</sup>

Letzterer war eine weitere soziale Bewegung in besonderem Maße verpflichtet: die Arbeiterbewegung und ihre Partei, die SPD. Zumindest im Parteiprogramm auf die Geschlechtergleichheit festgelegt, griff die SPD nicht nur recht früh die Frauenfrage – freilich als Teil der sozialen Frage – auf, sondern ließ trotz restriktiver Vereinsgesetze Frauen in Partei und Parteipresse mitarbeiten. Nicht ohne Grund dürfte eine der ersten, vielleicht sogar die erste Chefredakteurin einer deutschen Zeitung Rosa Luxemburg (1871-1919) gewesen sein, die 1898 für zwei Monate die in Dresden beheimatete *Sächsische Arbeiterzeitung* leitete.<sup>20</sup>

Tieferegehende Informationen über die Situation von Journalistinnen um die Jahrhundertwende verdanken wir einer Befragung von Zeitungsverlagen und Journalistinnen, die die in Berlin tätige Journalistin Eliza Ichenhäuser 1905 durchführte – also fünf Jahre, bevor Max Weber seinen Vorschlag einer »Enquête über das Zeitungswesen« machte (vgl. Kutsch 1988). Obgleich Ichenhäusers Befragung nicht auf ausgefeilten theoretischen Vorüberlegungen beruhte und obschon ihre Vorgehensweise nach heutigen methodischen Standards höchst problematisch ist,<sup>21</sup> liefert sie doch einen interessanten Überblick über den Journalismus als Frauenberuf vor 100 Jahren.

Hinsichtlich der Medien, die kurz nach der Jahrhundertwende Journalistinnen beschäftigten – und sei es auch nur als freie Mitarbeiterinnen – konnte Ichenhäuser herausfinden, dass Frauen inzwischen sehr wohl für Tageszeitungen arbeiteten. Eine Anfrage bei deutschen Zeitungen – leider wird nicht angegeben, bei wie vielen und welchen – ergab, dass sich mindestens 60 Prozent der Tageszeitungen von Frauen zuarbeiten ließen, davon 43 Prozent sogar von »festen Mitarbeiterinnen, Korrespondentinnen und Redakteurinnen« (Ichenhäuser 1905: 8). Dennoch war nicht die Zeitung, sondern die Zeitschrift das Medium, das für Frauen ein Betätigungsfeld darstellte.

<sup>19</sup> Dies legen nicht nur die unten erläuterten Studienergebnisse von Ichenhäuser (1905), sondern auch die Beiträge von Frauen in Langenbuchers *Meisterwerken des modernen Journalismus* (1992) nahe, die allerdings nicht von deutschen, sondern von österreichischen Journalistinnen verfasst wurden.

<sup>20</sup> Es dürfte sehr schwer sein bei der Vielzahl von Zeitungen in Deutschland die erste Chefredakteurin zu bestimmen (Wilke verweist auf über 4221 Ausgaben im Jahr 1914, vgl. Wilke 2000: 260), insbesondere wegen der geringen Kenntnisse über deren VerlegerInnen bzw. ChefredakteurInnen und den Überlieferungslücken; nicht jede kleine Heimatzeitung ist heute noch erhalten und auch größere Blätter sind oft nur lückenhaft überliefert. Ichenhäuser erwähnt bereits für das 17. Jahrhundert eine »Witwe Serlin«, die als Verlegerwitwe das *Frankfurter Journal* zu einer prosperierenden Zeitung machte (vgl. Ichenhäuser 1905: 4).

<sup>21</sup> So werden z.B. über die Erhebung kaum Angaben gemacht, was so weit geht, dass bei der Ergebnisdarstellung nur mit Prozentzahlen operiert und nicht angegeben wird, wie viele Journalistinnen tatsächlich befragt wurden. Es lässt sich aber aus den Prozentbruchteilen erschließen, dass mindestens 70 Journalistinnen befragt wurden.

### Arbeitgebende Medien deutscher Journalistinnen in Prozent (nach Ichenhäuser 1905: 9)

Hausfrauen- und Modezeitschriften	22 %
Frauenbewegungszeitschriften	20%
Tageszeitungen	18%
Literarische Zeitschriften	14%
Pädagogische Zeitschriften	13%
Musik- und Theaterzeitschriften	5%
Wissenschaftliche Zeitschriften	4%
Sonstige Fachblätter	4%

Bezeichnend ist, dass sich die Zeitschriften, für die Frauen arbeiteten, überwiegend mit weiblich konnotierten Inhalten beschäftigten – nämlich Mode, Haushalt, Frauenbewegung, Unterhaltung, Schöngestiges und Pädagogik (wozu ja auch die Kindererziehung gehört). Dieses Ergebnis korrespondiert mit den Themengebieten, die die befragten Journalistinnen als ihre Arbeitsschwerpunkte angaben.

### Themengebiete der Journalistinnen in Prozent (nach Ichenhäuser 1905: 9)

Literatur (literarische Beiträge) und Literaturgeschichte	32%
Sozialpolitik	18,5%
Kunst, Kunstkritik, Kunstgewerbe	11,5%
Pädagogik	10%
Wissenschaft	8,5%
Mode	7,5%
Reise	4%
Hauswirtschaft	4,5%
Politik	3,5%

Fasst man diese Themengebiete in heutige Ressorts, dann arbeiteten die Journalistinnen vor 100 Jahren v.a. für Unterhaltungs- und Kulturteile (Literatur, Kunst) und das Ressort ›Soziales‹ (Sozialpolitik, Pädagogik) – also für solche Ressorts, in den Frauen auch heute noch überdurchschnittlich repräsentiert sind.

Was die Gretchenfrage der Bezahlung anbelangt, so konnte Ichenhäuser zeigen, dass sich hier eine Kluft zwischen Männern und Frauen auftat. Zwar konnte die bestbezahlte der befragten Journalistinnen, die bei einer großen Zeitung arbeitete, ein Jahresgehalt von 4.800 Mark erzielen – was aber immer noch unter den vergleichbaren Männergehältern im Journalismus lag<sup>22</sup> –, doch betrug das Jahresgehalt von Redakteurinnen bei kleinen Zeitungen durchschnittlich nur 500 bis 600

<sup>22</sup> Über die Männergehälter im Journalismus gibt es unterschiedliche Angaben, während Jacobi (1902) angibt, dass man es als Journalist in einer leitenden Stelle auf bis zu 12.000 Mark bringen könnte, verweist Stoklossa (1911), der systematisch Stellenanzeigen auswertete, darauf, dass Chefredakteure im Schnitt nur gut 5200 Mark verdienten.

Mark.<sup>23</sup> Dies war nur etwa ein Viertel dessen, was ein Lokalredakteur verdiente (vgl. Stoklossa 1911: 300) oder ein Fünftel des Jahresgehalts einer Volksschullehrerin – und kann deshalb allenfalls als kleines Zubrot angesehen werden, nicht als Verdienst, der ein eigenständiges Leben erlaubte. Für einen bürgerlichen Frauenberuf war der Journalismus also unterbezahlt (vgl. auch Osborn 1896: 284). Ichenhäuser kommentierte ihre Ergebnisse folgendermaßen: »Die Gehälter der Frauen erreichen mitunter eine Tiefe, dass man nicht weiß, ob man mehr über den Verleger, der dergleichen anzubieten wagt, staunen soll oder über Journalistinnen, die solches Gebot annehmen.« (Ichenhäuser 1905: 12). Von Zeitgenossen wurden Frauen gar als »Schmutzkonkurrentinnen« und »Preisdrückerinnen« geschmäht (Stoklossa 1911: 303f.).

Festzuhalten ist, dass Frauen Ende des 19. Jahrhunderts und Anfang des 20. Jahrhunderts nicht nur »Bewegungsjournalistinnen« oder freie Feuilletonistinnen waren, sondern auch langsam in den redaktionellen Journalismus strömten. In den Redaktionen jedoch blieben sie stark auf weiblich konnotierte Themen festgelegt, Todorow spricht gar von einer Art »Ghettoisierung der Frauen innerhalb der Redaktionen« (Todorow 1991: 94), die sich auch in der Weimarer Republik fortsetzte.

## **Lösung von der Frauenbewegung, aber nicht von »Frauenthemen« – Journalistinnen in der Weimarer Republik**

Ogleich die Zeit der ersten deutschen Republik von Krisen gezeichnet war, bedeutete sie für den Medienbereich insgesamt eine Zeit des Wachstums<sup>24</sup> und der Diversifizierung. Neue Zeitschriftentypen (z.B. Magazine wie der *Uhu*) entstanden, die Illustrierten florierten dank der zunehmenden Etablierung der Pressefotografie, und mit dem Rundfunk entstand ein neues Massenmedium. Somit taten sich neue Arbeitsfelder auf – und davon profitierten auch Journalistinnen. Zumindest stieg ihr Anteil kontinuierlich auf mindestens fünf Prozent gegen Ende der Weimarer Republik.<sup>25</sup> Die Segregation zwischen »harten« Männer- und

<sup>23</sup> Bei großen Hausfrauen- und Modezeitschriften konnte frau bis zu 3.600 Mark, bei »angesehenen« Frauenzeitschriften 1.200 bis 3.000 Mark verdienen, wobei bei letzteren einer Chefredakteurin im Schnitt 2.400 Mark gezahlt wurden. Kleine Frauenzeitschriften bzw. Beilagen zu kleinen Tageszeitungen zahlten ähnlich schlecht wie kleine Zeitungen, hier waren 500 bis 600 Mark Jahresgehalt die Regel (vgl. Ichenhäuser 1905: 12).

<sup>24</sup> So existierten 1932 dann ungefähr 4.000 Zeitungen in Deutschland (vgl. Stöber 2000: 146).

<sup>25</sup> Dieser Trend ergibt sich, wenn man verschiedene Daten zugrunde legt. So hatte der Reichsverband der deutschen Presse 1925 lediglich 78 weibliche Mitglieder (neben 3235 männlichen, vgl. Internationales Arbeitsamt 1928: 30), 1932 aber bereits 222 (vgl. Klaus

»weichen« Frauenressorts erwies sich allerdings als erstaunlich stabil (vgl. Requate 2004: 153), wie auch eine bei Dresler dokumentierte Befragung von weiblichen Mitgliedern des Reichsverbandes der deutschen Presse aus dem Jahr 1932 ergab (vgl. Dresler 1936: 12). Demnach waren Frauen im Politikressort selten und im neu aufgekommenen Sportressort so gut wie gar nicht vertreten (vgl. Dresler 1936:12). Allenfalls das (schlecht bezahlte und dementsprechend geachtete) Lokalressort der Zeitungen scheint ein »neuer« Bereich gewesen zu sein, in dem Frauen zunehmend Fuß fassen konnten (vgl. Trost 1923: 34)<sup>26</sup> – oder vielleicht auch nur sichtbarer wurden.

Diese auf den Zeitungsjournalismus bezogenen Erkenntnisse lassen sich auf den Bereich des Rundfunks übertragen. Zunächst ging man damals davon aus, dass Frauenstimmen zu hoch und schrill – und damit für den Hörfunk ungeeignet – seien (vgl. Lacey 1994: 594; Münkel 1998: 70; Klaus 2002b: 25). Deshalb fungierten Frauen i.d.R. auch nicht als Ansagerinnen, sondern wurden allenfalls im Frauen-, Jugend- und Kinderfunk eingesetzt (vgl. Münkel 1998: 73).

Mit der Pressefotografie entstand ein weiteres Tätigkeitsfeld für Frauen. Ähnlich wie der Journalistenberuf war auch der des Fotografen ein – eigentlich – frei zugänglicher, in den seit den 1890er Jahren bürgerliche Frauen strömten (vgl. Foth 1985). Während anfangs die Kinderfotografie im Studio ihr bevorzugtes Metier war, wurden sie in der Zeit der Weimarer Republik und des Nationalsozialismus zunehmend auch für Presseorgane tätig (vgl. Foth 1985; Rösgen 2001).

Dennoch kann der »Zuwachs an weiblichen Journalisten ... nicht als Zuwachs an Bedeutung, Sicherung und Ansehen der Frauenjournalistik gesehen werden.« (Todorow 1991: 94). Denn Frauen standen nach wie vor überwiegend in freien Arbeitsverhältnissen (vgl. Reicke 1928: 123) und waren als Angestellte in den weniger angesehenen Ressorts tätig (vgl. Dresler 1936: 12), so dass sie i.d.R. deutlich weniger als ihre männlichen Kollegen verdienten. Und selbst wenn sie als fest angestellte Redakteurinnen unter die neu durchgesetzten Tarifverträge fielen, so enthielten diese Errungenschaften für angestellte JournalistInnen doch auch einen *gender bias*.<sup>27</sup> Zumindest legte der Kölner Tarif von 1920 für weibliche

---

2002a: 172, rekurrend auf Zander-Mika 1940, Groth 1930 und Matzen 1996). Legt man den Frauenanteil bei den »Mitgliederbewegungen« zugrunde, die im Fachorgan *Deutsche Presse* dokumentiert sind, dann dürfte der Frauenanteil 1922 ca. 2,1 Prozent, 1925 3,4 Prozent und 1932 4,9 Prozent betragen haben (vgl. Berechnungen von Klaus 2002a: 172). Ähnliche Ergebnisse legen zudem staatliche Berufsstatistiken nahe, die auch Nicht-Mitglieder des Reichsverbandes der deutschen Presse erfassten. Demnach betrug der Frauenanteil unter den festangestellten Redakteuren 1925 zunächst 5,6 Prozent, 1933 dann 7,3 Prozent (vgl. Sitter 1998: 169f.).

<sup>26</sup> Trost erwähnt das Lokale neben den Frauenbeilagen und dem Feuilleton als Arbeitsgebiet von Tageszeitungsjournalistinnen (vgl. Trost 1923: 34).

<sup>27</sup> Tarifverträge führten i.d.R. zu einer deutlichen Anhebung des Gehalts (vgl. Rhode 1979, die sich v.a. auf Kahmann 1922 beruft).



Redakteure eine pauschale Gehaltskürzung von 15 Prozent (vgl. Kahmann 1922: 44), der Breslauer Tarif aus dem Jahre 1922 sogar von 20 Prozent fest (vgl. Klaus 2002a: 173).

Bezeichnend für die Zeit der Weimarer Republik ist auch ein gewisser Gegensatz zwischen den »Matronen« (Reicke 1930: 544) einerseits (d.h. älteren Journalistinnen, die meist noch in Vorkriegszeiten ihre berufliche Sozialisation erhalten hatten, mit der Frauenbewegung verbunden waren und z.T. über gewachsene Beziehungen zum politischen Establishment verfügten) und den »neuen Frauen«,<sup>28</sup> d.h. jüngeren Journalistinnen, für die die Errungenschaften der Frauenbewegung (z.B. die Öffnung der Universitäten oder das Wahlrecht) bereits selbstverständlich waren und die losgelöst von der Frauenbewegung das journalistische Handwerk erlernt hatten. Der Gegensatz zwischen diesen beiden Journalistinnen-»Generationen« zeigte sich beispielsweise bei den Auseinandersetzungen um die Internationale Presseausstellung »Pressa« im Jahr 1928. Das Thema »Frau und Presse« wurde überwiegend von Veteraninnen der Frauenbewegung gestaltet und fokussierte auf die Entwicklung politischer Frauenzeitschriften. Der Frauenausschuss des Reichsverbands der deutschen Presse sah sich daraufhin zum Protest genötigt. Da nur »Nichtjournalistinnen« das Thema behandelt hätten, sei ein verzerrtes Bild der Berufssituation entstanden, in dem aktuelle Leistungen von Journalistinnen keine Berücksichtigung gefunden hätten (vgl. Richert/Stropp 1928: 397; Wenck 1928: 405). Interessant daran ist v.a. die Unterscheidung von »Nicht-Journalistin« und »Journalistin«. Dahinter kann stehen, dass die Frauen in den Redaktionen eine eigenständige Berufsidentität als »Journalistinnen« entwickelt hatten, die andere journalistische Betätigungsformen – wie z.B. das gelegentliche Verfassen von (literarischen) Beiträgen oder das Gestalten einer Bewegungs- oder Berufszeitschrift – nicht mehr als »Journalismus« qualifizierte. Zumindest deutet diese Debatte darauf hin, dass die »neuen« Frauen im redaktionellen Journalismus nicht mehr mit der »alten« Frauenbewegung assoziiert werden wollten.

Über die Sozialität der Journalistinnen der Weimarer Republik ist relativ wenig bekannt. Zwar existieren einige Statistiken und Abhandlungen über die soziale Lage und Soziodemografie der Journalisten dieser Zeit (z.B. Trefz 1922; Jentzsch 1928; Internationales Arbeitsamt 1928), doch wird in ihnen nicht nach Geschlecht unterschieden. Allerdings lässt der Umstand, dass rund 10 Prozent der weiblichen Mitglieder im Reichsverband der deutschen Presse einen Dokortitel besaßen (vgl. Richert 1930: 550), ein recht hohes Ausbildungsniveau vermuten. Die Wege in

<sup>28</sup> Zu den »neuen Frauen« zählten Frauen der Jahrgänge ab ca. 1900. Der Prototyp der »neuen Frau« waren die Angestellten, die scheinbar finanziell unabhängig waren und – so will es der Mythos – ausgiebig die neuen Unterhaltungsmöglichkeiten der Großstadt – wie beispielsweise das Kino – nutzten, die sich den Rock kürzten und einen Bubikopf schneiden ließen, die abends tanzen gingen, rauchten und auch sexuellen Abenteuern nicht abgeneigt waren (vgl. Frevert 2001: 174ff.). Frevert weist aber darauf hin, dass der Mythos »neue Frau« eher männliche Projektionen denn sozialgeschichtliche Lebenswirklichkeiten widerspiegelt (vgl. Frevert 2001: 174ff.).

den Journalismus scheinen vielfältig gewesen zu sein, wobei nicht mehr allein »Externe« wie Lehrerinnen, Akademikerinnen und (ehrenamtliche) Sozialarbeiterinnen ein Auskommen im Journalismus fanden, sondern zunehmend auch »Interne« wie Redaktionssekretärinnen und Volontärinnen (vgl. Richert 1930: 549). Zudem dürften seit Ende der 1920er Jahre auch die Studentinnen der Zeitungswissenschaft vermehrt in die Redaktionen geströmt sein. Während etwa zwei Drittel der männlichen Journalisten verheiratet waren (vgl. Jentzsch 1928: 394), stellte der Journalistenberuf für Frauen weiterhin eine »moderne, bewegliche und unabhängige Daseinsform für Unverheiratete« dar (Reicke 1930: 544). Festzuhalten bleibt schließlich, dass sich die Journalistinnengeschichte der Weimarer Republik v.a. durch ein verstärktes Eindringen in den redaktionellen Journalismus auszeichnet, das einherging mit einer verstärkten Akzeptanz außerhäuslicher Erwerbstätigkeit.

### **Gezielte Frauenpolitisierung und Reservistinnen-Status – das Eindringen von Frauen in den redaktionellen Journalismus während des Nationalsozialismus**

Auch unter nationalsozialistischer Herrschaft wuchs der Frauenanteil im Journalismus stetig (dies lässt sich aufgrund des reglementierten Berufszugangs – journalistisch betätigten durften sich nur noch registrierte Schriftleiter – relativ gut nachvollziehen).<sup>29</sup> In der Vorkriegszeit wuchs er auf knapp 9 Prozent, was ungefähr auch dem Anteil an Frauen unter den Journalisten in Ausbildung entsprechen dürfte,<sup>30</sup> Tendenz steigend.<sup>31</sup> Der Glaube an den altbekannten Wirkmechanismus – »Frauen gelingt die Frauenansprache besser« – dürfte den vermehrten Rückgriff auf weibliche Journalistinnen befördert haben, galt es doch, die Unterstützung von Frauen für das »Dritte Reich« zu gewinnen: »Wenn schon Frauenbeilagen, dann solche, die mit ihrem Inhalt und Wollen die Erziehung der Frau zur restlosen Bejahung unserer Bewegung und zum nordischen Lebensgefühl zu unterstützen vermögen.« (Gaensecke 1937: 102) – so formulierte die stramme Nationalsozialistin Ruth Gaensecke die Ziele einer Publizistik für Frauen.

Die nationalsozialistischen Machthaber vollzogen einen groß angelegten Personalwechsel im Journalismus, der männliche wie weibliche Journalisten

---

<sup>29</sup> Anfang 1935 waren 687 Schriftleiterinnen (inkl. Pressezeichnerinnen und Fotografinnen) registriert (vgl. Gehrke 1954: 282; Dresler 1936: 12). Damit betrug der Frauenanteil 1935 5,6 Prozent, 1939 lag er dann schon bei 8,8 Prozent (vgl. Sitter 1998: 221, 224).

<sup>30</sup> Zumindest befanden sich 1936 unter den 70 Teilnehmern des 5. Lehrgangs der Reichspresseschule sieben Frauen (vgl. Günther 1936: 431).

<sup>31</sup> Als Ursula von Kardorff 1937 die Schriftleiteraufnahmeprüfung ablegte, betrug der Frauenanteil bereits knapp 17 Prozent (vgl. Matzen 2003: 57).

gleichermaßen betraf. Denn oppositionelle oder jüdische JournalistInnen wurden nicht als Schriftleiter zugelassen. Mit einem Berufsverbot belegt und z.T. brutal verfolgt, verließen Scharen von Journalisten Deutschland, darunter auch zahlreiche Journalistinnen. Im *Handbuch der deutschsprachigen Emigration 1933-1945* tauchen zumindest bei etwa 200 Frauen Verweise auf eine journalistische Tätigkeit auf (vgl. Matzen 2003: 56). Dabei waren es neben den jüdischen Journalistinnen vorrangig die »Bewegungsjournalistinnen«, die Deutschland verlassen mussten – gehörten sie nun den Arbeiterparteien, der (radikalen) Frauenbewegung oder der Friedensbewegung an.

Beim Versuch, die Lücken zu schließen, die die exilierten JournalistInnen hinterließen, setzte das nationalsozialistische Regime auch auf Frauen – soweit sie sich mit den Machthabern zu arrangieren verstanden. Dies dürfte einem großen Teil der Journalistinnen nicht allzu schwer gemacht worden sein, waren doch die Reglementierungen im Zeitschriftenbereich, also in dem Bereich, in dem sie weiterhin hauptsächlich tätig waren, weniger brutal als im tagesaktuellen politischen Journalismus.<sup>32</sup> In den Politikredaktionen lassen sich in der Vorkriegszeit nur vereinzelt Journalistinnen finden. Die den Geschlechterdualismus überhöhende nationalsozialistische Weiblichkeitsideologie wirkte sich anfangs eher dahingehend aus, dass Journalistinnen noch stärker als in der Weimarer Republik auf Frauenbelange und Frauenpresse festgelegt waren (vgl. Klaus 2003: 16).

Der 2. Weltkrieg bedeutete hier einen Wendepunkt. Der Abzug von Männern an die Front hatte zur Folge, dass auch in den (politischen) Redaktionen Plätze gefüllt werden mussten. Und das NS-Regime, das auf der Ebene der Ideologie zwischen dem »altmodischen« Hausfrauen- und Mütterideal einerseits und dem »modernen« Frauenbild der »Kameradin« schwankte, zeigte sich äußerst pragmatisch, wenn es darum ging, die Produktion aufrechtzuerhalten. Auch Journalistinnen wurden zu Zeiten der Kriegswirtschaft in allen Redaktionen und für alle Themenbereiche eingesetzt. 1944 zählte der Reichsverband der deutschen Presse 13 Prozent Frauen zu seinen Mitgliedern (vgl. Stöber 2000: 196), Lindinger konnte für das Jahr 1945 für einzelne Landesverbände auf österreichischem Gebiet sogar einen Frauenanteil von bis zu 27 Prozent nachweisen (vgl. Lindinger 1995: 23). Dabei scheinen sich im Besonderen Chancen für junge, bereits unter nationalsozialistischer Ägide ausgebildete Journalistinnen aufgetan zu haben – dies ergibt zumindest die Betrachtung einzelner Lebensläufe.<sup>33</sup>

Bezeichnend ist, dass Frauen nicht nur im politischen Journalismus tätig waren, sondern zudem auch als Journalistinnen sichtbar wurden. Während die Auslandskorrespondentin Margret Boveri im Jahr 1935 noch angewiesen wurde,

<sup>32</sup> Vgl. zu den thematischen Kontinuitätslinien gerade bei Frauenzeitschriften Scharf 1995: 83, der aber zugleich auch eine dezente ideologische Vereinhaltung der Blätter feststellt.

<sup>33</sup> Hier sei exemplarisch verwiesen auf die beruflichen Werdegänge von Elisabeth Noelle-Neumann, Annemarie Langens, Helene Rahms und Ursula von Kardorff (vgl. Sitter 1998: 421-432; Rahms 1997; Moisel 1996).

ihre Leitartikel für das *Berliner Tageblatt* nur noch geschlechtsneutral mit »Dr. M. Boveri« zu unterzeichnen, weil Hitler an einer Mittagstafel »Anstoß an einer Frau im politischen Geschäft« genommen hatte (Klaus 2002b: 23, vgl. auch Matzen 2003: 57), so änderte sich dies im 2. Weltkrieg. Sogar die vom NS-Chefideologen Alfred Rosenberg geprägten *Nationalsozialistischen Monatsheften* ließen eine verstärkte Mitarbeit von Frauen zu (vgl. Scharf 1973: 416) – und das, obwohl Rosenberg in seinem NS-Grundlagenwerk *Mythos des 20. Jahrhunderts* (1930) noch die »Emanzipation der Frau von der Frauenemanzipation« gefordert hatte ...

## Resümee

Was lässt sich festhalten über die Geschichte der Journalistinnen bis zur »Stunde Null«? Zunächst einmal, dass es Journalistinnen – auch vor den 1920er Jahren – überhaupt gegeben hat. Aber sie waren im Journalismus an anderen Stellen platziert als ihre männlichen Kollegen. Sie halfen unauffällig im familiären Betrieb mit, sie sandten gelegentlich einzelne Beiträge ein oder sie gestalteten Medien für Frauen – all dies wurde bislang von der etablierten Journalismushistoriografie wenig wahrgenommen. In den redaktionellen Journalismus gelangten Frauen aber erst in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts, wenngleich sie auch dort meist auf »Frauthematiken« festgelegt waren, sich eher in ungesicherten Arbeitsverhältnissen befanden und auch schlechter bezahlt wurden.

Die Geschichte des Journalismus als Frauenberuf zeigt, dass historische Entwicklungen für Frauen gänzlich andere Auswirkungen haben können als für Männer. Zäsuren sind hier v.a. die Entwicklung einer eigenständigen »Frauenkultur« Ende des 18. Jahrhunderts, die Etablierung der ersten deutschen Frauenbewegung in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts, die Akzeptanz von außerhäuslicher Erwerbstätigkeit in der Weimarer Republik und der Ausbruch des 2. Weltkriegs, der einen breiten Einsatz von »Reservistinnen« in den Redaktionen nach sich zog. All dies sind Faktoren, die für die Entwicklung des Journalismus als Männerberuf eine untergeordnete Rolle spielten. Und somit lässt sich festhalten, dass es durchaus eine Eigengeschichte des Journalismus als Frauenberuf gibt, die eine konkurrierende Wirklichkeit zum Journalismus als Männerberuf darstellt.

## Literatur

- Baumert, Paul Dieter (1928): *Die Entstehung des deutschen Journalismus. Eine sozialgeschichtliche Studie*, München/Leipzig: Duncker&Humblot.
- Biographisches Handbuch der deutschsprachigen Emigration nach 1933* (1980ff.). Hrsg. v. Institut für Zeitgeschichte München unter der Gesamtleitung von Werner Röder, München u.a.: Saur.
- Blöbaum, Bernd (1994): *Journalismus als soziales System. Geschichte, Ausdifferenzierung und Verselbständigung*, Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Brunöhler, Kurt (1933): *Die Redakteure der mittleren und größeren Zeitungen im heutigen Reichsgebiet von 1800 bis 1848*, Bottrop: Gutenberg-Druckerei.
- Chambers, Deborah/Steiner, Linda/ Fleming, Carole (2004): *Women and Journalism*, London/New York: Routledge.
- Classen, Albrecht (2000): »Frauen als Buchdruckerinnen im deutschen Sprachraum des 16. und 17. Jahrhunderts«, in: *Gutenberg-Jahrbuch*, 75. Jg., S. 181-195.
- Classen, Albrecht (2001): »Frauen als Buchdruckerinnen im deutschen Sprachraum des 16. und 17. Jahrhunderts. Fortsetzung einer spätmittelalterlichen Tradition und Widerlegung eines Mythos. Methodische Überlegung zur Erhellung der Rolle von Buchdruckerinnen«, in: *Gutenberg-Jahrbuch*, 76. Jg., S. 220-236.
- D'Ester, Karl (1962): *Zeitung und Zeitschrift*, Berlin/Bielefeld/München: Erich Schmidt.
- Deutsche Presse* (1930), Themenheft »Die Frau in der Presse«, 20.Jg., H. 41-42 (vom 11. und 18. Oktober 1930).
- Diethe, Carol (2002): *The life and work of Germany's founding feminist Louise Otto-Peters (1819-1895)*, Lewiston u.a.: Mellen.
- Dresler, Adolf (1936): *Die Frau im Journalismus*, München: Knorr&Hirth.
- Driver, Martha W. (1998): Women Printers and the Page, 1477-1541, in: *Gutenberg Jahrbuch*, 73. Jg., S. 139-153.
- Engelsing, Rolf (1966): *Massenpublikum und Journalistentum im 19. Jahrhundert in Nordwestdeutschland*, Berlin: Duncker&Humblot.
- Enke, Thomas (1988): »Die Presse Berlins in der Statistik des Königlichen Polizeipräsidiums (II). Eine Bestandsaufnahme zur Entwicklung der Tageszeitungen in der Reichshauptstadt zwischen 1878 und 1913/14«, in: *Theorie und Praxis des sozialistischen Journalismus*, 16. Jg., H. 1, S. 34-42.
- Foth, Heike (1985): »Die Fotografie als Frauenberuf (1840-1913)«, in: Herz, Rudolf/ Bruns, Brigitte (Hg.): *Hofatelier Elvira 1887-1928. Ästhetiken, Emanzipation, Aristokraten*, München: Münchner Stadtmuseum, S. 153-170.

- Frevert, Ute (2001) *Frauen-Geschichte zwischen bürgerlicher Verbesserung und neuer Weiblichkeit*. Nachdruck der 1. Auflage [1986], Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Gaensecke, Ruth (1937): »Frau und Presse«, in: *Politische Erziehung*, 5. Jg., H. 4, S. 97-102.
- Gaensecke, Ruth (1938): *Die Frauenbeilagen der Deutschen Tageszeitungen im Dienste der Politik: Lehren aus der Vergangenheit, Forderungen an die Zukunft*, Würzburg: Konrad Triltsch.
- Gehrke, Martha Maria (1954): »Die Frau als Journalistin«, in: Oppens, Edith u.a. (Hg.): *Die Frau in unserer Zeit. Ihre Wandlung und Leistung*, Oldenburg/Hamburg: Stalling, S. 278-285.
- Geisel, Beatrix (1989): »Journalismus als Frauenberuf. Vierteilige Serie«, in: *Die Feder*, 38. Jg., H. 2-6.
- Gerhard, Ute (1987): »Über die Anfänge der deutschen Frauenbewegung um 1848. Frauenpresse, Frauenpolitik, Frauenvereine«, in: Hausen, Karin (Hg.): *Frauen suchen ihre Geschichte. Historische Studien zum 19. und 20. Jahrhundert*. 2. Auflage, München: C.H. Beck, S. 200-224.
- Gerhard, Ute (1997): »Grenzziehungen und Überschreitungen. Die Rechte der Frauen auf dem Weg in die politische Öffentlichkeit«, in: Gerhard, Ute (Hg.): *Frauen in der Geschichte des Rechts. Von der Frühen Neuzeit bis zur Gegenwart*, München: C.H.Beck, S. 509-546.
- Görtemaker, Heike (2005): *Ein deutsches Leben. Die Geschichte der Margret Boveri 1900-1975*, München: C.H. Beck.
- Groth, Otto (1930): *Die Zeitung: ein System der Zeitungskunde (Journalistik)*. Vierter Band, Mannheim/Berlin/Leipzig: Bensheimer.
- Günther, Else (1936): »Sieben zu siebzig. Jungschriftleiterinnen in der Gemeinschaft der Reichspreseschule«, in: *Deutsche Presse*, 26. Jg., H. 35, S. 431-434.
- Hahn, Andrea (Bearb.) (1993): *Romanpoetik und Weiblichkeitsdiskurs. Zur Bedeutung der Kategorie gender im Romanverständnis von Therese Huber und Johanna Schopenhauer*, Marbach: Deutsche Schillergesellschaft.
- Hardach-Pinke, Irene (1981): *Kinderalltag: Aspekte von Kontinuität und Wandel der Kindheit in autobiographischen Zeugnissen 1700 bis 1900*, Frankfurt am Main/New York: Campus.
- Hartewig, Karin (1995): »Neue Forschungen zur Frauen- und Geschlechtergeschichte«, in: *Archiv für Sozialgeschichte*, 35.Jg., S. 419-444.
- Hausen, Karin (1976): »Die Polarisierung der »Geschlechtscharaktere«. Eine Spiegelung der Dissoziationen von Erwerbs- und Familienleben«, in: Conze, Werner (Hg.): *Sozialgeschichte der Familie in der Neuzeit Europas. Neuere Forschungen*, Stuttgart: Klett, S. 363-393.

- Henkel, Martin/Tauber, Rolf (1976): *Das Weib im Konflikt mit den sozialen Verhältnissen. Mathilde Franziska Anneke und die erste deutsche Frauenzeitung*, Bochum: Edition Égalité.
- Hoepfel, Rofraut (1995): Historische Biographieforschung, in: Eckard König/Peter Zedler (Hg.): *Bilanz qualitativer Forschung. Band II: Methoden*. Weinheim: Beltz, S. 289-308.
- Hofmann-Weinberger, Helga (2001): »Die Witwen oder: Frauen im (österreichischen) Buchdruck«, in: Klösch-Melliwa, Helga: *kolloquiA. Frauenbezogene/feministische Dokumentation und Informationsarbeit in Österreich. Lehr- und Forschungsmaterialien*, Wien: Verlag Österreich, S. 207-226.
- Hömbert, Walter (1987): »Von Kärrnern und Königen. Zur Geschichte journalistischer Berufe«, in: Bobrowsky, Manfred/Langenbacher, Wolfgang R. (Hg.): *Wege zur Kommunikationsgeschichte*, München: Ölschlager 1987, S. 619-629.
- Ichenhäuser, Eliza (1905): *Die Journalistik als Frauenberuf*, Berlin/Leipzig: Verlag der »Frauenrundschau« Schweizer&Co.
- Internationales Arbeitsamt (1928): *Lebens- und Arbeitsbedingungen der Journalisten*, Genf: Internationales Arbeitsamt [Studien und Berichte. Reihe L (Geistige Arbeiter) Nr. 2].
- Jacobi, Richard (1902): *Der Journalist*, Hannover: Jänecke.
- Jacobi-Dittrich, Juliane (1984): »Growing up Female in the Nineteenth Century«, in: Fout, John C. (Hg.): *German Women in the Nineteenth Century. A Social History*, New York/London: Homes&Meier, S. 197-217.
- Jastrow, Henriette (1899): »Der Journalistinnen-Beruf in England«, in: *Jahrbuch für die deutsche Frauenwelt*, herausgegeben von Elly Saul und Hildegard Obrist-Janicke, Stuttgart: Greiner&Pfeiffer, S. 16-23.
- Jentzsch, Walter H. (1928): »Die wirtschaftliche und soziale Lage der deutschen Redakteure. Ergebnisse der Berufsstatistik 1927 des Reichsverbandes deutschen Presse e.V. «, in: *Deutsche Presse*, 18. Jg., H. 27, S. 393-397.
- Kahmann, Wilhelm (1922): *Die Lage der Redakteure im Kölner Wirtschaftsbezirk*, Köln (Diss.).
- Keil, Susanne (2001): »Medienfrauen in Führungspositionen. »Gibt es einen weiblichen Journalismus?« – revisited«, in: Klaus, Elisabeth/Röser, Jutta/Wischermann, Ulla (Hg.): *Kommunikationswissenschaft und Gender Studies*, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 144-162.
- Keunecke, Susanne/Kriener, Markus/Meckel, Miriam (1997): »Von Gleichem und Ungleichem. Frauen im Journalismus«, in: *Rundfunk und Fernsehen*, 45. Jg., H.1, S. 30-46.
- Kewitz, Jessica (Hg.) (2004): *»Kommen Sie, wir wollen 'mal Hausmutterles spielen«. Der Briefwechsel zwischen den Schriftstellerinnen Therese Huber (1764-1829) und Helmina von Chézy (1783-1856)*, Marburg: Tectum-Verlag.

- Kieslich, Günter (1966): »Berufsbilder im frühen Zeitungswesen«, in: *Publizistik*, 11. Jg, S. 253-263.
- Kieslich, Günter (1973): »Anmerkungen über die Anfänge des journalistischen Berufs«, in: Koschwitz, Hansjürgen/Pötter, Günter (Hg.): *Publizistik als Gesellschaftswissenschaft. Internationale Beiträge*, Konstanz: Universitätsverlag, S. 119-130.
- Kinnebock, Susanne (2004): *Politische Frauenzeitschriften und ihre Bedeutung für Kommunikationsprozesse innerhalb von Frauenöffentlichkeiten und feministischen Öffentlichkeiten in Deutschland von 1725 bis 1933*. Unveröffentlichter Projektabschlussbericht im Auftrag der Frauenbeauftragten der Ludwig-Maximilians-Universität München.
- Kinnebrock, Susanne (2005): *Anita Augspurg (1857-1943). Feministin und Pazifistin zwischen Journalismus und Politik*, Herbolzheim: Centaurus.
- Kirchner, Joachim (1962): *Das deutsche Zeitschriftenwesen. Seine Geschichte, seine Probleme. Teil II. Vom Wiener Kongress bis zum Ausgange des 19. Jahrhunderts*, Wiesbaden: Otto Harrassowitz.
- Kirstein, Britt-Angela (1997): *Marianne Ebrmann. Publizistin und Herausgeberin im ausgehenden 18. Jahrhundert*, Wiesbaden: Deutscher Universitäts-Verlag.
- Klaus, Elisabeth (1998): *Kommunikationswissenschaftliche Geschlechterforschung. Zur Bedeutung der Frauen in den Massenmedien und im Journalismus.*, Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Klaus, Elisabeth (2002a): »Aufstieg zwischen Nähkränzchen und Männerkloster. Geschlechterkonstruktionen im Journalismus«, in: Dorer, Johanna/Geiger, Brigitte (Hg.): *Feministische Kommunikations- und Medienwissenschaft. Ansätze, Befunde und Perspektiven der aktuellen Entwicklung*, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 170-190.
- Klaus, Elisabeth (2002b): »Halbseidene Geschichten: Perspektiven von Frauen im Journalismus«, in: Julia Neissl (Hg.): *der/die Journalismus. Geschlechterperspektiven in den Medien*, Innsbruck u.a.: StudienVerlag, S. 21-47.
- Klaus, Elisabeth (2003): »Journalist und Journalistin zugleich«, in: *Ariadne* [Themenheft »Rauschen im Blätterwald: Journalistinnen und Frauenpresse«], H. 44, S. 14-21.
- Kleinau, Elke/Opitz, Claudia (Hg.) (1996): *Geschichte der Mädchen- und Frauenbildung. Band 2. Vom Vormärz bis zur Gegenwart*, Frankfurt am Main/New York: Campus.
- Krull, Edith (1939): *Das Wirken der Frau im frühen deutschen Zeitschriftenwesen*. Berlin-Charlottenburg: Rudolf Lorentz.
- Kürschner, Joseph (1895): *Deutscher Litteratur-Kalender auf das Jahr 1895*, Stuttgart: Göschen.



- Kürschner, Joseph (1902): *Handbuch der Presse. Für Schriftsteller, Redaktionen, Verleger, überhaupt für alle, die mit der Presse in Beziehung stehen*, Berlin/Eisenach/Leipzig: Hillger.
- Kutsch, Arnulf (1988): »Max Webers Anregung zur empirischen Journalismusforschung. Die ›Zeitungs-Enquête‹ und eine Redakteurs-Umfrage«, in: *Publizistik*, 33. Jg., H. 1, S. 5-31.
- Lacey, Kate (1994): »From Plauderei to Propaganda. On Women's Radio in Germany 1924-35«, in: *Media, Culture & Society*, 16. Jg., S. 589-607.
- Langenbucher, Wolfgang (Hg.) (1992): *Sensationen des Alltags. Meisterwerke des modernen Journalismus*, München: Ölschlager.
- Lerner, Gerda (1995): *Frauen finden ihre Geschichte. Grundlagen der Frauengeschichte*, Frankfurt am Main/New York: Campus.
- Leuschner, Brigitte (Hg.) (1999): *Der Briefwechsel zwischen Therese Huber (1764 - 1829) und Karoline von Woltmann (1782 - 1847). Ein Diskurs über Schreiben und Leben*, Marburg: Tectum.
- Lindinger, Michaela (1995): »Geistige Strumpfstickerei. Situation und Funktion der Journalistinnen im nationalsozialistischen Österreich (1938-1945)«, in: *Medien & Zeit*, 10. Jg., H. 3, S. 20-27.
- Lipp, Carola (1998): »Frauen und Öffentlichkeit: Möglichkeiten und Grenzen politischer Partizipation im Vormärz und in der Revolution 1848/1849«, in: Carola Lipp (Hg.): *Schimpfende Weiber und patriotische Jungfrauen: Frauen im Vormärz und in der Revolution 1848*. 2. Auflage, Baden-Baden: Nomos, S. 270-307.
- Louise-Otto-Peters-Jahrbuch* (2004): Forschungen zur Schriftstellerin, Journalistin, Publizistin und Frauenpolitikerin Louise Otto-Peters (1819-1895), 1.Jg., Beucha: Sax-Verlag.
- Lünenborg, Margret (2001): »Geschlecht als Analyseperspektive in der Journalismusforschung: Potenziale und Defizite«, in: Elisabeth Klaus/Jutta Röser/Ulla Wischermann (Hg.): *Kommunikationswissenschaft und Gender Studies*, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 124-143.
- Matzen, Cornelia (2003): »Journalistinnen in der Zeit des Nationalsozialismus«, in: *Ariadne* [Themenheft »Rauschen im Blätterwald: Journalistinnen und Frauenpresse«], H. 44, S. 54-61.
- Matzen, Nea (1996): »Aufbruch zum Abgrund« [Emma-Serie Journalistinnen Teil 4], in: *Emma*, H.2, S.64-69.
- Medick, Hans/Trepp, Anne-Charlott (Hg.) (1998): *Geschlechtergeschichte und Allgemeine Geschichte. Herausforderungen und Perspektiven*, Göttingen: Wallstein.
- Miethe, Käthe (1931): »Sind Frauen für Frauen zuständig?«, in: *Zeitungs-Verlag*, 32. Jg., H. 26, S. 491-492.
- Moisel, Claudia (1996): *Ursula von Kardorff als Journalistin im »Dritten Reich«*, München (Magisterarbeit).

- Müller, Albert/Müller, Karl H. (1997): »Editorial: Geschichte beobachtet«, in: *Österreichische Zeitschrift für Geschichtswissenschaft*, 8. Jg., H. 1, S. 5-8.
- Münkel, Daniela (1998): »Produktionssphäre«, in: Inge Marbolek/Adelheid von Saldern (Hg.): *Zuhören und Gehörtwerden I. Radio im Nationalsozialismus. Zwischen Lenkung und Ablenkung*. Tübingen: Edition Diskord, S.45-128.
- Neufeld, Ernst Hans (1921): »Der Journalismus als Brotberuf für Frauen«, in: *Deutsche Heimat. Blätter für Literatur und Volkstum*, 6.Jg., H. 40, S. 1366-1372.
- Neverla, Irene/Kanzleiter, Gerda (1984): *Journalistinnen. Frauen in einem Männerberuf*, Frankfurt am Main/New York: Campus.
- Osborn, Max (1896): *Die Frauen in Litteratur und Presse*, Berlin: Taendler.
- Ott, Ursula (1990): »Journalistinnen« Emma-Serie, in: *Emma*, H. 4-6.
- Pataky, Sophie (Hg.) (1987 [1898]): *Lexikon deutscher Frauen der Feder. Eine Zusammenstellung der seit dem Jahre 1840 erschienenen Werke weiblicher Autoren nebst Biographien der lebenden und einem Verzeichnis der Pseudonyme*. Nachdruck der Ausgabe Berlin 1898, Pforzheim: Peter Kiefer.
- Pürer, Heinz/Raabe, Johannes (2002): »Zur Berufsgeschichte des Journalismus«, in: Neverla, Irene/Grittmann, Elke/Pater, Monika (Hg.): *Grundlagentexte der Journalistik*, Konstanz: UVK, S. 408-416.
- Raabe, Johannes/Behmer, Markus (2003): »Sozialer Wandel und die Sozialität von Medienakteuren. Journalistische Medien und ihre Akteure im Prozess gesellschaftlicher und medialer Ausdifferenzierung«, in: Behmer, Markus/Krotz, Friedrich/Stöber, Rudolf: *Medienentwicklung und gesellschaftlicher Wandel. Beiträge zu einer theoretischen und empirischen Herausforderung*, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 253-272.
- Rahms, Helene (1997): *Zwischen den Zeilen. Mein Leben als Journalistin im Dritten Reich*, Bern/München/Wien: Scherz.
- Reicke, Ilse (1928): »Fraueninteressen in der Tagespresse«, in: Emmy Wolff (Hg.): *Frauengenerationen in Bildern*, Berlin: Herbig, S. 116-125.
- Requate, Jörg (1995): *Journalismus als Beruf. Entstehung und Entwicklung des Journalistenberufs im 19. Jahrhundert*, Göttingen: Vandenhoeck&Ruprecht.
- Requate, Jörg (2004): »Der Journalist«, in: Frevert, Ute/Haupt, Heinz-Gerhard (Hg.): *Der Mensch des 20. Jahrhunderts*, Frankfurt am Main: Magnus, S. 138-162.
- Retallack, James (1993): »From Pariah to Professional? The Journalist in German Society and Politics, from the Late Enlightenment to the Rise of Hitler«, in: *German Studies Review*, 16.Jg., S. 177-223.
- Rhode, Konstanze (1979): »Die Karriereleiter. Ausbildung und Einkommen im Journalismus von der Mitte des 19. Jahrhunderts bis zur Gegenwart«, in: Kepplinger, Hans-Mathias (Hg.): *Angepasste Außenseiter. Was Journalisten denken und wie sie arbeiten*. Freiburg/München: Alber 1979, S. 189-209.

- Richert, Anni Juliane/Stropp, Emma (1928): »Eine Frauenpressetagung ohne Journalistinnen«, in: *Deutsche Presse*, 18. Jg., H. 27, S. 397.
- Richert, Annie Juliane (1930): »Das Berufshoroskop der Journalistin«, in: *Deutsche Presse*, 20. Jg., H. 41, S.549-550.
- Rosenhaft, Eve (1996): »Zwei Geschlechter – eine Geschichte? Frauengeschichte, Männergeschichte, Geschlechtergeschichte und ihre Folgen für unsere Geschichtswahrnehmung«, in: Eifert, Christiane u.a. (Hg.): *Was sind Frauen? Was sind Männer? Geschlechterkonstruktionen im historischen Wandel*, Frankfurt am Main: Suhrkamp, S. 257-274.
- Rösgen, Petra (Red.) (2001): *Fotografinnen 1940 bis 1950*, Köln: Wienand.
- Rusch, Gebhard (1997): »Konstruktivismus und die Traditionen der Historik«, in: *Österreichische Zeitschrift für Geschichtswissenschaft*, 8. Jg., H. 1, S. 45-75.
- Rüsen, Jörn (1988): »Schöne Parteilichkeit: Feminismus und Objektivität in der Geschichtswissenschaft«, in: Becher, Ursula A. J./Rüsen, Jörn (Hg.): *Weiblichkeit in geschichtlicher Perspektive. Fallstudien und Reflexionen zu Grundproblemen der historischen Frauenforschung*, Frankfurt am Main: Suhrkamp, S. 517-542.
- Scharf, Wilfried (1973): »Nationalsozialistische Monatshefte (1930-1944)«, in: Fischer, Heinz-Dietrich (Hg.): *Deutsche Zeitschriften des 17. bis 20. Jahrhunderts*, Pullach bei München: Verlag Dokumentation, S. 409-419.
- Scharf, Wilfried (1986): »Lou Andreas-Salomé. Großes Beispiel. Muse, Psychoanalytikerin, Schriftstellerin und radikale Individualistin, keine Feministin«, in: *Göttinger Jahresblätter*, 9.Jg., S. 119-132.
- Scharf, Wilfried (1995): »Nationalsozialistische Propaganda in Presse und Film«, in: Rohrbach, Rainer (verantw.): »...bis zum letzten Atemzuge...«: *Propaganda in der NS-Zeit*, Göttingen: Glotze, S. 35-131.
- Schaser, Angelika (2000): *Helene Lange und Gertrud Bäumer. Eine politische Lebensgemeinschaft*, Köln/Weimar/Wein: Böhlau.
- Scherbacher-Posé, Brigitte (2000): »Die Entstehung einer weiblichen Öffentlichkeit im 19. Jahrhundert.: Sophie von La Roche als Journalistin«, in: *Jahrbuch für Kommunikationsgeschichte*, 2. Jg., S. 24-51.
- Schissler, Hanna (1993): Einleitung. Soziale Ungleichheit und historisches Wissen. Der Beitrag der Geschlechtergeschichte, in: Hanna Schissler (Hg.): *Geschlechterverhältnisse im historischen Wandel*, Frankfurt am Main/New York: Campus, S. 9-36.
- Schlimmer, Angelika (2001): *Romanpoetik und Weiblichkeitsdiskurs. Zur Bedeutung der Kategorie gender im Romanverständnis von Therese Huber und Johanna Schopenhauer*, Königstein im Tanus: Ulrike Helmer.
- Schmidt, Siegfried. J. (1997): »Geschichte beobachten. Geschichte und Geschichtswissenschaft aus konstruktivistischer Sicht«, in: *Österreichische Zeitschrift für Geschichtswissenschaft*, 8. Jg., H. 1, S. 19-44.

- Schmidt, Uta C. (1992): »Frauengeschichte und neuere Geschichtsbewegung«, in: Klaus Fröhlich (Hg.): *Geschichtskultur*, Pfaffenweiler: Centaurus, S. 137-146.
- Schneider, Beate/Schönbach, Klaus/Stürzebecher, Dieter (1993): »Westdeutsche Journalisten im Vergleich. Jung, professionell und mit Spaß an der Arbeit«, in *Publizistik*, 38. Jg., H. 1, S. 5-30.
- Schüller, Elke (2005): *Marie Stritt: eine »kampffrohe Streiterin« in der Frauenbewegung (1855-1928)*. Mit dem erstmaligen Abdruck der unvollendeten Lebenserinnerungen von Marie Stritt, Königstein im Taunus: Ulrike Helmer.
- Scott, Joan (1993): »Von der Frauen- zur Geschlechtergeschichte«, in: Schissler, Hanna (Hg.): *Geschlechterverhältnisse im historischen Wandel*. Frankfurt am Main/New York: Campus, S.37-58.
- Sitter, Carmen (1998): »Die eine Hälfte vergißt man(n) leicht!«. *Zur Situation von Journalistinnen in Deutschland*, Pfaffenweiler: Centaurus.
- Söber, Rudolf (2000): *Deutsche Pressegeschichte. Einführung, Systematik, Glossar*, Konstanz: UVK.
- Sperlich, Waltraud (1983): *Journalist mit Mandat. Sozialdemokratische Reichstagsabgeordnete und ihre Arbeit in der Parteipresse 1867 bis 1918*, Düsseldorf: Droste.
- Stoklossa, Paul (1911): »Der Arbeitsmarkt der Redakteure. Eine statistische Untersuchung«, in: *Jahrbuch für Gesetzgebung, Verwaltung und Volkswirtschaft im Deutschen Reich*, 35. Jg., H. 2, S. 807-821 [293-307]. [Reprint Bad Feilnbach: Schmidt Periodicals 1990]
- Todorow, Almut (1991): »Frauen im Journalismus der Weimarer Republik«, in: *Internationales Archiv für Sozialgeschichte der deutschen Literatur*, 16. Jg., H. 2, S. 84-103.
- Trampler-Steiner, Josephine (1938): *Die Frau als Publizistin und Leserin. Zeitschriften von und für Frauen*, Freiburg im Breisgau: Bruno Berger.
- Trefz, Friedrich (1922): »Die Lage der festangestellten Schriftleiter und Mitarbeiter«, in: *Die geistigen Arbeiter. Zweiter Teil. Journalisten und bildende Künstler*. Herausgegeben im Auftrag des Vereins für Sozialpolitik von Ernst Francke und Walther Lotz, München/Leipzig: Duncker&Humblot, S. 123-142.
- Trost, Klara (1923): *Frauenarbeit in Zeitung und Buchhandel*, Berlin-Wilmersdorf: Hermann Paetel.
- Weckel, Ulrike (1998): *Zwischen Häuslichkeit und Öffentlichkeit. Die ersten deutschen Frauenzeitschriften im späten 18. Jahrhundert und ihr Publikum*, Tübingen: Niemeyer.
- Wehler, Hans-Ulrich (1973): *Geschichte als historische Sozialwissenschaft*, Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Weischenberg, Siegfried/Löffelholz, Martin/Scholl, Armin (1994): »Journalismus in Deutschland II. Merkmale und Einstellungen von Journalisten«, in: *Media Perspektiven*, H. 4, S. 154-167.

- Wenck, Helene (1928): »Der Organisationswille der Journalistinnen«, in: *Deutsche Presse*, 18.Jg., H. 28, S. 405.
- Wilke, Jürgen (2000): *Grundzüge der Medien- und Kommunikationsgeschichte. Von den Anfängen bis ins 20. Jahrhundert*, Köln/Weimar/Wien: Böhlau.
- Wingerath, Emmy (1989 [1928]): »Frau und Presse«, in: *Pressa. Kulturschau am Rhein*, Köln 1928, S 151-157; nachgedruckt in: *Feministische Studien*, 7.Jg, H. 1, S. 145-150.
- Wischermann, Ulla (1983): *Frauenfrage und Presse. Frauenarbeit und Frauenbewegung in der illustrierten Presse des 19. Jahrhunderts*, München u.a.: KG Saur.
- Wischermann, Ulla (1998): *Frauenpublizistik und Journalismus. Vom Vormärz bis zur Revolution von 1848*, Weinheim: Deutscher Studien Verlag.
- Zander-Mika, Annaliese (1940): »Frau und Presse«, in: *Handbuch der Zeitungswissenschaft*. Herausgegeben von Walter Heide. Band 1, Leipzig: Hiersemann, Sp. 1160-1169.

Susanne Kassel

## Die mediale Konstruktion weiblicher Stereotype im Krieg

### Eine Heldin wird gerettet

#### *An American hero*

*Jessica from what I hear you are really cool,  
I also hear you want to be a teacher at an Elementary school.  
You left your country to fight in danger,  
you were trying to free people who were filled with anger.  
You are now all over TV you have become an American hero,  
when I compare you to any superhero in the world you win 10 to 0.  
(www.jessica-lynch.com 20.02.05)*

Die junge Frau, die diese Zeilen inspiriert hat, war vier Tage nach Beginn des Irakkriegs nur eine von mittlerweile über dreihundertsiebtzigtausend Soldatinnen der US-amerikanischen Armee (vgl. CWINF 2004).<sup>1</sup> Doch dann geriet sie in irakische Gefangenschaft und wurde zu einer Kriegsheldin, die ein leuchtendes Beispiel für Tapferkeit vor dem Feind geben sollte. Ebenso schnell war es damit wieder vorbei, stattdessen galt sie nun als Symbol der Propagandamaschinerie des Pentagon, das sie in einer medial inszenierten Rettungsaktion aus einem Krankenhaus befreit hatte (vgl. Prause 2004).

---

<sup>1</sup> Von den 372.230 Frauen, die im Jahr 2004 in der US-amerikanischen Armee beschäftigt waren, gehören 220.671 zu den aktiven Truppen, das sind ca. 14% der aktiven Streitkräfte insgesamt. Ca. 150.000 Frauen dienen als Reservistinnen, allerdings werden aufgrund von Sparmaßnahmen in den letzten Jahren verstärkt auch Reserveeinheiten in Krisengebiete geschickt (vgl. CWINF 2004; Eifler 2002; Enloe 1994: 101).

Und noch ein weiteres Symbol bleibt aus dem Irakkrieg in Erinnerung: Eine Soldatin, die in einem Gefängnis einen Mann an einer Leine über den Boden schleift wie einen Hund. Lynndie England ist die »Kehrseite« des Krieges, die »böse Fratze« (Koydl 2004/SZ) der amerikanischen Streitkräfte im Irak: »... the trajectory from Jessica Lynch's profile in courage to Lynndie England's profile in sadism is less the tale of two women at the bottom of the chain of command than a gauge of the hubris by which those at the top have lost the war on public opinion.« (Rich 2004/SZ) Lynch und England stehen für verschiedene Deutungen des Irakkriegs, sie sind zu Argumenten geworden, die die Zweckhaftigkeit des Krieges belegen oder bezweifeln sollen.

Die Konstruktion von Krieg ist eng mit der Konstruktion von Geschlechterbeziehungen verbunden, und aus beiden ergeben sich in Kriegszeiten bestimmte Handlungserwartungen an Männer und Frauen. Darüber hinaus ist sowohl das Konzept von »Krieg« als auch das Selbst- und Feindbild eng mit Wahrnehmungen von Geschlecht verbunden. Medien sind an diesen Konstruktionsleistungen in erheblichem Maße beteiligt. So werden bspw. Berichte über Kriegsoffer meist mit Frauen bebildert. Männer erscheinen dagegen vor allem als Täter (vgl. Pater 1993: 100f.).

Soldatinnen brechen jedoch mit den dichotomen Rollenerwartungen, sie unterlaufen die Geschlechterordnung und stellen sie so in Frage (vgl. Eifler 2002: 166). Anhand der Berichterstattung über Jessica Lynch und Lynndie England möchte ich exemplarisch zeigen, wie mit dieser »Unordnung« umgegangen und mit welchen Deutungsmustern sie belegt wird.

## Medien, Krieg und Geschlecht

»Jessica, ich habe keine Ahnung, wie ich mich Ihrer Seele nähern kann. Sind Sie eine Tochter, eine Frau, ein Mädchen, haben Sie Zahnsparren im Mund, um Ihr Gebiss zu vervollkommen, Ihr Zahnfleisch zu bewahren, das Ihr Lächeln verschönert? Was ist passiert, dass Sie eine Gräuelproduzierende Maschine wurden, das Gegenteil der weiblichen Seele. Blutende Körper zu verbinden, den Todesschweiß auf der Stirn wegzuwischen... ich denke, dass eine Frau mitleidig sein muss, hegend und pflegend. Ich hasse Frauen, die nicht in Tränen ausbrechen, wenn sie einen Menschen erschießen. Ihre Fingernägel sind Klauen des Bösen. Das Schlimmste, was uns dieser Krieg zeigt, [ist,] dass Frauen wie Männer sind.« (Wagners Kolumne, Die Welt am Sonntag, 06.04.2003)

Die Gleichsetzung von Krieg und Männlichkeit ist eine ausführlich beschriebene Erkenntnis feministischer Forschung zum Thema »Krieg und Geschlechterverhältnis«. Der Zusammenhang mit der Konstruktion von Freund- und Feindbildern ist bisher jedoch nur selten thematisiert worden (vgl. Harders 2004: 462).

Welche Position Frauen gegenüber dem Phänomen Krieg einnehmen können und sollten, ist indessen unter Feministinnen umstritten, wie insbesondere die Diskussion um die erweiterte Zulassung von Frauen in der Bundeswehr zeigt: Ist der Zugang junger Frauen zu traditionellen Männerberufen per se ein Erfolg? Gehört nicht möglicherweise auch das Recht, dieselben »Fehler« wie Männer zu machen, zur Freiheit weiblicher Selbstbestimmung? Oder unterliegen diese Frauen dem mit dem Soldatenberuf assoziierten Ideal männlich-aggressiver Dominanz und »verraten« damit frauenpolitische Interessen (vgl. Ziller 1999; Göhler 2000)? Ist nicht schon das Ideal der »first-class citizenship«, die Frauen durch den Zugang zu Militär endlich erlangen können, eng mit Geschlechterdualismen verbunden (Enloe 1994: 218)? Bettina Roß zeigt, dass Recht und Pflicht zur Teilhabe am Krieg historisch nicht nur eng mit Konzeptionen von Männlichkeit, sondern auch mit politischer Teilhabe verbunden sind: Der mündige Staatsbürger ist Mann und Soldat (vgl. Roß 2002). Andererseits wirft aber die Gleichsetzung von Männlichkeit und Krieg aus theoretischer Sicht ebenfalls Fragen auf, weil Frauen sich dann selbst aus diesem Handlungszusammenhang herausnehmen (vgl. Haug 1991: 350ff.).

Die essentialistische Position in dieser Debatte verweist auf die »natürlichen« Friedfertigkeit der Frau, die sich aus ihrer reproduktiven Rolle ergebe: Mütter eigneten sich nicht, die Söhne anderer Frauen im Krieg zu töten (vgl. Wasmuth 2002). Obwohl die enge Verbindung zwischen Mutterschaft und Pazifismus theoretisch kaum haltbar ist, hat diese Argumentation doch große Auswirkungen auf die friedenspolitischen Aktivitäten vieler Feministinnen (vgl. Yuval-Davis 1997: 111ff.; Harders 2004: 463). Auch das Bestreben der UN, mehr Frauen an peacekeeping missions zu beteiligen, spricht von der Vorstellung, dass sich auf diese Weise ein geschlechtersensiblerer Umgang mit der Bevölkerung durchsetzen, vor allem aber sexuelles Fehlverhalten (Prostitution, Menschenhandel, Vergewaltigung etc.), dessentwegen die Blauhelmissionen in die Kritik geraten sind, vermeiden lasse (vgl. Hillauer 2003; Böhm 2000; Cockburn/Hubic 2002). Dahinter steht die Annahme, dass Frauen »die Sprache der Opfer sprechen«, weil sie selbst Opfer sind (vgl. Göhler 2000: 41). Eine solche Argumentation ist vor allem deshalb problematisch, weil sie zum einen die Interdependenz von Krieg und Männlichkeit mit allen Konsequenzen fortschreibt und zum anderen die Täterschaft von Frauen negiert oder in den Bereich des »Abnormen« verweist.

In der konstruktivistischen Position ist sowohl das »En-Gendering« von theoretischen Krieg/Frieden-Konzepten als auch von konkreten Kriegsgeschehnissen von Interesse (vgl. Harders 2004; Enloe 2002; Roß 2002). Sie zielt auf die gesellschaftliche Bedingtheit der Geschlechterverhältnisse und der daraus abgeleiteten Vorstellungen und Erwartungen. In dieser Perspektive kann die Affinität von Frauen zu Friedenspositionen ebenso aus den ihnen in der Gesellschaft zukommenden Rollen und den damit verbundenen Ideologien heraus erklärt werden wie die weibliche Täterschaft. Im Unterschied zum Essentialismus kann die Exis-



tenz von Kriegsverbrecherinnen begründet werden, ohne ihnen den Status einer abnormen, entarteten ›Weiblichkeit‹ zuweisen zu müssen. Der konstruktivistische Blick richtet sich vor allem auf die mit dem Opfer- bzw. Täterinnenstatus verbundenen Zuschreibungen und macht diese als gesellschaftliche Konstruktionsleistungen sichtbar. Frauen, so die Argumentation, seien nicht weniger zu gewalttätigen Konfliktlösungen bereit als Männer, fänden sich aber seltener in Situationen, in denen dies von ihnen erwartet würde. Sie seien ebenso an der Konstruktion gesellschaftlich tradierter Normen und Werte beteiligt, d.h. auch sie tragen ein Gesellschaftssystem, das Krieg unter bestimmten Voraussetzungen als legitim erachtet. Jenseits von Definitionsmacht (die bei Männern liegt) und Rollenverteilung (die Männern die aktive Rolle in Kriegen zuweist) können Frauen doch das argumentative System, das den Krieg rechtfertigt, das Denken in Dualismen von Freund und Feind, stützen (vgl. Wasmuth 2002).

Wenn Krieg unter einer konstruktivistischen Genderperspektive betrachtet wird, stehen dabei vor allem die folgenden Fragen im Vordergrund:

1. Wie wird Geschlecht unter Kriegsbedingungen thematisiert, inszeniert und damit auch konstruiert?
2. Welche Rolle spielen Geschlechterkonstruktionen in Kriegszeiten?
3. Wie sind Medien an solchen Konstruktionen beteiligt?

Während die erste Frage die Konstruktion von Geschlechteridentitäten thematisiert (Geschlechterbilder), richtet sich die zweite eher auf die konkreten Auswirkungen des Krieges auf das Leben von Männern und Frauen (Geschlechterrollen) (vgl. auch Klaus/Kassel 2003: 14). Die dritte Frage beschäftigt sich mit der Rolle der Medien in beiden Prozessen.

## **Geschlechterbilder und –rollen in Krieg und Militär**

Medien sind ein wesentlicher Faktor für die Konstruktion von Bildern von Männlichkeit und Weiblichkeit in Kriegszeiten. Kern des Geschlechterbildes ist die Dichotomie des männlichen Täters und des weiblichen Opfers, die sich von der Wahrnehmung der Geschlechter in Friedenszeiten nicht unterscheidet (vgl. Pater 1993: 100). Vielmehr gibt es einen Zusammenhang zwischen der Konstruktion des weiblichen Opfers männlicher Gewalt oder den gewaltorientierten Konfliktlösungsstrategien männlicher Helden in den Medien und der Konstruktion von Kriegsereignissen. Krieg wird mit Merkmalen wie Aggressivität, Mut, Stärke, Aktivität, Rationalität, etc. zusammengebracht, die in den meisten Gesellschaften männlich konnotiert sind. Frauen kommt in diesem Dualismus die Position der Schwachen, Passiven, Leidenden zu: die friedfertige Frau ist das komplementäre Konstrukt des kämpfenden Mannes (vgl. Pater 1993: 97ff.; Schießer 2002: 48). Entsprechend erscheinen Frauen in der Kriegsbericht-

erstattung vor allem im Zusammenhang mit den Themen Vertreibung, Vergewaltigung, Misshandlung und Tod. Sie werden überwiegend als Flüchtende dargestellt, die kleine Kinder in ihren Armen tragen, und als Mütter, die ihre gefallenen Söhne beklagen (vgl. Klaus/Kassel 2003; Kirchner/Kreisler/Ruth 2002; vgl. auch Stables 2003).

Die medial konstruierten Geschlechterbilder korrespondieren zwar teilweise mit Geschlechterrollen, können aber zugleich andere Aspekte verdecken. Zudem zementieren sie einen Deutungszusammenhang, in dem die schwache und friedfertige Frau als kostbares Gut vor dem feindlichen ›Anderen‹ beschützt werden muss – notfalls mit Waffengewalt. Die Dichotomie der Geschlechterbilder liefert auf diese Weise ein wichtiges Mittel der Legitimation von Kriegen.

Soldatinnen jedoch bringen die Geschlechter-Kriegsordnung durcheinander: Sie unterlaufen – schon per definitionem – das Bild von der Frau als Opfer und werden deswegen entweder nicht oder in eng umrissenen Stereotypen wahrgenommen (vgl. Pater 1993: 102). Wie dominant tradierte Geschlechterbilder auch in Bezug auf Soldatinnen sein können, belegt Sylvia Schießer in einer Studie über die Publikationen der Bundeswehr (vgl. Schießer 2002). Deutsche und ausländische Soldatinnen – so ihr Ergebnis – werden dort in einer Weise porträtiert, die entweder ihre militärischen Aspekte negiert oder (scheinbar) geschlechtsneutral wirkt. In den ersten Bereich fallen die Betonung weiblicher Attraktivität, der Hinweis, dass Soldatinnen die ›Zierde‹ ihrer Einheit seien, sowie der Rekurs auf mütterliche, pflegende Darstellungen z.B. bei Sanitäterinnen und die Darstellung als potenzielle zukünftige Ehefrau. Gerne wird über die Heirats- und Kinderwünsche der Soldatinnen berichtet, die sie für die Zeit nach ihrem Militärdienst hegen. Die soldatischen Fähigkeiten und Qualifikationen der Frauen sind demgegenüber nachrangig, sie erscheinen als ungefährlich und harmlos: »Das reale Ordnungsproblem, das durch das Eindringen von Frauen in den männlichen Bereich Militär entsteht, wird symbolisch durch weibliche Zuschreibungen zu lösen versucht.« (Schießer 2002: 54; vgl. auch Yuval-Davies 1997: 101) Deutlich seltener erscheinen die Frauen dagegen als soldatische Kameradinnen der Männer. Hier stehen »weibliche« zugunsten »männlich« konnotierter Attribute zurück, auch eine »Entsexualisierung« durch die Fokussierung professioneller Aspekte kommt vor (Enloe 1994; Eifler 2002). Weiterhin sind männermordende »Flintenweiber« in den Publikationen der Bundeswehr ganz offen als eine Angstphantasie der Soldaten anzutreffen (Schießer 2002: 55ff.).

Solche Geschlechterbilder haben konkrete Auswirkungen auf die Handlungsspielräume von Männern und Frauen. In der Kriegsberichterstattung dominiert das Geschlechterbild der Frau als zu beschützendem (potentiellen) Opfer, das in die Legitimation eines Krieges eingebunden werden kann. Soldatinnen ›passen‹ allerdings nicht in dieses Bild, das nichtsdestotrotz adaptiert wird. Sie geraten so in einen grundsätzlichen Widerspruch zwischen Geschlechterbild und Geschlechterrolle, denn während sie einerseits militärische Aufgaben zu erfüllen haben, wird

dennoch zugleich auch auf sie das Bild der mütterlichen, pflegenden – letztendlich harmlosen – Frau projiziert. Obwohl sie also dem Konstrukt der schwachen, friedfertigen und schutzbedürftigen Frau nicht entsprechen, erweist es sich doch in ihrer Berufsrolle als hinderlich. Indem Frauen nicht oder selten an vorderster Kriegsfront eingesetzt werden, sinkt jedoch die Wahrscheinlichkeit, das obere Ende der Karriereleiter zu erreichen, denn in der Hierarchie der Armeen ist Wertschätzung eng mit Kampferfahrung verbunden. Die Zahl der Offizierinnen steht gemessen an der Zahl der Soldatinnen proportional nach wie vor weit hinter der der Männer zurück. Wie im zivilen Arbeitsmarkt stoßen Frauen auch hier an eine »gläserne Decke«. Verschiedene Faktoren wie sexuelle Belästigung, Ausschluss von Kampfeinsätzen, Probleme bei der Koordination von Beruf und Familie, Verbot von engen Kontakten zu männlichen Kollegen etc., die die Aufstiegsmöglichkeiten von Frauen behindern, sind letztendlich alle auf die fehlende Akzeptanz von Frauen in einer von Männern dominierten Organisationskultur zurückzuführen (vgl. Hanna 1994).

## Die stereotype Darstellung von Soldatinnen während des Irakkriegs

Im zweiten Golfkrieg 1991 wurde erstmals die Präsenz von Soldatinnen in der US-Armee von den Medien deutlich wahrgenommen. Im Rahmen der Kriegsberichterstattung wurden Soldatinnen zum Teil als hochprofessionelle Spezialistinnen präsentiert, die an der Seite ihrer männlichen Kameraden ihre patriotische Pflicht erfüllen (vgl. Enloe 1994; Weelwright 1994). Irakische Soldatinnen wurden hingegen als unweibliche Amazonen mit Killerinstinkt dargestellt, die von Passivität in fanatische Guerillaaktivität umschwenken. Berichte über amerikanische Soldatinnen, die in Saudi-Arabien »ihren Mann stehen«, wurden mit Berichten über die »Rückständigkeit« der Geschlechterbeziehungen in der arabischen Welt konterkariert und dadurch der Eindruck vermittelt, die amerikanischen Frauen motivierten und unterstützten die saudischen bei der Durchsetzung ihrer Rechte, während das Engagement von einheimischen Frauenrechtsgruppen weitgehend ignoriert wurde. Zugleich konnten auf diese Weise erhebliche Probleme innerhalb der US-Armee missachtet werden (vgl. Weelwright 1994; Enloe 1994). Die Berichterstattung über Soldatinnen und die ihnen zugeschriebenen Geschlechterbilder entsprach der Perspektive des »Orientalismus« (vgl. Said 2003; Weelwright 1994; Saliba 1994) und war auf diese Weise eng in die Legitimation des Krieges eingebunden gewesen: Fortschrittliche amerikanische Soldatinnen »halfen« den unterdrückten saudischen Frauen bei der Emanzipation, wohingegen kämpfende Irakerinnen als irrationale Furien diffamiert wurden.

Dominiert wurde die Berichterstattung jedoch vom Bild der jungen, schönen Frau und Mutter, was sich unter anderem an der Themenwahl zeigte: Die US-Medien beschäftigten sich insbesondere mit der steigenden Zahl von Schwangerschaften, die sie auf die Angst vor einer Verschickung ins Kriegsgebiet zurück-

fürten, mit der Möglichkeit, dass Mütter in diesem Krieg sterben könnten, und mit der drohenden Gefahr der Vergewaltigung von weiblichen Kriegsgefangenen (vgl. Enloe 1994; Weelwright 1994). Bei aller ›Fortschrittlichkeit‹ rekuriert die Medienberichterstattung über Soldatinnen damit immer wieder auch auf die klassischen Stereotype. Entsprechend dieses Geschlechterbildes wurde vor allem diskutiert, ob Frauen die Rolle als Soldatin überhaupt ausfüllen können:

»Frauen sind gefühlsmäßig (sie haben Angst), körperlich (sie werden schwanger), als Geschlechtswesen (im Schlachtgewimmel kann man sie schlecht von Männern unterscheiden), als Rechtswesen (sie dürfen keine Jets fliegen und keine Panzer steuern) und als Mütter (die ihre Babies verlassen müssen) ... für den Krieg nicht geeignet.« (Haug 1991: 354)

Seitdem hat sich einiges geändert, der Frauenanteil in der US-Armee ist kontinuierlich gestiegen, und seit 1994 stehen ihnen fast alle Beschäftigungsfelder offen (vgl. Eifler 2002). In Deutschland werden Frauen seit 2000 in allen Verwendungen in die Bundeswehr aufgenommen. Das wirft die Frage auf, inwiefern sich damit auch die Berichterstattung über Soldatinnen ändert. Am Beispiel der Berichterstattung in ausgewählten deutschen Printmedien<sup>2</sup> über Jessica Lynch und Lynndie England möchte ich exemplarisch zeigen, wie in der Darstellung von Soldatinnen auf unterschiedliche tradierte Stereotype von Frauen allgemein und von weiblichen Täterinnen im besonderen zurückgegriffen wird.

### Die Kriegsheldin: Jessica Lynch und das Krankenhaus von Nasirija

»Von der ›schönen Soldatin‹ wurde gesprochen, und so sehr wir uns freuen, dass Jessica wieder in Sicherheit ist, fragen wir uns doch: Wer rettet eigentlich die Hässlichen?« (Die Welt, 05.04.2003)

Jessica Lynch geriet als Soldatin einer Versorgungseinheit am 23. März 2003 in der Nähe von Nasirija in irakische Gefangenschaft, nachdem die Gruppe sich verirrt hatte. Im Beisein eines Fernsichteamts wurde sie in einer nächtlichen Überraschungsaktion am 01. April von Spezialeinheiten aus einem Krankenhaus befreit:

»Amerikas erster Kriegsheld ist eine Frau. Eine zarte, unschuldig aussehende 19-Jährige. Ein Mädchen vom Lande, das, bevor es in der irakischen Wüste mit seiner Versorgungseinheit vom Weg abkam und in einen Hinterhalt geriet, sein Dorf Palestine in West Virginia nie zuvor verlassen hatte.« (Liebig/Mascher 2003: 32/Focus).

Angesichts der »schönen US-Soldatin« (Bild 2003a), des »hübschen, blonden Mädchens« (Kreye 2003/SZ), das sich »vor zwei Jahren nach der High School bei

<sup>2</sup> Einbezogen wurden *Der Spiegel*, *Focus*, *Stern*, *Die Welt*, die *Süddeutsche Zeitung* und *Bild* (online-Ausgabe).

der Armee verpflichtet« hat, wohlgermerkt »nicht um zu kämpfen, sondern um hinterher eine College-Ausbildung zur Grundschullehrerin finanziert zu bekommen« (Liebig/Mascher 2003: 33/Focus), gerät die deutsche Presse – bei aller Kriegsskepsis – in Verückung. Das ist umso bemerkenswerter, als die mediale Logik der Befreiungsaktion und ihr Inszenierungscharakter erkannt werden (z.B. Kreye 2003/SZ). Die *Welt* fragt in einer Glosse, wer denn eigentlich die hässlichen, mit Kurzsichtigkeit und Neurodermitis Geschlagenen rette (Welt 2003)? Die Frage ist berechtigt, denn die zweite weibliche Gefangene – die Schwarze Shoshana Johnson – erfährt bei weitem nicht dieselbe Aufmerksamkeit wie Jessica Lynch (vgl. Schoeller 2003).

Die Erzählung von Jessica Lynchs Rettung folgt in diesen ersten Tagen vielen klassischen Stereotypen über Soldatinnen. Sie ist ein junges, hübsches Mädchen vom Lande, zart und sensibel, aber eben auch eine »tapfere« Kämpferin. Lynch oszilliert zwischen der harmlosen jungen Frau und der wehrhaften Amazone. Der Kolumnisten Franz Joseph Wagner rekurriert auf die »natürliche Friedfertigkeit« der Frau, die Lynch verraten habe: »Was ist passiert, dass Sie eine Gräuelproduzierende Maschine wurden, das Gegenteil der weiblichen Seele.« (Wagner 2003/WamS) *Bild* lobt dagegen ihren heroischen Einsatz, mit dem sie allerdings weniger die USA als ihre eigene Ehre verteidigen will: »Die junge Soldatin kannte Berichte aus den irakischen Folterkellern. Sie wusste, dass im ersten Golfkrieg weibliche amerikanische Kriegsgefangene von Saddams Schergen brutal misshandelt und vergewaltigt wurden.« (Bild 2003a)

Wichtig ist in diesem Zusammenhang weiterhin, dass Lynch zwar kämpfen kann, wenn die Iraker sie dazu zwingen, sie aber eigentlich doch nur zur Armee gegangen ist, um sich das Geld für einen frauentypischen Beruf zu verdienen: Sie möchte Lehrerin werden (vgl. Bild 2003b; Kreye 2003/SZ; Barnstein/Müller 2003/Welt; Liebig/Mascher 2003/Focus). Die nahe liegende Deutung ist, dass vor allem die Armut Frauen in die Armee zwingt. Der *Stern* überschreibt die Nachricht von der Gefangennahme der beiden Soldatinnen mit »Für ein paar Dollar mehr« (Saur 2003/Stern): Sowohl Lynch als auch Johnson seien nur zur Armee gegangen, um eine Ausbildung finanziert zu bekommen, ihre Zukunft sähen sie »jenseits des Militärs« (Saur 2003: 55/Stern). Dass die dortige Geschlechterordnung durch die Anwesenheit von Frauen dennoch in Gefahr gerät, wird besonders deutlich im *Focus* thematisiert: Die Frauen erwarteten nicht, in ein Kriegsgebiet reisen zu müssen, die Situation überfordere sie, und sie vernachlässigten ihre Pflichten als Mutter (vgl. Liebig/Mascher 2003: 33/Focus; vgl. auch Baker 2003/Welt).

Zusammenfassend bleibt das Bild der weiblichen, harmlosen Soldatin auch im Irakkrieg unberührt. Frauen, so legt es die Berichterstattung zur Gefangennahme von Jessica Lynch nahe, gehen nur aus finanziellen Gründen in die Armee, nicht, weil sie Soldatinnen sein *wollen*. Die wirtschaftliche Situation zwingt sie dazu, auf diese Weise Geld für zivile Berufe zu verdienen. Soldatinnen sind Mütter oder

planen zumindest eine eigene Familie. So finden sich Frauen nach wie vor im »Reproduktionszusammenhang« (Haug 1991: 355) wieder. Auch das Thema »Vergewaltigung« kann in diesem Kontext gesehen werden. Als Drohszenario dient es dazu, die Unzivilisiertheit des Gegners zu behaupten, obwohl das Risiko von einem Kollegen vergewaltigt zu werden, für eine Soldatin statistisch höher ist (vgl. Weelwright 1994: 124f.).

Schon drei Tage nach der Rettungsaktion erschienen widersprüchliche Berichte über deren Ablauf und den Zustand von Lynch. Die *Washington Post* schließlich sieht sich am 15. April genötigt, den auf der ersten Seite (A1) platzierten, ursprünglichen Artikel in Frage zu stellen, dies auf Seite A17. In den beiden folgenden Monaten zeigt eine gründlichere Recherche – u.a. von der *Post* und der *BBC* – dass die anfänglich verbreitete Geschichte zu weiten Teilen falsch war. Früh aufkommende Zweifel wurden nachrangig behandelt. So kritisiert der Ombudsmann der *Washington Post* am 23.05. das halbherzige Eingeständnis seiner Zeitung, vorschnell falsche Informationen verbreitet zu haben (vgl. [www.journalism.org](http://www.journalism.org) 2004).

Anlässlich des Erscheinens ihres Erlebnisberichtes »I am a soldier, too.« meldet sich Lynch schließlich selbst zu Wort: Die Art, wie ihre Geschichte vom Pentagon verkauft werde, gefiele ihr nicht, vor allem wolle sie nicht fälschlich als Heldin gelten, wenn sie gar nicht gekämpft habe (vgl. Koydl 2003/SZ). Die deutschen Medien nehmen dies vor allem zum Anlass, um Kritik an der Propagandamaschinerie des US-Militärs zu üben. Das »patriotische Märchen« (Winkler 2003a/SZ) von der Rettung der jungen Heldin sei ein Beleg für die Versuche der USA, sich die Sympathien nicht nur im eigenen Land, sondern auch im Rest der Welt zu sichern, und ihr Scheitern wird mit einiger Häme registriert: »Das Heldenmädchel Jessica Lynch hätte da helfen können, aber ausgerechnet ihre ergreifende Sage entwickelt sich zu einem PR-Desaster.« (Winkler 2003a/SZ) Insgesamt überwiegt der Respekt vor Lynchs Widerstand gegen die Deutungsmacht des Pentagon, allerdings dominieren dabei Klischees über Weiblichkeit. Noch einmal wird die Zartheit der jungen Frau betont, obwohl längst volljährig, wird sie immer wieder als »Mädchen« bezeichnet, mit dessen »Anständigkeit« ihre Vorgesetzten nicht gerechnet hätten (z.B. Schmitt 2003/Welt). Den Heldenstatus habe sie vor allem ablehnt, weil er mit einem Rambo-Image verbunden sei (vgl. Winkler 2003b/SZ). Der Hauptgrund für Lynchs Verhalten scheint demnach die Furcht zu sein, für unweiblich gehalten zu werden. Sie wirkt gelegentlich wie ein Spielball im Propagandakampf, der zuerst vom Militär, dann von den Medien aufs Feld gebracht wird. Ersterem dient sie als Lehrstück über Heldenmut, letzteren als Kronzeugin für den Fehlschlag des Krieges.

## Die Kriegsverbrecherin: Lynndie England und das Gefängnis von Abu Ghraib

»Eine elende Domina in Wüstenuniform, die einen nackten Mann an der Leine hält und dumpf auf ihn nieder starrt wie auf einen räudigen Köter, gibt dem Folterskandal von Abu Ghraib Gestalt und Namen.« (Uwe Schmitt, Die Welt, 08.05.2004)

Ein Jahr nach Jessica Lynch findet sich eine andere amerikanische Soldatin auf den Titelseiten der Weltpresse wieder. Ein Militärpolizist will die Vorgänge im Gefängnis von Abu Ghraib nicht länger hinnehmen und informiert seine Vorgesetzten. Im Februar 2004 wird eine Untersuchungskommission eingesetzt, deren geheimer Untersuchungsbericht die Anwendung ungesetzlicher Verhörmethoden bestätigt und explizit von »numerous incidents of sadistic, blatant and wanton criminal abuses« (Tabuga 2004: 16) spricht. Mehrere Fotos werden sichergestellt, auf denen amerikanische SoldatInnen irakische Gefangene misshandeln und mit ihren Opfern posieren. Obwohl unter den insgesamt dreizehn Personen, die schließlich angeklagt werden oder einen Verweis erhalten, nur drei Frauen sind, ist doch vor allem ein Gesicht immer wieder zu sehen: Lynndie England arbeitete eigentlich in der Gefängnisverwaltung und hatte daher mit den Geschehnissen nicht unmittelbar zu tun. Aber sie war mit dem Unteroffizier Graner liiert und ließ sich wiederholt gemeinsam mit ihm oder allein vor den Gefangenen ablichten.

Auffallend ist dabei vor allem zweierlei: zum einen die sadomasochistische Ikonographie, in der sich Männer den Quälereien grausamer, dominanter Frauen unterwerfen müssen (vgl. Raulff 2004/SZ), zum anderen die Umkehrung der klassischen Rollenverteilung zwischen Tätern und Opfern, die wir nicht nur, aber insbesondere aus der Kriegsberichterstattung gewohnt sind. Beides zusammen mag dazu geführt haben, dass England mehr als ihre KollegInnen zum »Symbol des hässlichen Amerika«, zur »bösen Fratze des Irakkriegs« wurde (Hujer 2004c/SZ). Entsprechend eindeutig sind die Begriffe, mit denen sie die Medien belegen: »Domina« (z.B. Schmitt 2004/Welt), »Folter-Hexe« (Mänz 2004b/Bild), »Sado-Soldatin« (Haj Ali 2004/Bild), »sadistische Foltermagd« (Koydl 2004/SZ), »Dame mit der Hundeleine« (Ihlau 2004/Spiegel).

Dennoch konkurrieren mindestens zwei Entwürfe Englands in der Berichterstattung, die die Unklarheiten über das Ereignis, aber auch die vorherrschenden Stereotype weiblicher Täterschaft widerspiegeln. In den meisten Artikeln erscheint Lynndie England als eigenverantwortlich handelnde Person. Sie wird als eine »Domina mit einem Klein-Erna-Grinsen« (Koydl 2004/SZ) beschrieben, »mal grienend und mit hochgerektem Daumen, mal abschätzig auf ihr Opfer niederblickend.« (Koydl 2004/SZ). Hier wird das Bild einer grausamen Frau gezeichnet, die Freude am Quälen von Gefangenen hat, uneinsichtig und gefühllos ist (z.B. Schmitt 2004/Welt; Ihlau 2004: 100/Spiegel; Bild 2004b). Diese Lynndie England ist sexbesessen und mit wechselnden Kameraden liiert, sie posiert für porno-

graphische Fotos, trinkt exzessiv Alkohol und verweigert Vorgesetzten den Gehorsam (vgl. Hujer 2004a/SZ und 2004b/SZ; Die Welt 2004; Krauel 2004b/Welt). Neben der stark sexualisierten Darstellung werden immer wieder auch die »männlichen Attribute« Englands betont (vgl. Koydl 2004/SZ). Solche Beschreibungen liefern das Bild einer exzessiven, von der Norm abweichenden Täterin, die ihre sadistischen Triebe auslebt, und sich zwar durch sexuelle Promiskuität auszeichnet, jedoch wenig »feminine Eigenschaften« zu besitzen scheint.

Die andere Lynndie England, die deutlich seltener anzutreffen ist, ist ein zierliches, naives Mädchen, dass aus Liebe zu Charles Graner in die Sache hineingezogen wurde oder weil sie mit den Männern in ihrer Abteilung »mithalten« wollte (Mänz 2004b/Bild). In dieser Erzählung ist sie eine lustige Person, die, obwohl noch jung, schon ein recht hartes Leben hinter sich hat und für die die Armee eine Chance bietet, Geld fürs College zu verdienen. Sie handelt nicht initiativ sondern aus blinder Liebe. An anderer Stelle wird zusätzlich ein übergeordnetes, abstraktes System verantwortlich gemacht:

»Wie aber konnte aus der kleinen, zähen Lynndie aus der Verwaltung der MP-Kompanie, deren Job es war, Häftlinge mit Daten und Fingerabdruck zu registrieren, die »Queen of Mean« der amerikanischen Boulevardpresse werden? Sie habe ein Verhältnis mit Charles Graner (35) gehabt und sei schwanger von ihm. [...]Lynndie England wäre nicht die erste Kolonialherrin aus so genannten kleinen Verhältnissen, die fern der Heimat von der absoluten Macht eines Gefängnisses absolut korrumpiert würde.« (Schmitt 2004/Welt)

Hier wird offen gehalten, wie weit Englands Mitschuld reicht, und vor allem wie viel eigene Initiative sie bei ihren Taten gezeigt hat. Sie ist in diesen Darstellungen eine »naive junge Frau« (Bild 2004b), zugleich schuldig und unschuldig:

»Die Flucht in Sadismen war angelegt, bevor Menschen wie die Gefreite Lynndie England ihre eigene Persönlichkeit kennen lernen konnten. Sie ist Opfertäterin, dass muss man unmissverständlich festhalten. Sie ist schuldig, und sie ist an Versäumnissen gescheitert, die nicht die ihren waren.« (Krauel 2004a/Welt)

In diesem Zusammenhang werden ihr bisweilen auch explizit weiblich assoziierte Eigenschaften zugeschrieben: »War die junge Militärpolizistin nun Anstifterin oder Mitläuferin? ... Freunde sagen, Lynndie liebe Katzen und Babys, sah die Armee als Tor zu einer besseren Welt.« (Mänz 2004a/Bild) – »Schwanger im sechsten Monat. [...] weint sie manchmal?« (Barak 2004/Bild)

Zusammenfassend liefern solche Textpassagen Beispiele für eine alternative Deutung, nach der England eine aus Liebe und Suche nach Anerkennung fehlgeleitete Gehilfin ist, eine unschuldig schuldig gewordene Frau. Während einige Artikel sich eindeutig für die eine oder andere Darstellung entscheiden, legen sich viele Artikel nicht eindeutig fest, sondern oszillieren zwischen beiden Deutungsmustern.

Unter den Verdächtigen ist England besonders exponiert, sie wird in weit höherem Maße als ihre Kameraden das »Symbol« (z.B. Koydl 2004/SZ) Abu



Ghraibs. Dies mag daran liegen, dass Frauen ansonsten in der Berichterstattung als Opfer von (sexueller) Gewalt erscheinen.

»Auf den nun aufgetauchten skandalösen pornografischen Schnappschüssen aber präsentieren sie sich so selbstverständlich in der Pose des Voyeurs und Täters, dass man die offenbar bruchlose Aneignung von Praktiken sexueller Herabsetzung verblüfft zur Kenntnis nimmt.« (Zekri 2004/SZ).

In der Vertauschung der Täter-Opfer-Rollen entspricht die Darstellung der Täterin weiterhin den klassischen Stereotypen. Sie schwankt zwischen der untergeordneten Gehilfin und der bestialischen Exzesstäterin, wobei ersteres mit weiblicher »Normalität« assoziiert ist, letzteres mit »Perversion« und Kriminalität (vgl. Kretzer 2002: 125). Die Berichtsvariante, nach der England aus Liebe zu Graner auf den Fotos posiert und letztlich nur Anordnungen anderer befolgt habe, folgt dem Deutungsschema der eigentlich harmlosen Gehilfin. Folgerichtig wird England hier, bei aller Verwerflichkeit ihres Tuns, vor allem als Opfer einer überfordernden Situation gesehen, das unschuldig schuldig geworden ist. In der Deutungsvariante der Exzesstäterin ist sie dagegen eine Domina, die Freude an sadomasochistischen Handlungen hat und selbst die Initiative ergreift. Die Beteiligung von Frauen an den Verbrechen wird dann nicht marginalisiert, sondern skandalisiert. Da die Täterschaft nicht aus der formalen Funktion und der Position innerhalb der Machthierarchie erklärt werden kann, ist die Interpretation der Ereignisse für stereotype Vermutungen über das »Wesen« der Täterin besonders anfällig (vgl. Kretzer 2002: 126 und 134).

Weiterhin fällt gegenüber der Golfkriegsberichterstattung von 1991 auf, dass Frauen nach wie vor insbesondere im Zusammenhang mit Sexualität in den Medien präsent sind. Der von Haug konstatierte »Reproduktionszusammenhang« (Haug 1991: 355), der Berichte über Schwangerschaft, Mutterschaft/Familie und Vergewaltigungsoffer umfasst, muss allerdings um den Aspekt der Täterschaft bei sexuellen Misshandlungen ergänzt werden.

Schwangerschaft spielt auch in der Darstellung Lynndie Englands eine Rolle. In der Berichterstattung, die dem Bedeutungsschema »Exzesstäterin« folgt, wird implizit die Frage aufgeworfen, inwieweit eine Frau, die die »natürlichen« Grenzen ihrer Geschlechterrolle überschritten hat, berechtigt und fähig ist, die »natürliche« Rolle der Mutterschaft zu übernehmen: »Im Irak folterte sie Gefangene. Jetzt wurde Lynndie England Mutter. – Sie zog einen hilflosen Gefangenen an einer Hundeleine über den Flur. Jetzt hält sie ihr neugeborenes Baby im Arm.« (Bild 2004a.)

Die konstruktivistische Argumentation, nach der Frauen nicht weniger zu gewalttätigen Konfliktlösungen bereit seien als Männer, sich aber seltener in Situationen fänden, in denen dies von ihnen erwartet würde, ist in den Medien selten anzutreffen (z.B. Zekri 2004/SZ). Die Berichterstattung folgt sehr viel häufiger

einer essentialistischen Sichtweise, in der Englands Verhalten vor dem Hintergrund der »natürlichen« Friedfertigkeit von Frauen entweder als Mitläufertum oder als abnormaler Exzess gedeutet wird.

Mehrfach wird auch der Vergleich mit Jessica Lynch gezogen, die ebenfalls aus dem ärmlichen West Virginia stammt (das traditionell viele SoldatInnen stellt) und zunächst zur Armee ging, um Geld für das College zu verdienen. Die Kontrastierung der beiden vor dem ähnlichen sozialen Hintergrund folgt ebenfalls einem essentialistischen Deutungsmuster: Die zarte »Heldin« Lynch habe eine Karriere als Lehrerin geplant, wohingegen England Meteorologin habe werden wollen, weil sie sich für Hurrikans interessiere. Während Lynch als kinderlieb beschrieben wird, habe sich England immer schon wie ein Junge verhalten (vgl. Koydl 2004/SZ; Schmitt 2004/Welt).

### **Fazit: Mediale Konstruktionen von Soldatinnen im Krieg**

Die mediale Konstruktion von Wirklichkeit(en) ist keine autonome Eigenleistung der Medien, sondern Teil eines komplizierten Beziehungsgeflechts, aus dem hier exemplarisch die Darstellung von Soldatinnen im Kontext des Irakkrieges herausgegriffen wurde. Soldatinnen widersprechen der Frauen insbesondere in Kriegzeiten dominanten Zuschreibung des passiven Opfers, sie durchbrechen die Gleichsetzung von »Krieg = männlich«, die auch von vielen Feministinnen angenommen wird.

Dennoch hat dieses Geschlechterbild zum einen Auswirkungen auf ihr Handeln im militärischen Kontext, etwa in Bezug auf Karrieremöglichkeiten. Die (Nicht-)Beteiligung an Kampfeinsätzen wird von PazifistInnen ebenso wie im militärischen Kontext kontrovers diskutiert, z.T. vor dem Hintergrund einer angenommenen »natürlichen Friedensliebe« von Frauen.

Zum anderen schlägt sich das Stereotyp der »friedfertigen Weiblichkeit« in der Berichterstattung der Medien nieder, die an Soldatinnen vor allem feminine, pflegende und mütterliche Aspekte betonen. Die Darstellungen reichen dabei auf der eigenen Seite von der kämpferischen Amazone zur fürsorglichen Soldatenmutter oder professionellen Kumpanin und beschränken sich auf der gegnerischen Seite meist auf die männermordende Furie. Diesbezüglich hat sich seit dem letzten Irakkrieg 1991 kaum etwas verändert. Jessica Lynch repräsentiert den positiv konnotierten »weiblichen« Aspekt der Soldatinnen, zu dem sich nun als negatives Pendant die »grausame Domina« Lynndie England gesellt. Je nach Deutung werden ihre Taten als abnormer Exzess oder als untergeordnete Unterstützung gewertet, aber in beiden Fällen steht sie gemeinsam mit Lynch symbolhaft für den »Januskopf der US-Streitkräfte« (Schmitt 2004/Welt). Diese stereotypen Deutungsmuster können in (legitimatischer) Konstruktionen von Wirklichkeit in Kriegen eingebunden werden.

Während die Geschichte von Lynchs Rettung der US-Regierung als Mittel diente, die eigene Überlegenheit zu demonstrieren und die Moral der Truppen zu heben (vgl. Prause 2004: 149), wurde sie in den deutschen und zum Teil auch den amerikanischen Medien im Verlauf als propagandistischer Coup (und Fehlschlag) gewertet, mit dem ein falsches Bild von einem scheiternden Krieg gezeichnet werden sollte. *Der Spiegel* bspw. veröffentlicht zu diesem Anlass einen Bericht über das Krankenhaus, aus dem Lynch befreit wurde. In dem Artikel kommen vor allem die dort arbeitenden Ärzte zu Wort, die bezeugen, wie gut sie die amerikanische Gefangene behandelt haben – auch auf Kosten der eigenen Landsleute (vgl. Osang 2003/Spiegel). Ihre Aussagen werden kommentarlos übernommen; inwiefern auch das möglicherweise Propaganda ist, reflektiert der Artikel nicht.

In der Berichterstattung über Lynndie England rückte dagegen die »exzessive Einzeltäterin« immer stärker in den Vordergrund, nachdem anfänglich die Verantwortlichkeit der US-Politik durchaus diskutiert worden war. Sowohl der Tabuga-Bericht als auch die ersten Artikel von Seymour Hersh im *New Yorker* hatten explizit auf Mängel in der Verwaltungsstruktur auf höherer Ebene hingewiesen (vgl. Tabuga 2004; Hersh 2004a/The New Yorker und 2004b/The New Yorker). In der deutschen Berichterstattung wurde dies auch thematisiert, später allerdings zugunsten der Anhörungen bzw. Prozesse von England, Graner u.a. aufgegeben. Damit folgte die Presse der Deutung des amerikanischen Militärs und seiner Regierung, die die Geschehnisse auf Einzeltäter zurückführten und strukturelle Probleme ignorierten. In der Fokussierung auf England und Graner bleiben weitergehende Fragen nach der Verantwortlichkeit größtenteils unberührt. Unter Rückgriff auf stereotype Geschlechterbilder trägt die mediale Konstruktion von Wirklichkeiten so zur Legitimierung oder Delegitimierung von Kriegen bei.

## Literatur

- Böhm, Andrea (2000): »Freier für den Frieden«, in: *Die Zeit*, Nr. 3/2000, [http://www.zeit.de/2000/3/200002\\_sfor.html](http://www.zeit.de/2000/3/200002_sfor.html) (22.01.2002).
- Cockburn, Cynthia/Hubic, Meliha (2002): »Gender und Friedenstruppen: Die Perspektive bosnischer Frauenorganisationen.«, in: Harders, Cilja/Roß, Bettina (Hg.): *Geschlechterverhältnisse in Krieg und Frieden. Perspektiven der feministischen Analyse internationaler Beziehungen*, Opladen: Leske und Budrich, S. 199-218.
- CWINF (Committee on Women in NATO Forces)(2004): »United States – National report 2004«, <http://www.nato.int/ims/2004/win.us.pdf> (21.02.2005).
- Eifler, Christine (2002): »Soldatin – ein neuer Job für Frauen? Genderkonstruktionen im Vergleich USA, BRD und Russland«, in: Harders, Cilja/Roß, Bettina (Hg.): *Geschlechterverhältnisse in Krieg und Frieden. Perspektiven der feministischen Analyse internationaler Beziehungen*, Opladen: Leske und Budrich, S. 163-172.

- Enloe, Cynthia (2002): »Männlichkeit als außenpolitisches Problem«, in: Harders, Cilja/Roß, Bettina (Hg.): *Geschlechterverhältnisse in Krieg und Frieden. Perspektiven der feministischen Analyse internationaler Beziehungen*, Opladen: Leske und Budrich, S. 79-85.
- Enloe, Cynthia (1994): »The Politics of Constructing the American Woman Soldier«, in: Addis, Elisabetta/Russo, Valeria E. (Hg.): *Women Soldiers. Images and Realities*, New York: St. Martin's Press, S. 81-110.
- Göhler, Adrienne (2000): »Geschlechtsneutrale Friedensmissionen«, in: *Forum Wissenschaft*, Nr. 1/2000, S. 41-44.
- Hanna, Patricia B. (1994): »An Overview of Stressors in the Career of US-Servicewomen«, in: Addis, Elisabetta/Russo, Valeria E. (Hg.): *Women Soldiers. Images and Realities*, New York: St. Martin's Press, S. 59-77.
- Harders, Cilja (2004): »Krieg und Frieden: Feministische Positionen«, in: Becker, Ruth/Kortendiek, Beate (Hg.): *Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung. Theorie, Methoden, Empirie*, Opladen: Verlag für Sozialwissenschaften, S. 461-465.
- Haug, Frigga (1991): »Eintritt der Frauen in den Krieg«, in: *Das Argument*, 33. Jg., Heft 187, S. 349-359.
- Hillauer, Rebecca (2003): »Frauenpower für die Opfer«, in: *Süddeutsche Zeitung*, Nr. 92 vom 22.04.03, S. 10.
- Kirchner, Andreas/Kreisler, Sebastian/Ruth, Ina (2002): »Bilder, die zum Handeln auffordern«, in: Jäger, Siegfried/Jäger, Margarete (Hg.): *Medien im Krieg. Der Anteil der Printmedien an der Erzeugung von Ohnmachts- und Zerrissenheitsgefühlen*. Duisburg: Duisburger Institut für Sprach- und Sozialforschung, S. 29-72.
- Klaus, Elisabeth/Kassel, Susanne (2003): »Frauenrechte als Kriegslegitimation in den Medien«, in: Neissl, Julia/Eckstein, Kirstin/Anker, Elisabeth/Arzt, Silvia (Hg.): *Männerkrieg und Frauenfrieden. Geschlechterdimensionen in kriegerischen Konflikten*, Wien: Promedia, S. 13-30.
- Kretzer, Anette (2002): »She who violates the law of war. Hauptkriegsverbrecherinnen im Hamburger Ravensbrück-Prozess 1946/47«, in: Harders, Cilja/Roß, Bettina (Hg.): *Geschlechterverhältnisse in Krieg und Frieden. Perspektiven der feministischen Analyse internationaler Beziehungen*, Opladen: Leske und Budrich, S.123-141.
- Pater, Monika (1993): »Die militarisierte Männlichkeit. Geschlechterverhältnisse – Medien – Krieg«, in: Löffelholz, Martin (Hg.): *Krieg als Medienereignis. Grundlagen und Perspektiven der Krisenkommunikation*, Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 97-108.
- Prause, Stephanie (2004): *Jessica Lynch: Gerettete in der Not oder Retterin in der Not? Politikdarstellung für die Medien*, Münster: Lit.

- Roß, Bettina (2002): »Krieg und Geschlechterhierarchie als Teil des Gesellschaftsvertrages«, in: Harders, Cilja/Roß, Bettina (Hg.): *Geschlechterverhältnisse in Krieg und Frieden. Perspektiven der feministischen Analyse internationaler Beziehungen*, Opladen: Leske und Budrich, S. 31-44.
- Said, Edward W. (2003): *Orientalism* (25th Anniversary Reprint), New York: Vintage.
- Saliba, Therese (1994): »Military Presences and Qabsences: Arab Women and the Persian Gulf War«, in: Jeffords, Susan/Rabinovitz (Hg.): *Seeing through the Media. The Persian Gulf War*, New Brunswick, N.J.: Rutgers University Press, S. 263-284.
- Schießer, Sylvia (2002): »Gender, Medien und Militär: Zur Konstruktion weiblicher Stereotype in der Darstellung von Soldatinnen in den Printmedien der Bundeswehr«, in: *Beiträge zur feministischen Theorie und Praxis*, 25. Jg., Heft 61, S. 47-61.
- Schoeller, Olivia (2003): »Helden sind weiß«, in: *Berliner Zeitung* vom 12.11.03, S. 3.
- Stables, Gordon (2003): »Justifying Kosovo: Representations of Gendered Violence and U.S. Military Intervention«, in: *Critical Studies in Media Communication*, Nr. 20(1)/März 2003. S. 92-115.
- Tabuga, Antonio (2004): »Article 15-6 Investigation of the 800th Military Police Brigade«, [http://www.npr.org/iraq/2004/prison\\_abuse\\_report.pdf](http://www.npr.org/iraq/2004/prison_abuse_report.pdf) (12.06.2004)
- Wasmuth, Ulrike C. (2002): »Warum bleiben Kriege gesellschaftsfähig? Zum weiblichen Gesicht des Krieges«, in: Harders, Cilja/Roß, Bettina (Hg.): *Geschlechterverhältnisse in Krieg und Frieden. Perspektiven der feministischen Analyse internationaler Beziehungen*, Opladen: Leske und Budrich, S. 87-103.
- Weelwright, Julie (1994): »It Was Exactly Like the Movies! The Media's Use of the Feminine During the Gulf War«, in: Addis, Elisabetta/Russo, Valeria E. (Hg.): *Women Soldiers. Images and Realities*, New York: St. Martin's Press, S. 109-126.
- www.journalism.org (2004): »Media Mythmaking in the Iraq War«, <http://www.journalism.org/resources/research/reports/war/postwar/lynch.asp#2>, (10.02.2005)
- Yuval-Davis, Nira (1997): *Gender and Nation*, London; Thousand Oaks; New Delhi: Sage.
- Ziller, Christiane (1999): »Unerwünschte Nebenwirkung«, in: *Freitag*, Nr. 44 vom 29.10.1999, S. 18.

## Primärquellen

- Barnstein, Catrin/Müller, Felix (2003): »Saving Private Lynch«, in: *Die Welt* vom 03.04.03, <http://www.welt.de/data/2003/04/03/63503.html?prx=1> (14.02.2005)
- Baker, Peter (2003): »Der Tod vor der Tür – 21 Tage in Gefangenschaft«, in: *Die Welt* vom 15.04.03, <http://www.welt.de/data/2003/04/15/73390.html?prx=1> (14.02.2005).

- Barak, Daphne (2004): »Die Foldersoldatin erzählt ihr Leben«, in: *Bild online* vom 29.06.04, <http://www.bild.t-online.de> (15.02.2005).
- Bild (2004a): »Im Irak folterte sie Gefangene – Jetzt wurde Lynndie England Mutter«, in: *Bild online* vom 14.10.04, [http://www.bild.t-online.de/BTO/2004/10/14/hyndie\\_england\\_geburt/hyndie\\_england\\_geburt.html](http://www.bild.t-online.de/BTO/2004/10/14/hyndie_england_geburt/hyndie_england_geburt.html) (15.02.2005)
- Bild (2004b): »Die Quälereien waren nur ein »großer Witz«, in: *Bild online* vom 18.08.04, <http://www.bild.t-online.de> (15.02.2005)
- Bild (2003a): »Jessicas verzweifelter Kampf«, in: *Bild online* vom 03.04.03, <http://www.bild.t-online.de> (03.04.2003).
- Bild (2003b): »Gerettet: Jessica ist wieder frei!«, in: *Bild online* vom 02.04.03, <http://www.bild.t-online.de> (02.04.2003).
- Die Welt (2004): »Frühere Kameraden belasten Lynndie England schwer«, in: *Die Welt* vom 06.08.04 <http://www.welt.de/data/2004/08/06/315260.html?prx=1> (14.02.2005).
- Die Welt (2003): »Schön und Hässlich«, in: *Die Welt* vom 05.04.03 <http://www.welt.de/data/2003/04/05/66259.html?prx=1> (14.02.2005).
- Haj Ali, Claudia (2004): »Die Folter-Soldatin Lynndie England hochschwanger vor Gericht«, in: *Bild online* vom 03.08.04, <http://www.bild.t-online.de> (15.02.2005).
- Hersh, Seymour (2004a): »Torture at Abu Ghraib«, in: *The New Yorker* vom 10.05.04, posted 30.04.04 <http://www.newyorker.com/printable/?fact/040510fa fact> (15.02.2005).
- Hersh, Seymour (2004b): »Chain of Command«, in: *The New Yorker* vom 17.05.04, posted 09.05.04 <http://www.newyorker.com/printable/?fact/040517fa fact2> (15.02.2005).
- Hujer, Marc (2004a): »Den Menschen in ihr können wir nicht sehen«, in: *Süddeutsche Zeitung*, Nr. 180 vom 06.08.04, S. 8.
- Hujer, Marc (2004b): »Frühlingsferien in Abu Ghraib«, in: *Süddeutsche Zeitung*, Nr. 179 vom 05.08.04, S. 8.
- Hujer, Marc (2004c): »Ein Mädchen, das Yes sagt«, in: *Süddeutsche Zeitung*, Nr. 178 vom 04.08.04, S. 3.
- Ihlaß, Olaf (2004): »Faule Äpfel«, in: *Der Spiegel*, Nr. 22 vom 27.05.04, S. 97-98.
- Koydl, Wolfgang (2004): »Ein Mädchen im Zentrum des Wirbelsturms«, in: *Süddeutsche Zeitung* Nr. 106 vom 08./09.05.04, S. 3.
- Koydl, Wolfgang (2003): »Die missbrauchte Heldin«, in: *Süddeutsche Zeitung*, Nr. 266 vom 19.11.03, S. 11.
- Krauel, Torsten (2004a): »Die Versager von Abu Ghraib«, in: *Die Welt* vom 26.08.04 <http://www.welt.de/data/2004/08/26/324103.html?prx=1> (14.02.2005).

- Krauel, Torsten (2004b): »US-Ermittlerin bestätigt vor Gericht Foltermethoden im Gefängnis Abu Ghraib«, in: *Die Welt* vom 07.08.04, <http://www.welt.de/data/2004/08/07/315817.html?prx=1> (14.02.2005).
- Kreye, Andrian (2003) »US-Heldenepos, erster Teil«, in: *Süddeutsche Zeitung*, Nr. 78 vom 03.04.03, S. 6.
- Liebig, Christian/Mascher, Caroline (2003): »Amerikas Heldinnen«, in: *Focus*, Nr. 15 vom 07.04.03, S. 32-33.
- Mänz, Christina (2004a): »Jetzt fürchtet die Folter-Soldatin um ihr Leben«, in: *Bild online* vom 13.05.04, <http://www.bild.t-online.de> (15.02.2005).
- Mänz, Christina (2004b): »Folter-Hexe wollte so hart wie ein Kerl sein«, in: *Bild online* vom 07.05.04, [http://www.bild.t-online.de/BTO/news/2004/10/14/hyndie\\_england\\_geburt/hyndie\\_england\\_geburt.html](http://www.bild.t-online.de/BTO/news/2004/10/14/hyndie_england_geburt/hyndie_england_geburt.html) (15.02.2004).
- Osang, Alexander (2003): »Die Jessica-Lynch-Show«, in: *Der Spiegel*, Nr. 24 vom 26.05.03, S. 64-68.
- Raulff, Ulrich (2004): »Die 120 Tage von Bagdad«, in: *Süddeutsche Zeitung* vom 04.05.04, S. 11.
- Rich, Frank (2004): »The Manufacturing of Heroes and Villains«, in: *The New York Times, Supplement der Süddeutschen Zeitung* vom 24.05.04, S. 1-2.
- Saur, Michael (2003): »Für ein paar Dollar mehr«, in: *Stern*, Nr. 15 vom 03.04.03, S. 54-56.
- Schmitt, Uwe (2004): »Eine elende Domina«, in: *Die Welt* vom 08.05.04, <http://www.welt.de/data/2004/05/08/274888.html?prx=1> (14.02.2005).
- Schmitt, Uwe (2003): »Die beschämte Heldin«, in: *Die Welt* vom 10.11.03, <http://www.welt.de/data/2003/11/10/195251.html?prx=1> (14.02.2005).
- Wagner, Franz Joseph (2003): »Jessicas Krieg. Wagners Welt –Kolumne«, in: *Welt am Sonntag* vom 06.04.03, <http://www.wams.de/data/2003/04/06/66809.html?prx=1> (14.02.2005).
- Winkler, Willi (2003a): »Kollateralschaden«, in: *Süddeutsche Zeitung*, Nr. 262 vom 14.11.03, S. 19.
- Winkler, Willi (2003b): »Helden für einen Tag«, in: *Süddeutsche Zeitung*, Nr. 257 vom 08./09.11.03, S. 18.
- Zekri, Sonja (2004): »Die Illusion vom weiblichen Krieg«, in: *Süddeutsche Zeitung*, Nr. 105 vom 07.05.04, S. 17.

Lydia Butt

## Zur Konstruktion von Deutschsein in der publizistischen Kontroverse zur ›Leitkultur‹ 2004

### Kollektive Identität – Zwischen globalen Entwicklungen und nationalen Eigenheiten

»Als ein Volk der ungeheuerlichsten Mischung und Zusammenrührung von Rassen, [...] sind die Deutschen unfassbarer, umfänglicher, widerspruchsvoller, unbekannter, unberechenbarer, überraschender, selbst erschrecklicher, als es andere Völker sich selber sind: – sie entschlüpfen der Definition [...]. Es kennzeichnet die Deutschen, dass bei ihnen die Frage ›was ist deutsch?‹ niemals ausstirbt.« (Nietzsche 1930 [1886]: §244)

Kann man wie Friedrich Nietzsche in *Jenseits von Gut und Böse* »die Deutschen« auch heute noch charakterisieren, indem man auf einen »typischen« Hang zur Beschäftigung mit ihrer nationalen Identität verweist? Wie exemplarisch Samuel Huntingtons Monographie *Who are we? America's national identity and the challenges it faces*<sup>1</sup> (Huntington 2004) zu belegen vermag, rückt vor dem Hintergrund des Multikulturalismus auch für andere Gemeinschaften die Beschäftigung mit ihrer kollektiven Identität in den Vordergrund. Der Eindruck einer Zunahme an Pluralität innerhalb nationalstaatlicher Grenzen führt offenbar nicht nur in Europa, sondern auch in den »klassischen Einwanderungsländern« zu einer Diskussion über die Säulen der Gemeinschaftlichkeit: Wie sind der Anspruch universeller Gleichheit und die Forderung nach kultureller Differenz zu gewichten? Soll die Nation kulturell geprägte Heimat oder abstrakte Wertegemeinschaft sein? – so

---

<sup>1</sup> Der Untertitel des Buches variiert. Ein Teil der Auflage ist unter dem Titel *Who are we? America's great debate* erschienen.



lauten zwei der zentralen Fragen, die auf beiden Seiten des Atlantiks kontrovers diskutiert werden (für einen Vergleich zwischen Deutschland und den USA vgl. Ostendorf 1998, eine europäische Perspektive eröffnet Lützelner 1997). Vor dem Hintergrund des 11. September 2001 ist ferner die Aufgabe hinzugekommen, im nationalen Zusammenleben Freiheit und Sicherheit miteinander zu vereinbaren.

Der »regelrechte Boom« (Jurt/Mollenhauer 2002: 7; vgl. auch Hepp/Thomas/Winter 2003: 7-9) des Themas korreliert also mit einer gesellschaftlichen Entwicklung, in der das Konzept der nationalen Identität selbst zunehmend problematisch erscheint (vgl. Smith 2001: 21). Auf der einen Seite bringen Globalisierung, Migration und postkoloniale Konstellationen eine Schwächung der Nationalstaaten mit sich (vgl. z.B. Castells 1997: 243-308). Darüber hinaus stellen insbesondere poststrukturalistische und postmoderne Theorien die Kategorie der Identität selbst infrage (vgl. Hall 1996). Die Auseinandersetzung mit dem »Eigenen« ist also keinesfalls nur ein deutsches Phänomen, und sie ist durch Entwicklungen gekennzeichnet, die vor nationalen Grenzen keinen Halt machen. Dennoch fällt es schwer, Nietzsches Bemerkungen über die charakteristische »Nabelschau« der Deutschen jede Geltung für die Gegenwart abzusprechen. Sein Aphorismus scheint insbesondere in den letzten beiden Jahrzehnten im Zusammenhang mit einer vertieften Beschäftigung mit der nationalsozialistischen Vergangenheit eine neue Aktualität gewonnen zu haben. Nicht nur im Historikerstreit (1986/87), sondern auch in daran anschließenden Auseinandersetzungen wie der Diskussion um das Berliner Holocaust-Mahnmal (erstmalig 1994), der Goldhagen-Kontroverse (1996) oder der Walser-Bubis Debatte (1998) stritt man um »Vergangenheit, die nicht vergehen will« – und damit zugleich über den Stellenwert des Nationalsozialismus im Selbstbild der Deutschen (vgl. Assmann/Frevert 1999). Nicht zuletzt vor dem Hintergrund der Wiedervereinigung hat die Frage nach dem Selbstverständnis der »Berliner Republik« und ihrer Bürger neue Impulse erhalten (vgl. zum Themenkomplex deutsche Identität und Berliner Republik Taberner/Finley 2002).

In diesem Spannungsfeld zwischen globalen Phänomenen und nationalen Eigenheiten ist die jüngste »Leitkultur«-Debatte zu verorten. Auslöser war der offenbar radikal-islamistisch motivierte Mord am holländischen Filmemacher Theo van Gogh und eine daran anschließende Serie von Brandanschlägen auf muslimische und christliche Einrichtungen in den Niederlanden.<sup>2</sup> Der als Provokateur bekannte van Gogh hatte in seinem Werk *Submission* – einer Zusammenarbeit mit der aus Somalia stammenden Parlamentsabgeordneten Ayaan Hirsi Ali – Gewalt gegen Frauen im Islam angeprangert. Die Ereignisse im Nachbarland führten im November und Dezember 2004 auch in Deutschland zu einer Auseinandersetzung über das Zusammenleben zwischen (muslimischen) Einwander-

---

<sup>2</sup> Auch in Deutschland kam es in der Nacht zum 18.11.2004 zu einem Anschlag auf eine Moschee im baden-württembergischen Sinsheim.

derern und der Mehrheitsbevölkerung. Dabei wurde erneut der Begriff der ›Leitkultur‹ ins Spiel gebracht, durch dessen Verwendung Friedrich Merz bereits vier Jahre zuvor eine ähnliche Debatte ausgelöst hatte.<sup>3</sup>

Meine Analyse kollektiver Identität lehnt sich an die schon 1987 von Philip Schlesinger formulierte Kritik an, in der er sich gegen eine kommunikationswissenschaftliche Praxis ausspricht, die (weitgehend unbewiesene) Wirkungsbeziehungen zwischen Medienkonsum und Identitätskonstitution an ihren Anfang setzt. Stattdessen fordert Schlesinger, »das Problem der nationalen Identität in den Mittelpunkt zu stellen und zu fragen, wie sie analysiert werden könnte und welche Bedeutung kommunikative Praktiken für ihre Konstitution haben« (zit. nach Ang 1999: 335, eine Differenzierung und Weiterführung von Schlesingers Diktum leistet Göttlich 2000). Vor diesem Hintergrund möchte ich mich zunächst mit der Frage beschäftigen, wie ein als Konstrukt aufgefasstes Phänomen überhaupt der wissenschaftlichen Untersuchung zugänglich gemacht werden kann (vgl. Kap. »Methodisches Vorgehen oder: Wie »fängt« man ein Konstrukt?«). Anhand der Beiträge zu der jüngeren ›Leitkultur‹-Debatte werde ich mich dann den Prozessen kommunikativer Identitätskonstruktion anzunähern versuchen. Auf der einen Seite verfolge ich mit meiner Untersuchung das Ziel, die in den Texten aufgerufenen Ressourcen nationaler Identität und ihre jeweiligen Verwendungsweisen herauszuarbeiten. Auf einer abstrakteren Ebene werde ich mich der Frage widmen, inwiefern das Modell einer Stabilisierung kollektiver Identität durch Gegenüberstellung zu einem ›Fremden‹ in dieser Auseinandersetzung zum Tragen kommt (vgl. Kap. »Kollektive Identität zwischen Konflikt und Kohärenz«). Zunächst jedoch will ich kurz begründen, warum ich deutsche nationale Identität anhand einer publizistischen Kontroverse erforschen möchte.

## Nationale Identität in publizistischen Kontroversen

Eine Untersuchung deutscher nationaler Identität analysiert natürlich nicht deutsche nationale Identität, sondern die Konstrukte eines kleinen Ausschnitts der Bevölkerung. Dabei nimmt sie zudem meist nur eine der vielen Formen in Augenschein, in denen Menschen sich ausdrücken können – meist das gesprochene oder geschriebene Wort. Mich interessieren insbesondere die Identitätsentwürfe der publizistischen Elite und anderer Meinungsführer in den Medien, das heißt in erster Linie von Publizisten, Intellektuellen, Politikern, Kunstschaffenden, Wissenschaftlern und anderen Experten. Auf der einen Seite ist es diese gesellschaft-

---

<sup>3</sup> Friedrich Merz ist jedoch nicht der Urheber des Begriffs. Bassam Tibi verwendet diesen bereits in den 90er Jahren. Insbesondere in seiner Monographie »Europa ohne Identität? Die Krise der multikulturellen Gesellschaft«(1998) formuliert er die Notwendigkeit einer »europäischen Leitkultur«. Das Wort wurde im Sommer 1998 von Jörg Schönbohm aufgenommen, als dieser eine Anpassung an die »deutsche Leitkultur« forderte und der Begriff damit zum ersten Mal in einem kontroversen Kontext verwendet wurde.

liche Gruppe, die über die zentralen »Weichenstellungen« einer Nation – sei es das Staatsbürgerschaftsrecht, die Mitgliedschaft in supranationalen Organisationen, Kriegseinsätze, Beziehungen zu anderen Staaten – diskutiert und zum Teil direkt darüber entscheidet. Auf der anderen Seite determinieren diese Expertendiskurse auch das Gespräch der »einfachen Bürger« (vgl. Schwab-Trapp 2001 zur Rolle »diskursiver Eliten«). Die Art und Weise, wie die genannten Personengruppen die Frage nach dem Deutschsein beantworten, besitzt deshalb »reale« Konsequenzen sowohl für die politische Ausrichtung eines Landes als auch für das nationale »Klima«. Einschränkend muss hinzugefügt werden, dass der Austausch zwischen beiden Gruppen natürlich keine Einbahnstraße darstellt: in einem demokratischen Staat haben die (im weitesten Sinne) Intellektuellen nur eingeschränkte Möglichkeiten, entgegen der Bevölkerungsmehrheit zu agieren (vgl. Estel 2002: 111). Die Meinungsführer bieten zudem nur selten ein einheitliches Bild, so dass sie der Bevölkerung keine »fertigen« Identitäten anbieten, sondern verschiedene Ressourcen für deren eigene Identitätskonstruktionen zur Verfügung stellen.

Zwei aktuelle Forschungsarbeiten haben primär sprachliche Äußerungen gewählt, um sich den Identitätsentwürfen der Deutschen anzunähern: Der Ethnologe Jens Schneider interviewte im Rahmen einer Feldforschung in Berlin die »Meinungsmacher« der Hauptstadt (Schneider 2001), Tanja Thomas untersuchte die Abgrenzung zwischen dem »Eigenen« und dem »Fremden« in Fernseh-Talkshows (Thomas 2003). Der gemeinsame Vorteil ihrer – wenn auch ganz unterschiedlichen – Ansätze besteht darin, dass unter Umständen »unbewusste« Einstellungen im Sprechen eher »ans Licht« kommen als bei ausformulierten Texten. Dies gilt insbesondere für die von Thomas untersuchten politischen Diskussionsrunden und *Daily Talks*, da hier die Dynamik des Streitgesprächs in der Tat gelegentlich auch bei den Medienprofis zu unkontrollierten Äußerungen führte. Die Untersuchung von Thomas zeigt aber auch, dass Talkshows den einzelnen Teilnehmern nur sehr begrenzt die Möglichkeit einräumen, differenziert ihre Position zu einem komplexen Thema (in ihrem Fall die Diskussion um Zuwanderung) zu formulieren. Da mich aber gerade die Vielschichtigkeit von Identitätsentwürfen reizt, die eben auch schon in individuellen Konzeptionen zum Ausdruck kommt, habe ich mich – auch vor dem Hintergrund der vorhandenen Arbeiten – dazu entschlossen, die Konstruktion der kollektiven Identität der Deutschen anhand schriftlich verfasster Texte zu analysieren.

Weil nationale Identität uns vor allem dann bewusst wird, wenn sie bedroht erscheint oder zum Gegenstand von Auseinandersetzungen wird, bieten sich hierfür publizistische Kontroversen an. Diese definiere ich mit Scharf/Thiele in Anlehnung an Hans Mathias Kepplinger wie folgt:

»Eine publizistische Kontroverse ist ein öffentlich ausgetragener, medial vermittelter Streit, der dem Publikum Gelegenheit bietet nachzuvollziehen, wer warum die eine oder andere Position vertritt. Die in die Kontroverse Involvierten beziehen sich dabei auf vorangegangene Äußerungen ihrer

Mitstreiter oder Gegner und bestätigen oder widerlegen deren Argumente. Die strittigen Themen sind wertgeladen und berühren unterschiedliche Interessen.« (Scharf/Thiele 1999: 148).

Publizistische Kontroversen werden vor allem in den Elite- und Prestigemedien ausgetragen, daher konzentriere ich mich in meiner Untersuchung auf die wichtigsten Organe dieses Mediensegments. Das Hauptaugenmerk liegt dabei auf meinungsbetonten Formen (vgl. Mast 2000: 215-298) wie Leitartikeln, Kommentaren und Essays, in denen die genannten Personengruppen direkt und offen wertend zu Wort kommen. Da dies ebenso für Interviews gilt, wurde in beiden Bereichen eine Vollerhebung angestrebt. Zusätzlich habe ich auch einige weitere tatsachenbetonte Artikel hinzugezogen, vor allem Reportagen und Magazingeschichten, sofern diese durch Umfang, Platzierung, zitierte Experten oder inhaltliche Auffälligkeiten für den Debattenverlauf zentral erschienen. Im Einzelnen beruht meine Analyse auf einem Korpus von 237 Beiträgen, die sich auf die überregionalen Tageszeitungen *Süddeutsche Zeitung* (37), *Frankfurter Allgemeine Zeitung* (44), *Die Welt* (51) *Frankfurter Rundschau* (36) und *Die Tageszeitung* (39) verteilen, sowie auf die Nachrichtenmagazine *Der Spiegel* (7) und *Focus* (5) und die Wochenzeitung *Die Zeit* (18). Obwohl mein Erkenntnisinteresse der Konstruktion der nationalen Identität der Deutschen gilt, wurden auch Beiträge ausländischer Sprecher berücksichtigt. Indem man ihnen die Möglichkeit gibt, durch die Veröffentlichung in deutschen Zeitungen Stellung zu beziehen, werden sie in den Prozess nationaler Identitätskonstruktion einbezogen.

## **Mächtige Konstrukte: »Nation« und »Identität«**

»It is easy to agree on the fact that, from a sociological perspective, all identities are constructed« (Castells 1997: 7). Die Leichtigkeit, mit der Manuel Castells in diesen Worten auf einen Konsens verweist, kann exemplarisch veranschaulichen, dass ein konstruktivistischer Ansatz mittlerweile eine Selbstverständlichkeit bei der Erforschung von Identitäten darstellt. In der Tat kommt kaum eine Arbeit jüngerer Datums ohne den Hinweis darauf aus, sich ihrem Gegenstand aus Perspektive des Konstruktivismus annähern zu wollen. Zwar sind in der Alltagskommunikation essentialistische Auffassungen der Nation durchaus noch präsent (vgl. Fulbrook 1999: S. 8-12), doch gehört es seit ungefähr zwei Jahrzehnten (vgl. Wehler 2001: 8) zum wissenschaftlichen Selbstverständnis, die Nation mit Benedict Anderson als »imagined community« zu beschreiben und Identitäten als »kommunikative Konstrukte« und »diskursive Tatbestände« zu verstehen (Straub 1999: 104). Auch meine Untersuchung nationaler Identität erfolgt innerhalb dieses konstruktivistischen Paradigmas. Doch je mehr die Rede vom Konstrukt zum Gemeinplatz wird, desto größer ist die Gefahr, zum einen die vielfältigen Implikationen aus dem Auge zu verlieren, die damit für den Forschungsprozess einher-

gehen, zum anderen die Heterogenität der unter dem konstruktivistischen Mantel vereinigten Konzepte zu übersehen.

Der Konstruiertheit nationaler Identität kann man sich von zwei Seiten her annähern: Einmal mit dem Verweis auf den Konstruktcharakter jeder Form von (kollektiver) Identität, wie wir ihn auch in dem Zitat Castells formuliert finden; zum anderen mit einer Absage an ein essentialistisches Verständnis von der Nation. Bei unserem Gegenstand handelt es sich also genau genommen um ein Konstrukt, indem sich zwei Konstrukte miteinander verbinden. Meines Erachtens ist es durchaus sinnvoll, nationale Identität zunächst einmal in ihre Bestandteile zu zerlegen. Denn durch Debatten sowohl in der Identitätsforschung als auch in der Nationsforschung wird der Begriff gleich von zwei Seiten herausgefordert (zur Problematik des Identitätsbegriffs vgl. Butler 1995, zur Nations- und Nationalismusforschung Gutiérrez 2001). Spätestens seit dem *linguistic turn*, der sowohl den sozialwissenschaftlichen Identitätsbegriff als auch die – vor allem anthropologisch und historisch betriebene – Nations- und Nationalismusforschung einschneidend verändert hat, ist ein Ineinanderfließen der beiden Bereiche jedoch fast unausweichlich geworden. Mit der Betonung von Ideen, Erzählungen und Sprache für die Konstitution von Identitäten wie auch für die Entstehung von Nationen sind die Konzepte eng zusammengerückt. Für mich sind sie dennoch keine Synonyme,<sup>4</sup> eine messerscharfe Trennung kann jedoch nicht mehr wünschenswert erscheinen.

### Die Nation – eine »Vorstellung« mit »hartem Kern«

In der Nations- und Nationalismusforschung wurden schon im späten 19. und frühen 20. Jahrhundert vereinzelt Positionen formuliert, die den Glauben an eine essentialistische Qualität der Nation anfochten. Berühmt ist insbesondere der Vortrag Ernest Renans *Was ist eine Nation?* (Renan 1993 [1882]), in der er letztere als ein »tägliche[s] Plebiszit« charakterisierte (Renan 1993 [1882]: 309). Auch Max Weber sprach ihr in *Wirtschaft und Gesellschaft* (1922) eine zeitlose Gültigkeit ab (vgl. Sarasin 2003: 152-156). Schulbildend für eine konstruktivistisch orientierte Forschung wirkten jedoch erst die Veröffentlichungen von Ernest Gellner, Eric Hobsbawm und Benedict Anderson, die allesamt auf das Jahr 1983 datieren. Die von diesen Texten ausgehenden Impulse »rechtfertigen« es nach Ansicht Hans-Ulrich Wehlers, »von einer Zäsur zu sprechen« (Wehler 2001: 8). Den drei Arbeiten ist gemein, dass sie Nationen nicht mehr als naturgegeben betrachten, sondern als kontingente Erscheinungen der Moderne konzipieren (vgl. Gellner 1983; Hobsbawm 2003 [1983]; Anderson 1993 [1983]).

---

<sup>4</sup> So fasst Bernhard Giesen in der Einführung zum Sammelband »Nationale und kulturelle Identität« den aktuellen Forschungsstand auf diesem Gebiet wie folgt zusammen: »Sie [die vergleichende Nationsforschung, L.B.] hält die Nation für eine zwar geschichtsmäßige, aber keineswegs unausweichliche Form der kollektiven Identität [...].« (Giesen 1996: 11)

Meine Untersuchung der publizistischen Kontroverse zur ›Leitkultur‹ beruht auf der Grundannahme, dass durch die sie konstituierenden Einzelbeiträge nationale Identität hervorgebracht, aktualisiert und ausgehandelt wird. Am ehesten ist dieser Ansatz mit dem Modell Benedict Andersons vereinbar, der unter den drei genannten Forschern am stärksten die Rolle der Individuen bei der Gründung und Aufrechterhaltung von Nationen hervorhebt. Der von ihm geprägte Begriff der *imagined communities* hat sich heute weitgehend verselbstständigt. Anderson verwendete ihn ursprünglich, um damit »alle Gemeinschaften, die größer sind als die dörflichen mit ihren Face-to-face Kontakten« (Anderson 1993 [1983]: 16) zu charakterisieren. Die Nation definiert er dementsprechend wie folgt:

»Sie ist eine vorgestellte politische Gemeinschaft – vorgestellt als begrenzt und souverän. *Vorgestellt* ist sie deswegen, weil die Mitglieder selbst der kleinsten Nation die meisten anderen niemals kennen, ihnen begegnen oder auch nur von ihnen hören werden, aber im Kopf eines jeden die Vorstellung ihrer Gemeinschaft existiert.« (Anderson 1993 [1983]: 15; Herv.i.O.).

›Vorgestellt‹ meint hier also, dass das Kollektiv für den Einzelnen in seiner Gesamtheit weder sichtbar noch erfahrbar ist, so dass die Gemeinschaft nur in den Köpfen ihrer Mitglieder als solche vorhanden ist und auf diese als Träger angewiesen bleibt. Benedict Andersons Entwurf illustriert exemplarisch, wie eng die Konzepte der ›Nation‹ und der ›nationalen Identität‹ in jüngeren Ansätzen miteinander verknüpft werden. Sein Modell der *imagined communities* legt dabei den Schwerpunkt auf Geschlossenheit und Kontinuität, indem er mit »Grenze«, »Souveränität« und »Gemeinschaftlichkeit« (Anderson 1993 [1983]: 16f.) solche Vorstellungen der Nation in den Vordergrund rückt, die von potentiell allen Mitgliedern des Kollektivs geteilt werden (vgl. Kap. »Kollektive Identität zwischen Konflikt und Kohärenz«).

Der Begriff der ›vorgestellten Gemeinschaft‹ sollte hingegen nicht dazu verleiten, Nationen als ›unechte‹ Wir-Gruppe zu entlarven und ihnen auf dieser Basis jede Bedeutung abzusprechen: »Ethnien und Nationen [...] sind zwar vorgestellt, [...] aber sie haben einen harten Kern, der nicht aus ihrer Geschichte, ihrer Herkunft und ihrer Kultur besteht, sondern aus deren Nutzung, Bildung, Überformung und Herstellung«, macht Ulrich Bielefeld deutlich (Bielefeld 2001: 133). Für nationale Gemeinschaften gilt dies noch stärker als für andere *imagined communities*, da zumindest die westlichen Nationen heute in der Gestalt von Nationalstaaten auftreten. Zwar sind Staat und Nation nicht miteinander gleichzusetzen (vgl. Smith 1995), doch ist die ›Institutionalisierung des Nationalen‹ in staatlicher Form ebenfalls mit Machtwirkungen verbunden:

»No other vision [als das »national ideal«, L.B.] has set its stamp so thoroughly on the map of the world, and our sense of identity. We are identified first and foremost with our ›nation‹. Our lives are regulated, for the most part, by the national state in which we are born. War and peace,

trade and travel, education and welfare, are determined for each one of us by the nation-state in which we reside.« (Smith 1979: 1).

Die von Anthony D. Smith formulierte Stärke nationaler Bindungen ist nicht zuletzt in dem Aufleben des Nationalismus im ehemaligen Jugoslawien und den Staaten der früheren Sowjetunion sichtbar geworden (vgl. Jurt/Mollenhauer 2002: 8-9). Diese jüngsten Beispiele für den von Bielefeld formulierten »harten Kern« des nationalen Gedankens korrelieren jedoch mit Entwicklungen, die in direktem Gegensatz dazu auf eine Schwächung der »vorgestellten Gemeinschaft Nation« hindeuten.

In der Tat sind die Stimmen, die der nationalen Idee wie Smith im Jahre 1979 eine fast allumfassende Bedeutung zusprechen, heute im *wissenschaftlichen* Nations-Diskurs nur noch selten zu vernehmen. Dies ist maßgeblich dem Einfluss der Post-Colonial und der Cultural Studies geschuldet, die Nationen als hybride Gebilde auffassen (vgl. Hall 1994: 207). Damit einher geht eine Betonung der der Nation inhärenten Widersprüche und Ambivalenzen (vgl. Bhabha 1995 [1988]: 208), so dass letztere ungeeignet scheint, um die von Anthony D. Smith formulierte Einheitlichkeit der Erfahrung zu garantieren. Des weiteren schwindet im Zuge der Globalisierung die Souveränität des Nationalstaats und damit die repressive wie auch die schützende Macht über seine Mitglieder; während gleichzeitig die Nationsangehörigen ihre Zugehörigkeit immer weniger als Schicksal begreifen. Schließlich droht die nationale Gemeinschaft durch die Konkurrenz mit anderen kollektiven Identitäten, die nicht zuletzt von den Medien zur Verfügung gestellt werden, ihre zentrale Rolle zu verlieren (vgl. die Beiträge in Winter/Thomas/Hepp 2003).

Nationen sind deshalb als Konstrukte zu begreifen, deren Anfänge zwar kontingent sind, denen aber – durch die Besetzung der Vorstellung ihrer Mitglieder genauso wie durch ihre nationalstaatliche Befestigung – eine »reale« Macht zukommt. Die Nation erscheint heute als ein »gefährdetes« Konstrukt, aber gleichzeitig als ein immer noch sehr einflussreiches. Es ist dieses widersprüchliche Phänomen, auf das sich nationale Identität bezieht.

### Kollektive Identität zwischen Konflikt und Kohärenz

Mit der Absage an eine Naturwüchsigkeit der Nation geht ein Verständnis von nationaler Identität einher, das mit Vorstellungen von einem »Volksgeist« oder einem »deutschen Wesen« nichts mehr gemein hat. An die Stelle solcher essentialistischen Konzepte treten dynamische Modelle der Identitätskonstruktion, von denen ich zwei exemplarisch vorstellen möchte.

Einen wichtigen Baustein für einen modernen Identitätsentwurf kann die Definition Jan Assmanns bereitstellen:

»Unter einer *kollektiven* oder *Wir-Identität* verstehen wir das Bild, das eine Gruppe von sich aufbaut und mit dem sich deren Mitglieder identifizieren.

Kollektive Identität ist eine Frage der *Identifikation* seitens der beteiligten Individuen. Es gibt sie nicht »an sich«, sondern immer nur in dem Maße, wie sich bestimmte Individuen zu ihr bekennen.« (Assmann 2002: 132; Herv. i. O., L.B.).

Indem Assmann Identität nicht mehr an »objektiven« Faktoren festmacht, sondern in Anlehnung an Anderson in die Vorstellung der das Kollektiv tragenden Individuen verlagert, vermag sein Modell eine starre Konzeption von Wir-Identität zu vermeiden. Sie wird vielmehr als selbst-reflexives Phänomen verstanden (zur Vorstellung personaler Identität in der Moderne als »reflexive project of the self« vgl. Giddens 1991: 5), welches sich synchron und diachron durch modifizierte Vorstellungen der Mitglieder oder eine Veränderung der Zusammensetzung der Gemeinschaft wandelt. Da kollektive Identität auf diese Weise als ständiges »work in progress« konzipiert wird, gelingt es Assmann, die traditionelle Vorstellung von Identität als Kontinuität mit postmodernen Vorstellungen von ihrer Kontingenz zu verbinden. Andere »Modebegriffe« der späten Moderne wie Konflikt und Differenz spielen in seinem Entwurf jedoch nur eine untergeordnete Rolle: wie der in Assmanns Theorie zentrale Begriff des »kulturellen Gedächtnisses« belegt, liegt sein Schwerpunkt auf Einheit und Gemeinsamkeit der Vorstellungen.

Wenn wir im Sinne des Konstruktivismus davon ausgehen, dass jeder Mensch seine eigene Wirklichkeit konstruiert, dann ist es nicht einsichtig, warum das Resultat individueller Vorstellungen in einem singulären »Bild, das eine Gruppe von sich aufbaut« münden sollte. Insbesondere die Cultural Studies haben diese konfliktäre Dimension kollektiver Identität betont. So definiert Ien Ang nationale Identität als einen »Ort intensiver Auseinandersetzungen zwischen einer Vielzahl kultureller Gruppierungen und Interessen«, und versteht sie demzufolge als »ein grundsätzlich dynamisches, konflikthafte, instabiles und unklare Phänomen« (Ang 1999: 333). Sofern man neben den konkurrierenden Gruppen den Blick auch auf die Identitätswürfe der einzelnen Nationsmitglieder erweitert, ist Angs Perspektive geeignet, die aus konstruktivistischer Sicht wünschenswerte Auflösung einer kohärenten Vorstellung von Identität zu leisten. Die von ihr formulierte Berücksichtigung des kontroversen Elements erscheint auch deshalb notwendig, da hier eine wichtige Quelle von Wandel zu liegen scheint: »[...] nur dort, wo konkurrierende Ansprüche auf Definitionsmacht erhoben werden, [werden] diskursive Prozesse vorangetrieben«, beschreibt Michael Schwab-Trapp diese produktive Wirkung von konkurrierenden Vorstellungen (Schwab-Trapp 2001: 263f.). Auf der anderen Seite fällt es jedoch schwer nachzuvollziehen, warum ein in den Worten Angs »unklares Phänomen« im Leben der Menschen eine so zentrale Bedeutung einnehmen kann. Anderson und Assmann verweisen m.E. nicht zu unrecht darauf, dass wir bestimmte Vorstellungen über die Nation gemeinsam haben müssen, damit diese existieren kann. Ich plädiere deshalb für einen Begriff kollektiver Identität, der letztere als dialektisches Phänomen begreift, das im Spannungs-



feld zwischen Kontinuität und Wandel, Konflikthaftigkeit und gemeinschaftlicher Identifikation angesiedelt ist.

Eine offene Frage, auf die ich in meiner Untersuchung eine Antwort zu finden hoffe, ist die Rolle des ›Anderen‹ für die Konstruktion von Identität. Insbesondere Jacques Derrida und der in seiner Tradition stehende dekonstruktivistische Flügel des Feminismus haben Exklusion als Voraussetzung für die Herstellung von Identität formuliert: »[...] it is only through the relation to the Other, the relation to what it is not, [...] that the ›positive‹ meaning of any term – and thus its ›identity‹ – can be constructed«, fasst Stuart Hall diese Position zusammen. »So the ›unities‹ which identities proclaim are, in fact, constructed within the play of power and exclusion, and are a result, not of a natural and inevitable or primordial totality but of the naturalized, overdetermined process of ›closure‹« (Hall 1996: 4f.). Für den Bereich der kollektiven Identität hat Edward Saids *Orientalism* paradigmatisch die Funktionsweise dieses Mechanismus illustriert. Wie Said aufzeigt, dient die Imagination eines fremden ›Orients‹ dem ›Okzident‹ als Folie, um in Kontrast dazu eine eigene westliche Identität zu stabilisieren (vgl. z.B. Said 1979: 1f.). In jüngster Zeit fragen Forscher vermehrt danach, wie eine Form der Identitätskonstitution zu ermöglichen sei, die die binäre Trennung zwischen dem ›Eigenen‹ und dem ausgeschlossenen ›Fremden‹ überwindet und so die Gewalt der Ausgrenzung vermeidet (vgl. Assmann/Friese 1999: 23). Ein Modell für ein solches Identitätsverständnis bietet insbesondere Homi Bhabha, der vor dem Hintergrund der gemeinsamen Vergangenheit von Kolonisierten und Kolonialmächten für ein *In-Between*, einen *Third Space* plädiert. Dieser jenseits von binären Trennungen gedachte Raum, so seine Hoffnung, »[...] may open the way to conceptualizing an international culture, based not on the exoticism of multiculturalism or the diversity of cultures, but on the inscription and articulation of culture's hybridity [...] And by exploring this hybridity, we may elude the politics of polarity and emerge as the others of our selves.« (Bhabha 1995 [1988]: 209; Hervorhebungen im Original).

In meiner Untersuchung werde ich danach fragen, inwiefern den Identitätskonstruktionen in der publizistischen Kontroverse eine strikte Zweiteilung zwischen dem ›Eigenen‹ und dem ›Fremden‹ zugrunde liegt, oder ob durch ein hybrides Verständnis des Zusammenlebens Grenzen zunehmend durchlässig erscheinen.

## Methodisches Vorgehen oder: Wie ›fängt‹ man ein Konstrukt?

Aus dem skizzierten Identitätsverständnis ergibt sich das Problem, etwas methodisch ›einfangen‹ zu wollen, das der eigenen Konzeption entsprechend doch nur als Konstrukt existiert. Die gewählte Methode sollte es erlauben, die zentralen ›Bausteine‹ und umkämpften Felder von Identitätsentwürfen zu ermitteln, sowie sich auf einer abstrakteren Ebene analytisch und interpretierend den

kommunikativen Konstruktionsprozessen anzunähern, durch die kollektive Identität erst hervorgebracht wird.

Da eine hohe Affinität zwischen solchen konstruktivistischen und wissenssoziologischen Ansätzen einerseits, und dem Selbstverständnis der Diskursforschung andererseits besteht (vgl. Keller 2005), ist es nicht verwunderlich, dass jüngere Forschungsarbeiten in diesem Feld in der Regel ein diskursanalytisches Vorgehen wählen (vgl. z.B. Thomas 2003; Geden 2004). Dennoch fehlt es an geeigneten Modellen, die als Vorbilder für ein solches Unterfangen dienen könnten. Die in der deutschen Rezeption einflussreichsten Ansätze von Teun van Dijk, Norman Fairclough und Siegfried Jäger verbinden mit der Diskursanalyse eine kritische Grundannahme. Bezogen auf eine Auseinandersetzung mit »dem Fremden« lässt ein solches interventionistisches Selbstverständnis nur die Möglichkeit zu, »falsches« Sprechen in Form rassistischer Tendenzen aufzuzeigen – bzw. positive Beispiele zu loben –, und andererseits Möglichkeiten des Counter-Diskurses/»Speaking Back« zu thematisieren (vgl. den von Andreas Hepp formulierten Horizont in: Hepp 1999: 263f.). Vor diesem Horizont werden Migranten ausschließlich als Opfer von diskursiven Praktiken betrachtet. Das der kritischen Diskursanalyse implizit zugrunde liegende Weltbild, das zwischen den hegemonialen Mächten auf der einen Seite und den von ihnen unterdrückten Gruppen auf der anderen Seite unterscheidet, wird m.E. der Komplexität unserer Lebenszusammenhänge nicht gerecht. Darüber hinaus muss sich die kritische Diskursanalyse vorwerfen lassen, dass durch ihren engagiert-emanzipatorischen Anspruch letztendlich das Reflexionsniveau der Untersuchungen leidet. Wie Reiner Keller konstatiert, fallen die Wissenschaftler damit hinter die komplexen Einsichten Foucaults zu den Wirkungsweisen von Macht zurück (vgl. Keller 2005: 150-152).

Vor diesem Hintergrund folge ich nicht den gängigen Modellen, sondern wage selbst den Griff in Foucaults sprichwörtliche »Werkzeugkiste« (vgl. Foucault 1976: 45). Mein Verständnis der Diskursforschung beruht auf der Prämisse, dass sämtliche Arten, die Welt zu denken, ihren Ausgangspunkt in der Konstruktionsleistung des Menschen nehmen (vgl. Goodmann 1984: 27). Die Rede vom »*diskursive[n]* Gewimmel« (Jäger 1999: 132, eigene Hervorhebung, L.B.) verstehe ich deshalb als eine von unzähligen Möglichkeiten, das in seiner Komplexität nicht fassbare »Gewimmel der Welt« modellhaft begreifbar und wissenschaftlich zugänglich zu machen. Eine konsequent konstruktivistische Perspektive muss demgemäß Diskurse selbst als Konstrukte begreifen, die nicht einer Analyse vorgängig sind, sondern die durch die Tätigkeit des Forschers erst konstruiert werden (vgl. Bublitz et al. 1999: 15)

Die Diskursanalyse verschafft also keinen Blick auf die Welt »wie sie wirklich ist«. Ihr Verdienst liegt vielmehr darin, »Ordnung[en] eines anderen Typs« (Foucault 1981 [1969]: 71) herzustellen, die eine »Verschiebung altbekannter Perspektiven« (Hanke 2003: 100f.) erlauben. So wie Nietzsche in der *Genealogie der Moral* herrschende Konzeptionen wie die von »Gut und Böse« infrage stellt (vgl. Fink-

Eitel 1994: 238-248), indem er deren Historizität aufzeigt, möchte die Diskursanalyse die Kontingenz herrschender Weltdeutungen herausarbeiten und eine alternative Interpretation ihres Gegenstands zur Verfügung stellen (vgl. Foucault 1974 sowie die Interpretation von Kammler 1990: 51f.). Die Methode besitzt deshalb sowohl ein dekonstruktives als auch ein konstruktives Moment: Sie leistet eine »Entselbstverständlichung« (vgl. Schrage 1999: 72) ihres Untersuchungsgegenstands, in dem sie illustriert, dass das, was wir als »wirklich« und »normal« empfinden, keine ahistorische Gültigkeit besitzt. Gleichzeitig stehen am Ende der Analyse aber mehr als »Wirklichkeitstrümmer«, sondern die momentane Fixierung der Dinge in Diskurse. Auf diese Weise ermöglicht sie es, ein amorphes, aber dennoch mächtiges und »untersuchungswürdiges« Phänomen wie das der Identität, der Forschung zugänglich zu machen.

Wie ich gezeigt habe, ist die Dialektik von Kohärenz und Konflikt, Kontinuität und Wandel zentral für meine Konzeption von Identität. Um beiden Facetten gerecht zu werden, kann man sich produktiv die Unterschiede in dem Diskursverständnis des selbsternannten »Experimentators« Foucault (zit. nach Keller 2005: 127) zunutze machen (vgl. ausführlicher Butt 2005). Zu diesem Zweck muss es reichen, grob zwischen einer frühen Phase der »Archäologie« und einer späteren, dominant »genealogischen« zu unterscheiden – wobei es nicht um die Ablösung einer Diskurskonzeption durch eine andere geht, sondern um Fragen der Komplementierung und Verschiebung der Gewichtung (vgl. Dreyfus/Rabinow 1982:104).

In der 1969 veröffentlichten *Archäologie des Wissens*, die zugleich End- und Höhepunkt von Foucaults primär »archäologisch« orientierter Arbeit ist, nimmt der Forscher eine distanzierte Haltung zu den von ihm untersuchten Diskursen ein. Wie Dreyfus/Rabinow argumentieren, ist dieser Abstand der notwendige Beginn einer jeden Analyse, da nur so die Verstricktheit in die Denksysteme der eigenen Zeit überwunden werden kann (vgl. Dreyfus/Rabinow 1982: 103). Bezogen auf mein Untersuchungsziel bedeutet dies, »so zu tun, als könnte ich zum einen mein eigenes Deutschsein und meine damit verbundenen Vorstellungen ausblenden, und zum anderen – auf abstrakterer Ebene – die meiner Kultur inhärenten Konzepte und Konstruktionsmechanismen vom »Eigenen« und »Fremden« hinter mir lassen. Aus dieser Haltung einer »archäologischen« Entrücktheit heraus zeichnet Foucault ein relatives starres Bild von den Aussagesystemen, innerhalb derer »wahres Sprechen« möglich ist. Seine Definition der Diskurse als »eine Menge von Aussagen, die einem gleichen Formationssystem zugehören« (Foucault 1981 [1969]: 156), betont die Momente der Begrenztheit, der Homogenität und der Ordnung. Die »archäologische« Methode Foucaults ist deshalb geeignet, um die ordnungsstiftende Dimension des Identitätsdiskurses in den Blick zu nehmen. Für meine Analyse bedeutet dies, dass die »archäologische« Methode den Rahmen zu beschreiben hilft, in dem die Leitkulturdebatte sich vollzieht. Mit ihr kann ich nach den in den Diskursfragmenten (zu diesem Begriff vgl. Jäger 1999: 159)

zutage tretenden Gemeinsamkeiten fragen und so einen Katalog identitätsstiftender Themen zusammenstellen. Auch den grundlegenden Mechanismen der Inklusion und Exklusion, die dem Sprechen zugrunde liegen, kann ich mich mit der »archäologischen« Methode annähern.

Während das Hauptaugenmerk der »Archäologie« der Regelmäßigkeit der Streuung von Aussagen gilt, löst sich Foucault in den 70er Jahren von solchen quasi-strukturalistischen Vorstellungen. In *Überwachen und Strafen* (1975) und *Der Wille zum Wissen* (1976) fragt er nicht mehr nach starren Regularien der Rede, sondern kennzeichnet den Diskurs unter »genealogischer« Perspektive als kontinuierlich im Wandel befindliches Sprechen (vgl. Keller 2005: 135). Foucault gibt das Ideal des distanzierten Forschers auf und rückt näher an die konkreten Orte des Erscheinens und Wirkens des Diskurses heran. Mit der »Genealogie« ist deshalb das Bewusstsein verbunden, dass der Identitätsdiskurs der Deutschen kein autonomer Sinnproduzent ist, sondern in engen Wechselbeziehungen zu nicht-diskursiven Praktiken steht.

Während die »Archäologie« den gemeinsamen Rahmen des Redens über die Deutschen zu beschreiben hilft, schlägt die »Genealogie« eine entgegengesetzte Richtung ein und betrachtet Identität mit Nietzsche aus der Perspektive von »Krieg, Konfrontation und Kampf« (Lemke 1997: 104). Die publizistische Kontroverse kann vor diesem Interpretationshorizont als Machtkampf aufgefasst werden, in dem die Akteure darum ringen, ihren Positionen zu kultureller Hegemonie zu verhelfen. Das, was wir – trotz individueller Unterschiede in unseren Konstruktionen – als Identität der Deutschen begreifen, ist das Bild, welches sich zumindest kurzzeitig in Kontroversen durchsetzen konnte bzw. in ihnen ausgehandelt wurde. Der Diskurs über das Deutschsein ist demnach ein Beispiel für die produktive Wirkung der Macht, wie sie Foucaults strategisch-positiver Konzeption entspricht (vgl. Lemke 1997: 104-109).

Eine Verbindung von archäologischer und genealogischer Perspektive erlaubt es deshalb, sich dem Identitätsdiskurs der Deutschen in seiner Dialektik (vgl. Kap. »Kollektive Identität zwischen Konflikt und Kohärenz«) anzunähern: Während sich mit Hilfe der »Archäologie« der Rahmen des Sprechens über die Deutschen herausarbeiten lässt – und damit Kohärenz und Kontinuität betont werden – verweist die Genealogie auf die Brüche, Ambivalenzen und Auseinandersetzungen, die diesem Konstrukt inhärent sind.

Übersetzt in einen forschungspraktischen Ablauf bedeutet dies, dass am Beginn des Analyseprozesses die Lektüre der einzelnen Beiträge steht, die das Korpus konstituieren. Dieser erste Schritt dient dazu, im Sinne der »Genealogie« nicht vorschnell zu homogenisieren, sondern dem gewählten Ausschnitt aus dem Identitätsdiskurs der Deutschen in seiner Facettenhaftigkeit und Widersprüchlichkeit zu begegnen (vgl. Hanke 2003: 107). Aus den in dieser Phase entstandenen Notizen und den zentralen Thesen der Sekundärliteratur (vgl. Kap. »Die Nation – eine ›Vorstellung« mit ›hartem Kern« und »Kollektive Identität zwischen Konflikt

und Kohärenz») entwickle ich sodann einen Leitfaden. Er fragt nach dem Vorhandensein und der jeweiligen Ausprägung zentraler Identitätsressourcen wie zum Beispiel Sprache, Grundgesetz, Geschichte, Traditionen, Religion, universelle Werte u.v.m.. Anhand dieses Leitfadens gilt es, einen »Katalog« der in der publizistischen Kontroverse zentralen wie auch der nicht-relevanten Identitätsressourcen zu erstellen. Anders als bei einem inhaltsanalytischen Vorgehen wird nicht jeder Beitrag verkodet, sondern werden lediglich zentrale Stellen und Auffälligkeiten notiert und in einem zweiten Schritt systematisiert. Auf diese Weise ist es von einer einzelnen Forscherin leistbar, ein großes Textkorpus von 237 Beiträgen auf eine Vielzahl von Merkmalen hin zu untersuchen, und nicht – wie sonst oft üblich – nur wenige »Schlüsseltexte« diskursanalytisch zu erforschen (vgl. z.B. Waldschmidt 2003: 158-163). Die Praxis des offenen Kodierens (vgl. Flick 2000: 198-201) eröffnet des weiteren die Möglichkeit, die einzelnen Merkmale nicht in Kategorien »zwingen« zu müssen, sondern die ihnen inhärenten Spannungen und Ambivalenzen erhalten zu können. Das Leitfaden-Prinzip stellt den Versuch dar, »archäologische« Regelmäßigkeit und »genealogische« Konflikthaftigkeit miteinander zu verbinden.

Um nicht nur die Ressourcen zu untersuchen, aus denen bei der Konstitution nationaler Identität geschöpft wird, sondern abstrakter auch nach den Konstruktionsprozessen selbst zu fragen, habe ich zusätzlich Leitfragen formuliert, die ebenfalls an die einzelnen Texte gerichtet werden. Mit diesen untersuche ich die Artikel daraufhin, ob und wie stark der Mechanismus der Abgrenzung zwischen dem »Eigenen« und dem »Fremden« in ihnen zum Tragen kommt, ob und auf welche Weise Grenzziehungen vorgenommen werden, welches Kulturverständnis – starre Blöcke, hybride Kulturen, ambivalente Entwürfe, etc. – ihnen implizit zugrunde liegt. Die mit Hilfe dieser doppelten Verkodung gewonnen Ergebnisse, die selbstverständlich miteinander zusammenhängen, werde ich im folgenden Abschnitt referieren.

## **Imagining Germany – die Ergebnisse der Diskursanalyse**

Kontextualisierung: Der internationale Terrorismus und die Verletzlichkeit der Nation

Die Ermordung Theo van Goghs wird in einer Großzahl der Beiträge in einen Zusammenhang mit dem 11. September 2001 gerückt, häufig finden sich auch Referenzen auf andere Terroranschläge radikal-islamistischen Hintergrunds, die mit Namen wie Madrid, Beslan, Tunesien oder Irak aufgerufen werden. Angesichts dieser ausgemachten globalen Dimension des Verbrechens werden die Niederlande als »das friedliche kleine Land zwischen den Deichen« (Wiedemann, 2004a/Spiegel) dargestellt, in dem scheinbar unvermittelt »das Böse« zutage getre-

ten ist: »Der Schock, dass Hollands Deiche zwar vor Fluten, nicht aber vor islamistischem Terror schützen, sitzt tief« (Schweighöfer 2004/Focus), fasst Kerstin Schweighöfer die niederländische Erfahrung nationaler Wehrlosigkeit in Worte. Andere Kommentatoren betonen die Parallelen zwischen dem Attentat im Nachbarland und einer Form des Terrors, die gemeinhin mit fernen Orten in Verbindung gebracht wird: »Der Killer erledigt seinen Job mit der gleichen bestialischen Besessenheit wie die Kopfabneider von Bagdad« (Wiedemann, 2004a/Spiegel) beschreibt Erich Wiedemann das Verbrechen, und Frank Nienhuysen spricht in der *Süddeutschen Zeitung* von einem »Dschihad an der Nordsee« (Nienhuysen 2004/SZ). Auf diese Weise zeichnen sie das Bild eines schwachen niederländischen Nationalstaats, dessen Grenzen für »fremde« Gefahren durchlässig erscheinen und der der internationalen terroristischen Bedrohung machtlos gegenübersteht. Diese Verletzlichkeit des »Eigenen« wird auf Deutschland übertragen. »Die Tat ist von Ereignissen geprägt, die nichts mit Holland zu tun haben«, äußert sich Daniel Cohn-Bendit im *taz*-Interview. »Wir können uns also in einer globalisierten Welt nicht abkoppeln – sogar wenn bei uns alles gut läuft« (Cohn-Bendit 2004/Spiegel).

Die Abhängigkeit von weltumspannenden Entwicklungen korrespondiert in der Wahrnehmung der Debattenteilnehmer jedoch mit inneren Strukturen, die die europäischen Gesellschaften angreifbar macht. Der internationale Terrorismus steht in den Augen der Kommentatoren dem »Eigenen« diametral entgegen, er bricht aber nicht einfach von außen in das Land ein, sondern wird von einem Teil der muslimischen Bevölkerung getragen: »Auf welches Boot auch sollten selbst Rassisten und Neofaschisten diese Feinde der offenen Gesellschaft wohl aussetzen, wenn die radikalste Minderheit als europäische Mitbürger bereits hier geboren wurde?«, fragt Dirk Schümer in der *Frankfurter Allgemeinen Zeitung*. »Es geht eben um keine Bedrohung von außen, sondern um das finstere Herz des westlichen Zusammenlebens« (Schümer 2004/FAZ). Diese Verortung der Gefahr innerhalb der nationalstaatlichen Grenzen wird in vielen Beiträgen mit einem Hinweis auf die Herkunft des Mörders verbunden: Mohammed B. war ein oberflächlich gut integrierter Bürger des Landes, der fließend holländisch sprach und neben der marokkanischen auch die niederländische Staatsbürgerschaft besaß (vgl. z.B. Wiedemann 2004b/Spiegel). Einige Kommentatoren ziehen deshalb Parallelen zu den Attentätern vom 11. September:

»Die Mörder, die die Zwillingstürme in New York zum Einsturz brachten, kamen auch aus Hamburg; die Attentäter von Madrid waren Jahrzehnte in Spanien zu Hause; der junge Moslem, der verdächtigt wird, in Amsterdam aus religiösem Hass einen Filmmacher regelrecht abgeschlachtet zu haben, ist in den Niederlanden geboren« (Reckmann 2004/FR).

Das Entsetzen über diese Bildung »fremder Räume« innerhalb der Mehrheitsgesellschaft formuliert Leon de Winter in einem Interview mit der *Welt*:

»Wenn man diesen Brief liest [den der Mörder an van Goghs Körper »befestigt« hat], merkt man, dass er auch von jemandem geschrieben sein könnte, der in Falludscha, Casablanca, Kabul oder Kairo lebt. Es ist die gleiche Rhetorik, es sind dieselben gestörten Träume, dieselben Krankheiten. Das Erschreckende ist nicht, daß der Mörder radikal ist, sondern, daß er radikalisiert wurde, als ob er niemals hier gelebt hätte. Es ist möglich, hier in den Niederlanden geboren zu werden und aufzuwachsen und dennoch in einer vollständig anderen Gesellschaft zu leben.« (de Winter 2004/Welt).

Vor diesem Hintergrund führt ein Akt des internationalen Terrors zu einer Diskussion über die Säulen des nationalen Zusammenlebens, welche insbesondere in Auseinandersetzung mit den muslimischen Migranten erfolgt.

### Das Eigene: Die Nation als Wertegemeinschaft

Bereits in der durch Friedrich Merz im Jahre 2000 ausgelösten »Leitkultur«-Debatte hatten die Kommentatoren die Beherrschung der deutschen Sprache, die Achtung des Grundgesetzes und die Einhaltung der Gesetze einhellig als Basis des Zusammenlebens formuliert (vgl. Butt 2005). Damals erklärten die Gegner der »Leitkultur« diese Diskussion jedoch nicht selten für »überflüssig«, da es sich dabei jawohl um eine »Selbstverständlichkeit« handele (vgl. exemplarisch Reents 2000/SZ). In der durch den Mord an van Gogh ausgelösten Kontroverse hat sich der Ton der Diskussion jedoch grundlegend gewandelt; er ist nun von der Erschütterung des Vertrauens in die allgemeine Gültigkeit dieser »Spielregeln« (Goddard 2004/taz) der Gemeinschaftlichkeit geprägt. Dies hat zur Folge, dass über die politischen Lager hinweg die Notwendigkeit des Streitens über die Pfeiler der Gesellschaft betont wird. Gleichzeitig verengt sich der Begriff der »Leitkultur« weitgehend auf diesen abstrakten Rahmen des Zusammenlebens:

»Es gibt eine Leitkultur, ohne die es keine Zukunft gibt für Deutsche und Ausländer, für Alt- und für Neubürger, Christen und Muslime. Diese Leitkultur hat aber nichts zu tun mit nationalen Überlegenheitsgefühlen oder Deutschtümeleien. Die Leitkultur ist eine Kultur des Zusammenlebens: Sie heißt Demokratie. Sie heißt Rechtsstaat. Sie heißt Grundrechte. Das klingt simpel. Aber der Alltag zeigt, dass es so simpel nicht ist.« (Prantl 2004/SZ).

Inwiefern eine Anpassung an »die Deutschen« und ihre Kultur über die von Heribert Prantl aufgezählten Elemente hinaus notwendig ist, wird im Gegensatz zu der älteren publizistischen Kontroverse nur noch am Rande diskutiert. Aus dieser Mischung zwischen Gefahrenbewusstsein und Bedeutungsverengung ist es zu erklären, dass – auch wenn das umstrittene Wort von vielen Teilnehmern immer noch abgelehnt oder vermieden wird – der Begriff der »Leitkultur« viel von

seinem ›Erregungspotential‹ verloren hat (vgl. Fuhr 2004/Welt; Blome 2004/Welt).

Angesichts der Definition des ›Eigenen‹ als Einwanderungsland (vgl. Kap. »Das ›Fremde‹ im ›Eigenen: Parallelgesellschaften«) wird ein Verständnis des Deutschseins erforderlich, das hinreichend abstrakt ist, um als gemeinsame Folie für eine plural gedachte Gemeinschaft zu dienen. Dementsprechend wird nur in zwei der 237 analysierten Beiträge ein essentialistisches Verständnis der Nation konstruiert (vgl. Krause 2004/Welt; Baring 2004/Welt). Auch die deutsche Geschichte verliert, insbesondere im Vergleich zur ersten ›Leitkultur‹-Debatte, als Bezugspunkt an Bedeutung.<sup>5</sup> Das Projekt einer in der nationalsozialistischen Vergangenheit begründeten »Schicksalsgemeinschaft« der Deutschen scheint jedoch nur den wenigsten geeignet (vgl. zu diesem Vorschlag: Dietrich 2004/FAZ), um die Neubürger zu integrieren. Dies mag mit der von Viola B. Georgi formulierten Problematik zusammenhängen, dass die Auseinandersetzung mit dem Holocaust in Deutschland zwar »für die politisch-moralische Öffentlichkeit von immenser diskursiver und symbolischer Bedeutung [ist]«, aber unter Umständen zur »Exklusion von Menschen nicht-deutscher Herkunft« führen kann, da die Erinnerung »meist ausschließlich als Angelegenheit der durch Abstammung begründeten deutschen Schicksals-, Verantwortungs- oder Haftungsgemeinschaft begriffen wird« (Georgi 2003: 40). Auch besteht angesichts der ›Heilskonkurrenz‹ mit dem als geschlossen wahrgenommenen Weltbild des Islams womöglich die Notwendigkeit, eine attraktive eigene Identität zu formulieren (dies klingt an in Gaserow 2004/FR).

Gegenläufig zu der Reduktion nationaler Elemente wie der deutschen Geschichte wächst die Betonung universeller Werte für das Selbstverständnis der Deutschen.<sup>6</sup> Bernd Estel hat darauf hingewiesen, dass eine migrationsbedingte »Veränderung der ethno-kulturellen Verhältnisse« (Estel 2002: 472) auf Seiten der Nation zu einem »Zwang zu erhöhter Abstraktion bei ihren Wissensbeständen« (Estel 2002: 473) führe, was insbesondere eine »universale Ausrichtung nationaler Identität« (Estel 2002: 475) zur Folge habe. Eine solche Mischung aus abstrakt formulierten nationalen und universalen Werten formuliert paradigmatisch der Lehrstuhlinhaber für Totalitarismusforschung, Gerhard Besier, in seinem Beitrag für die *Welt*:

---

<sup>5</sup> Dies heißt nicht, dass der Nationalsozialismus keine Rolle mehr spielt. So wird u.a. mit einem Verweis auf den islamischen Antisemitismus dessen Exklusion legitimiert (vgl. z.B. Schuster 2004/Welt). Wie ich noch zeigen werde, werden des Weiteren Parallelen zwischen der deutschen »Multikulti-Seligkeit« und der nationalsozialistischen Vergangenheit gezogen (vgl. Kap. »Das ›Fremde‹ im ›Eigenen: Parallelgesellschaften«).

<sup>6</sup> Eine eindeutige Trennung zwischen universellen und nationalen Werten ist natürlich nicht möglich, wie schon die Ausrichtung des Grundgesetzes an den Menschenrechten und internationalen Standards westlicher Verfassungen illustriert.



»Wir leben heute faktisch in einer multikulturellen Gesellschaft. Um trotz der immer bunter werdenden plural orientierten Bevölkerung eine Identitätsbildung zu ermöglichen, sind intensive Bildungsprogramme erforderlich. Sie sollten das herausstellen, was zur Erhaltung ebendieses Gemeinwesens nötig ist und was es so attraktiv macht: den demokratischen Verfassungsstaat mit seiner Gewaltenteilung, der Garantie von Religions- und Weltanschauungsfreiheit, dem Trennungsgebot von Staat und Kirche, der Gleichberechtigung von Mann und Frau, dem Recht auf Freizügigkeit und Toleranz in den Grenzen der geltenden Gesetze.« (Besier 2004/Welt).

Wie in dem Kommentar Besiers wird in der großen Mehrheit der Beiträge explizit oder implizit Deutschlands Teilhabe an Aufklärung und Moderne hervorgehoben, womit für die Kommentatoren Freiheit, Gleichheit, Individualität und die Trennung von Kirche und Staat einhergehen. Einziger Streitpunkt unter den genannten Identitätsressourcen ist der anzustrebende Grad an Säkularität: Während Vertreter der CDU und vor allem konservative Kommentatoren den evangelischen und katholischen Glauben als Teil des deutschen Selbstverständnisses begreifen (Stoiber 2004/Welt), sprechen andere Meinungsführer sich dagegen aus, dem Christentum eine solche identitätsstiftende Bedeutung zuzumessen (vgl. Besier 2004/Welt). Wie ich zeigen werde, rückt dieser Konflikt innerhalb des »Eigenen« jedoch angesichts der Kluft, die sich in Auseinandersetzung mit dem (radikalen) Islam auftut, in den Hintergrund.

Die beteiligten Publizisten entwerfen also im Großen und Ganzen ein wenig exklusives da nicht kulturell determiniertes Verständnis vom Deutschtsein. Im Vergleich zur älteren Leitkulturdebatte fällt aber auf, dass auf die Erfüllung der abstrakt formulierten Regeln und Werte noch stärker beharrt wird. Wie Dieter Rulff interpretieren viele das Attentat auf van Gogh als Beleg dafür, dass eine oberflächliche Anpassung allein kein Garant für ein friedliches Zusammenleben sei: »Die äußere Assimilation [des Mörders von van Gogh, L.B.] korrespondierte auf geradezu erschreckende Weise mit einer inneren Emigration. Der Täter steht damit für viele junge Migranten [...]« (Rulff 2004/FR). In diesem Kontext tritt an die Stelle des Prinzips der Anpassung das der Verinnerlichung: »Verinnerlicht endlich die Werte, die nicht umsonst universell heißen, aber von vielen und leider gerade von vielen Muslimen nicht für solche gehalten werden«, fordert Katajun Amirpur von ihren »Glaubensgenossen« (Amirpur 2004/SZ). Gleichzeitig soll diese innere Zugehörigkeit nach außen vermittelt werden: »Wo sind die liberalen, demokratischen und reformierten Moslems? Warum strömen sie nicht massenhaft zusammen?« (de Winter 2004/Welt), fragt nicht nur Leon de Winter, sondern auch seine deutschen Kollegen. Im Zusammenhang mit der unter dem Motto »Hand in Hand für Frieden und gegen Terror« stehenden Demonstration deutscher Muslime im November 2004, betonen die Publizisten die Notwendigkeit solcher Gesten (vgl. Drobinski 2004/SZ). Auch Edmund Stoibers Vorschlag eines Verfassungseids bei Neueinbürgerungen belegt die Konjunktur symbolischer

Handlungen (Stoiber 2004/Welt; vgl. zustimmend Hefty 2004/FAZ). Solche öffentlichen Beweise der Gesellschaftszugewandtheit werden als Mittel verstanden, Zweifel abzubauen und ein Zusammenleben zu ermöglichen: »Die Muslime müssen die Nervosität der Deutschen ernst nehmen. Das ist keine Islamophobie, sondern begründete Angst. Sie sagen immer, der Islam ist friedlich. Aber im Fernsehen sieht man, dass es nicht stimmt« (Ghadban 2004/taz), meint der Islam-Experte Ralph Ghadban im taz-Interview. Die Zugehörigkeit zu der deutschen Gemeinschaft wird in der Kontroverse nicht als »Privatsache« der muslimischen Minderheit formuliert, sondern erfordert von ihnen einen performativen Akt. Wie das folgende Kapitel veranschaulichen kann, liegen diesem Beharren auf »Beweisen« grundlegende Zweifel an der Vereinbarkeit zwischen den »eigenen« Werten und dem Islam zugrunde.

### Das »Fremde«: Die Auseinandersetzung mit den »dunklen Räumen«<sup>7</sup> des Islam

Die Teilnehmer an der »Leitkultur«-Debatte sind sich hinsichtlich der Einordnung des Islam uneins. Ein Teil der Kommentatoren bezieht sich pauschal auf »den« Islam und macht grundsätzliche Unterschiede zu »unserer« Kultur geltend (vgl. Raddatz 2004/Welt). In der Mehrheit der Beiträge wird jedoch vor einem solchen »Generalverdacht« (vgl. z.B. Schiffauer 2004/Zeit) gewarnt. Hier betont man mal engagiert, mal eher im Ton eines Lippenbekenntnisses die Notwendigkeit einer differenzierten Perspektive auf die in Europa lebenden Muslime; meist wird in diesem Kontext auf die Heterogenität der Religionsgemeinschaft verwiesen (vgl. Rulff 2004/FR). Dass die Identifikation des »Anderen« mit *dem* Islam zu kurz greift wird auch daran deutlich, dass die untersuchten Zeitungen und Zeitschriften einer ganzen Reihe von muslimischen Publizisten und Experten ein Forum bieten. Diese nehmen selbstverständlich für sich in Anspruch, auf der Seite der deutschen Mehrheitsgesellschaft gegen das fundamentalistische »Anderer« zu sprechen – üben gleichzeitig aber auch Kritik an den Argumentationsmustern und Islam-Bildern der Nicht-Muslime (vgl. z.B. Sezgin 2004/FR).

Die in der publizistischen Kontroverse wichtigste Grenzziehung zum Islam oder zu bestimmten Strömungen in ihm erfolgt anhand der Diskussion der Rolle der Frau. Dies kann zum Teil auf van Goghs Film *Submission* zurückgeführt werden, der sich diesem Thema widmete. Unabhängig davon dient die Frau jedoch schon seit dem Beginn gesellschaftlichen Zusammenlebens dazu, das eigene Kollektiv zu kennzeichnen und ein Bild von einer unbekanntem Kultur zu konstruieren. Diese traditionelle Wertebesetztheit des weiblichen Körpers formuliert Seyla Benhabib in Anlehnung an Claude Lévi Strauss:

---

<sup>7</sup> Diesen Begriff prägte der niederländische Premierminister Jan Peter Balkenende (vgl. Kanter 2004b/Welt)

»[...] all known human societies regulate mating for reproductive or nonreproductive purposes and create a symbolic universe of significations in accordance with which kinship patterns are formed and sexual taboos established. Women and their bodies are the symbolic-cultural site upon which human societies inscript their moral order.« (Benhabib 2002: 84).

Vor diesem Hintergrund überrascht es nicht, dass Themen wie Zwangsverheiratung, Gewalt gegen Frauen und – kontroverser – das Tragen des Kopftuchs zu wichtigen Bezugspunkten in der Auseinandersetzung mit dem »Fremden« werden (diese Zentralität formuliert explizit: Lerch 2004/FAZ). Besonders deutlich wird diese sinnbildliche Aufladung in einer »Allahs verlorene Töchter« überschriebenen Titelgeschichte des *Spiegel*. Im entsprechenden Beitrag heißt es: »Es ist auf einmal alles so nah gerückt. Viel zu lange hat sich der Westen sicher gewöhnt. Verschleierte Frauen, Zwangsehen, Unterdrückung und Ehrenmorde? So etwas gibt es nur weit weg, jenseits der Zivilisation und Demokratie, irgendwo im Orient« (Brandt et al 2004/Spiegel). Doch diese Illusion der Entfernung ist nach Ansicht der Autoren durch die hervorbrechenden Konflikte im Nachbarland nicht mehr aufrecht zu erhalten:

»Unsichtbar leben viele Musliminnen hier zu Lande [in Deutschland, L.B.] wie in einem Käfig; einem Käfig geschweißt aus Koran, Männerherrschaft, Familienclan, Gewalt und Ehre. Tausende, wenn nicht Zehntausende fristen ein Sklavendasein – mitten in Deutschland [...]« (Brandt et al 2004/Spiegel).

Die Rolle der Frau trägt hier dazu bei, den Islam als voraufklärerische Religion zu charakterisieren (vgl. zum Thema Aufklärung und Islam auch: Ellian 2004/Welt), die mit einem modernen Menschenbild und den Werten des Westens völlig unvereinbar ist (vgl. zum Konflikt mit der Moderne auch Senocak 2004/Welt).

Ein zweites zentrales Thema, das bereits in der Beschreibung der Geschlechterverhältnisse anklingt, ist das der Gewalt. In einem Gespräch mit der *Welt* charakterisiert Kardinal Lehmann den Islam als eine kriegerische Religion, die nicht das friedliche Potential des christlichen Glaubens besitzt:

»Zweifellos ist das Verhältnis Religion und Gewalt brisant, das gilt für viele Religionen. Es scheint mir aber, daß beim Dialog mit dem Islam dieser Punkt ganz besonders hervorsteht. Ich bin der Überzeugung, daß der Islam sehr stark kämpferische, sieghafte Elemente fast absolut setzt. Mohammed war ein Krieger. Eroberung ist im Islam ein zentrales Paradigma. In der Bibel hat es von Anfang an eine große Möglichkeit der Annahme anderer gegeben, in ihr finden sich so aufregende Aussagen wie »Du sollst den Fremden annehmen wie dich selbst.« (Lehmann 2004/Welt).

Auffällig erscheint hier, dass Lehmann die terroristische Gewalt nicht etwa als Irrweg einiger Muslime charakterisiert, sondern in den heiligen Büchern der Reli-

gion selbst verortet – und das Christentum positiv davon abzugrenzen weiß. Oft wird die Gewaltbereitschaft der Muslime allerdings weniger als aktiver Terror denn als Geisteshaltung oder passive Toleranz formuliert. »Islamistisches Gedankengut breitet sich gerade an den Universitäten immer mehr aus«, berichtet Katajun Amirpur: »Zwar predigen die wenigsten Gewalt, aber viele ihrer Ansichten sind schlicht mit der freiheitlich-demokratischen Grundordnung dieses Landes nicht vereinbar« (Amirpur 2004/SZ). In der *Zeit* erinnert der Publizist und Islamwissenschaftler Navid Kermani an die Umstände des 11. September:

»Das Beispiel der Hamburger Terrorzelle um Mohammed Atta hat aufgezeigt, wie Muslime die Augen schließen vor den Gefahren des Extremismus. Atta und seine Gruppe fanden offenbar ein Umfeld, in dem sie zwar nur von wenigen direkt unterstützt, aber doch weitgehend geduldet wurden. Sie galten dann doch als Brüder im Glauben, deren Verhältnis zur Gewalt man zwar nicht teilte, die man aber auch nicht an die deutschen Behörden auslieferte« (Kermani 2004/Zeit).

Die Kritik am Islam vermischt sich schließlich mit der Formulierung anderer Kernprobleme, die das Verhalten der Muslime in der Gesellschaft betreffen. In vielen Beiträgen wird auf die Abhängigkeit der Migranten von den Sozialsystemen (vgl. Köppel 2004/Welt), ihre überdurchschnittlich hohe Kriminalitätsrate (vgl. Köppel 2004/Welt) und – insbesondere vor dem Hintergrund der Pisa-Studie – auf das Schulversagen der dritten Einwanderergeneration verwiesen (vgl. Schmall 2004/FAZ). Auf diese Weise wird ihnen vorgeworfen, grundlegende Prinzipien der Gemeinschaftlichkeit zu verletzen. Noch deutlicher wird dieser Verdacht in der Auseinandersetzung mit so genannten »Hasspredigern« formuliert, die offen ihre Verachtung gegenüber der Mehrheitsgesellschaft zum Ausdruck bringen (vgl. Cziesche/Schmid/Stark 2004/Spiegel). Auch die (Re)ethnisierung der in Deutschland aufgewachsenen Türken wird mit Sorge betrachtet (vgl. Ramelsberger 2004/SZ). Die Grenzziehung zu den Migranten erfolgt also auch vor dem Eindruck, dass diese nicht gewillt sind, ihren Beitrag zum Sozialstaat zu leisten und sich selbst zunehmend von der Mehrheitsgesellschaft zurückziehen (vgl. Estel 2002: 490). Im Modell Benedict Andersons gesprochen wird den Muslimen also die Verletzung einer der drei Säulen der *imagined community* vorgeworfen, namentlich das Prinzip der »Brüderlichkeit« (Anderson 1993 [1983]: 17).

Mit Rückgriff auf diese zentralen Bausteine konstruiert die Debatte das Bild der »anderen« Muslime, die in Opposition zu den »eigenen« Werten zu stehen scheinen. Wie ich einleitend erklärt habe, unterscheiden sich die Publizisten in der Deutlichkeit, mit der diese binäre Unterscheidung vorgenommen wird; es gibt durchaus Versuche, die strikte Dichotomie aufzulösen (vgl. Bahners 2004/FAZ) und Ähnlichkeiten zu den vermeintlich »Fremden« herauszuarbeiten (vgl. Schneider 2004/FR). Trotz dieser Differenzierungsbemühungen bildet die Auseinandersetzung mit dem Islam jedoch *den* zentralen Fixpunkt der Kontroverse.

Dies fällt vor allem vor dem Hintergrund der vier Jahre zuvor geführten ›Leitkultur-Debatte auf (vgl. Butt 2005). Als Muster lässt sich die binäre Scheidung zwischen dem ›Eigenen‹ und dem ›Fremden‹ in fast allen Beiträgen wieder finden. Zwar erfolgt die Diskussion über eine deutsche Leitkultur auch anhand einer Gegenüberstellung deutscher Verhältnisse mit denen anderer westlicher Staaten. Diese werden aber ebenfalls daraufhin befragt, wie ihre jeweilige Mehrheitsbevölkerung mit den (muslimischen) ›Anderen‹ im Land umgeht. Das binäre Schema wird durch den Blick über die Grenze also nicht aufgelöst, sondern vervielfacht. Indem die Publizisten Unterschiede und Gemeinsamkeiten in der Integrationspolitik zu den Niederlanden (Goddar 2004/taz), Großbritannien (Heimrich 2004/FAZ), Frankreich (Wiegel 2004/FAZ) den USA (Mejias 2004/FAZ) und anderen westlichen Ländern ausmachen, verorten sie Deutschland in einer Wertegemeinschaft mit diesen Staaten, und betonen gleichzeitig die Souveränität und Einzigartigkeit der jeweiligen Nationen.

### Das ›Fremde‹ im ›Eigenen‹: Parallelgesellschaften

Eines der zentralen Schlagworte in der Debatte ist der Begriff der ›Parallelgesellschaft‹. Aus den analysierten Beiträgen lassen sich zwei Dimensionen des Wortgebrauchs ableiten, die allerdings keineswegs trennscharf verlaufen. Zum einen wird mit diesem Begriff auf parallele Milieus verwiesen, in denen sich eine infrastrukturelle Abschottung der Migranten vollzieht. Diese kann fast alle Bereiche des Lebens betreffen, vor allem aber die Gebiete Wohnen, Wirtschaft, Verwandtschaft, Religionsausübung und Sprache. Diese ghettoähnlichen Viertel ermöglichen damit eine Minimierung des Kontakts zwischen Mehrheitsgesellschaft und einem Teil der Zuwanderer. Darüber hinaus, aber nicht zwangsläufig, bezeichnet die Rede von ›Parallelwelten‹ die Existenz fremder Wertesysteme innerhalb solcher muslimischer Gemeinschaften, die die faktische Geltung des Grundgesetzes an diesen Orten einschränken.

Die Teilnehmer der publizistischen Kontroverse lehnen einhellig eine Gesellschaftskonzeption ab, bei der ein für alle gültiger Rahmen durch die Wert- und Moralvorstellungen der verschiedenen ›Communities‹ ersetzt wird. Eine solche Haltung wird zum Beispiel als »Multikulti-Ideologie« (Schwarzer 2004/Spiegel), »Multikulti-Seligkeit« (Schily 2004/Welt) oder »Multikulturalismus« selbst bezeichnet (vgl. Brüning/Krumrey/Opitz 2004/Focus) und als Modell für das Zusammenleben zurückgewiesen. Tendenziell ist das linke Spektrum der Kommentatoren eher geneigt, an dem Begriff der multikulturellen Gesellschaft festzuhalten (vgl. z.B. Cohn-Bendit 2004/taz). Aber dieser Streit um Sprachregelungen überlagert lediglich die Einigkeit in der Sache: Auch diejenigen Publizisten, die für den Multikulturalismus plädieren und ihn als »irreversible Realität« in der Bundesrepublik beschreiben (vgl. z.B. Cohn-Bendit 2004/taz), betonen die Notwendigkeit, dass die universellen Werte für alle Gültigkeit besitzen. Man ist sich jedoch auch darin einig, dass dieses Ideal in der deutschen Gesellschaft nicht erfüllt ist. In

der *taz* beschreibt der Islamexperte Ralph Ghadban die Folgen der bisherigen Ausländerpolitik:

»Multikulturalismus hat sich auf Kosten der Menschenrechte herausgebildet. Plötzlich war man ein Türke, ein Araber, ein Deutscher. Diese Essenzialisierung hat dazu geführt, dass diese Philosophie, ursprünglich emanzipatorisch gedacht, zu einer repressiven Bewegung geworden ist. [...] man nahm es nicht mehr so genau mit den gleichen Rechten für Frauen. [...] Das ist ihre Kultur, hieß es, wenn die Betroffene Muslimin war. [...] In Norwegen akzeptierten Behörden, dass die muslimische Community ihre Probleme selbst regelt. Plötzlich hatten die muslimischen Frauen in Norwegen weniger Freiheiten als Frauen in Pakistan. Multikulti hat zur Desintegration der Gesellschaft geführt.« (Ghadban 2004/*taz*).

Wie Ghadbans Worte verdeutlichen, wird Insbesondere die Lage der hier lebenden türkischen Frauen als gesellschaftliches Versagen empfunden und gibt Anlass zur Selbstkritik. Auf der einen Seite macht die daran anknüpfende Diskussion deutlich, dass die Bundesrepublik von den Debattenteilnehmern als Einwanderungsland gesehen wird: »Deutschland ist ein Einwanderungsland, seit mehr als 30 Jahren« (Adam 2004/*Welt*), schreibt Konrad Adam in der *Welt*. Mehrere Beiträge betrachten es als ein Versäumnis, diesen Status nicht schon früher anerkannt zu haben. Mit der Konzeptualisierung der Migranten als »Gastarbeiter«, die nur auf Zeit hier leben würden, seien auf beiden Seiten Distanz und Desinteresse einhergegangen und konkrete Integrationsmaßnahmen ausgeblieben (vgl. Feddersen 2004/*taz*). Aber auch die deutsche Vergangenheit habe zu einer »falschen Toleranz« gegenüber allem Fremden geführt. »Nachdem die Nazis alles Fremde verteufelt haben«, äußert sich Alice Schwarzer im *Spiegel*-Interview, »wollen die Kinder nun alles Fremde lieben, mit fest verschlossenen Augen« (Schwarzer 2004/*Spiegel*). Indem die Kommentatoren die Notwendigkeit einer grundlegenden Wende formulieren, entwerfen sie das Bild eines Nationalstaats, der als Garant universeller Werte dienen soll. Das Vorhandensein »rechtsfreier Räume« (Schümer 2004/*FAZ*) kann nicht geduldet werden, da sie die Integrität der gesamten Gemeinschaft verletzen und infrage stellen.

Das gemeinsame Bild der Debattenteilnehmer ergibt also ein Deutschland, dessen Wertestruktur nicht kommunitaristisch organisiert sein sollte, sondern für dessen Selbstverständnis die allgemeine und praktische Geltung des Grundgesetzes zentral ist. Innerhalb dieses Konsenses konkurrieren jedoch unterschiedliche Modelle des Zusammenlebens miteinander. Auf der einen Seite steht die Vorstellung traditioneller Gemeinschaftlichkeit. Deren Merkmale fasst Jan Assmann in Anlehnung an Marcel Mauss, Marshall Sahlins und Claude Lévi-Strauss zusammen:

»Auf der Ebene einfacher Gesellschaften und »face-to-face communities« besteht die wichtigste Form sozialer Sinn-Zirkulation im Miteinander-Reden. Sprache ist das vornehmste Mittel sozialer Wirklichkeits-

konstruktion.[...] Die Medien sozialer Sinn-Zirkulation sind allerdings nicht ausschließlich sprachlich [sic!] Art. Die ursprünglichsten und wirksamsten Medien sozialer Vernetzung und Identitätsbildung sind Wirtschaft und Verwandtschaft.« (Assmann 2002, 141).

Dieses Bild von der Gesellschaft als einem auf vielfältige Weise vernetzten Raum, in dem die einzelnen Mitglieder und Gruppen in einem gegenseitigen Austausch stehen, ist auch im Jahre 2004 noch sehr präsent. Indikator ist unter anderem die Kritik an der wirtschaftlichen »Autarkie« eines Teils der Migranten: »Die Muslime »kaufen fast nur noch arabische oder türkische Ware, gehen zum türkischen Arzt, konsultieren den türkischen Anwalt und bleiben unter sich« (Dolif et al. 2004/Focus), zitiert der *Focus* einen Hamburger Sozialarbeiter. Und auch die von Lévi-Strauss hervorgehobene Bedeutung von Verwandtschaftsbeziehungen spielt als Maß der Integriertheit weiterhin eine wichtige Rolle: »Noch immer heiratet ein beträchtlicher Teil der in Europa geborenen Kinder muslimischer Familien einen Partner aus dem Land, ja, man kann sogar sagen: aus der Stadt oder dem Dorf, aus dem die Eltern stammen« (Scheffer 2004b/Zeit), kritisiert Paul Scheffer in der *Zeit*. Die von dem Amsterdamer Soziologen hervorgehobene Orientierung nach Außen, nicht in das Innere der Gesellschaft hinein, wird schließlich anhand des Medienkonsums festgemacht – kaum eine Reportage, die nicht an prominenter Stelle auf die Satellitenschüsseln der Migranten als Symbol für deren Gesellschaftsabgewandtheit verweist (vgl. z.B. Ross 2004/FAZ).

Eine Minderheit der Kommentatoren wehrt sich jedoch gegen dieses gemeinschaftsorientierte Gesellschaftsbild und betont, dass »Parallelgesellschaften« eine notwendige und wünschenswerte Form des Zusammenlebens in der Moderne seien – solange sie sich im Rahmen der beschriebenen Grundwerte bewegen:

»Wer heute den Begriff »Parallelgesellschaft« als Schimpfwort verwendet, möchte unsere moderne Welt mit ihren Unterschieden und Freiheiten in ein Dorf zurückverwandeln. Parallelgesellschaften sind ein notwendiges Element im Ausgleich von differenzierten Gesellschaften geworden. Ohne sie würden sich Konflikte und Spannungen vervielfachen. Denn nicht zuletzt ermöglichen sie auch allen Inländern, sich ihre Lebensformen individuell zuzuschneiden.« (Seibt 2004/SZ).

Ähnlich argumentiert Volker Zastrow mit Blick auf die »Vereinigten Parallelgesellschaften von Amerika« in der *Frankfurter Allgemeinen Zeitung*:

»Segregation in einem modernen Gemeinwesen ist [...] kein Indiz für fehlende Integrationskraft. Im Gegenteil: Die Bildung so genannter Parallelgesellschaften puffert im gesellschaftlichen Kampf um Teilhabe Konflikte ab. Die Puffer sind Toleranz oder Ignoranz, es ist egal« (Zastrow 2004/FAZ).

Sowohl Seibt als auch Zastrow bezeichnen den Fundamentalismus als den »wahren Gegner« (Zastrow 2004/FAZ) dieser modernen Lebensform: »Der Mörder Theo van Goghs war ein Feind von Parallelgesellschaften: Es war ihm unmöglich, gelassen mit dem Unterschied zu leben. Die Kultur der Parallelgesellschaft ist das Gegenteil des Fundamentalismus. Sie ist jene Freiheit, die wir verteidigen müssen« (Seibt 2004/SZ).

Die erste Position, die in den Beiträgen überwiegt, denkt die Nation als Gemeinschaft mit möglichst durchlässigen inneren Grenzen. Ein bloßes »Nebeneinander« wird abgelehnt. Stattdessen erscheint eine auf vielen Ebenen stattfindende Interaktion ihrer Mitglieder erstrebenswert, wobei die Mehrheitsbevölkerung in der Regel als das prägende Zentrum gedacht wird: Es gilt das Primat der Gleichheit. Dementsprechend wird die Zurschaustellung von Differenz negativ bewertet, insbesondere wenn sie mit einer Isolation von der Mehrheitsgesellschaft einhergeht: »[D]ie Bundesrepublik ist nicht die bunte Republik Deutschland«, bringt der Grüne Werner Schulz diese Haltung zum Ausdruck (zit. nach: Brüning/Krumrey/Opitz 2004/Focus) und Brandenburgs Innenminister Jörg Schönbohm warnt: »Da wird das deutsche Volk zur Bevölkerung in Deutschland« (zit. nach: Brüning/Krumrey/Opitz 2004/Focus). Während dieses erste Konzept homogenisierende Tendenzen besitzt, interpretiert das zweite den Nationalstaat als Organisation fragmentierter Lebensweisen auf Basis gemeinsamer Regeln und Grundwerte. Für seine Verfechter besteht die Konsequenz aus der terroristischen Bedrohung dementsprechend nicht in der Reduktion, sondern der Verteidigung des Rechts auf Differenz. Ihrer Argumentation liegt das Bild einer Nation zugrunde, die als Garant für Freiheit und Individualität dient. Diese Grundwerte werden zwar von »dem großen Ganzen« gewährt, sie können aber nur in kleineren Kollektiven unter Gleichgesinnten gelebt werden.

Ein drittes Konzept schließlich spielt lediglich eine marginale Rolle. Kaum ein Teilnehmer spricht sich für eine gegenseitige Veränderung von Migranten und Mehrheitsgesellschaft im Sinne eines hybriden Kulturverständnisses aus. Diese Widerstände gegen einen Wandel des »Eigenen« formuliert paradigmatisch Roger Köppel in der *Welt*: »Der Multikulturalismus verweigert sich einem uralten Gebot des Common Sense: Dem Gebot, daß sich der Gast dem Gastgeber anzupassen habe und nicht der Gastgeber dem Gast« (Köppel 2004/Welt). Nur in sehr wenigen Beiträgen wird Einwanderung als »neue Quelle des Reichtums« präsentiert oder von der Mehrheitsgesellschaft die Bereitschaft eingefordert, »sich mit der Aufnahme der Neubürger auch selbst zu verändern« (eine Ausnahme bilden die zitierten Äußerungen von Prantl 2004/SZ). Wie ich im folgenden Kapitel zeigen werde, wird das »Eigene« zwar als durchlässig für »fremde« Einflüsse begriffen. Eine solche Veränderung des »Wir« wird aber nicht als anzustrebendes Modell für das Zusammenleben angesehen, sondern im Gegenteil fast ausschließlich als eine Gefahr für die nationale Gemeinschaft begriffen. Diese Diskussion wird insbesondere anhand des islamischen Rechts, der Scharia, geführt.



## Die Unterwanderung des ›Eigenen‹: Die offene Gesellschaft und die Scharia

Der Begriff der ›offenen Gesellschaft‹ geht auf Karl Poppers 1945 veröffentlichtes Buch *The Open Society and Its Enemies* zurück. Popper zeichnet darin als Gegenentwurf zu totalitären Staaten das Ideal einer demokratischen, pluralen Gesellschaft, die sich durch Rechte wie Meinungs- und Religionsfreiheit auszeichnet und deren Gestalt nicht starr ist, sondern sich durch Kritik und intellektuellen Meinungsaustausch als veränderlich erweist (vgl. Popper 1973 [1945]). Die ›Leitkultur-Debatte 2004‹ spiegelt eine Verselbständigung der Rede von der ›offenen Gesellschaft‹ wieder. Der Begriff wird nur selten explizit auf Popper zurückgeführt (Ausnahmen sind Lerch 2004/FAZ; Daimagüler 2004/taz) und erfährt einen leichten Bedeutungswandel. Er wird durchaus im Sinne seines Schöpfers verwendet, um das gesellschaftliche Selbstverständnis in Kontrast zu fundamentalistischen Entwürfen zu bezeichnen. Paradigmatisch veranschaulicht dies der Kommentar Jörg Reckmanns in der *Frankfurter Rundschau*:

»Denn der so genannte Anti-Terror-Kampf wird nicht in Bagdad oder Kabul gewonnen. Tatsächlich entscheidet sich in Berlin-Kreuzberg, in Paris und Amsterdam, ob der Islam modernisierungsfähig ist. Hier entscheidet sich, ob die Integrationskraft offener Gesellschaften reicht, um der zerstörerischen Kraft geschlossener Weltbilder Paroli zu bieten. Hier entscheidet sich die Zukunft des ›alten Europa‹, gegründet auf Freiheit, Toleranz und sozialer Verantwortung.« (Reckmann 2004/FR).

Es fällt auf, dass für Reckmann die Überlegenheit des eigenen Systems keineswegs ausgemacht scheint. Dieser Zweifel an der universalen Attraktivität der vermeintlich universellen Werte findet sich auch in anderen Beiträgen (vgl. Misik 2004/taz). Hinzu kommt die Einsicht, dass mit Offenheit zugleich die Verletzlichkeit eines Gemeinwesens angesprochen wird. Diesen Zusammenhang malt auf drastische Weise Paul Scheffer in seinem Beitrag für die *Frankfurter Allgemeine* aus:

»Früher einmal war Amsterdam die Verkörperung der niederländischen Toleranz: die stolze Hauptstadt eines Landes, das sich selbst als ein Symbol der Offenheit betrachtet. [...] Und nun liegt da ein Leichnam mit einem Schlachtermesser unter einem weißen Laken auf der Straße und wir wissen, daß wir uns selbst zum Narren gehalten haben.« (Scheffer 2004a/FAZ).

In Analogie zu Scheffer formuliert Dieter Rulff die »Enttäuschung darüber [...], dass die sprichwörtliche Toleranz dieses liberalen Modellstaats mit solch blutiger Münze heimgezahlt wurde.« (Rulff 2004/FR). Wie Rulff interpretieren viele Teilnehmer das Verbrechen als Beleg für eine Verletzung des Gebots der Gegenseitigkeit. Die den Muslimen zugestandenem Freiheiten würden von einer radikalen Minderheit unter ihnen instrumentalisiert, um eben diese Rechte auszuhöheln und außer Kraft zu setzen. »Ich glaube, dass der Islam eine Religion ist, die

unsere Freiheiten bedroht«, zitiert Thomas Schmid Theo van Gogh und fährt fort: »Man mag [...] über Nuancen solcher Sätze streiten – unzweifelhaft treffen sie einen Punkt« (Schmid 2004/FAZ). Anlass zu besonderer Sorge geben die Scharia und ihr schleichender Einfluss auf das deutsche Rechtssystem. Entsprechende Kommentare finden sich in allen analysierten Medien. Paradigmatisch hebt Jens Jessen in seinem Aufmacher für *Die Zeit* hervor, dass sich »der liberale Rechtsstaat in einer eigentümlich hilflosen Situation gegenüber seinen Feinden befindet« (Jessen 2004/Zeit):

»Die Islamisten wollen ihn [den Rechtsstaat, L.B.] durch einen Staat nach ihren religiösen Vorstellungen ersetzen. Schon klagen manche Juristen, dass in den Prozessen, in denen muslimische Eltern die Befreiung ihrer Töchter vom Sportunterricht durchsetzen, Elemente der Scharia, des islamischen Rechts, in unser Rechtssystem eingeschleust werden. Die Toleranz [...] hat offenbar Schwierigkeiten, ihre Grenzen zu finden, und zwar auch dort, wo nach einer Faustregel jede Toleranz enden darf: nämlich bei der Intoleranz der anderen.« (Jessen 2004/Zeit).

Dass die Gerichtsbarkeit als Beispiel für die problematische Seite pluraler Gesellschaften dient, ist nicht neu. Schon 1996 hatte die amerikanische Juristin Doriane Lambelet Coleman anhand mehrerer Fälle der Strafgerichtsbarkeit illustriert, wie die Idee der multikulturellen Gesellschaft die Rechtssprechung amerikanischer Gerichte beeinflusst habe. Coleman spricht von einem »Liberals' Dilemma«: Einerseits geht es um die Notwendigkeit, individuelle Umstände zu berücksichtigen, wozu auch kulturelle Differenzen zählen können (der sog. *cultural defense*), andererseits besteht die Gefahr, die Rechte der Opfer aus den Augen zu verlieren und eine Unterwanderung des Gleichheitsgebots in Kauf zu nehmen (vgl. Coleman 1996). Auch die Argumentation in der ›Leitkultur‹-Debatte ist von einem verwandten ›Dilemma‹ geprägt. Die beiden Werte, die hier miteinander konkurrieren, sind jedoch der Wunsch nach Sicherheit und das Streben nach größtmöglicher Freiheit, welche zu einem gewissen Grad das Recht auf Differenz beinhaltet.

Die »Schariasierung des deutschen Rechtssystems« (Alice Schwarzer, zit. nach Brandt et al. 2004/Spiegel) ist in den Augen vieler Kommentatoren die Grundfeste der Gesellschaft. Dies lässt sich beispielsweise an dem häufigen Verweis auf das Prinzip der »wehrhaften Demokratie« (vgl. Amirpur 2004/SZ; Ellian 2004/Welt) ableiten. Es besagt, dass das Grundgesetz Mechanismen besitzen müsse, um sich der Feinde der freiheitlich-demokratischen Grundordnung erwehren zu können. Diese »streitbare« Ausrichtung der Demokratie ist auf die Erfahrung mit der »schwachen« Weimarer Verfassung zurückzuführen, die trotz der unverhohlenen Verfassungsfeindschaft der Nationalsozialisten kein Mittel besaß, um ihnen die Instrumentalisierung der darin verbürgten Freiheiten für ihre Zwecke streitig zu machen. Der Verweis auf die Wehrhaftigkeit impliziert also

eine grundlegende Bedrohung der Grundordnung, wie sie zum Beispiel in den 70er Jahren durch die RAF gegeben schien.

Als Mittel der Gegenwehr wird das Prinzip der Schließung und Grenzziehung angesprochen, welches nun als notwendige Ergänzung zur innergesellschaftlichen Toleranz erscheint: »Der Gedanke, dass die Offenheit das Gegenstück der demokratischen Wehrhaftigkeit und der Grenzziehung braucht, war unter die Ladentheke verbannt« (Schmid 2004/FAZ) kritisiert Thomas Schmid. Eine ähnliche Position vertritt auch Zafer Senocak in seinem Beitrag für die *Welt*:

»Wer die Freiheit der Meinung und des künstlerischen Ausdrucks einschränken möchte, ist ein Feind der offenen Gesellschaft. Europa kann und sollte nicht die mühsam errungenen Werte der Aufklärung einem falsch verstandenen Toleranzbegriff opfern. Wer sich unter den Bedingungen der Freiheit unwohl fühlt, dem darf kein Kissen gereicht werden, auf dem er es sich bequem machen kann. Im Gegenteil: Eine demokratische Gesellschaftsordnung ist nur dann lebensfähig, wenn intolerantes Denken an der Wurzel gepackt wird.« (Senocak 2004/Welt).

Aber auch die Befürworter eines harten Vorgehens gegen die von Senocak angesprochenen »Feind[e] der offenen Gesellschaft« sind sich des Paradoxes bewusst, die Freiheit schützen zu wollen, indem sie diese einschränken. Wie Klaus-Dieter Frankenberger in der *Frankfurter Allgemeinen* hervorhebt, gefährdet man damit auch einen Teil des eigenen Selbstverständnisses:

»Aber die deutsche Gesellschaft ist eben auch eine liberale; sie ist sich ihres freiheitlichen Geistes mindestens so sehr bewusst wie ihrer nationalen Bindekräfte. Wie viel kulturellen, religiösen Pluralismus, sprich: Abgrenzung muss sie zulassen, ohne daß sie sich selbst gefährdet?« (Frankenberger 2004/FAZ).

Noch deutlicher formuliert Gerhard Besier die Gefahr in der *Welt*: »Bei alledem geht es nicht zuletzt um uns selbst, darum, den Feinden der offenen Gesellschaft nicht in die Hände zu arbeiten und nicht so zu werden, wie jene extremistischen Bewegungen uns gerne sehen würden« (Besier 2004/Welt). Der Konflikt zwischen Freiheit und Sicherheit, so legen diese Äußerungen nahe, beruht nicht so sehr auf unterschiedlichen Konstruktionen deutscher nationaler Identität, sondern scheint in seiner Unauflöslichkeit Teil des »vorgestellten Deutschlands« selbst zu sein.

## Ein Fall von *Orientalism*? – Versuch eines Fazits

Die Beiträge der »Leitkultur«-Debatte spiegeln das Bewusstsein wieder, dass die Grenzen der Nation im realen wie im ideellen Sinne durchlässig geworden sind. Diese Durchdringbarkeit besitzt verschiedene Dimensionen: Mit dem Blick nach »Innen« wird die Bundesrepublik als ein Einwanderungsland vorgestellt, in dem Menschen mit verschiedenen kulturellen, religiösen und nationalen Hintergründen

zusammenleben. Diese Migrationsbewegungen lassen eine ethnisch-exklusive Vorstellung vom Deutschsein unzeitgemäß erscheinen. Mit Blick nach ›Außen‹ verdeutlicht der internationale Terrorismus als drastisches Beispiel der Globalisierung (vgl. Beck 2004/SZ) den Souveränitätsverlust der Nation. Durch den Zusammenhang zwischen islamistischen Terrorakten und den muslimischen Minderheiten innerhalb der Gesellschaft werden Wechselbeziehungen zwischen beiden Bereichen konstruiert. Trotz dieser doppelten Herausforderung des Nationalen durch Heterogenität im Inneren und permeablen Grenzen gegenüber äußeren Gefahren kommt es zu einem Beharren auf dem ›Prinzip Nation‹: Der internationale Terror führt zu einer Auseinandersetzung über nationale Integrationsmaßnahmen und die Identität der Deutschen. Damit scheint sich zumindest für die ›Leitkultur‹-Debatte 2004 die einleitend formulierte Vermutung zu bestätigen, dass ein Zusammenhang zwischen der (wahrgenommenen) Gefährdung nationaler Identität und einer Auseinandersetzung mit ihr besteht.

Die Grenzziehung zwischen dem ›Eigenen‹ und dem ›Fremden‹ erweist sich also zumindest in dieser spätmodernen Kontroverse als ein immer noch lebendiges Werkzeug der Identitätskonstitution. Im Vergleich zu der älteren Leitkulturdebatte, die ein Jahr vor den Anschlägen von New York geführt wurde, wird eine deutlich klarere Linie zwischen der Mehrheitsgesellschaft und den muslimischen Migranten gezogen (vgl. Butt 2005). Diese binäre Opposition lässt sich zum Beispiel anhand der Prominenz nachweisen, mit der Samuel Huntingtons These vom *Clash of Civilizations* als Interpretationsfolie dient (vgl. exemplarisch Ates 2004/Welt; Schuster 2004/Welt). Mit ihr geht nicht nur ein starres Kulturverständnis einher, sondern auch ein genereller Zweifel an dem friedlichen Zusammenleben dieser vor allem religiös definierten »Blöcke« (vgl. zur Auseinandersetzung mit Huntingtons Kulturbegriff in der Publizistik: Metzinger 2000: 19-32).

Deutsche nationale Identität wird in weiten Teilen als Gegenbild zu den vorgestellten ›dunklen Räumen‹ des Islam entworfen. Alles in allem erscheint das von den Debattenteilnehmern auf diese Weise gezeichnete Islambild sehr wenig differenziert; nicht selten wird es dem ›Eigenen‹ pauschal entgegengesetzt. Die Kennzeichnung der Muslime als gewalttätig, voraufklärerisch und unseren Vorstellungen von Sexualität und Familie entgegengesetzt<sup>8</sup>, besitzt deutliche Anklänge an die von Edward Said herausgearbeiteten westlichen Stereotypen der ›arabischen Welt‹. Allerdings spielt die von Said ebenfalls beschriebene ›exotische‹ Komponente des ›Orients‹ in den untersuchten Texten keine Rolle mehr, die

---

<sup>8</sup> Die letztgenannte Parallele greift jedoch nur insofern, als Said ebenfalls die Bedeutung der Sexualität als Mittel der Fremdheitsmarkierung hervorhebt. In *Orientalism* macht er dies zum einen an der Vorstellung vom 'wollüstigen' Orientalen (Said 1979: 311-316), zum anderen am Bild vom Orient als dem Ort freier sexueller Entfaltung fest (Said 1979: 311-316). In der publizistischen Kontroverse steht hingegen gerade die restriktive Dimension von Sexualität im Kontext von patriarchaler Gewalt im Vordergrund (Jungfräulichkeit/Verbot von vorehelichem Sex, Vergewaltigungen 'ungehorsamer' Frauen, Beschneidung, Zwangsverheiratung, etc.).

Dualität von Abscheu und Attraktion (vgl. Said 1979: 52f.) verengt sich ganz auf die erstgenannte Komponente. Man würde es sich meines Erachtens jedoch zu einfach machen, die ›Leitkultur‹-Debatte als bloßen ›Orientalismus‹ zu disqualifizieren. Auf der einen Seite traf schon Said der Vorwurf, einseitig die Diskurspraktiken des Westens zu kritisieren und damit legitime Kritik am Islam und mehr noch Selbstkritik der arabischen Staaten zu untergraben. Des weiteren ist es für die in Suids Werk untersuchten Autoren charakteristisch, dass sie aus einer Perspektive der ›Exteriorität‹ sprechen – sie nehmen für sich in Anspruch, den Orient zu repräsentieren, der als ein geographisch und moralisch vom ›Eigenen‹ ent-rückter Ort vorgestellt wird (vgl. Said 1979: 21). Ihre Darstellung des ›Orients‹ entspringt zudem entweder einem reinen Buchwissen (vermischt mit einer blühenden Fantasie) oder beruht auf Begegnungen in einem kolonialen Kontext. Die Kommentatoren in der untersuchten publizistischen Kontroverse sprechen dagegen von Erfahrungen mit dem Islam im *europäischen* Raum, ihr Diskurs nährt sich aus dem Zusammenleben mit muslimischen Mitbürgern, die zum Teil selbst an der Debatte beteiligt sind. Gleichzeitig steht er aber auch unter dem Eindruck der Medienbilder von terroristischen Anschlägen, die sich aber ebenfalls in den westlichen Metropolen ereignet haben, auch wenn sie vielfach Assoziationen mit ›fremden‹ Orten wie Bagdad wecken.

Vor dem Hintergrund dieses Verhältnisses zwischen deutschem Selbstbild und Islam ergibt sich eine paradoxe Situation: Auf der einen Seite benennt man Deutschland als ein Einwanderungsland und ist sich bewusst, dass eine nationale Identität hinreichend offen formuliert werden muss. Trotz ihrer Abstraktheit scheinen die für das Selbstverständnis unabdingbaren universellen Werte aber kaum geeignet, gemeinschaftsbildend zu wirken, da sie ja gerade in Opposition zu einem nicht unerheblichen Teil der Migranten entwickelt wurden. Das identitätsstiftende Schema das ›Eigene‹ vs. das ›Fremde‹ führt hier zu einer nur schwer aufzulösenden Opposition zwischen Mehrheitsgesellschaft und muslimischer Bevölkerung. Ein Zusammenleben erscheint vielen ›Meinungsführern‹ nur unter der Bedingung eines tief greifenden Wandels des Islams möglich, durch den die Opposition zwischen dem modernen, aufgeklärten ›Wir‹ und der islamischen Religion aufgelöst würde. Der Verweis auf die Notwendigkeit solcher Projekte, die als ›Europäisierung‹ oder ›Eindeutschung‹ des Islams beschrieben werden (zur ›Einbürgerung‹ des Islams in die deutsche Gesellschaft vgl. z.B. Hildebrandt/Lau 2004/Zeit; zum ›Euro-Islam‹<sup>9</sup> Eser et al. 2004/Zeit), legen den folgenden Schluss nahe: Eine gemeinsame, die Migranten einschließende Antwort auf die Frage ›Was ist deutsch?‹ erscheint für die Debattenteilnehmer zumindest kurzfristig nicht greifbar zu sein.

---

<sup>9</sup> Dieser Begriff wurde ursprünglich von Bassam Tibi geprägt (vgl. Tibi 2002).

## Literaturverzeichnis

- Anderson, Benedict (1993 [1983]): *Die Erfindung der Nation. Zur Karriere eines folgenreichen Konzepts*, Frankfurt a.M., New York: Campus.
- Ang, Ien (1999): »Kultur und Kommunikation. Auf dem Weg zu einer ethnographischen Kritik des Medienkonsums im transnationalen Mediensystem«, in: Bromley, Roger/Göttlich, Udo/Winter, Carsten (Hg.): *Cultural Studies. Grundlagentexte zur Einführung*, Lüneburg: zu Klampen, S. 317-340.
- Assmann, Aleida/Frevert, Ute (1999): *Geschichtsvergessenheit – Geschichtsversessenheit. Vom Umgang mit deutschen Vergangenheiten nach 1945*, Stuttgart: DVA.
- Assmann, Aleida/Friese, Heidrun (Hg.) (1999): *Identitäten. Erinnerung, Geschichte, Identität 3*, Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Assmann, Jan (2002): *Das kulturelle Gedächtnis. Schrift, Erinnerung und politische Identität in frühen Hochkulturen*, München: C.H. Beck.
- Benhabib, Seyla (2002): *The Claims of Culture. Equality and Diversity in the Global Era*, Princeton, Oxford: Princeton University Press.
- Bhabha, Homi K. (1995 [1988]): »Cultural Diversity and Cultural Differences«, in: Ashcroft, Bill/Griffiths, Gareth/Tiffin, Helen (Hg.): *The Post-Colonial Studies Reader*, London, New York: Routledge, S. 206-209.
- Bielefeld, Ulrich (2001): »Ethnizität und Existenz«, in: Rademacher, Claudia/Wiechens, Peter (Hg.): *Geschlecht, Ethnizität, Klasse. Zur sozialen Konstruktion von Differenz*. Opladen: Leske+Budrich, S. 129-144.
- Bublitz, Hannelore et al. (1999): »Diskursanalyse – (k)eine Methode?«, in: Bublitz, Hannelore et al. (Hg.): *Das Wuchern der Diskurse. Perspektiven der Diskursanalyse Foucaults*, Frankfurt a.M., New York: Campus, S. 10-21.
- Bührmann (1999): »Der Diskurs als Diskursgegenstand im Horizont der kritischen Ontologie der Gegenwart«, in: Bublitz, Hannelore et al. (Hg.): *Das Wuchern der Diskurse. Perspektiven der Diskursanalyse Foucaults*, Frankfurt a.M., New York: Campus, S. 49-62.
- Butler, Judith (1990): »Gender Trouble, Feminist Theory, and Psychoanalytic Discourse«, in: Nicholson, Linda J. (Hg.): *Feminism/Postmodernism*, New York, London: Routledge, S. 324-340.
- Butler, Judith (1995): »Collected and Fractured: Response to *Identities*«, in: Appiah, Kwame Anthony/Gates, Jr., Henry Louis (Hg.): *Identities*, Chicago, London: The University of Chicago Press.
- Butt, Lydia (2005): *Deutsche nationale Identität und Multikulturalismus. Zur Konstruktion von Deutschsein in den publizistischen Kontroversen zur ›Leitkultur‹*, Unveröffentlichte Magisterarbeit, Göttingen.
- Castells, Manuel (1997): *The Power of Identity* (=The information Age. Economy, Society and Culture, Volume II), Malden, Oxford: Blackwell.

- Coleman, Doriane Lambelet (1996): »Individualizing justice through multiculturalism: The Liberal's Dilemma«, in: *Columbia Law Review*, 96. Jg., H. 5, S. 1093-1167.
- Cooke, Maeve (1999): »Habermas, feminism and the question of autonomy«, in: Dews, Peter (Hg.): *Habermas: A critical reader*, Malden, Oxford: Blackwell, S. 178-210.
- Dreyfus, Hubert L./Rabinow, Paul (1982): *Michel Foucault: Beyond Structuralism and Hermeneutics*, Chicago: The University of Chicago Press.
- Estel, Bernd (2002): *Nation und Nationale Identität. Versuch einer Rekonstruktion*, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Fink-Eitel, Hinrich (1994): *Die Philosophie und die Wilden. Über die Bedeutung des Fremden für die europäische Geistesgeschichte*, Hamburg: Junius.
- Flick, Uwe (2000): *Qualitative Forschung. Theorie, Methoden, Anwendung in Psychologie und Sozialwissenschaften*, Reinbek: Rowohlt.
- Foucault, Michel (1974): »Nietzsche, die Genealogie, die Historie«, in: Ders.: *Von der Subversion des Wissens*, München: Hanser, S. 83-109.
- Foucault, Michel (1976): *Mikrophysik der Macht. Über Strafrecht, Psychiatrie und Medizin*, Berlin: Merve Verlag.
- Foucault, Michel (1981 [1969]): *Archäologie des Wissens*, Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Fulbrook, Mary (1999): *German National Identity after the Holocaust*, Malden, Oxford: Blackwell.
- Geden, Oliver (2004): *Männlichkeitskonstruktionen in der Freiheitlichen Partei Österreichs. Eine qualitativ-empirische Untersuchung*, Opladen: Leske+Budrich.
- Gellner, Ernest (1983): *Nations and Nationalism*, Oxford: Basil Blackwell.
- Georgi, Viola B. (2003): »Jugendliche aus Einwandererfamilien und die Geschichte des Nationalsozialismus«, in: *Aus Politik und Zeitgeschichte*, B. 40-41/29.9.2003, S. 40-46.
- Giddens, Anthony (1991): *Modernity and Self-Identity. Self and Society in the Late Modern Age*, Cambridge: Polity Press.
- Giesen, Bernhard (1996): »Einleitung«, in: Ders. (Hg.): *Nationale und kulturelle Identität. Studien zur Entwicklung des kollektiven Bewusstseins in der Neuzeit*, Frankfurt a.M.: Suhrkamp, S. 9-18.
- Goodman, Nelson (1984): *Weisen der Welterzeugung*, Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Göttlich, Udo (2000): »Migration, Medien und die Politik der Anerkennung. Aspekte des Zusammenhangs von kultureller Identität und Medien«, in: Schatz, Heribert/Holtz-Bacha, Christina/Nieland, Jörg-Uwe (Hg.): *Migranten und Medien. Neue Herausforderungen an die Integrationsfunktion von Presse und Rundfunk*, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 38-50.

- Gutiérrez, Natividad (2001): »The Study of National Identity«, in: Dieckhoff, Alain/Gutiérrez, Natividad (Hg.): *Modern roots. Studies of national identity*, Burlington: Ashgate, S. 3-17.
- Hall, Stuart (1994): »Die Frage der kulturellen Identität«, in: Ders., *Rassismus und kulturelle Identität [Ausgewählte Schriften 2]*, Hamburg: Argument-Verlag.
- Hall, Stuart (1996): »Introduction. Who needs »Identity«?«, in: Hall, Stuart/du Gay, Paul (Hg.): *Questions of Cultural Identity*, London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage, S. 1-17.
- Hanke (2003): »Diskursanalyse zwischen Regelmäßigkeiten und Ereignishaftem – am Beispiel der Rassenanthropologie um 1900«, in: Keller, Reiner et al. (Hg.): *Handbuch Sozialwissenschaftliche Diskursanalyse. Band II: Forschungspraxis*, Opladen: Leske+Budrich, S. 97-117.
- Hepp, Andreas (1999): *Cultural Studies und Medienanalyse. Eine Einführung*, Opladen, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Hepp, Andreas/Thomas, Tanja/Winter, Andreas (2003): »Medienidentitäten: Eine Hinführung zu den Diskussionen«, in: Winter, Carsten/Thomas, Tanja/Hepp, Andreas (Hg.): *Medienidentitäten. Identität im Kontext von Globalisierung und Medienkultur*, Köln: Halem, S. 7-26.
- Hobsbawm, Eric (2003/[1983]): »Introduction: Inventing Traditions«, in: Hobsbawm, Eric/Ranger, Terence (Hg.): *The Invention of Tradition*, Cambridge: Cambridge University Press, S. 1-14.
- Huntington, Samuel P. (2004): *Who are we? America's national identity and the challenges it faces*, New York: Simon & Schuster.
- Jäger, Siegfried (1999): *Kritische Diskursanalyse. Eine Einführung*, Duisburg: Diss-Studien.
- Jurt, Joseph/Mollenhauer, Daniel (2002): »Einleitung«, in: Einfalt, Michael et. al. (Hg.): *Konstrukte nationaler Identität: Deutschland, Frankreich und Großbritannien (19. und 20. Jahrhundert)*, Würzburg: Ergon, S. 7-32.
- Kammler, Clemens (1990): »Historische Diskursanalyse (Michel Foucault)«, in: Bogdal, Klaus-Michael (Hg.): *Neue Literaturtheorien. Eine Einführung*, Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 31-53.
- Keller, Reiner (2005): *Wissenssoziologische Diskursanalyse. Grundlegung eines Forschungsprogramms*, Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Lemke, Thomas (1997): *Eine Kritik der politischen Vernunft. Foucaults Analyse der modernen Gouvernementalität*, Berlin, Hamburg: Argument.
- Lützeler, Paul Michael (1997): *Europäische Identität und Multikulturalismus. Fallstudien zur deutschsprachigen Literatur seit der Romantik*, Tübingen: Stauffenburg Verlag.
- Mast, Claudia (2000): *ABC des Journalismus. Ein Leitfaden für die Redaktionsarbeit*, Konstanz: UVK Medien.



- Metzinger, Udo M. (2000): *Die Huntington-Debatte. Die Auseinandersetzung mit Huntingtons »Clash of Civilizations« in der Publizistik*, Köln: SH-Verlag.
- Nietzsche, Friedrich (1930 [1886]): *Jenseits von Gut und Böse*, Leipzig: Kröner.
- Ostendorf, Berndt (1998): »The Politics of Difference: Theories and Practice in a Comparative U.S.-German Perspective«, in: Milich, Klaus J./Peck, Jeffrey M. (Hg.): *Multiculturalism in transit. A German-American exchange*, New York, Oxford: Berghahn, S. 36-64.
- Popper, Karl R. (1973 [1945]): *Die offene Gesellschaft und ihre Feinde* (2 Bde.), Bern: Francke.
- Renan, Ernest (1993 [1882]): »Was ist eine Nation?«, in: Jeismann, Michael/Ritter, Henning (Hg.): *Grenzfälle. Über neuen und alten Nationalismus*, Leipzig: Reclam, S. 290-311.
- Said, Edward W. (1979): *Orientalism*, New York: Vintage Books.
- Sarasin, Philipp (2003): »Die Wirklichkeit der Fiktion. Zum Konzept der »imagined communities««, in: Ders., *Geschichtswissenschaft und Diskursanalyse*, Frankfurt a.M.: Suhrkamp, S. 150-176.
- Scharf, Wilfried/Thiele, Martina (1999): »Die publizistische Kontroverse über Martin Walsers Friedenspreisrede«, in: *Deutsche Studien. Vierteljahreshefte*, 36. Jg., H. 142, S. 147-209.
- Schneider, Jens (2001): *Deutsch sein. Das Eigene, das Fremde und die Vergangenheit im Selbstbild des vereinten Deutschland*, Frankfurt a.M., New York: Campus.
- Schrage, Dominik (1999): »Was ist eine Diskurs? Zu Michel Foucaults Versprechen, »mehr« ans Licht zu bringen«, in: Bublitz, Hannelore et al. (Hg.): *Das Wuchern der Diskurse. Perspektiven der Diskursanalyse Foucaults*, Frankfurt a.M., New York: Campus, S. 63-74.
- Schwab-Trapp, Michael (2001): »Diskurs als soziologisches Konzept«, in: Keller, Reiner et al. (Hg.): *Handbuch Sozialwissenschaftliche Diskursanalyse. Band 1: Theorien und Methoden*, Opladen: Leske+Budrich, S. 261-283.
- Smith, Anthony D. (1979): *Nationalism in the Twentieth Century*, Oxford: Martin Robertson.
- Smith, Anthony D. (1995): »Nations and their pasts« [Opening Statement der Warwick Debates], <http://members.tripod.com/GellnerPage/Warwick.html> (1.7.2005)
- Smith, Anthony D. (2001): »Interpretations of National Identity«, in: Alain Dieckhoff/Natividad Gutiérrez (Hg.): *Modern roots. Studies of national identity*, Burlington: Ashgate, S. 21-42.
- Straub, Jürgen (1999): »Personale und kollektive Identität. Zur Analyse eines theoretischen Begriffs«, in: Assmann, Aleida/Friese, Heidrun (Hg.): *Identitäten. Erinnerung, Geschichte, Identität 3*, Frankfurt a.M.: Suhrkamp, S. 73-104.

- Taberner, Stuart/Finlay, Frank (2002): *Recasting German Identity. Culture, Politics, and Literature in the Berlin Republic*, Rochester, Woodbridge: Camden House.
- Thomas, Tanja (2003): *Deutsch-Stunden. Zur Konstruktion nationaler Identität im Fernsehtalk*, Frankfurt a.M., New York: Campus.
- Tibi, Bassam (1998): *Europa ohne Identität? Die Krise der multikulturellen Gesellschaft*, München: Bertelsmann.
- Tibi, Bassam (2002): *Islamische Zuwanderung. Die gescheiterte Integration*, Stuttgart: Deutsche Verlags-Anstalt.
- Waldschmidt (2003): »Der Humangenetik-Diskurs der Experten: Erfahrungen mit dem Werkzeugkasten der Diskursanalyse«, in: Keller, Rainer et al. (Hg.): *Handbuch Sozialwissenschaftliche Diskursanalyse. Band II: Forschungspraxis*, Opladen: Leske+Budrich, S. 147-168.
- Wehler, Hans-Ulrich (2001): *Nationalismus. Geschichte, Formen, Folgen*, München: C.H. Beck.
- Winter, Carsten/Thomas, Tanja/Hepp, Andreas (2003)(Hg.): *Medienidentitäten. Identität im Kontext von Globalisierung und Medienkultur*, Köln: Halem.

### Primärquellen:

- Adam, Konrad (2004): »Mit der Zuwanderung wachsen die Probleme«, in: *Die Welt*, 2.12.2004, S. 3.
- Amirpur, Katajun (2004): »Prozessiert! Demonstriert! Aber bekennt euch endlich«, in: *Süddeutsche Zeitung*, 11.11.2004, S. 11.
- Ates, Seyran (2004): »Integration funktioniert nur miteinander«, in: *Süddeutsche Zeitung*, 24.11.2004, S. 2.
- Bahners, Patrick (2004): »Gefährlich«, in: *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 24.11.2004, S. 33.
- Baring, Arnulf (2004): »Es lebe die Republik«, in: *Die Welt*, 9.12.2004, S. 3.
- Beck, Ulrich (2004): »Globalisierung des Hasses«, in: *Süddeutsche Zeitung*, 20.11.2004, S. 13.
- Besier, Gerhard (2004): »Die fünfziger Jahre sind vorbei«, in: *Die Welt*, 4.12.2004, S. 9.
- Blome, Nikolaus (2004): »Neue Leitkultur«, in: *Die Welt*, 22.11.2004, S. 8.
- Brandt, Andrea et al. (2004): »Für uns gelten keine Gesetze«, in: *Der Spiegel* Nr. 47, 15.11.2004, S. 60-78.
- Brüning, Nicola/Krumrey, Henning/Opitz, Olaf (2004): »Nation statt Multikulti«, in: *Focus* Nr. 50, 6.12.2004, S. 20-24.
- Cohn-Bendit, Daniel (2004): »Wir brauchen viel, viel mehr Gelassenheit«, Interview in: *die tageszeitung*, 18.11.2004, S. 12.

- Cziesche, Dominik/Schmid, Barbara/Stark, Holger (2004): »Harte Hand gegen Hassprediger«, in: *Der Spiegel* Nr. 48, 22.11.2004, S. 36-40.
- Daimagüler, Mehmet (2004): »Der Kampf um die Köpfe. Holland ist überall (5)«, in: *die tageszeitung*, 27.11.2004, S. 10.
- de Winter, Leon (2004): »Der Islam hat gefährliche Räume«, Interview in: *Die Welt*, 12.11.2004, S. 11.
- de Winter, Leon (2004): »Wo sind die liberalen Muslime? Holländisches Tagebuch (2)«, in: *Die Welt*, 19.11.2004, S. 1.
- Dietrich, Stefan (2004): »Augen auf«, in: *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 3.12. 2004, S. 1.
- Dolif, Nicole et al. (2004): »Vertraut und fremd«, in: *Focus* Nr. 48, 22.11.2004, S.24-33.
- Drobinski, Matthias (2004): »Der Marsch der Muslime«, in: *Süddeutsche Zeitung*, 22.11.2004, S. 4.
- Ellian, Afshin (2004): »Freiheit nützt mir nichts, wenn ich nicht sicher bin«, Interview in: *Die Welt*, 10.11.2004, S. 10.
- Eser et al. (2004): »Allah in Almanya«, in: *Die Zeit* Nr. 53, 22.12.2004, S. 3.
- Feddersen, Jan (2004): »Helmut auf dem Holzweg«, in: *die tageszeitung*, 26.11.2004, S. 14.
- Frankenberger, Klaus-Dieter (2004): »Grenzen«, in: *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 22.11.2004, S. 1.
- Fuhr, Eckhard (2004): »Deutschland wird klüger. Die wieder auflebende Leitkultur-Debatte beweist es: Selbstaufklärung ist möglich«, in: *Die Welt*, 23.11.2004, S. 27.
- Gaserow, Vera (2004): »Versprechen der Integration«, in: *Frankfurter Rundschau*, 17.11.2004, S. 3.
- Ghadban, Ralph (2004): »Deutschland ist kein Hotel«, Interview in: *die tageszeitung*, 2.12.2004, S. 13.
- Goddar, Jeannette (2004): »Holland ist nicht Deutschland«, in: *die tageszeitung*, 17.11.2004, S. 23.
- Hefty, Georg Paul (2004): »Eid«, in: *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 30.11. 2004, S. 10.
- Heimrich, Bernhard (2004): »Elastisch nachgeben. Ausländerintegration in Europa – Großbritannien«, in: *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 16.11.2004, S. 10.
- Hildebrandt, Tina/Lau, Jörg (2004): »Patriotisch, christlich, gut?«, in: *Die Zeit* Nr. 49, 25.11.2004, S. 5.
- Jessen, Jens: »Die Tücken der Toleranz«, in: *Die Zeit* Nr. 48, 18.11.2004, S. 1.
- Kanter, Jan (2004a): »Straßenkampf der Kulturen«, in: *Die Welt*, 4.11.2004, S. 10.

- Kanter, Jan: (2004b) »Das Wort Krieg ist übertrieben«, in: *Die Welt*, 10.11. 2004, S. 10.
- Kermani, Navid (2004): »Distanzierungszwang und Opferrolle«, in: *Die Zeit*, Nr. 48, 18.11.2004, S. 62.
- Köppel, Roger (2004): »Abschied vom Multikulti-Trauma«, in: *Die Welt*, 15.11.2004, S. 8.
- Krause, Tilman (2004): »Das Deutsche«, in: *Die Welt (Literarische Welt)*, 27.11.2004, S. 2 .
- Lehmann, Karl Kardinal (2004): »Nur Gequatsche«, Interview in: *Die Welt*, 9.12.2004, S. 4.
- Lerch, Wolfgang Günther (2004): »Worauf die offene Gesellschaft beharren muss«, in: *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 19.11.2004, S. 1.
- Mejias, Jordan (2004): »Nationale Schummelei. In Amerika hat die Integrationsdebatte Ewigkeitswert«, in: *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 3.12.2004, S. 35.
- Misik, Robert (2004): »Denker an die Front«, in: *die tageszeitung*, 20.11.2004, S. 16.
- Nienhuysen, Frank (2004): »Dschihad an der Nordsee«, in: *Süddeutsche Zeitung*, 9.11.2004, S. 4.
- Prantl, Heribert (2004): »Leitkultur für alle«, in: *Süddeutsche Zeitung*, 20.11.2004, S. 4.
- Raddatz, Hans-Peter (2004): »Die fatale Konsequenz der europäischen Toleranz«, in: *Die Welt*, 11.11.2004, S. 2.
- Ramelsberger, Annette (2004): »Organisierte Verweigerung«, in: *Süddeutsche Zeitung*, 13.11.2004, S. 2.
- Reckmann, Jörg (2004): »Der andere Anti-Terror-Kampf«, in: *Frankfurter Rundschau*, 8.11.2004, S. 3.
- Reents, Edo (2004): »Die Reinheit der Nation«, in: *Süddeutsche Zeitung*, 27.10.2000, S. 17.
- Ross, Andreas (2004): »Ein wirklich netter Kerl war das«, in: *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 27.11.2004, S. 3.
- Rulff, Dieter (2004): »Passive Toleranz«, in: *Frankfurter Rundschau*, 19.11. 2004, S. 15.
- Scheffer, Paul (2004a): »Das Schweigen der Muslime«, in: *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 9.11.2004, S. 40.
- Scheffer, Paul (2004b): »Raus aus der Glaubensfalle!«, in: *Die Zeit* Nr. 52, 10.12.2004, S. 12.
- Schiffauer, Werner (2004): »Das Recht, anders zu sein«, in: *Die Zeit* Nr. 48, 18.11.2004, S. 8.
- Schily, Otto (2004): »Parallelgesellschaften machen Schily Sorge«, Interview in: *Die Welt*, 18.11.2004, S. 2.

- Schmid, Thomas (2004): »Schutzlos«, in: *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 6.11.2004, S. 1.
- Schmoll, Heike (2004): »Die Grundlage«, in: *Frankfurter Allgemeine Zeitung* 7.12.2004, S. 10.
- Schneider, Manfred (2004): »Die Aliens dichten wie wir selbst«, in: *Frankfurter Rundschau*, 6.12.2004, S. 10.
- Schümer, Dirk (2004): »Europas Lebenslüge«, in: *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 11.11.2004, S. 35.
- Schuster, Jaques (2004): »Europas Zwei-Fronten-Krieg«, in: *Die Welt*, 9.11. 2004, S. 8.
- Schwarzer, Alice (2004): »Augen fest verschlossen«, Interview in: *Der Spiegel*, Nr. 47, 15.11.2004, S. 70.
- Schweighöfer, Kerstin (2004): »Das Ende einer Idylle«, in: *Focus* Nr. 47, 15.11.2004, S. 198-200.
- Seibt, Gustav (2004): »Meine wunderbare Parallelgesellschaft«, in: *Süddeutsche Zeitung*, 23.11.2004, S. 13.
- Senocak, Zafer (2004): »Es fehlt die Bereitschaft zur Kritik der eigenen Traditionen«, in: *Die Welt*, 10.11.2004, S. 27.
- Sezgin, Hilal (2004): »Muslime unter Verdacht. Ein Brief aus aktuellem Anlass«, in: *Frankfurter Rundschau*, 24.11.2004, S. 15.
- Spiegel (2004): »Allahs rechtlose Töchter. Muslimische Frauen in Deutschland«, in: *Der Spiegel* Nr. 47 vom 15.11.2004, S. 1 [Titelblatt].
- Stoiber, Edmund (2004): »Verfassungseid für Ausländer«, Interview in: *Die Welt*, 3.12.2004, S. 4.
- Wiedemann, Erich (2004): »Krach schlagen für die Freiheit«, in: *Der Spiegel* Nr. 46, 8.11.2004, S. 127.
- Wiedemann, Erich (2004): »Zeitenwende hinterm Deich«, in: *Der Spiegel* Nr. 47, 15.11.2004, S. 132.
- Wiegel, Michaela (2004): »Erloschene Debatte. Ausländerintegration in Europa – Frankreich«, in: *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 18.11.2004, S. 10.
- Zastrow, Volker (2004): »Das Unbehagen in der Leitkultur«, in: *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 26.11.2004, S. 1.

Martina Thiele

## **Österreich im *Spiegel*, Deutschland im *profil*. Die Berichterstattung der Nachrichtenmagazine über ihren Nachbarn.**

### **Die Rolle der Massenmedien bei der Konstruktion nationaler und kultureller Identitäten**

Medienberichte beeinflussen stark unsere Vorstellungen von anderen Ländern, es gibt derzeit jedoch keine (kommunikations-)wissenschaftlichen Studien zu »Österreich und Deutschland in den Medien«, die Aufschluss darüber geben, *was* jeweils berichtenswert ist und *wie* dann berichtet wird. Auch Einzelfallanalysen sind rar. Hier besteht offensichtlich eine Forschungslücke. Die Nachrichtenmagazine *Der Spiegel* und *profil* sind deswegen interessante Untersuchungsobjekte, weil sie zu den Meinungsführermedien (vgl. Noelle-Neumann 1994: 555) der beiden Länder zählen. In ihrer Berichterstattung ist die traditionelle Trennung von Nachricht und Meinung weitgehend aufgehoben. Die Beiträge sind zwar faktenbasiert, enthalten aber auch subjektive Färbungen der AutorInnen.

Die zentralen Forschungsfragen lauten: Was und wie berichtet *profil* über Deutschland, was und wie *Der Spiegel* über Österreich? Welche Angebote machen beide Magazine damit ihrer Leserschaft bei der Konstruktion eines Bildes vom jeweils anderen Land?

Anders als der realistische Ansatz in der Kommunikationswissenschaft nimmt der konstruktivistische nicht einen Abgleich zwischen »der Realität« und der Medienberichterstattung vor, sondern untersucht, wie Medienrealitäten erzeugt werden, wie Wahrnehmungsmuster, Einstellungen und Identitäten entstehen.

Journalistische Texte würden also aufgrund der Annahme, dass sie die empirische Realität nicht mimetisch abbilden, sondern bestimmte Wirklichkeitsvorstellungen einer Kultur einerseits aufnehmen und reflektieren, andererseits (mit)produzieren, als eigenständige Formen kultureller Sinnproduktion verstanden. Kultur wird in diesem Zusammenhang als der von Menschen erzeugte Gesamtkomplex von Vorstellungen, Denkformen, Empfindungsmustern, Werten und Bedeutungen definiert. Sowohl nationale als auch kulturelle Identitäten entstünden dann im Wechselspiel individueller und kollektiver Selbstwahrnehmung («Für wen halten wir uns?»), Selbstdarstellung («Wie setzen wir uns vor ihnen in Szene?») und Fremdwahrnehmung (einerseits »Für wen halten sie uns?«, andererseits »Wie sehen wir sie?»).

Diese Fragen stehen auch im Mittelpunkt der *Cultural Studies*. Kultur, Identität und Macht bilden laut Rainer Winter eine Art »magisches Dreieck«; kulturelle oder nationale Identität ist damit ohne die Berücksichtigung von Machtverhältnissen kaum zu analysieren. Diese Machtverhältnisse sind jedoch nicht ausschließlich ökonomischer Natur. In dem von Antonio Gramsci geprägten Begriff der »kulturellen Hegemonie« wird das deutlich; Birgit Rommelspacher spricht von »Dominanzkulturen« (Rommelspacher 1995). Das Verhältnis Deutschland – Österreich lässt sich sicher als eine Dominanzbeziehung beschreiben, zumindest viele ÖsterreicherInnen fühlen sich dominiert (vgl. die einschlägigen Internetforen oder Rathkolb/Schmid/Heiß 1990). Die Deutschen als Angehörige der Dominanzkultur wissen meist wenig über solche Gefühle, und wenn, finden sie sie überflüssig und komisch, was als Beleg für ihre Ignoranz und Dominanz genommen werden kann.

Österreich und Deutschland sind geschichtlich, kulturell, sprachlich und ökonomisch eng verbunden. Die Gemeinsamkeiten sind gemessen an anderen Länderbeziehungen größer als die Unterschiede. Das aber kann der Grund für Abgrenzungsversuche sein, gemäß dem Muster, je ähnlicher sich zwei Gruppen sind, desto stärker werden die Unterschiede betont. So erklären sich auch das Karl Kraus-Zitat »Was uns von den Deutschen trennt, ist die gemeinsame Sprache« und Bezeichnungen, hinter denen sich eine Reihe von Stereotypen, Klischees und Vorurteilen verstecken: hier der »Ösi«, da der »Piefke«.

Die Hauptfunktion von Bildern/Images, Stereotypen und Vorurteilen ist die Reduktion der Komplexität der uns umgebenden Welt. Komplexitätsreduktion betreiben auch JournalistInnen, indem sie Nachrichten auswählen und verbreiten und dabei auf Bilder und Stereotype mehr oder weniger bewusst zurückgreifen. Entscheidend sind die Nachrichtenwertfaktoren, die die Nachrichtenauswahl bestimmen. Nach Galtung und Ruge sind das Ereignisentwicklung, Außergewöhnlichkeit, Eindeutigkeit, Bedeutsamkeit, Erwartungstreue, Überraschung, Themenkarriere, relative Themenvarianz, Bezug auf Elitenationen, Bezug auf Elitepersonen, Personenbezug generell und Negativität (vgl. Galtung/Ruge 1965; Schulz 2002: 357). Ein Ereignis hat desto eher eine Chance publiziert zu werden,

je mehr dieser Faktoren zutreffen oder je stärker sie ausgeprägt sind. Wyss spricht hier vom Prinzip der Additivität oder dem der Komplementarität (vgl. Wyss 2001: 274).

Aus konstruktivistischer Sicht sind Nachrichtenwertfaktoren eine soziale Übereinkunft der JournalistInnen als Gatekeeper *und* der RezipientInnen darüber, was relevant ist. Diese Übereinkunft ist aufgrund politischer, sozialer, geographischer, letztlich individueller Unterschiede nicht immer leicht zu erzielen, denn was der einen berichtenswert erscheint, ist für den anderen belanglos. Beide, KommunikatorInnen wie RezipientInnen, selektieren Informationsangebote und konstruieren/bestätigen ihr Weltbild. Winfried Schulz, der in Nachrichtenwertfaktoren »weniger Merkmale von Ereignissen als vielmehr journalistische Hypothesen von Wirklichkeit« (Schulz 2002: 356) sieht, beschreibt diese Selektionsvorgänge und Ereigniskonstruktionen:

»Was die Medien als »Ereignis« begreifen, ist bereits das Ergebnis von Selektions- und Verarbeitungsprozessen. Ereignisse sind in der natürlichen und sozialen Umwelt nicht »roh« vorfindbar, so daß man sie mit ihrem journalistischen Abbild, den Nachrichten vergleichen könnte. Auch Ereignisse müssen erst als solche definiert werden, indem das kontinuierliche Geschehen interpunktiert, indem sinnvolle »Figuren« von einem irrelevanten »Hintergrund« abgehoben werden. Ohne derartige *konstruktive* Operationen des Betrachters ist Wahrnehmung, ist auch Nachrichtenberichterstattung nicht möglich.« (Schulz 1989: 240)

## **Bilder, Images, Stereotype**

Ein »Image« oder »Bild« vom anderen entsteht durch die Tendenz der menschlichen Wahrnehmung zur Vereinfachung, Typologisierung und Verallgemeinerung. Ein Merkmal, positiv oder negativ, steht dann für das Ganze. Image, Bild, Stereotyp, Vorurteil und Feindbild werden in der Literatur unterschiedlich gebraucht. Manche AutorInnen verwenden »Image« als Oberbegriff, der sowohl (einfache) Bilder als auch Stereotype umfasst (vgl. Behrens 2003: 33), andere ordnen die Begriffe so an, dass sie aufeinander aufbauen, das heißt, dass nur, wenn bereits ein bestimmtes Image vorhanden ist, ein Stereotyp daraus entstehen kann; wenn es zum jeweiligen Objekt schon ein Stereotyp gibt, kann daraus ein Vorurteil entstehen, daraus wiederum ein Feindbild (vgl. Peters 1999: 30ff; Luger 2000: 77f.). Als Länderimages definiert Peters »generalisierte Bilder von anderen Staaten [...], die innerhalb einer bestimmten Gruppe bestehen – beispielsweise bei Politikern, den Medien oder der gesamten Bevölkerung.« (Peters 1999: 48) Von diesen Länderimages ist es nur ein kleiner Schritt hin zu Länderstereotypen, nämlich dann, »wenn aus einer Gesamtmenge möglicher Attribute für eine Person, Personengruppe oder auch eine Nation mit einiger Regelmäßigkeit die gleichen



Attribute ausgewählt werden, während alle anderen Möglichkeiten ungenutzt bleiben.« (Dröge 1968: 343) Doch werden diese Attribute nicht absolut zugeschrieben, sondern im Verhältnis zu anderen: Wenn die Deutschen sich als »fleißig« und »ordentlich« betrachten oder die ÖsterreicherInnen sich als »lebenslustig« und »kulturellen Dingen gegenüber aufgeschlossen«, dann sind »die anderen« automatisch »faul« oder »Kulturbanausen«, zumindest »weniger fleißig« oder »weniger kulturinteressiert«.

Stereotype sind äußerst beständig und auch durch Logik und Fakten nur schwer aufzuweichen. Der Grund dafür liegt in Phänomenen, die Leon Festinger 1957 in der »Theorie der kognitiven Dissonanz« beschrieben hat. Menschen neigen dazu, Dissonanzen, d.h. Widersprüche zwischen äußeren Reizen und inneren Modellen *der* Realität, zu vermeiden bzw. auszugleichen. Die Wahrnehmung konzentriert sich dann auf die Aspekte, die das Stereotyp stützen, und vernachlässigt jene, die ihm widersprechen (vgl. Festinger 1978 [1957]: 138).

Vorurteile basieren im Gegensatz zu Stereotypen überwiegend auf affektiv-emotionalen Elementen (vgl. Peters 1999: 42; Mukerji 2000: 19). Sie erfüllen über die Funktionen hinaus, denen Bilder im Allgemeinen und Stereotype im Speziellen dienen, nämlich Komplexitätsreduktion, Verhaltenssteuerung, Orientierung, Identifikation, Integration, die Aufgabe der »Stabilisierung der eigenen Identität und des Selbstwertgefühls.« (Peters 1999: 43) Betrachtet der Philosoph und Hermeneutiker Hans-Georg Gadamer das Vor-Urteil im Sinne von zu erweiternder Vor-Meinung wertfrei als Vor-Stufe der Erkenntnis, so hat sich im Sprachgebrauch die negative Konnotation durchgesetzt, wonach Vorurteile auf Unvernunft beruhen. Doch »Vorurteile« haben immer »die anderen«, man selbst hält sich für frei davon.

## Österreich- und Deutschland-Stereotype

»Es scheint aussichtslos. Das Bild, das sich die Welt heute von Österreich macht, ist genauso verschroben, wie das österreichische Weltbild selbst. Fast alles, was über Österreich [...] geschrieben wurde, sowohl in der österreichischen wie in der internationalen Presse, ist so falsch, dass nicht einmal das Gegenteil richtig ist [...].« (Menasse 2000: 9)

Was richtig und was falsch ist, wenn es um eine Bestimmung Österreichs geht, lässt sich nicht mit letzter Gewissheit sagen. Stereotype sind nun einmal vereinfachend und verallgemeinernd, und es besteht die Gefahr einer ständigen Reproduktion durch die Beschäftigung mit ihnen. Erstaunlich ist, wie wenige aktuelle Studien zum Selbst- und Fremdbild der Österreicher und Deutschen existieren. So muss auf überwiegend nichtwissenschaftliche Publikationen zurückgegriffen werden, die sich dem Thema »typisch deutsch und typisch österreichisch«

widmen. Dennoch sollen diese Stereotype hier versammelt werden, um in einem zweiten Schritt zu überprüfen, inwieweit sie die *Spiegel*- und *profil*-Berichterstattung prägen.

Gerhard Martinek gelangt in seiner Studie zum »Selbstbild der Österreicher« anhand narrativer Imagemessung auf bildlicher und sprachlicher Ebene zum Schluss, dass Selbst- und Fremdbild Österreichs weitgehend übereinstimmen. Doch natürlich ist das Selbstbild der ÖsterreicherInnen facettenreicher (vgl. Martinek 1990: 108ff.). Zentrale Dimensionen des Selbstimages der Österreicher sind klassische Musik, Kunst und Kultur, historische Bauwerke, Tradition und Brauchtum, Gastronomie, Geselligkeit und saubere Umwelt. Diese werden durch weniger stark ausgeprägte Imagefacetten des österreichischen Selbstbildes ergänzt: Romantik, Melancholie, Kaffeehauskultur, Geselligkeit, Sozialstaat, Asylland, Umwelt, Wintersport. ÖsterreicherInnen sind stolz auf eine intakte Natur- und Alpenwelt. Sie sehen sich gern als aufgeschlossene Menschen, gastfreundlich und offen gegenüber Besuchern aus aller Welt. Das aus der Zeit des Kalten Krieges erhaltende Bild von der »Brücke« oder dem »Tor zum Osten« ist im Zuge der EU-Erweiterung 2004 aktualisiert worden.

Österreich gilt als ein Land mit Kultur und Tradition, »Kakanien« steht für die glorreiche Geschichte des ehemals auch flächenmäßig großen Habsburgerreiches. Die Erinnerung an »die gute alte Zeit« mag in den ersten Jahren der Zweiten Republik hilfreich gewesen sein beim Verdrängen der unmittelbaren Vergangenheit. Als ebenso hilfreich für die Herausbildung eines besonderen Österreich-Patriotismus erwies sich der anhaltende Wirtschaftsaufschwung. Neutralität nach außen und Sozialpartnerschaft im Innern galten als Erfolgsrezepte.

Schwächen und Imagedefizite sehen die in Martineks Studie Befragten jedoch auch, vor allem bei Internationalität, Modernität und Wirtschaft. Eine starke Zuordnung ergibt sich zudem in der Dimension »Land der Skandale« (vgl. Martinek 1990: 110). Dazu wurde Österreich in den achtziger Jahren durch die Waldheim-Affäre, den Lucona-Prozess, den Glykol-Skandal. In den letzten Jahren festigte sich diese Einschätzung durch weitere Vorfälle, die auch internationale Beachtung fanden, so beispielsweise 2004 die Bilder von sexuellen Ausschweifungen im St. Pöltener Priesterseminar. Als nationalen Skandal empfanden viele ÖsterreicherInnen die Regierungsbeteiligung der FPÖ im Jahr 2000. Dass die EU darauf mit Sanktionen reagiert hat, hielten wiederum andere ÖsterreicherInnen für skandalös. Zugleich führte die internationale Kritik an der österreichischen Regierung zu einer distanzierteren Haltung gegenüber der EU und teilweisen Wiederbelebung des Opfermythos'.

Eine positive Entwicklung des Deutschland-Bildes sechs Jahrzehnte nach Kriegsende zu konstatieren, fällt deswegen nicht schwer, weil vom absoluten Nullpunkt auszugehen ist. Nach zwölf Jahren NS-Diktatur, Weltkrieg und Massenmord hatten sich die schlimmsten Vorstellungen von den Deutschen bestätigt. Gegen dieses Bild des »hässlichen Deutschen«, des »Piefke«, »Kraut

»Boche«, »Fritz«, anzugehen, schien unmöglich. Deutschland wird bis heute mit Militarismus und Großmachtstreben in Verbindung gebracht, »arrogant«, »vorlaut«, »eingebildet«, »humorlos« und »rechthaberisch« lauten die wenig schmeichelhaften Attribute, mit denen Deutsche belegt werden. Doch existieren verschiedene Deutschlandbilder nebeneinander, die Ablehnung des »typisch deutschen« geht einher mit der Bewunderung des »romantischen Deutschlands« und seiner Landschaften sowie der manchmal neidvollen Anerkennung seiner wirtschaftlichen Erfolgsgeschichte nach dem Krieg. Die ökonomische Leistungsfähigkeit der Bundesrepublik hat das Deutschlandbild der ÖsterreicherInnen entscheidend geprägt. Sie können viele deutsche Markenprodukte nennen, die den Erfolg des *Made in Germany* ausmachen. Deutsche müssen da länger nachdenken, bis ihnen Skimarken oder *Red Bull* einfallen.

Nach der deutschen Vereinigung 1990 betrachten viele Österreicher den nun noch größeren Nachbarn mit Sorge. Das Bonmot des französischen Schriftstellers und Publizisten Francois Mauriac, Deutschland sei seinen Nachbarn so lieb, dass sie sich auf Dauer zwei davon wünschten, macht auch in Österreich die Runde. Die Angst, irgendwann ähnlich wie die DDR »geschluckt« zu werden, drückt sich in manchen Beiträgen des Sammelbands »Österreich und Deutschlands Größe. Ein schlampiges Verhältnis« aus (vgl. Rathkolb/Schmid/Heiß 1990). Die Angst vor der expandierenden deutschen Wirtschaft erweist sich als zum Teil berechtigt, beispielsweise im Bereich Medien. Seit einigen Jahren deutet sich jedoch in anderen Bereichen eine Umkehrung an. In der deutschen wie der österreichischen Presse erscheinen Artikel, die Österreich im Hinblick auf den wirtschaftlichen Erfolg als »das andere, das bessere Deutschland« (vgl. OQ1 u. OQ2) bezeichnen – eine bis dahin politische Bezeichnung aus der Zeit deutsch-deutscher Konkurrenz.

Die schwierigere wirtschaftliche Situation im vereinigten Deutschland hat konkrete Folgen für das österreichisch-deutsche Verhältnis: die deutschen Touristen bleiben aus. Doch vielleicht ist es nicht schade um den Urlauber des Piefke-Typs, der mit seinem Geld prahlt, in den Gastgebern nur »hinterwäldlerische Äpler« sieht und durch sein lautes, aufdringliches Wesen unangenehm auffällt. Er weiß alles besser und belehrt die Einheimischen, wie das tägliche Leben organisiert werden sollte. Ratschläge nimmt er nicht an, bricht in Sandalen zu waghalsigen Wandertouren auf und muss dann von der Bergwacht gerettet werden.

»Was mir einfällt, wenn ich an Deutschland denke« und »Wie sehen wir uns, wie sehen wir die Deutschen?« lauteten die Fragen, die ÖsterreicherInnen 2003 dem Fessel-Institut beantworten sollten. Diese Fragen sind auch 1989 gestellt worden und belegen, wie stark sich sowohl das österreichische Selbstbild als auch das Fremdbild der Deutschen verändert haben (vgl. Tab. 1). Die Deutschen erscheinen den ÖsterreicherInnen im Vergleich etwas streitsüchtiger, unsympathischer, gewöhnlicher, planloser, intoleranter, doch auch etwas mutiger, fortschrittlicher, ernster und moderner. Große Unterschiede, wenn es um Bildung, Geselligkeit, Zuverlässigkeit, Optimismus, Stärke, Ehrlichkeit, Fleiß und Erfolg

geht, sind nicht zu erkennen, obwohl diese bei Arbeitslosenzahlen und PISA-Ergebnissen doch betont werden. Die stärkste Differenz zeigt sich beim Gegensatz laut – leise. Da sind sich die ÖsterreicherInnen einig: Die Deutschen sind viel lauter! (vgl. Barth 2004: 16/profil, insb. die Infografik).

Tab. 1: »Was mir einfällt, wenn ich an Deutschland denke«

Spontan-Assoziationen zu Deutschland 1989	in %	Spontan-Assoziationen zu Deutschland 2003	in %
Politik, Politiker (ohne Bewertung)	24	Wirtschaftliche Probleme, Arbeitslosigkeit	37
Wirtschaftlicher Erfolg, Wohlstand	16	Landschaft, schönes Land; Urlaub	16
Atomkraftwerke	15	Politik, Politiker (ohne Bewertung)	9
Landschaft, schönes Land, Urlaub	10	Negative Bemerkungen zur deutschen Politik	8
Niedriges Preisniveau	8	Feste, Brauchtum	7
Industrie, Autoproduktion	8	Industrie, Autoproduktion	6
Urlauber, Touristen in Österreich	7	Großes Land	5
Sport, Fußball	7	Persönliche Beziehungen	5
Nette Leute, Gemütlichkeit	5	Soziale Probleme	4
Persönliche Beziehungen	5	Abhängigkeit Österreichs von Deutschland	4
Zweiter Weltkrieg, NS-Zeit	5	Deutsche Arroganz gegenüber Österreich	3
Vorbild für Österreich	4	Sport, Fußball	3
Geteiltes, besetztes Land	4	Niedriges Preisniveau	3
Nachbarland, gute Nachbarschaft	3	Wirtschaftlicher Erfolg, Wohlstand	3
Eindeutige Positiva	26	Eindeutige Positiva	10
Eindeutige Negativa	17	Eindeutige Negativa	38

Quelle: Fessel-GfK. Eigene Darstellung nach profil-Infographik, in: profil, Nr. 33, 09.08.2004, S.16.

## Die Nachrichtenmagazine *Der Spiegel* und *profil*

Die Mediengattung Nachrichtenmagazin ist eine Erfindung des 20. Jahrhunderts; entstanden ist sie mit der Gründung des US-amerikanischen Magazins *Time* im Jahr 1923. Inhaltlich haben Nachrichtenmagazine einige Gemeinsamkeiten mit den Wochenzeitungen, was nicht nur mit ihrem Erscheinungsintervall zu tun hat, sondern auch mit dem journalistischen Selbstverständnis, ausführliche Hintergrundberichte, Reportagen, Features, Porträts, Interviews und Kommentare zu aktuellen gesellschaftspolitischen Themen zu liefern. Aufgrund ihres Formats, der

Seitenheftung und grafischen Gestaltung gehören Nachrichtenmagazine jedoch zur Gruppe der Publikumszeitschriften.

Immens wichtig für demokratische Gesellschaften sind die Funktionen, die Nachrichtenmagazine erfüllen. Sie informieren, bilden und unterhalten nicht nur, sondern versorgen ihre LeserInnen mit Argumenten, bieten ein Diskussionsforum und kontrollieren diejenigen, die Macht haben. Investigativer Journalismus, der kreative Umgang mit journalistischen Darstellungsformen sowie ein ganz eigener Sprachstil waren immer auch ein Markenzeichen von Nachrichtenmagazinen wie *profil* und *Der Spiegel*.

Den *Spiegel* gibt es seit 1946. Seine Geschichte ist eng verbunden mit dem Namen Rudolf Augstein. Im Laufe der Jahre steigen Ansehen und Auflage des Magazins, nicht zuletzt aufgrund des investigativen Journalismus, den der *Spiegel* betreibt und der 1962 zur *Spiegel*-Affäre führt. Sie wird zur ersten großen Probe für die institutionelle Garantie der Pressefreiheit in der Bundesrepublik. Die Anschuldigungen gegen den *Spiegel*, Staatsgeheimnisse publiziert zu haben, erweisen sich im Nachhinein als unbegründet. Trotz der etwas martialischen Bezeichnung gilt das Nachrichtenmagazin nun nicht mehr nur dem Herausgeber Augstein als »Sturmgeschütz der Demokratie«.

Bemerkenswert ist die Eigentümerstruktur des *Spiegels*: 50 Prozent des Unternehmens liegen seit 1974 in den Händen der langjährigen MitarbeiterInnen. Dieses »Geschenk« verdanken die *Spiegel*-MitarbeiterInnen Rudolf Augstein, 25 Prozent hat er an Gruner+Jahr verkauft, den Rest selbst behalten.

Fast 50 Jahre lang bleibt *Der Spiegel* als Nachrichtenmagazin in Deutschland unangefochten die Nr. 1. Mit dem Erscheinen des »modernerer« *Focus* im Jahr 1993, dem 54. Versuch, ein zweites Nachrichtenmagazin neben dem *Spiegel* zu etablieren, endet diese Phase allerdings. Die beiden Produkte existieren seitdem nebeneinander, konkurrieren um Werbekunden und erreichen zum Teil dieselben LeserInnen (vgl. Stockmann 1999). Noch aber hat der *Focus* den *Spiegel* nicht eingeholt.

Eine politische Richtung verfolgt der *Spiegel* offiziell nicht. »Er ist politisch unabhängig, niemandem – außer sich selbst und seinen Lesern – verpflichtet und steht keiner Partei oder wirtschaftlichen Gruppierung nahe«, heißt es auf der *Spiegel*-Webseite (vgl. OQ3). Rudolf Augstein selbst hat die redaktionelle Linie aber »als im Zweifel links« bezeichnet. Der derzeitige Chefredakteur Stefan Aust formuliert da zurückhaltender: »Wie der Name schon sagt: *Spiegel*. Wir reflektieren Wirklichkeit.« (Aust o.J.: 25). Eine konstruktivistische Perspektive ist das nicht.

Der *Spiegel* erscheint immer montags und umfasst durchschnittlich 210 Seiten, wobei der Umfang in den letzten Jahren rückläufig war. Der verminderte Umfang ist auf ein gesunkenes Anzeigenaufkommen zurückzuführen, dieses wiederum lässt sich mit der Konkurrenz anderer Magazine wie dem *Focus* erklären, zudem mit dem seit Ende der 90er Jahre insgesamt geringeren Anzeigenvolumen. Der prozentuale Anteil der redaktionellen Seiten hat sich jedoch nicht verändert und

liegt stabil bei mehr als 50 Prozent. Im Jahr 2003 sind redaktionelle Beiträge auf durchschnittlich 106 Seiten zu finden.

Die durchschnittliche verkaufte Auflage des *Spiegels* beträgt im vierten Quartal 2004 1.075.946 Exemplare, fast die Hälfte davon wird im Abonnement vertrieben (vgl. OQ4). Der *Spiegel* ist das auflagenstärkste Nachrichtenmagazin Europas. In Reichweiten ausgedrückt hat der *Spiegel* im Jahr 2004 über 5,7 Millionen LeserInnen pro Ausgabe, das entspricht knapp neun Prozent der erwachsenen Deutschen. Dazu kommen noch etwa 380.000 in Österreich und der Schweiz und bis zu 300.000 im übrigen Ausland. Die Leser überwiegen, Leserinnen stellen 39 Prozent der Leserschaft. Insgesamt sind die LeserInnen des *Spiegels* überdurchschnittlich gebildet, in leitenden beruflichen Positionen tätig und verfügen über ein entsprechendes Einkommen (vgl. OQ5).

So wie die Geschichte des *Spiegels* eng verbunden ist mit der Person Rudolf Augstein, ist die Geschichte des österreichischen Nachrichtenmagazins *profil* eng verbunden mit der Person Oscar Bronner. Der 1943 in Haifa geborene Sohn des Kabarettisten Gerhard Bronner gründet 1970 mit fünf Journalisten-Kollegen den *trend*-Verlag. Das Wirtschaftsmagazin *trend*, das ein Jahr vor *profil* erscheint, soll die finanzielle Basis des Nachrichtenmagazins liefern. Ziel Bronners und anderer Journalisten ist, eine Art österreichischen *Spiegel* zu etablieren.

Die Geschichte des *profil* verläuft überaus wechselhaft. Finanziell hat das Magazin trotz seiner publizistischen Erfolge große Sorgen, innerhalb der Redaktion kommt es zu Meinungsverschiedenheiten und die Konkurrenz macht dem Magazin zusätzlich zu schaffen. 1975 verkauft Bronner schließlich 51 Prozent des Verlags an den *Kurier*, die restlichen 49 Prozent (6,5 Prozent im Besitz Bronners und 42,5 Prozent im Besitz einiger langjähriger Mitarbeiter) gehen etwas später auch noch an den *Kurier* (vgl. Melzer 1984: 25).

Auf dem österreichischen Magazinmarkt hat sich seit den neunziger Jahren ein Magazinjournalismus etabliert, den Kritiker als »gedrucktes Privatfernsehen« bezeichnen. 1992 erscheint erstmals die Nachrichtenillustrierte *News*, mitfinanziert durch den deutschen Springer-Verlag. 1995 folgt aus demselben Verlag die Programmzeitschrift *tv-media*. Nach dem Rückzug des Springer-Verlages steigt 1998 das Verlagshaus Gruner+Jahr ein, das wiederum zum Bertelsmann-Konzern gehört, und übernimmt 75 Prozent der Verlagsgruppe *News*. Im selben Jahr startet *Format* als Konkurrenz zu *profil*. Die Magazine der *News*-Gruppe überrunden bald *profil* bei Werbeeinnahmen und LeserInnen.

Schließlich kommt es im September 2000 zu der kartellrechtlich fragwürdigen Kooperation zwischen der *Kurier*-Gruppe, zu der *profil* gehört, und der Verlagsgruppe *News* und damit auch zu einer Verbindung der Mediaprint-AG mit der *News*-Gruppe, wobei sich verschiedene Verlagsinteressen (so der Essener WAZ-Gruppe und des Bertelsmann-Konzerns) bündeln (vgl. Steinmaurer 2004: 509; 2002:29). Anfang Februar 2001 genehmigt das Kartellgericht in erster Instanz den umstrittenen Zusammenschluss unter bestimmten Auflagen: es gibt eine fünf-

jährige Bestandsgarantie für *profil*, die Redaktion soll eigenständig und unabhängig arbeiten können. Besteht die Absicht, *profil* ab 2006 einzustellen, ist nachzuweisen, dass ernsthafte Verkaufsbemühungen erfolglos geblieben sind. Diese Entscheidung hat zwar Protest unter denjenigen hervorgerufen, denen publizistische Vielfalt schützenswert gilt, genützt hat es wenig. Österreichs Pressemarkt ist einer der am höchsten konzentrierten in der Welt; deutsche Unternehmen verfügen über beachtliche Anteile an österreichischen Medien.

»*profil*, Österreichs unabhängiges Nachrichtenmagazin, ist seit 35 Jahren Garant für Journalismus der besonderen Qualität – investigativ, fundiert und meinungsbildend. 445.000 Top-Leser schätzen die niveauevolle Informationsvielfalt des renommierten Nachrichtenmagazins.« (OQ6)

So beschreibt der Herausgeber und Chefredakteur Christian Rainer auf der Webseite des *News*-Verlags das *Profil* des gleichnamigen Magazins. Die verkaufte Auflage von *profil* liegt im zweiten Halbjahr 2004 bei 75.000 Exemplaren, mehr als 40.000 werden über Abonnement vertrieben (vgl. OQ7). Wie *Spiegel* und *Focus* erscheint *profil* montags, doch ist es mit € 2,40 erheblich günstiger als seine deutschen Konkurrenten; der *Spiegel* kostet in Österreich € 3,60.

Die österreichische Media Analyse 2004 registriert eine Reichweite des Nachrichtenmagazins von 6,5 Prozent. Von den 445.000 *profil*-LeserInnen sind 59 Prozent Männer und 41 Prozent Frauen. Vorrangig lesen die 30- bis 39-Jährigen (21 Prozent) und 40- bis 49-Jährige (23 Prozent) das österreichische Nachrichtenmagazin, die unter 20jährigen und die über 70jährigen machen jeweils weniger als 5 Prozent der Leserschaft aus. *profil* erreicht die formal besser gebildeten, einkommensstärkeren Schichten. Erkennbar sind ein Ost-West- und ein Stadt-Land-Gefälle: Beträgt die Reichweite in Wien fast 10 Prozent, so sind es im Bundesland Vorarlberg nur mehr 5 Prozent (vgl. OQ7).

*profil* ist im Laufe der Jahre immer umfangreicher geworden, sowohl der redaktionelle Teil als auch die Werbung haben zugenommen. Heute hat eine Ausgabe einen durchschnittlichen Umfang von 140 Seiten. Der Werbeanteil liegt bei knapp 30 Prozent. Von der Themenauswahl und -aufbereitung her unterscheidet sich *profil* nicht sehr von anderen seriösen Nachrichtenmagazinen. US-amerikanische und britische Vorbilder sind erkennbar, ebenso deutlich ist die Nähe zum deutschen Magazin *Der Spiegel*. Bei einem nationalen Vergleich mit *Format* und *News* punktet *profil* dort, wo auch der *Spiegel* im Vergleich zu *Focus* und *Stern* besser abschneidet: bei der ausführlichen und kritischen Berichterstattung über politische und gesellschaftliche Ereignisse und Entwicklungen.

## Gegenstand der Untersuchung, Annahmen, Auswahl der Beiträge

Wie anfangs ausgeführt, beeinflussen Medien stark unsere Vorstellungen von anderen Ländern. Welche Konstruktionsangebote die Nachrichtenmagazine *profil* und *Spiegel* ihrer Leserschaft machen, soll durch eine Analyse der Berichterstattung näher bestimmt werden. Analysiert wird jeweils das medial vermittelte Fremdbild, also was und wie über das Nachbarland berichtet wird. Dabei werden inhalts- und diskursanalytische Verfahren kombiniert, um zunächst Aussagen über Themen, Umfang, Platzierung etc. treffen zu können und in einem zweiten Schritt wiederkehrende Rahmungen und Wertungen sowie das Vorkommen nationaler/kultureller Stereotype zu konstatieren.

Ausgehend davon, dass die Berichterstattung über den jeweiligen Nachbarn erheblich differiert, was Häufigkeit, Umfang, Stellenwert, Themen, Ressorts, Personen und Wertungen anbelangt, wurden verschiedene Annahmen formuliert und auf ihre Richtigkeit überprüft.

1. Der *Spiegel* berichtet seltener über Österreich als *profil* über Deutschland.
2. Die Länge der Artikel variiert stark.
3. Wenn der *Spiegel* über Österreich berichtet, so weisen diese Beiträge häufig einen Kulturbezug auf.
4. Wenn *profil* über Deutschland berichtet, so weisen diese Beiträge häufig einen Wirtschaftsbezug auf.
5. Beide Magazine setzten auf Personalisierung.

Untersucht wurden alle Artikel der *Spiegel*-Ausgaben Nr. 36 bis 47 und der *profil*-Ausgaben Nr. 42 bis 47, in denen auf Österreich bzw. auf Deutschland Bezug genommen wird. In diesen zwölf Wochen vom 1. September bis 15. November 2004 sind keine besonderen Vorkommnisse wie Kriege oder Naturkatastrophen zu verzeichnen, so dass dadurch entstehende Verzerrungen in der Berichterstattung ausgeschlossen werden können. Allerdings hat mehr Österreich-Berichterstattung im *Spiegel* stattgefunden aufgrund des Literaturnobelpreises für Elfriede Jelinek.

Dass doppelt so viele Ausgaben des *Spiegels* analysiert wurden, lag daran, dass das deutsche Nachrichtenmagazin seltener über Österreich berichtet als *profil* über Deutschland. In den zwölf *Spiegel*-Ausgaben fanden sich 92 Artikel, in den sechs *profil*-Ausgaben 162 Artikel.

Als »Artikel« und damit als Untersuchungseinheiten der Inhaltsanalyse wurden drucktechnisch voneinander abgesetzte Beiträge mit Fließtext verstanden, wobei die Darstellungsform und auch die Autorschaft unerheblich waren. Titelgeschichten und Magazin-Stories fallen damit ebenso unter die Definition von



›Artikel‹ wie Interviews, Rezensionen, Kommentare, aber auch Kurzberichte, Kurzporträts, Hausmitteilungen oder Leserbriefe.

In die Stichprobe gelangten diejenigen *Spiegel*-Artikel, die folgende Indikatoren aufwiesen: Entweder es kamen die Wörter ›Österreich, ›Österreicherin/Österreicher, ›österreichisch‹ in einer ihrer grammatikalischen Formen oder in Zusammensetzungen vor, oder es wurden geografisch in Österreich gelegene Orte, Gewässer, Bundesländer, Landschaften, Gebirgsformationen oder sonstige geografische Bezeichnungen verwendet. Auch Synonyme für Österreich wie ›Austria‹, ›Alpenrepublik‹, ›Donaumonarchie‹ etc. zählten zu den Indikatoren. Die bloße Nennung eines dieser Indikatorwörter reichte dabei bereits aus, damit ein Artikel in die Stichprobe gelangte; Österreich musste weder weiter thematisiert werden noch im Vordergrund des Artikels stehen. Nicht ausreichend war es dagegen, wenn nur Persönlichkeiten, Unternehmen, Institutionen oder Produkte aus Österreich genannt wurden, ohne dass einer der anderen Indikatoren vorkam.

Nach ähnlichen Kriterien wurden die *profil*-Artikel ausgewählt: Sie mussten die Wörter ›Deutschland‹, ›deutsch‹ in irgendeiner Form enthalten, Bezug auf Orte, Bundesländer, Regionen etc. in Deutschland nehmen oder Bezeichnungen wie ›Bundesrepublik‹, ›Germany‹, ›3. Reich‹ o.ä. aufweisen. Beiträge über Institutionen, Unternehmen, Parteien und Personen, die als deutsch bekannt sind, gelangten dann in die Stichprobe, wenn auch einer der anderen Indikatoren auftrat.

Bei der Codierung berücksichtigt wurde, ob Österreich bzw. Deutschland in dem Artikel Haupt- oder Nebenthema war oder nur kurz erwähnt wurde. Als ›Hauptthema‹ wurde codiert, wenn das berichtete Ereignis im anderen Land stattfand oder HaupthandlungsträgerInnen aus ihm stammen. Relevanz wurde Beiträgen dadurch zugeschrieben, dass sie entweder schon ›auf der Titelseite angekündigt, ›lediglich im Inhaltsverzeichnis angekündigt‹ und ›gar nicht vorher angekündigt‹ waren. Eine Zuschreibung von Relevanz nach der Position im Heft, also ob der Beitrag eher im vorderen oder hinteren Heftteil angesiedelt ist, erschien dagegen unsinnig, da diese Positionen in beiden Nachrichtenmagazinen wenig über den Stellenwert der Veröffentlichung aussagen und bekannt ist, dass viele LeserInnen *profil* und *Spiegel* quer oder von hinten beginnen zu lesen.

Codiert wurden die Ressorts, in denen die betreffenden Artikel erschienen sind. Unterschiedliche Bezeichnungen bei *profil* und *Spiegel* wurden dann, wenn es sich inhaltlich um das gleiche handelte, zusammengefasst, z.B. ›Österreich‹ und ›Deutschland‹ jeweils unter ›Inland‹.

Eine weitere Variable ist die Länge der Beiträge in Druckzeilen. Die durchschnittliche Anzahl der Zeichen liegt bei beiden Magazinen bei 37. Erhoben wurde zudem, ob die codierten Artikel mit Abbildungen versehen sind. Als Abbildung wurden dabei sowohl Fotos und Zeichnungen als auch Infografiken verstanden. Bei der Darstellungsform wurde lediglich zwischen ›nachrichtenbetont‹ und ›meinungsbetont‹ unterschieden. Als nachrichtenbetonte Darstellungsformen gelten Berichte, auch in Form der ›Magazin-Story‹ oder der Titelgeschichte und

Kurzberichte; als meinungsbetonte Kommentare, Essays, Rezensionen, Interviews und Leserbriefe.

Von Interesse war, welche Rolle Personalisierung spielt. Bei Interviews oder Porträts ist der Personenbezug eindeutig. Zusätzlich festgehalten wurde, welche Funktionen die Personen innehaben (»Politiker«, »Unternehmer«, »Kulturschaffende«, »Wissenschaftler«, »Sportler«, »sonstige Prominente« und »Nicht-Prominente«), das Geschlechterverhältnis, welche »ExpertInnen« zu welchen Themen zu Wort kommen und ob es sich bei den genannten Personen um Lebende oder bereits Verstorbene handelt. Das mag auf den ersten Blick kurios wirken, leuchtet aber dann ein, wenn immer wieder auf historische Personen wie Mozart oder Hitler Bezug genommen wird. Die Annahmen bezüglich Kultur- bzw. Wirtschaftsbezug ergeben sich aus den bestehenden Selbst- und Fremdbildern. Zwar pflegen beide Länder das Image der »Kulturnation«, doch steht bei Österreich im Gegensatz zum »Land der Dichter und Denker« mit Mozart und Wiener Walzer möglicherweise eher die Musik im Mittelpunkt. Deutschland als Kulturnation scheint für Österreich weniger relevant als die Wirtschaftsnation Deutschland, denn schließlich ist die BRD Österreichs wichtigster Handelspartner.

## **Ergebnisse der Inhaltsanalysen von *Der Spiegel* und *profil***

### Häufigkeit, Umfang, Stellenwert

Die insgesamt 254 Artikel verteilen sich nicht gleichmäßig auf die achtzehn untersuchten Ausgaben. Ihre Zahl pro Ausgabe schwankt zwischen zwei und zweiundzwanzig. Letzteres ist aber als »Ausreißer« zu betrachten. 14 der 22 Artikel in der *Spiegel*-Ausgabe Nr. 44 sind Leserbriefe als Reaktionen auf die Verleihung des Literatur-Nobelpreises an Elfriede Jelinek. Durchschnittlich ergibt sich ein Wert von acht Österreich-Artikeln pro *Spiegel*-Ausgabe und 27 Deutschland-Artikeln pro *profil*-Ausgabe.

Insgesamt berichtet der *Spiegel* selten über die »Alpenrepublik« und wenn, so wird Österreich nur am Rande erwähnt oder es taucht in einer Infographik als eines von mehreren Vergleichsländern auf. Das hat zu der Unterscheidung »Hauptthema«, »Nebenthema« und »nur Nennung« geführt. »Hauptthema« war Österreich in 37 der 92 Artikel. Was die Platzierung der Artikel betrifft, so waren vier auf der Titelseite angekündigt, weitere 52 lediglich im Inhaltsverzeichnis und 36 gar nicht zuvor angekündigt. Bei den Artikeln, in denen Österreich das Hauptthema darstellte, sah die Situation schon etwas anders aus: Keiner war auf der Titelseite vertreten, nur 15 schafften es ins Inhaltsverzeichnis und der Großteil der Artikel, nämlich 22, war auch dort nicht zu finden.

Mehr als die Hälfte der Artikel in der *Spiegel*-Stichprobe befassen sich nicht hauptsächlich mit österreichischen Themen. Und wenn doch, so sind diese Beiträge erheblich kürzer als die, in denen Österreich Nebenthema oder nur erwähnt ist. Die durchschnittliche Länge aller codierten Artikel liegt bei 185 Zeilen; das entspricht etwa 6800 Zeichen. Dieser Wert ist allerdings wenig aussagekräftig, da eine extreme Streuung der Artikellängen festzustellen ist: Der längste Artikel, eine Titelgeschichte, umfasste 1426 Zeilen, der kürzeste, eine *Hobbspiegel*-Notiz, dagegen gerade einmal 2. Ein deutlicher Unterschied ergibt sich allerdings gegenüber denjenigen Artikeln, die schwerpunktmäßig über Österreich berichten: Hier beträgt die Durchschnittslänge nur 82 Zeilen (ca. 3000 Zeichen), also weniger als die Hälfte. Eine ähnliche Beobachtung lässt sich bei den Abbildungen machen: 75 Prozent aller Artikel waren mit mindestens einer Abbildung versehen; bei den Artikeln mit Österreich als Hauptthema waren es dagegen nur 54 Prozent. Österreich kommt also insgesamt selten vor und wenn doch, so nur am Rande. Hauptthema ist es nur in eher kurzen Beiträgen.

Auch in *profil* dreht sich nicht alles um den »großen Nachbarn im Norden«, doch im Schnitt weisen 27 Beiträge pro Ausgabe einen Deutschland-Bezug auf. In 24 Prozent der Beiträge ist das Nachbarland Hauptthema, in 31 Prozent Nebenthema und in 45 Prozent wird es nur erwähnt. Dabei variiert die Länge der Beiträge erheblich. 52 Prozent weisen mehr als 4.000 Zeichen auf, können also als »lang« bezeichnet werden. Wenn Deutschland dann aber in 45 Prozent aller Beiträge »nur erwähnt« wird, relativiert das die Stärke des Deutschland-Bezuges. Zur Erläuterung: in mehreren längeren Beiträgen gibt es Infographiken, in denen internationale Vergleiche angestellt werden. Es geht um Haushaltsdefizite, Drogenmissbrauch oder Korruption, und immer ist auch Deutschland ein Land, dessen Daten aufgeführt werden. Der Deutschland-Bezug ist also gegeben, jedoch ist Deutschland nicht Schwerpunkt der Berichterstattung.

### Themen und Ressorts

In den 92 Beiträgen mit Österreich-Bezug stammen 22 aus dem Ressort Kultur und von den 37, in denen es hauptsächlich um Österreich geht, stammt ein Drittel, nämlich 12, aus dem Kultur-Ressort. Untersucht man allgemeiner den Kulturbezug der Beiträge, bewegt sich also über das Ressort hinaus, geht es in 47 der 92 Artikel um Kunst und Kultur. Am häufigsten, 24 mal, handelte es sich dabei um Literatur, gefolgt von Theater, neun mal. Beide Kategorien, sowohl Theater als auch in noch stärkerem Ausmaß Literatur, haben von der Berichterstattung über die Verleihung des Literaturnobelpreises an Elfriede Jelinek profitiert, würden aber auch ohne sie an der Spitze liegen. Noch deutlicher ist das Bild bei den 37 Artikeln, die sich auf Österreich konzentrieren: Hier liegt nicht weniger als 30 mal ein Kulturbezug vor; nur sieben dieser Artikel kommen ganz ohne eine Verbindung zur Kunst aus. Auch hier dominieren erwartungsgemäß die Literatur mit 20 Beiträgen und das Theater mit 5 Beiträgen. Einen Spezialfall stellen die Leser-

briefe dar. Ihr Österreichbezug entsteht dadurch, dass sie den Literaturnobelpreis für Elfriede Jelinek kommentieren. Doch auch wenn diese 14 Leserbriefe außen vor bleiben, tritt die Dominanz der Kultur deutlich zutage, jedoch nicht speziell die der österreichischen Musik.

In der *profil*-Berichterstattung über Deutschland ist die Orientierung an der deutschen Wirtschaft oder Politik in der Berichterstattung deutlich, was aber nicht heißt, dass Entwicklungen in Deutschland nicht kritisiert werden. Im Gegenteil ist angesichts der schwächelnden deutschen Wirtschaft ein erstarkendes österreichisches Selbstbewusstsein erkennbar. Die Verteilung der Beiträge mit Deutschlandbezug ist eindeutig: 24 Prozent stammen aus dem Ressort Wirtschaft, 17 Prozent aus dem Ressort Kultur und in 16 Prozent der Inlandsberichte wird auch Deutschland thematisiert. Offenkundig wird der Deutschland-Bezug bei einer genaueren Betrachtung der *profil*-Infografiken. In fast allen stellt Deutschland eine wichtige Bezugsgröße dar.

## Personen

Personalisierung lässt sich schon an der gewählten Darstellungsform erkennen. Ein Porträt, ein Nachruf oder das berühmte »*Spiegel*-Gespräch« stellen Personen in den Mittelpunkt. In den 92 *Spiegel*-Artikeln mit Österreich-Bezug kommen in 28 auch österreichische Handlungsträger vor. Höher ist der prozentuale Anteil bei den 37 Beiträgen, in denen Österreich Hauptthema ist. Die Hälfte dreht sich um eine Person. Insgesamt werden in der *Spiegel*-Stichprobe 90 ÖsterreicherInnen erwähnt, einige mehrfach. Der Männeranteil liegt bei 75 Prozent, läge jedoch noch höher ohne die Beiträge über die Nobelpreisträgerin Elfriede Jelinek.

Auch wenn über ÖsterreicherInnen berichtet wird, spielt Kultur eine wichtige Rolle. Von den 90 erwähnten Personen sind 50 KünstlerInnen oder sonstige Kulturschaffende, unter den restlichen 40 befinden sich 18 PolitikerInnen. In den Beiträgen, die sich hauptsächlich mit Österreich auseinandersetzen, sind sogar zwei Drittel der vorkommenden Personen Kulturschaffende. Ein nicht geringer Teil, nämlich 20 von 52, zählt nicht mehr zu den Lebenden, was als eine gewisse Rückwärtsgewandtheit, als Erinnern an »die gute alte Zeit« gedeutet werden kann.

In den 161 *profil*-Beiträgen mit Deutschland-Bezug ist das Geschlechterverhältnis ähnlich unausgeglichene wie beim *Spiegel*. Lediglich drei Frauen kommen vor: Angela Merkel, Anke Engelke und die Soziologin Barbara Siemers. Erklärt werden kann diese geringe Zahl mit der ebenfalls geringen Zahl an Frauen in Führungspositionen in Wirtschaft und Politik, den beiden Ressorts mit dem höchsten Anteil an Beiträgen über Deutschland. Immerhin wird über Angela Merkel innerhalb des Untersuchungszeitraums mehrfach berichtet. Ansonsten aber liefern Hollywood-Stars, auch Kabarettistinnen und andere Künstlerinnen Anlässe zu berichten, nicht etwa deutsche Politikerinnen.

Eine weitere Annahme lautete, dass der Anteil deutscher Expertenkommentare in *profil* überdurchschnittlich hoch ist. Denn mit kurzen Zitaten samt

Foto sind viele bekannte Personen vertreten: Wolfgang Joop, Guido Westerwelle, Hartmut Mehdorn, Wolfgang Clement u.a.. Beschränkt man sich allerdings auf WissenschaftlerInnen als ExpertInnen, liegt der Anteil bei nur 13 Prozent. Deutsche kommen dann zu Wort, wenn sich das Thema auf Deutschland oder auf deutsche Ereignisse bezieht oder eine bestimmte Disziplin keine österreichischen WissenschaftlerInnen stellt.

### ***Spiegel-* und *profil-*Diskurse**

Da »sich Stereotype und ihre Bedeutung meist erst aus dem Kontext einer Aussage« (Behrens 2003: 61) erschließen, wurde das vorhandene Material auch auf diskursive Strukturen untersucht. Die Diskursanalyse ist eine sozialwissenschaftliche Methode, die die sprachliche Konstruiertheit sozialer Wirklichkeit berücksichtigt und zu klären versucht, aufgrund welcher Machtstrukturen welche Diskurse geführt und Positionen eingenommen werden. Letztlich beschäftigt sie sich »mit den Möglichkeiten und Grenzen der Bedeutungsproduktion in einer Gesellschaft.« (Kassel 2004: 31) Die Diskursanalyse ist zugleich ein hermeneutisches, also auf Textverstehen zielendes Verfahren, bei dem Aussagen aufeinander bezogen und gewichtet, Zusammenhänge verdeutlicht werden. (vgl. dazu Jäger 2001: 104f.).

Konkret wurden die Artikel der Stichprobe und genauer die Passagen, die einen der Indikatoren aufweisen, daraufhin untersucht, ob sie wiederkehrende Bilder und Wertungen sowie allgemein bekannte Österreich- bzw. Deutschland-Stereotype enthalten. Dabei zeigt sich bei der *Spiegel*-Berichterstattung die Dominanz dreier thematischer Schwerpunkte: Erstens »Land und Leute«, wobei implizit ein Zusammenhang zwischen der Größe bzw. relativen Kleinheit des Landes und Charaktereigenschaften seiner Bewohner hergestellt wird, zweitens »Österreich als Kulturnation« und drittens »Die Gegenwart der Vergangenheit«, womit die Rückbindung aktueller politischer und gesellschaftlicher Entwicklungen an die Vergangenheit gemeint ist, insbesondere Ständestaat und Nationalsozialismus.

Bei der *profil*-Berichterstattung über Deutschland ist dieser Vergangenheits-Diskurs ebenfalls von großer Wichtigkeit, weil er als Ausgangspunkt für die Beschäftigung mit der eigenen Identität genommen wird. Diese Auseinandersetzung mit der Vergangenheit erfolgt ganz überwiegend im Bemühen um Objektivität. In beiden Nachrichtenmagazinen finden sich auch viele im Ton zurückhaltende und mit der Absicht der Aufklärung über NS-Verbrecher und Verbrechen verfasste Artikel, zumeist Buchrezensionen (vgl. Broder 2004/*Spiegel*; Hackl 2004/*Spiegel*; Kospach 2004/*profil*; Bobi 2004/*profil*).

Ein weiterer wichtiger Diskurs dreht sich um ökonomische Macht und die Frage, wie abhängig das kleinere Österreich vom größeren Deutschland ist. »Deutsche Automobilkonzerne in der Krise«, ist dabei nur ein Beispiel unter vielen. Auch wenn es um Tourismus geht oder Jobsuchende und »Numerus

Clausus-Flüchtlinge« aus Deutschland, sind zunächst wirtschaftliche Fragen berührt. Doch geht es immer um mehr als die Ökonomie: um Eigenständigkeit und Selbstbehauptung.

Schließlich sind politische Entwicklungen im jeweiligen Nachbarland von Interesse. Schon aufgrund des Medienangebots in Österreich, wo die Programme deutscher Rundfunksender via Kabel und Satellit empfangbar sind, ist davon auszugehen, dass ÖsterreicherInnen mehr wissen über deutsche Politik als Deutsche über österreichische. Nur eine Person fällt den meisten Deutschen spontan ein, befragt man sie zur österreichischen Politik: der Kärntner Landeshauptmann Jörg Haider. Dessen Aufstieg hat lange Zeit die deutsche Österreichberichterstattung dominiert, doch im Untersuchungszeitraum liefert die FPÖ dem *Spiegel* nichts Berichtenswertes. *profil* hingegen widmet sich ausführlich den Querelen bei CDU/CSU. Speziell die Debatte über die mögliche Kanzlerkandidatur von Angela Merkel greift *profil* in zwei längeren Beiträgen auf. Anhand einiger Zitate und Belege sollen im Folgenden diese diskursiven Stränge nachgezeichnet werden.

### *Spiegel*-Diskurse

Österreich ist das »Land der Berge, Land am Strome«, so lautet eine Zeile der Nationalhymne. Wenn von Österreich im *Spiegel* die Rede ist, erfolgt der Hinweis auf die Berge mit großer Wahrscheinlichkeit. Oft sind sie sogar Ausgangspunkt der Berichterstattung, etwa wenn Vorarlberger MedizinerInnen in wochenlangen Feldversuchen auf einem »Trainingsberg« die gesundheitlichen Effekte des Bergauf- und Bergabgehens erforschen (vgl. N.N. 2004a/*Spiegel*: 156). Auch in einer Reportage über die Weltmeisterschaft der Gasballone in Bitterfeld wird ein alpines Klischee bedient: »Die Mannschaft aus Österreich entschwand mit einem Jodler in die kalte Morgenbläue.« (Schulz 2004: 184/*Spiegel*). Die Gegend am Wolfgangsee hat der Ex-Bundeskanzler und Österreich-Urlauber Helmut Kohl als »von Gott geschaffen« beschrieben, erfahren die LeserInnen eines Beitrags über chinesische Reisegruppen, die die deutschen Autobahnen und die österreichischen Alpen kennenlernen wollen (vgl. Klawitter 2004: 87/*Spiegel*). Geradezu idyllisch wirkt eine Szene im selben Artikel:

»Auf dem Weg nach Österreich verlässt der Konvoi kurz die Autobahn. Der Himmel reißt auf, und am Horizont sonnen sich die Alpen. Langsam gleiten die Karossen an einer alten Bäuerin vorbei. Sie trägt eine zerschlossene Schürze, treibt sechs Kühe vor sich her und guckt so, als ahne sie auf einmal, was Globalisierung bedeutet.« (Klawitter 2004: 87/*Spiegel*)

Bereits an dieser Stelle wird eine Identifizierung Österreichs als etwas rückständig und konservativ angedeutet. Das setzt sich fort, wenn der *Spiegel* vom »musealen Mythos« und »alten Glanz« (N.N. 2004b: 147/*Spiegel*) berichtet, den Claus Peymann aus Salzburg und Wien auf die Bühne des Berliner Ensembles hinüberrettet, oder wenn die Schriftstellerin Donna Leon im Interview erzählt, wie

sehr dem konservativen Salzburger Erzbischof ihre Darstellung katholischer Geistlicher missfällt (vgl. Reichstein 2004: 214/Spiegel). Diese Rückwärts-gewandtheit geht Hand in Hand mit der Vorliebe der ÖsterreicherInnen für alle Arten von Titeln: Zwei der wichtigsten davon sind zweifelsohne der »Hofrat« (Salzwedel 2004: 162/Spiegel) und die »Kammerschauspielerin« (N.N. 2004c: 188/Spiegel).

So entsteht das Bild einer zwar etwas rückständigen, aber angenehmen und vor allem charmanten Nation. Dieser »Wiener Charme« (Neef 2004: 11/Spiegel), der auch der heute ukrainischen Stadt Lwiw attestiert wird, steht dabei im Gegensatz zu »den allzu forschen »Piefkes« (Hackl 2004: 188/Spiegel). »Schmusen und Ab-busseln« (Hackl 2004: 188/Spiegel) seien die gewöhnlichen Umgangsformen in Österreich. Sogar der deutsche Bundesinnenminister Otto Schily begeistert sich für diesen Charme und wiegt sich im Walzertakt, wenn er für die Fußball-WM 2006 prognostiziert: »Deutschland wird leicht sein, spielerisch, wienerisch.« (Geyer 2004: 86/Spiegel)

Jährlicher Höhepunkt der nostalgischen Zelebrierung der Vergangenheit samt Titelhysterie ist der Wiener Opernball, von dem André Heller im *Spiegel*-Gespräch zu Protokoll gibt, ihn »immer als Hochamt der geschmacklosen Angeberei empfunden« zu haben (N.N. 2004d: 172/Spiegel). Heller, der »Multi-Künstler« (N.N. 2004d: 172/Spiegel), ist der einzige Österreicher, den der *Spiegel* im Untersuchungszeitraum in einem Interview zu Wort kommen lässt. Und zwar weil Heller verantwortlich ist für das kulturelle Rahmenprogramm der Fußball-WM 2006 in Deutschland. Wenn es um Kultur geht, sind Österreicher also besonders gefragt.

Das so österreichtypisch erscheinende Thema »klassische Musik« wird aber nur in einem Beitrag erwähnt, in dem es um ein Operngastspiel im fernen Ulan Bator geht (vgl. N.N. 2004e: 179/Spiegel). Der Name Mozart kommt hingegen häufiger vor, so in Bezeichnungen wie »Mozart des Snookers«, mit der der rüpelige Weltmeister dieser Billard-Variante belegt wird. (Grossekathöfer 2004: 224/Spiegel).

Was in Österreich wochenlang die Feuilletons beschäftigte, ist dem *Spiegel* nur eine kurze Notiz wert: der »höchst komische Züge« tragende Austrokoffer-Streit, der »erbittert geführt« werde. Dabei geht es um ein von der Bundesregierung gefördertes Projekt. Im Gedenkjahr 2005 soll eine Anthologie österreichischer Gegenwartsliteratur erscheinen. Die meisten der vom *Krone*-Kolumnisten Günther Nennung gefragten AutorInnen wollen da aber nicht mittun, weil sie eine »patriotische Vereinnahmung« befürchten (vgl. N.N. 2004f: 175/Spiegel).

Die Skepsis einiger Literaten gegenüber Staat und Regierung speist sich aus Vorgeschichte und Gegenwart der 2. Republik. Der *Spiegel* hebt in seiner Österreichberichterstattung mit Kulturbezug das häufig schwierige Verhältnis zwischen Intellektuellen und Staat hervor. Dass er dabei Partei für die Intellektuellen ergreift, trifft nicht zu, erst recht nicht für den Essay, den Matthias Matussek über die Nobelpreisträgerin Elfriede Jelinek verfasst hat. Er hält die Entscheidung der

schwedischen Akademie für ein »Quotenuurteil« und bezeichnet Jelineks politische Haltung als »Kaschmirschal-Alpen-Antifaschismus«, ihre Werke als »schwer verdauliche Sado-Maso-Schinken« voll von »nicht endenden austriakischen Sentenzen, in denen Alpinisten, Faschisten und Geschlechtsorgane durcheinander purzeln.« (Matussek 2004: 179/*Spiegel*). Ihn stört die Begründung der Akademie, Jelinek habe »Österreich mit leidenschaftlicher Wut gegeißelt«. Schon die kritische Einstellung gegenüber dem Heimatland werde als nobelpreiswürdig erachtet. Matussek wirft der Autorin vor, sie habe lediglich »Thomas Bernhards frei gewordene Österreich-Hass-Planstelle« besetzt, um »die Faschisten« zu bekämpfen. (Matussek 2004: 181/*Spiegel*) »Und wenn keine zur Hand waren, die Abonnenten der Wiener Burg«, wo »man stolz darauf ist, wenn wieder mal drei zornrote Skilehrer das Haus verlassen« (Matussek 2004: 182/*Spiegel*).

Auch Marcel Reich-Ranicki trägt wenig zur Ehrenrettung der Schriftstellerin Jelinek bei. Er nennt ihr literarisches Talent »bescheiden«, ansonsten sei sie »schon eine dolle Frau«. (Reich-Ranicki 2004: 180/*Spiegel*) Von den 13 LeserbriefschreiberInnen in Heft 44 zum Thema Jelinek teilen vier die Ansichten der Kritiker Matussek und Reich-Ranicki, darunter eine promovierte Leserin aus Wien.

Österreich immer wieder in den Zusammenhang mit Nazi-Ideologie zu bringen, scheint im *Spiegel* nicht mehr angebracht. So legt es zumindest Matussek nahe in seiner Kritik an der Antifaschistin Jelinek. Doch finden sich auch Beiträge im *Spiegel*, die genau diese Art Österreich-Kritik üben: In »Völkischer Aufbruch« berichtet Johannes Salzwedel von den Versuchen zur Zeit des Nationalsozialismus, die deutsche Rechtschreibung zu »reformieren«. So krude wie die damaligen »Sprachpfleger« argumentierten viele Reformer heute noch. Der Autor zitiert zum Beleg den »Hofrat Karl Blüml aus Wien, momentan Vorsitzender der Rechtschreibkommission«. (Salzwedel 2004: 162/*Spiegel*) Damit wird eine Kontinuität von den Nazi-Rechtschreibreformern hin zu den heutigen österreichischen Reformbefürwortern behauptet. Der *Spiegel*-Verlag hat sich im August 2004 gemeinsam mit der FAZ und den Springer-Blättern gegen die Rechtschreibreform ausgesprochen. Österreichische Medien dafür.

### *profil*-Diskurse

Von der Gegenwart der Vergangenheit lebt auch *profil*. In der Berichterstattung über Deutschland bleibt das Thema Nationalsozialismus präsent. In jeder der untersuchten Ausgaben findet sich mindestens ein Artikel dazu, wobei jedoch zu berücksichtigen ist, dass Deutschland meist nur erwähnt ist, es hauptsächlich also um die österreichische NS-Vergangenheit und damit stärker um das Selbstbild als das Fremdbild geht. *profil* blendet nicht aus, dass der Nationalsozialismus auch in Österreich Unterstützung fand und bis heute findet, somit nicht nur Deutschland die Verantwortung für die Verbrechen der Nazis zu übernehmen hat. Es gibt in der *profil*-Inlandsberichterstattung immer wieder Hinweise auf politische und per-



sönliche Kontinuitäten. Insbesondere den Äußerungen von FPÖ-Politikern weist das Nachrichtenmagazin die Nähe zu NS-Gedankengut nach, so in der Zusammenstellung von Äußerungen Jörg Haiders über Elfriede Jelinek und andere Künstler (vgl. N.N. 2004g: 133/profil). Ein weiteres Beispiel liefert die Meldung in *profil* Nr. 43 über den Umzug der FPÖ-Bundesgeschäftsstelle in die Wiener Theobaldgasse. Die FPÖ-Parteichefin und Schwester Jörg Haiders, Ursula Haubner, vergleicht das neue Heim mit dem Abbild der Gesamtpartei. Es stellt sich jedoch heraus, dass dieses Gebäude während der NS-Zeit Sitz der »Gauverwaltung Wien« der »Deutschen Arbeitsfront« gewesen ist (vgl. N.N. 2004h: 15/profil).

Der kritische Blick auf die eigene Geschichte ist auch erkennbar in einer Buchrezension. In dem Werk geht es um die Emigration jüdischer ÖsterreicherInnen. Verwendet wird der Begriff »Nazi-Österreich«, was selten ist im Vergleich zu der Häufigkeit mit der in anderen österreichischen Medien von »Nazi-Deutschland« oder dem »Dritten Reich« die Rede ist (vgl. Kospach 2004: 148/profil).

Und auch eine Kolumne von Peter Michael Lingens zur Wiederwahl George W. Bushs ist mit Verweisen auf die NS-Zeit gespickt, ohne Österreichs Rolle auszublenzen: »Für Europäer im Allgemeinen und Österreicher im Besonderen ist das [die Wiederwahl, M.T.] ein Rätsel (obwohl Hitler hier einmal Wahlen gewonnen hat).« (Lingens 2004: 136/profil)

Ein anderer Artikel in *profil* Nr. 46 befasst sich mit den geheimen Berichten österreichischer Diplomaten in Israel. Im Vordergrund steht der Anti-Nazi, Patriot und erste Konsul der Republik Österreich in Israel, Karl Hartl. Er sah im Gegensatz zu vielen Israelis Österreich nicht etwa als Täternation, sondern als »erstes Opfer der Nazis«. Die »Moskauer Deklaration« von 1943, die diese Opferrolle Österreichs festhielt, unterstützte Hartl deshalb. Dieses Beharren auf der Opferrolle wurde im Nachkriegsdeutschland überaus hämisch kommentiert wurde. Schließlich war allgemein bekannt, wie viele ÖsterreicherInnen Hitler beim Einmarsch freudig begrüßt hatten oder Parteimitglied waren. Herbert Lackner, der Autor des Beitrags, wählt eine Formulierung, die Österreich ebenfalls in einer eher passiven Rolle sieht, indem er schreibt: »Als der Nationalsozialismus im März 1938 auch Österreich überrollte [...].« (Lackner 2004: 48/profil)

Die deutsche Wirtschaft, speziell die Automobilindustrie, steckt in der Krise. Das hat Konsequenzen für Österreich und um diese geht es in der Berichterstattung über die Opel-Krise. Möglicherweise sind österreichische Standorte von Werksschließungen in Deutschland betroffen. Im Untersuchungszeitraum widmen sich zwei längere Beiträge diesem Thema. In *profil* Nr. 43 wird der Europa-Chef von General Motors, Carl-Peter Forster, nach den Chancen des Werkes in Wien-Aspern im Vergleich zu den deutschen befragt. Die hohen Lohnkosten in Deutschland sieht Forster als Malus, obwohl auch »Österreich kein Niedriglohnland« sei. »Aber die Leute in Aspern haben einiges an Kreativität bewiesen und ein tolles Paket geschnürt.« (Forster, zit. nach Himmelbauer 2004a: 52/profil)

Diese Aussage druckt *profil* zweimal, im laufenden Text und fettgedruckt als Zwischentitel.

In dem zweiten *profil*-Beitrag geht es neben der Opel-Krise auch um die Probleme bei Ford und VW in Deutschland. »Die Fehler der Vergangenheit rächen sich«, heißt es in der Überschrift. Den Deutschen fehlt im Vergleich zu den Österreichern das Geld, sich ein neues Auto zu kaufen. In allen europäischen Ländern stagniert der Absatz von Opel, Ford und VW, nur in Österreich, »wo die Autokäufer seit jeher eine besondere Affinität zu deutschen Marken hegen«, legen die drei genannten Automobilanbieter noch zu. (Himmelbauer 2004b: 48/*profil*)

*profil* befragt den VW-Vertriebsvorstand Georg Flandorfer zur Krise allgemein und den Startschwierigkeiten des neuen Golf im Besonderen. Dabei mag Flandorfer auf Persönliches und einen bildhaften Vergleich mit Lokalkolorit nicht verzichten: *profil*: »Der GTI wird nun wieder etwas sportlicher. War der alte zu brav?« Flandorfer: »Sie haben Recht, darum nennen wir ihn auch Ur-GTI. Das ist, wie ich als Wiener sagen würde, wieder ein echter Veltliner, der letzte war schon ein wenig verwässert, ein »Gespritzter.« (N.N. 2004i: 49/*profil*)

Deutsche Politik auf Bundesebene ist für das Nachrichtenmagazin *profil* deswegen interessant, weil dieses Thema zum Vergleich einlädt. In Österreich regiert die konservative ÖVP gemeinsam mit den Freiheitlichen von der FPÖ, in Deutschland hingegen die SPD mit den Grünen. Auch wenn man dem Magazin keine eindeutige politische Präferenz zuschreiben kann, ist eine gewisse Anteilnahme am deutschen rot-grünen Projekt erkennbar, ebenso an der Debatte, ob »ausgerechnet« Angela Merkel die Union regierungsfähig machen kann.

Innerhalb des Untersuchungszeitraums, im Herbst 2004, berichtet *profil* zweimal über Querelen innerhalb der CDU/CSU und die mögliche Nominierung Angela Merkels als Kanzlerkandidatin. Zu dem Zeitpunkt geht man davon aus, dass Neuwahlen in beiden Ländern im Jahr 2006 stattfinden werden, mit vorgezogenen Wahlen in Deutschland rechnet niemand. Laut Umfragen sinkt im Herbst 2004 die Zustimmung zu Vorschlägen und Personal der Union. Die Chancen Angela Merkels, tatsächlich Kanzlerkandidatin zu werden, sind nicht gerade gut. Skepsis ihr gegenüber ist auch der *profil*-Berichterstattung zu entnehmen. Der Rücktritt Friedrich Merz', »des telegenen Herrn aus dem Hochsauerland« hat bei Merkel, so legt es die *profil*-Überschrift nahe, »Hochsauerer Gefühle« ausgelöst. Andere politische Fehler wie die »Schnapsidee« einer Unterschriftenaktion gegen den Türkei-EU-Beitritt oder die »Kopfpauschale« und die Unstimmigkeiten mit der bayerischen Schwesterpartei CSU beschleunigten die »Merkel-Dämmerung«. Und ein Vergleich darf nicht fehlen: der mit Margaret Thatcher. Merkels Rezepte seien bei ihr entlehnt. (Schimmeck 2004: 103/*profil*).

Zwei Ausgaben später befragt *profil* den »früheren CDU-Vordenker« Warnfried Dettling, der »als freier Publizist in Berlin und im Waldviertel« lebt, zu »Angela Merkels Problemen mit Staat, Sozialem und Solidarität« (vgl. Heinzl/Hoffmann-Ostenhof: 2004: 84f./*profil*). *profil* scheint die Siegeschancen

der Union mit Angela Merkel als Kandidatin nicht sehr hoch einzuschätzen, erkennbar an der Frage: »Können sich die SPD und die Grünen also über eine Kanzlerkandidatin Merkel freuen?«

In einer Spalte werden die Umfrageergebnisse unter der Überschrift »Watschentanz« kommentiert. *profil* stellt fest: »Angesichts dieser Darbietung holen auch die Wähler zum Watschentanz aus.« Mit dem dialektalen Ausdruck spielt das Magazin auf die kulturellen Unterschiede innerhalb der Union an und auf die von Dettling formulierten Vorbehalte gegen »Frau Merkel, weil sie eine Frau ist, weil sie aus dem Osten kommt, weil sie protestantisch ist und weil sie kein bürgerliches Familienideal lebt.« (vgl. Heinzl/Hoffmann-Ostenhof: 2004: 85./profil)

### **Fazit: Konstruktionsangebote von *Spiegel* und *profil***

*profil* berichtet im Durchschnitt häufiger über Deutschland als der *Spiegel* über Österreich. Für beide Magazine gilt, dass die untersuchten Artikel zwar einen Bezug zum jeweils anderen Land herstellen, es aber nicht den Schwerpunkt der Berichterstattung bildet. Zudem sind diejenigen Artikel, die das andere Land zum Hauptthema haben, im Schnitt kürzer als die restlichen Artikel der Stichprobe.

In der Themenauswahl unterscheiden sich die Nachrichtenmagazine stark, was z.T. mit der Nachrichtenwerttheorie, speziell Nachrichtenwertfaktoren wie Bedeutsamkeit (kulturelle Nähe, Betroffenheit) und Konsonanz (Erwartung, Wünschbarkeit) erklärt werden kann. Personalisierung spielt bei beiden Magazinen eine große Rolle. Aufschlussreich ist, über wen berichtet wird – und über wen nicht. Es gibt einen gemeinsamen österreichisch-deutschen Prominenten-Fundus. Er umfasst ranghohe PolitikerInnen und UnternehmerInnen, mehr noch aber KünstlerInnen und SportlerInnen. Die geschlechterkorrekte Schreibweise darf hier über die tatsächlichen Verhältnisse nicht hinwegtäuschen. Frauen sind in Nachrichtenmagazinen unterrepräsentiert. Wenn sie vorkommen, haben sie mit kritischer, zum Teil persönlich diffamierender Berichterstattung zu rechnen, wie am Beispiel der österreichischen Schriftstellerin Elfriede Jelinek und der deutschen Politikerin Angela Merkel gezeigt werden kann. Das ließe sich mit dem Nachrichtenwertfaktor »Negativismus« erklären, jedoch auch mit der Orientierung der Magazine an der überwiegend männlichen Leserschaft. Interessant wäre ein Vergleich der Jelinek-Berichterstattung in *profil* und *Spiegel* um zu überprüfen, wie der vermeintliche Gegensatz zwischen Kunst und Politik dazu verwendet wird, entweder das literarische Vermögen der Schriftstellerin in Zweifel zu ziehen oder ihre gesellschaftspolitische Rolle in Österreich positiv herauszustellen.

Wenn der *Spiegel* über Österreich berichtet, so überwiegend in den Ressorts Gesellschaft, Politik, Sport und vor allem Kultur. Wenn *profil* über Deutschland berichtet, so überwiegend in den Ressorts Wirtschaft, Wissenschaft und Politik. Diese Tendenz ist zwar nur zutreffend für den Untersuchungszeitraum, bestätigt

aber das Bild von der Kulturnation Österreich mit ihrer nahezu unberührten Alpenlandschaft und dem Autoland Deutschland, dem nun taumelnden Wirtschaftsriesen. »Das Erfolgimage ist weg« lautet die Überschrift eines Artikels in *profil* Nr. 33/2004. Hier wird auf acht Seiten im Ressort »Österreich« ein ausführlicher Vergleich zwischen beiden Ländern angestellt. Ein Meinungsforscher fasst die Ergebnisse zusammen: »Die Österreicher emanzipieren sich immer mehr von den Deutschen.« (Barth 2004: 16/*profil*)

Verstärkt durch diese Emanzipationsbestrebungen ist der Anlass der Berichterstattung meistens Differenz nach dem Muster: »Die sind so. Wir sind anders.« Dieses Herausstellen des Andersseins dient der Identitätsbildung. Am einfachsten funktioniert es über die Verwendung bekannter Stereotype. Und da unterscheiden sich Nachrichtenmagazine nicht sehr von anderen Mediengattungen, nur sind sie in der Verwendung klischeehafter Bilder etwas subtiler, etwas ironischer, auch selbstironischer.

Die vorliegenden Ergebnisse der Inhaltsanalysen deuten auf Diskurse, die z.T. schon seit Jahrzehnten geführt werden und das Verhältnis Österreich-Deutschland bestimmen. Immer wieder stellt sich die Frage nach den Gemeinsamkeiten und den Unterschieden in den Bereichen Geschichte, Politik, Wirtschaft, Sport und Kultur. Frühere historische Epochen, in denen sich Österreich und Deutschland feindlich gegenüberstanden oder aber Verbündete waren, insbesondere 1. und 2. Weltkrieg, Nationalsozialismus und Holocaust prägen den Vergangenheitsdiskurs. Er bestimmt auch die Debatten im Gedenkjahr 2005: in beiden Ländern gedenken wir der Befreiung der Konzentrationslager vor 60 Jahren und des Kriegsendes. Österreich beschäftigt sich zudem mit dem 50. Jahrestag des Staatsvertrags, der dem Land die Souveränität wiedergab, sowie der nun 10jährigen EU-Mitgliedschaft und der anstehenden EU-Präsidentschaft.

2006 sollte in beiden Ländern ein neues Parlament gewählt werden. Die Wahlen zum Deutschen Bundestag finden nun schon 2005 statt. Abzuwarten bleibt, wie groß der Wechselwille sowohl in Deutschland als auch in Österreich bei den Nationalratswahlen sein wird. Und noch ein wichtiges Ereignis steht für 2006 an: die Fußball-Weltmeisterschaft in Deutschland. Gerade auch solche nicht direkt politischen und überwiegend medial vermittelten Ereignisse prägen das Selbst- und Fremdbild: »Cordoba« als »die Rache für Königgrätz« ist beinahe allen Österreichern ein Begriff, den meisten Deutschen nicht. Sie erinnern sich lieber an »Das Wunder von Bern«. Diese und die zuvor genannten Beispiele zeigen, welchen Beitrag Medien leisten zur Konstruktion nationaler und kultureller Identitäten.

## Literatur

- Aust, Stefan (o.J.): »Aufklärung bleibt das Aufregendste«. Ein Gespräch mit Hans-Dieter Schütt, in: Schütt, Hans-Dieter/Schwarzkopf, Oliver (Hg.): *Die Spiegel-Titelbilder 1947-1999*, Berlin: Schwarzkopf&Schwarzkopf, S. 14-40.
- Behrens, Rolf (2003): »Raketen gegen Steinewerfer«. *Das Bild Israels im »Spiegel«*. Eine Inhaltsanalyse der Berichterstattung über Intifada 1987-1992 und »Al-Aqsa-Intifada« 2000-2002, Münster: Lit.
- Dröge, Franz (1968): »Konzept einer empirischen Stereotypenforschung. Methodische Überlegungen zu einer Aussagen-Analyse der *Bild-Zeitung*«, in: *Publizistik*, 13. Jg., H. 2/3/4, S. 340-347.
- Festinger, Leon: (1978 [1957]): *Theorie der kognitiven Dissonanz*, hrsg. von Irle, Martin/Möntmann, Volker, Bern: Huber.
- Galtung, Johan/Ruge, Mari Holmboe (1965): »The Structure of Foreign News. The Presentation of the Congo, Cuba and Cyprus Crises in four Norwegian Newspapers«, in: *Journal of Peace Research*, H. 2/1965, S. 64-91.
- Jäger, Siegfried (2001): »Diskurs und Wissen. Theoretische und methodische Aspekte einer Kritischen Diskurs- und Dispositivanalyse«, in: Keller, Reiner et al. (Hrsg.): *Handbuch Sozialwissenschaftliche Diskursanalyse. Bd. 1 Theorien und Methoden*, Opladen: Leske+Budrich S. 81-112.
- Kassel, Susanne (2004): »Diskursives Gewimmel? – Die Methode der Diskursanalyse«, in: *Medien Journal*, 28. Jg., Nr. 2/2004: Ansätze und Problemfelder empirische Forschung. S. 27-41.
- Lamnek, Siegfried (1995): *Qualitative Sozialforschung. Bd. 1 Methodologie*, 3., korr. Aufl. Weinheim: Beltz.
- Luger, Karin (2000): »Dieses Land, das wir so liebend gerne hassen.« *Österreich in der französischen Presse 1986-1992*. Mit einem Vorwort von Felix Kreissler, Wien: Österreichischer Kunst- und Kulturverlag.
- Martinek, Gerhard (1990): *Das Selbstbild der Österreicher. Eine Studie zur verbalen und nonverbalen Imagemessung*, Wien: Service. (= Empirische Marketingforschung; Bd. 8).
- Melzer, Holger (1984): *Nachrichtenmagazine als Kontrollorgane. Korruption und ihre Aufdeckung am Beispiel von profil*, Magisterarbeit, Universität München.
- Menasse, Robert (2000): *Erklär mir Österreich. Essays zur österreichischen Geschichte*, Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Meyer, Anja (1994): *Elfriede Jelinek in der Geschlechterpresse. »Die Klavierspielerin« und »Lust« im printmedialen Diskurs*. Hildesheim, Zürich, New York: Olms-Weidmann (= Germanistische Studien und Texte; 44).

- Mukerji, Monika (2000): *Was dänische Tageszeitungen über Deutschland berichten. Eine Themen-Analyse*, Hagen: ISL. (= Bochumer Studien zur Publizistik- und Kommunikationswissenschaft; 94).
- Noelle-Neumann, Elisabeth (1994): »Wirkung der Massenmedien auf die Meinungsbildung«, in: Noelle-Neumann, Elisabeth/Schulz, Winfried/Wilke, Jürgen (Hrsg.): *Fischer Lexikon Publizistik Massenkommunikation*. Akt., vollst. überarb. Neuausg. Frankfurt am Main: Fischer, S. 518-571.
- Peters, Christoph (1999): *Deutschland und die Deutschen im Spiegel britischer Tageszeitungen. Die Berichterstattung der überregionalen Presse Großbritanniens 1989-1994*, Münster: Lit. (= Medien & Kommunikation; 28).
- Rathkolb, Oliver/Schmid, Georg/Heiß, Gernot (Hrsg.) (1990): *Österreich und Deutschlands Größe. Ein schlampiges Verhältnis*, Salzburg: Otto Müller Verlag.
- Rommelspacher, Birgit (1995): *Dominanzkultur. Texte zu Fremdheit und Macht*, Berlin: Orlanda.
- Schulz, Winfried (1989): »Nachricht«, in: Noelle-Neumann, Elisabeth/Schulz, Winfried/Wilke, Jürgen (Hrsg.): *Fischer Lexikon Publizistik Massenkommunikation*, Frankfurt am Main: Fischer, S. 216-240.
- Schulz, Winfried (2002): »Nachricht«, in: Noelle-Neumann, Elisabeth/Schulz, Winfried/Wilke, Jürgen (Hrsg.): *Fischer Lexikon Publizistik Massenkommunikation*, akt., vollst. überarb. u. erg. Aufl., Frankfurt am Main: Fischer, S. 328-362.
- Steinmaurer, Thomas (2002): *Konzentriert und verflochten. Österreichs Mediensystem im Überblick*. Mit Beiträgen von Elfriede Scheipl und Andreas Ungerböck, Innsbruck u.a.: StudienVerlag.
- Schwab-Trapp, Michael (2001): »Diskurs als soziologisches Konzept«, in: Keller, Reiner et al. (Hrsg.): *Handbuch Sozialwissenschaftliche Diskursanalyse. Bd. 1: Theorien und Methoden*, Opladen: Leske+Budrich, S. 261-283.
- Steinmaurer, Thomas (2004): »Medien in Österreich«, in: Hans-Bredow-Institut für Medienforschung an der Universität Hamburg (Hrsg.): *Internationales Handbuch Medien 2004/2005*, 27. Aufl. Baden-Baden: Nomos; S. 505-520.
- Stimmler, Tatjana E. (1998): *Spiegel, Focus, Stern. Eine Profilanalyse*, Diplomarbeit. Universität Salzburg.
- Stockmann, Ralf (1999): *Spiegel und Focus. Eine vergleichende Inhaltsanalyse 1993-1996*, Göttingen: Schermer. (= Göttinger Beiträge zur Publizistik; 1).
- Winter, Sabine: *Sexismus in deutschen Nachrichtenmagazinen. Geschlechtsspezifische Darstellungs-konventionen in Spiegel und Focus*, Münster: Lit, 2001. (=Medien- und Geschlechterforschung; 8).
- Wyss, Vinzenz (2001): »Journalismusforschung«, in: Jarren, Ottfried/ Bonfadelli, Heinz (Hrsg.): *Einführung in die Publizistikwissenschaft*, Bern, Stuttgart, Wien: Verlag Paul Haupt, S. 259-284.

## Primärquellen

- Barth, Josef (2004): »Das Erfolgimage ist weg«, in: *profil*, Nr. 33, 09.08. 2005, S. 16.
- Bobi, Emil (2004): »Ach dieser Jude, ein Lump«. In: *profil*, Nr. 46/2004, S. 44-45.
- Broder, Henryk M. (2004): Der schneidige Gerd. In: *Der Spiegel*, Nr. 39, 20.09.2004, S. 174-177.
- Geyer, Matthias (2004): »Wir Weltmeister«, in: *Der Spiegel*, Nr. 40, 27.09. 2004, S. 86.
- Grossekathöfer, Maik (2004): »Das unglückliche Genie«, in: *Der Spiegel*, Nr. 43, 18.10.2004, S. 224.
- Hackl, Erich (2004): »Lüge möglichst wahrheitsnah«, in: *Der Spiegel*, Nr. 44, 25.10.2004, S. 187.
- Heinzl, Sebastian/Hoffmann-Ostenhof, Georg (2004): »Merkel fremdelt bei Wörtern mit S.« Interview mit Warnfried Dettling, in: *profil*, Nr. 45, 29.10.2004, S. 84-85.
- Himmelbauer, Martin (2004a): »Blitz und Donner«, in: *profil*, Nr. 43, 18.10. 2004, S. 50-52.
- Himmelbauer, Martin (2004b): »Massenkarambolage«, in: *profil*, Nr. 44, 25.10.2004, S. 46-50.
- Klawitter, Nils (2004): »Kickdown ins Paradies«, in: *Der Spiegel*, Nr. 36, 30.08.2004, S. 86-87.
- Kospach, Julia (2004): »Mehlspeisenreste«, in: *profil*, Nr. 43, 18.10.2004, S. 148.
- Lackner, Herbert (2004): »Antisemit wird man schon hier«. In: *profil*, Nr. 46, 08.11.2004, S. 48-49.
- Lingens, Peter Michael (2004): »Bush mit Gottes Hilfe. Die USA Mission Bible Belt und »Hustler. Glaube kann Kriege verdrängen«, in: *profil*, Nr. 46, 08.11.2004, S. 136.
- Matussek, Matthias (2004): »Alle Macht den Wortequirler!«, in: *Der Spiegel*, Nr. 42, 11.10.2004, S. 178-182.
- N.N. (2004a): »Bergab ist besser«, in: *Der Spiegel*, Nr. 37, 06.09.2004, S. 156.
- N.N. (2004b): »Vorwärts mit der Vergangenheit«, in: *Der Spiegel*, Nr. 36, 30.08.2004, S. 147.
- N.N. (2004c): »Elisabeth Kallina. Nachruf«, in: *Der Spiegel*, Nr. 37, 06.09. 2004, S. 188.
- N.N. (2004d): »Das Kühnste wagen.« *Spiegel*-Gespräch mit André Heller, in: *Der Spiegel*, Nr. 36, 30.08.2004, S. 172-175.
- N.N. (2004e): »Mozart für die Mongolei«, in: *Der Spiegel*, Nr. 43, 18.10.2004, S. 179

- N.N. (2004f): »Österreichs Koffer-Streit«, in: *Der Spiegel*, Nr. 42, 11. 10. 2004, S. 175.
- N.N. (2004g): »Angriff! Auseinandersetzungen zwischen Haider und Jelinek im Wortlaut«, in: *profil*; Nr. 42, 11.10.2004, S. 133.
- N.N. (2004h): »Trautes Heim«, in: *profil*, Nr. 43, 18.10.2004, S. 15.
- N.N. (2004i): »Weit und breit keine Krise«. *profil*-Interview mit Georg Flandorfer, in: *profil*, Nr. 44, 25.10.2004, S. 49-50.
- Neef, Christian (2004): »Skalpellen oder Messer«, in: *Der Spiegel*, Nr. 39, 20.09.2004, S. 119.
- Reich-Ranicki, Marcel (2004): »Die missbrauchte Frau«, in: *Der Spiegel*, Nr. 42, 11.10.2004, S. 180.
- Reichstein, Ruth (2004): »Da herrscht ein absolutes Vertrauen.« Interview mit Donna Leon, in: *Der Spiegel*, Nr. 44, 25.10.2004, S. 214.
- Salzwedel, Johannes (2004): »Völkischer Aufbruch«, in: *Der Spiegel*, Nr. 36, 30.08.2004, S. 161-164.
- Schimmeck, Tom (2004): »Hochsaure Gefühle«, in: *profil*, Nr. 43, 18. 10. 2004, S. 103.
- Schimmeck, Tom (2005): »Das Spiegel-Kabinett. In Deutschland mächtigstem Magazin zeigt sich der Wandel des Meinungsklimas – hin zu Angela Merkel. *Spiegel*-Chefredakteur Stefan Aust schmiedet neue Allianzen«, in: *profil*, Nr. 27, 04.07.2005, S. 74-75.
- Schulz, Matthias (2004): »Wenn Engel schieben«, in: *Der Spiegel*, Nr. 38, 13.09.2004, S. 184.

## Online-Quellen

- OQ1: Müller, Henrik: »Das bessere Deutschland«, <http://www.manager-magazin.de/unternehmen/eu/0,2828,367374,00.html> (25.09.2005)
- OQ2: »Das bessere Deutschland«, <http://www.stern.de/wirtschaft/arbeitskarriere/:%D6sterreich-Das-Deutschland-/541404.html> (25.08.2005)
- OQ3: »Der Spiegel, das deutsche Nachrichtenmagazin«, <http://www.spiegelgruppe.de/spiegelgruppe/home.nsf/Navigation/440FBE98BAF7E2F8C1256FD5004406DD?OpenDocument> (25.08.2005)
- OQ4: IVW-Auflagenzahlen im 4. Quartal 2004, [http://www.ivw.de/auflagen2/web/registriert/index\\_regged.htm](http://www.ivw.de/auflagen2/web/registriert/index_regged.htm) (25.08.2005)



- OQ5: Leserschaftsstruktur des Spiegels,  
*<http://www.media.spiegel.de/internet/media.nsf/Navigation/3950C58D61A0BCEC1256DCF0031E19C?OpenDocument>* (25.08.2005)
- OQ6: »Willkommen bei Profil. Chefredakteur Christian Rainer über das Nachrichtenmagazin«,  
*[http://www.news.at/prod/10/newsmedia/profil/pl\\_willk.shtml](http://www.news.at/prod/10/newsmedia/profil/pl_willk.shtml)* (25.08.2005)
- OQ7: Österreichische Media-Analyse, *<http://www.media-analyse.at/frmdata2004.html>* (25.08.2005)
- OQ8: »Landvermessung, vormals Austrokoffer. Eine österreichische Bibliothek nach 1945«, *<http://www.austrokoffer.at>* (25.08.2005)

## Autorinnen und Autoren

Butt, Lydia, Jahrgang 1980, Studium der Germanistik und der Medien- und Kommunikationswissenschaft in Göttingen und Berkeley, schreibt derzeit ihre Magisterarbeit zum Thema *Deutsche nationale Identität und Multikulturalismus. Zur Konstruktion von Deutschsein in den publizistischen Kontroversen zur ›Leitkultur‹*.

Gietinger, Klaus, Diplom-Sozialwirt, Jahrgang 1955, Mitbegründer der Westallgäuer Filmproduktion. Kinospielefilme u.a. *Dabeim sterben die Leut'* (Buch und Regie mit L. Hiemer), *Heinrich der Säger* (Buch und Regie). Autor und Regisseur verschiedener TV-Serien und Fernsehspiele, u.a. *Tatort*. Bücher und Aufsätze zu historischen und aktuellen Themen, u.a. in *Die Zeit*, *Frankfurter Rundschau*, *Konkret*.

Kassel, Susanne, M.A., Jahrgang 1975, Masterstudium der Germanistik, Publizistik- und Kommunikationswissenschaft und Amerikanistik an der Georg-August-Universität Göttingen. Derzeit wissenschaftliche Mitarbeiterin am Fachbereich Kommunikationswissenschaft der Universität Salzburg, Abteilung Kommunikationstheorien und Mediensysteme. Schreibt ihre Dissertation zum Thema *Legitimatorische Diskurse in der Kriegsberichterstattung*.

Klaus, Elisabeth, Prof. Dr., Jahrgang 1955, Universitätsprofessorin am Fachbereich Kommunikationswissenschaft der Universität Salzburg, Leiterin der Abteilung Kommunikationstheorien und Mediensysteme; zuvor 1996-2003 Hochschullehrerin am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft bzw. Zentrum für Interdisziplinäre Medienwissenschaft (ZiM) in Göttingen.

Kinnebrock, Susanne, Dr. phil., Jahrgang 1966, Besuch des St. Leonard's College in Melbourne/Australien; Studium der Kommunikationswissenschaft, amerikanischen Kulturgeschichte, Politikwissenschaft, Wirtschaftspsychologie und Geschichte in München und Turin (1986-1993); ständige Mitarbeit bei Marktforschungsprojekten der *PbS AG* und *AGEMAS GmbH München*; wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Kommunikationswissenschaft der Universität München (1993-2000), wissenschaftliche Assistentin und Leitung des E-Learning-Projektes *CLIC (Computer-based Learning in Communications)* an der Universität Erfurt (2001-2003); Dissertation zum Thema *Anita Augspurg (1857-1943) – eine kommunikationshistorische Biographie* (2002); HWP-Stipendiatin der Universitäten München (2003-2004) und Erfurt (seit 2005) mit einem Projekt über politische Frauenzeitschriften in Deutschland bis 1945.

Meiners, Kay, Diplom-Sozialwirt, Jahrgang 1972, Studium der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Soziologie, Ethnologie, Volkswirtschaftslehre und Jura an der Georg-August-Universität Göttingen. Diplomarbeit zum Thema *Der Informationsbegriff in den Kommunikationswissenschaften – Etymologie, Genese und heutige Auslegung im Konstruktivismus*. Nach Abschluss des Studiums Ausbildung an der Kölner Journalistenschule für Politik und Wirtschaft e.V. und Arbeit als freier Journalist, u.a. in der Online-Redaktion der Wochenzeitung *Die Zeit*. Derzeit Redakteur des Monatsmagazins *Mitbestimmung* der *Hans-Böckler-Stiftung*.

Riesmeyer, Claudia, M.A., Jahrgang 1978, Magisterstudium der Politikwissenschaft sowie Medien- und Kommunikationswissenschaft an der Georg-August-Universität Göttingen. 2002 Magisterarbeit: *Die PDS – in Zukunft eine bedeutungslose Partei?* Stipendiatin der Niedersächsischen Graduiertenförderung, zurzeit wissenschaftliche Mitarbeiterin in der Abt. Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Georg-August-Universität Göttingen. Schreibt ihre Dissertation zum Thema *Journalismus zwischen Anspruch und Wirklichkeit. Das Ressort und die Informationsquelle als Determinanten der Nachrichtenberichterstattung*.

Stockmann, Nadine, Diplom-Sozialwirtin, Jahrgang 1977, Studium der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Politikwissenschaft, Volkswirtschaftslehre und des Völkerrechts an der Georg-August-Universität Göttingen. Diplomarbeit zum Thema: *TV-Spielfilme – Eine vergleichende Analyse*. Bis 2004 Mitarbeiterin am Zentrum für Interdisziplinäre Medienwissenschaft (ZiM). Schreibt ihre Dissertation zum Thema *Göttinger Tageszeitungen in den 50er Jahren und ihr Umgang mit der deutschen NS-Vergangenheit*.

Stockmann, Ralf, Diplom-Sozialwirt, Jahrgang 1973, Studium der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Politikwissenschaft, Volkswirtschaftslehre und des Völkerrechts an der Georg-August-Universität Göttingen. Diplomarbeit zum Thema: *Spiegel und Focus. Eine vergleichende Inhaltsanalyse 1993-1996*. Bis 2004 Mitarbeiter am Zentrum für Interdisziplinäre Medienwissenschaft (ZiM). Seit 2005 Leiter des Göttinger Digitalisierungszentrums (GDZ) der Niedersächsischen Staats- und Universitätsbibliothek.

Thiele, Martina, Dr. disc. pol., Jahrgang 1967, Magisterstudium der Slavischen Philologie, Publizistik- und Kommunikationswissenschaft sowie Politikwissenschaft an der Georg-August-Universität Göttingen. Wissenschaftliche Mitarbeiterin am Göttinger Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft und im DFG-Projekt *Lesesozialisation bei Informationsmedien* am Institut für Journalistik der Universität Dortmund. Dissertation zum Thema *Publizistische Kontroversen über den Holocaust im Film*. Seit 2003 Universitätsassistentin am Fachbereich Kommunikationswissenschaft der Universität Salzburg, Abteilung Kommunikationstheorien und Mediensysteme. Lehraufträge an den Universitäten Göttingen, Bern und Krems, im WS 2005/06 Vertretungsprofessorin für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft an der Georg-August-Universität in Göttingen.

Weiß, Oliver, M.A., Jahrgang 1967, Magisterstudium der Politikwissenschaft, Publizistik- und Kommunikationswissenschaft sowie Wirtschaftspsychologie an der Georg-August-Universität Göttingen. Magisterarbeit zum Thema *Das Internet als neue Form politischer Kommunikation? Eine kritische Untersuchung ausgewählter politischer Internet-Angebote*. Seit 2000 Öffentlichkeitsarbeit für den Verband Privater Rundfunk und Telekommunikation VPRT in Berlin, verschiedene Lehraufträge, seit 2004 zudem DAPR-geprüfter PR-Berater.

Windisch, Nils Kolja, Jahrgang 1977, Magisterstudium der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft und Soziologie an der Georg-August-Universität Göttingen. Schreibt derzeit seine Magisterarbeit zum Thema: *Weblogs in Meinungsführermedien. Vom Umgang mit einer neuen Kommunikationsform*.

Zielmann, Sarah, M.A., Jahrgang 1976, Studium der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Soziologie, Volkswirtschaftslehre und Öffentlichem Recht in Göttingen und Padua (Italien), Magisterabschluss in Leipzig. Danach Assistentin am IPMZ-Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung der Universität Zürich. Seit Dezember 2003 Wissenschaftliche Mitarbeiterin am IfK-Institut für Kommunikationswissenschaft der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster, Promotionsthema: Regierungs-PR.