

Bereichsrezension „Politik und Kommunikation“

Jeffrey Wimmer: (Gegen-)Öffentlichkeit in der Mediengesellschaft. Analyse eines medialen Spannungsverhältnisses

Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften 2007, 293 S., ISBN 978-3-531-15374-2, € 34,90

Gerhard Göhler, Cornelia Schmalz-Jacobsen, Christian Walther (Hg.): Macht und Medien. Über das Verhältnis von Politik und Kommunikation

Frankfurt a. M., Berlin, Bern: Peter Lang 2007, 155 S., ISBN 978-3-631-56428-8, € 16,80

Jochen Maaß: Das Talk-Format „Hart aber fair“. Konzeption und Entwicklung

Saarbrücken: VDM 2007, 109 S., ISBN 978-3-8364-1101-1, € 49,-

Das begriffliche Gegenstück zur klassischen Medienöffentlichkeit ist der aus der Studentenbewegung kommende Begriff der Gegenöffentlichkeit. Die Forderung nach der Herstellung einer antiinstitutionellen Kommunikationsstruktur zur „Thematisierung [...] von Informationen und Meinungen, die in den etablierten Massenmedien unterbleiben oder unterdrückt werden“ (S.11), war zwar eine direkte Reaktionsbildung gegen die gefrorene Atmosphäre der deutschen Nachkriegsära, die Begriffskarriere der Gegenöffentlichkeit ist mit dieser Epoche jedoch nicht zu Ende gegangen. Vielmehr hat sich die Verwendung des Begriffs in unterschiedlichen sozialen Bewegungen, die aus den Studenten- und Schülerbewegungen der 1960er Jahre hervorgegangen sind, fortgesetzt. Mit allen Bewegungen, deren Wirken teilweise bis in die Gegenwart hineinreicht, teilt der Begriff seinen politisch-normativen Anspruch. Er zielt auf existierende Ausschlussmechanismen durch unterschiedliche Formen der Diskriminierung seitens der bürgerlichen Öffentlichkeit, in deren faktischer Existenz er seine eigene mitbegründet. Indem Gegenöffentlichkeit für eine Informationsproduktion einsteht, die sich durch eine unkonventionelle, ‚alternative‘ Form, ‚andere‘ Inhalte sowie eine ablehnende Haltung gegenüber etablierten Massenmedien auszeichnet, definiert sie ihr antagonistisches Verhältnis zum Mainstream der bürgerlichen Presse.

Jeffrey Wimmer irritiert diese Feststellung, indem er gleich zu Beginn seiner Promotionsschrift *(Gegen-)Öffentlichkeit in der Mediengesellschaft* feststellt, dass sich Öffentlichkeit und Gegenöffentlichkeit weder in dem skizzierten Dualismus berührungslos gegenüberstehen, noch die Begriffsdimension von Gegenöffentlichkeit sich in einer Form alternativer journalistischer Produktion erschöpft.

Nach Wimmer umfasst der Definitionsbereich von Gegenöffentlichkeit vielmehr auch die Aktionen neuer sozialer Bewegungen und Zielsetzungen alternativer Medien, d.h. nicht nur die Alternativpresse, sondern auch freie Radios, offene Kanäle und ebenso die neuen manifesten Formen computervermittelter Kommunikation, wie z.B. *web logs* oder die Onlineportale entsprechender nicht-etablierter politischer Akteure und Organisationen.

Mit dieser zusätzlichen Begriffsdimension ausgestattet, kann Wimmer die Abhängigkeit der terminologischen Präzisierung von Gegenöffentlichkeit durch ihr begriffliches Gegenstück plausibilisieren. Er führt Analysen aus der anglo-amerikanischen Forschung an, die in exemplarischer Weise eine verstärkte Beschäftigung mit der Frage nach dem Einfluss von Gegenöffentlichkeit und ihren unterschiedlichen Manifestationen auf die Struktur und Funktionsbestimmungen von Öffentlichkeit belegen. Die Hinweise aus dieser Forschungsrichtung, die stark zwischen normativen und empirischen Bezügen schwanken, markieren gleichzeitig eine Lücke in der systematischen Forschung. Hierin begründet der Autor Relevanz und Anspruch seines theoretischen Vorhabens. Wimmers Arbeit stellt sich die anspruchsvolle Aufgabe, die unterschiedlichen Maßstäbe und theoretischen Positionen, die in der Begriffsgeschichte von Öffentlichkeit und Gegenöffentlichkeit zu finden sind, für die Kommunikationswissenschaften zu systematisieren. Speziell für die anvisierte begriffliche Präzisierung der Gegenöffentlichkeit weiß er zu berücksichtigen, dass diese Kategorie für sich betrachtet keinen sozialwissenschaftlichen Terminus mit heuristischem Gehalt darstellt, sondern das eigene Erkenntnispotential nur im ständigen Rückbezug auf sein begriffliches Gegenstück entfalten kann.

Die Resultate der synoptischen Analyse von Gegenöffentlichkeit und dem Kontrastwort Öffentlichkeit systematisiert Wimmer zum Ende seiner Arbeit sowohl in einem Analyserahmen für die Dimensionen und Komplexitätsebenen von Gegenöffentlichkeit wie auch in der Erstellung eines Kataloges von Kausalannahmen zum Kommunikationsverhältnis von Gegenöffentlichkeit und Öffentlichkeit, die einer zukünftigen empirischen Forschung als Interpretationsfolie dienen sollen.

Aber nicht nur die Empirie könnte von Wimmers Arbeit profitieren. Der Diskurs der Medien- und Kommunikationswissenschaft ist mit Wimmers Arbeit schon jetzt um einen Beitrag bereichert, dessen zentrales Verdienst es ist, die Dimensionen des oft überstrapazierten Begriffs der Gegenöffentlichkeit in einen präzise ausgearbeiteten theoretischen Rahmen zurückzuholen. Wimmer schafft ein kommunikationswissenschaftliches Konzept, das die Konstitutionsbedingungen von Gegenöffentlichkeit nicht nur aus einer beachtlichen Menge bilanzierter Öffentlichkeits- und Gegenöffentlichkeitskonzepte zielsicher extrahiert, sondern diese Bedingungen sowohl in Abhängigkeit etablierter Öffentlichkeiten, als auch im Hinblick auf die Massenmedien als Institutionen zu ermessen versteht.

Dass die öffentliche Wahrnehmung von Politik in den Massenmedien durch

Inszenierungen geprägt ist, zählt in einer medial bestimmten Kultur als Gemeinplatz. In welchem Maße hierbei Politik Mediensysteme für ihre Zwecke instrumentalisiert, oder umgekehrt die Aufmerksamkeitsregeln und Unterhaltungselemente der Massenmedien das demokratische Selbstverständnis der Politik in Mitleidenschaft ziehen, ist schwer entscheidbar. In jedem Fall handelt es sich um eine konflikthafte Beziehung zweier Systeme, in denen oft gegensätzliche Interessenlagen miteinander kollidieren.

Die Reflexion über diesen Konflikt medialer Praxis im Umfeld politischer Macht war das zentrale Thema der vom Förderverein des Otto Suhr Institutes (kurz: OSI) 2007 organisierten Ringvorlesung „Macht und Medien – über das Verhältnis von Politik und Kommunikation“. Von der Erkenntnis ausgehend, dass eine wissenschaftliche Erschließung und Aufarbeitung besagten Macht- und Interessenkonfliktes nicht allein die Politologie, sondern mindestens auch die Publizistik ganz zentral betrifft, sollten beide akademische Disziplinen im Rahmen der Tagung zusammengebracht werden. Dies scheint zunächst einmal anerkennenswert und beispielhaft, da laut Auskunft der Herausgeber des Vorlesungsbandes beide Bereiche an deutschen Universitäten sowohl als Forschungsfelder wie auch als Berufsfelder zumeist sauber voneinander getrennt sind.

Leider aber wird der Leser in der Erwartung enttäuscht, in den folgenden Beiträgen ebenso vorbildliche wissenschaftliche Dokumente des vorher formulierten interdisziplinären Forschungsanliegens geboten zu bekommen. Stattdessen werden von Seiten der Medienmacher und politischen Akteure der Gegenwart Vorträge im Stile persönlicher Erfahrungsberichte serviert. Direkt aus der eigenen Berufspraxis heraus schildern Journalisten den Umgang mit Verfahrensweisen der tagespolitischen Berichterstattung in den Massenmedien. Politiker reden über die Schwierigkeiten ihrer medialen Selbstinszenierung im täglichen Kampf um die Durchsetzung der Regierungskommunikation. Beides ist eng miteinander verzahnt, besonders dann, wenn die Repräsentation politischer Persönlichkeiten in deutlichem Widerspruch zu ihrer Politik gerät und ihre Umsetzbarkeit zu gefährden droht. Von solch einem kritischen Fall weiß der ehemalige Umweltminister Jürgen Trittin zu berichten. Der Leser erfährt, dass die *Berliner Zeitung* Fotoreporter in die Lebensmittelabteilung des Kaufhofes am Alex schickte, um dem damaligen grünen Umweltminister unökologisches Einkaufsverhalten nachzuweisen. Trittin nennt weitere Schmutz-Kampagnen aus der Boulevard-Presse, die allesamt darauf zielten, seine Glaubwürdigkeit als Umweltminister mit ehrgeizigem Regierungsprogramm wie Atomausstieg und Dosenpfand zu unterwandern. Gelungene Regierungskommunikation ist also nicht nur eine Frage der stabilen Definitionsmacht über Begriffe. Dass es mit zunehmender Personalisierung der politischen Berichterstattung auch die scheinbar unpolitischen Kampagnen sein können, die sich in politische Zusammenhänge einordnen lassen und so der Regierungskommunikation gefährlich werden können, ist hinsichtlich der Beziehungsprobleme zwischen Medien und Politik sicher kein Novum. Aus seiner eigenen Personalakte

vorgetragen, gelingt es Trittin dennoch, den gewählten Allgemeinplatz pointiert zu vermitteln.

Am Scheitern eines größeren kommunikationsstrategischen Programms nimmt der Beitrag von Josef Klein den gelegten Faden von Trittin auf. Widersprüche und Asymmetrien im Verhältnis von Selbstdarstellung und rhetorischer Einführung zentraler Programmwörter haben laut Klein nicht nur die Akzeptanz der Reformpolitik von Altkanzler Gerhard Schröder in der Öffentlichkeit schwinden lassen. Seine *Agenda 2010* sei vielmehr zu einem zentralen Reiz- und Hasswort der zweiten Regierungsperiode Schröders geworden. Dass sich dies eventuell auch auf den Inhalt des Reformwerkes zurückführen lässt, interessiert Klein, der die im öffentlichen Raum kursierenden unverträglichen Wortwelten wie „erwerbsfähige Hilfsbedürftige“, „Zumutbarkeitsregeln“ etc. beklagt, allerdings weniger (S.115). Er fasst das Akzeptanzproblem der Reformpolitik ganz als Vermittlungsproblem zwischen Politik und medialisierter Öffentlichkeit. Mag man diese inhaltliche Beschränkung ‚ideologiefrei‘ und wohlwollend als methodische Prämisse der Analyse interpretieren, die sich normative Dimensionen sparen muss, so sind diese in anderen Beiträgen immerhin noch angelegt. So etwa der Appell Jürgen Leinemanns, der sich als praktizierender *Spiegel*-Autor von Seiten der Medien mit der Personalisierung der Politikberichterstattung beschäftigt. Leinemann begreift in ganz konstruktivistischer Manier die eigentümlichen Regeln der Medien, über die sich Politiker in der Öffentlichkeit präsentieren, als zur Authentizität ihrer Darstellung dazugehörend. Mediale Inszenierungsstrategien und personale Authentizität sollten dort, wo keine objektive Beobachtung mehr möglich scheint, deshalb nicht im begrifflichen Gegensatz verhandelt werden. Leinemann selbst fühlt sich durch Theatralisierungen von Politik dann auch weder als Journalist verunsichert, noch als Bürger missachtet. Er nimmt ihr verändertes Erscheinungsbild, das in der Mediengesellschaft des Spektakels nun einmal von Personalisierung und Theatralisierung bestimmt wird, vielmehr nüchtern zu Kenntnis und weiß darauf seine Ansprüche an die ‚Zukunft der Aufklärung‘ zu formulieren. Seine medienkulturellen Meditationen gipfeln so zum Ende seines Beitrages in der schwammigen Forderung, dass hierzulande dringend ein „Erkennungssystem“ von Nöten sei, mit dessen Hilfe die Öffentlichkeit Macht und Machart der medial vermittelten Bilder zu durchschauen lerne (S.61). Das scheint natürlich nicht ganz einfach, sind doch die Massenmedien längst Bestandteil der Brille, durch die Wirklichkeit betrachtet wird. Zum anderen ist an der Inszenierung des medialen Scheins von Politik nicht die Inszenierung das Problem, sondern vielmehr der Schein, insofern sich die mediale Inszenierung selbst genügt und das Politische und dessen Personal nur als Ausgangspunkt für die eigenen Produktionen benutzt. Aber das ist sicher nur vom Standpunkt der Bewertung demokratischer Qualität ein zu beachtender Aspekt, der nicht zum engeren Themenfeld der OSI-Tagung gehörte. Wünschenswert wäre dies schon gewesen. Gerade weil die unter dem Stichwort der ‚Interdisziplinarität‘ zusammengetragenen Einsichten des Vorlesungsbändchens nicht besonders tief

ausfallen. Und das ist sehr bedauerlich – sowohl für die Politologie als auch für die Publizistik.

Ganz ohne wissenschaftliche Methode und entsprechende Verweise auf existierende Diskurse oder Forschungsfelder kommt die Diplomarbeit von Jochen Maaß aus. Zumindest werden entsprechende Kontexte selten erkennbar. Vielleicht ist dies für die Zielsetzung des Buches auch gar nicht von Nöten. Maaß ist in erster Linie Journalist, dessen wissenschaftliche Unternehmung ihr Thema hauteng am Beruf ihres Autors entlangführt. So umfasst der Titel des Buches auch bereits die Hälfte seines Inhaltes. Es geht um „Konzeption und Entwicklung“ des *WDR* Talk-Formates *Hart aber fair* (ab 2001). Der Klappentext zwinkert dem ‚Medienwissenschaftler‘ zu, eine Entstehungsgeschichte des TV Polit-Talks gleich mitzuliefern. Das ist aber nur ein rhetorischer Trick, denn Maaß ist, wie gesagt, Journalist und seine Arbeit berufsbezogen, d.h. mehr Markt- als historisierende Medienanalyse. Sie umfasst ein nach stereotypem Stichwortmuster zusammengetragenes Protokollpanorama über alle derzeit existierenden TV Talk-Shows sowie eine minutiös recherchierte Berichterstattung des *WDR* Exemplars *Hart aber fair* vom ersten Entwurfsblatt der Sendung bis zur prozentualen Bewertung des Bekanntheitsgrades ihres Moderators Frank Plasberg. Nach dem akribischen Zusammentragen von Statistiken und selbst eingeholten Zuschauermeinungen stellt Maaß im Schlussteil seiner Arbeit Anregungen und Perspektiven zur Weiterentwicklung des besagten Talk-Formates dar. Aus der beachtlichen Menge gleichförmiger Kurzberichte und stichwortartiger Evaluationsprotokolle zieht der Autor ein Fazit, das in seiner Dürftigkeit ebenso beachtlich ist: „Die Ergebnisse der Befragung lassen den Schluss zu, dass es für die bestehende Sendung ‚Hart aber fair‘ keine grundlegenden Änderungswünsche gibt.“ (S.102)

Die darauf trotzdem folgende Skizzierung eines Neukonzeptes von *Hart aber fair* stellt sich als lustlose Variation des bestehenden Konzeptes vor, die zum Ende der Arbeit das Fragezeichen hinter der Relevanz der ganzen Maaßschen Unternehmung nochmals unterstreicht. Es ist schwer vorstellbar, dass eine so ‚medienpraktische‘ Forschungsarbeit, die ihr Thema stets überdeutlich vor Augen hat, aber ohne erkennbare theoretische Unterfütterung, auf der sich der Horizont des eigenen Themas erweitern ließe, auskommt, für eine Leserschaft interessant sein könnte, die a) nicht zu den hartgesottenen Fans von Frank Plasberg und seinem volksnahen Diskussionsforum zählt oder b) nicht wie der Diplom-Journalist Maaß um eine konzeptionelle Weiterentwicklung des Ganzen ringt.

Tim Raupach (Leipzig)