

Ralph Weiß (Hg.): Zur Kritik der Medienkritik – Wie Zeitungen das Fernsehen beobachten

Berlin: Vistas Verlag 2005 (Schriftenreihe Medienforschung der Landesanstalt für Rundfunk NRW, Bd. 48), 586 S., ISBN 3-89158-397-4, € 25,-

Wir leben in einer Mediokratie – der jüngst zu Ende gebrachte bundesdeutsche Wahlkampf hat dies einmal mehr aufs Deutlichste veranschaulicht –, der TV Konsum steigt weiter und mit zunehmender Digitalisierung wird sich nochmals einiges ändern in den Bilderwelten. Dachte man in den 80er Jahren noch über das Fernsehen, seine Ideologie, seine Macht und seine Auswirkungen nach, scheint heute eine Diskussion über unser Leitmedium nicht mehr stattzufinden. Das liegt nicht zuletzt vielleicht auch an Figuren wie Neil Postman oder Hans Magnus Enzensberger, deren griffige Thesen zum Fernsehen provozierend und polarisierend gewirkt haben. Doch die Aufklärer mit ihrer Abscheu und Empörung sind alt und so ist es still geworden um das Medium, welches nach wie vor wie kaum ein anderes öffentliche Aufmerksamkeit und Wahrnehmung kanalisiert, definiert und temporalisiert. Immerhin hat ein Printmedium neulich den löblichen Versuch unternommen, wieder über das Fernsehen nachzudenken. Das Magazin *Stern* titelte im August programmatisch „Glotze aus“ und lieferte zuhauf Argumente für ein fernsehloses Dasein bzw. ein besseres Fernsehprogramm. Interessant war, dass werbende Fernsehspots zum „Glotze aus“-Heft sowohl von der ARD als auch von den privaten Sendern boykottiert wurden. „Warum sollen wir einen Spot ausstrahlen, der unserem Medium schadet?“, hieß es zur Begründung. Die Fernsehbranche zeigt sich einmal mehr arrogant und überheblich. Sie genießt mittlerweile eine Macht, welche die der Autoindustrie bescheiden aussehen lässt. Wie weit kann sie es noch treiben, wo bleibt die Kritik? Welche Formen des öffentlichen Nachdenkens über das Fernsehen sind überhaupt vorstellbar, sinnvoll, notwendig? Gibt es noch Möglichkeiten auf das Mediensystem einzuwirken?

Mit der Beantwortung dieser gewichtigen Fragen wurde eine Forschergruppe des Hans Bredow Instituts in Hamburg von der Landesanstalt für Medien in Nordrhein Westfalen betraut. Das Ergebnis liegt jetzt in voluminöser Buchform vor. Gleich zu Beginn stellt der Leser erstaunt fest, dass Medienkritik für die Autoren nichts anderes bedeutet als die Beurteilung des Fernsehens und seiner Sendungen durch Zeitungsjournalisten. Die Untersuchung konzentriert sich ausschließlich auf die inhaltliche Leistung fernsehbezogener Publizistik. Analysiert werden Programmkritiken wie Schwerpunktsetzungen von Medienthemen in Tageszeitungen, Fachblättern und Programmzeitschriften. So beschäftigt sich das erste Kapitel mit „Konturen der Berichterstattung“. Verglichen und ausgewertet wird eine höchst fragwürdige, weil beliebig wirkende Auswahl von Artikeln mit erstaunlich dürftigen Ergebnissen. Dass das inhaltliche Profil der *Bild*-Medienseite das Leben von Prominenten aus der Fernsehbranche in den Vordergrund stellt, ist ebenso

banal wie die These, dass Qualitätszeitungen wie *epd medien* eher kontextorientierte Medienberichterstattung liefern (vgl. S.60ff.). Auch das Fazit des dritten Kapitels stellt kaum einen Erkenntnisgewinn dar: Die Printmedien reagieren auf die wachsende Komplexität der Fernsehlandschaft mit immer mehr Textsorten in unterschiedlichen Ressorts (vgl. S.126ff.). Dies besagt nichts anderes, als dass der Wirtschaftsteil einer Zeitung die Konzentrationsbildung von Medienunternehmen und das Feuilleton eher Sendungsinhalte thematisiert. Auf den Seiten 136ff. wird es dann endlich kurz interessant, wenn die Autoren zu einem kritischen Fazit der sogenannten Fernsehkritik kommen. Sie fassen auf knapp drei Seiten als Ergebnis ihrer Textanalysen zusammen, dass sich eine explizite Fernsehkritik auf dem Rückzug befindet, dass schreibende Journalisten im Bewusstsein der Folgenlosigkeit ihres Tuns statt zu sachlich-kritischer Reflexion eher zu ironischer Deskription neigen, dass eine kritische Beschäftigung mit Kinder- und Jugendsendungen kaum stattfindet und dass Veränderungen des Programms, wie etwa politischer Magazine, nicht thematisiert werden. Auch der Einfluss von PR-Material und PR-Veranstaltungen auf die Auswahl der kritisierten Sendungen wäre in keinem der untersuchten Artikel thematisiert worden. Vor allem jedoch – so das kurze Fazit – wird in den Printmedien nicht mehr kritisch über die manipulierenden Möglichkeiten des Fernsehens reflektiert. Statt kritischer Beobachtung, statt Fernsehkritik im Sinne einer Kritik am Fernsehen ginge es zunehmend um eine unterhaltungsorientierte Thematisierung von Fernsehinhalten. Die Lektüre soll mehr oder weniger genauso vergnüglich sein wie das Fernsehen. Und: Die Printmedien wollen teilhaben an Aufmerksamkeiten von Themen, die das Fernsehen setzt, und umgekehrt lenken Zeitungsartikel ihrerseits wiederum die Aufmerksamkeit auf bestimmte Sendungen. Zusammenfassend lässt sich sagen: Es ist ein Transfer von Aufmerksamkeiten zwischen den Medien ohne jede Selbstreflexivität, geschweige denn Selbstkritik. (Vgl. S.139)

Mit Vokabeln der Systemtheorie ließe sich formelhaft sagen, beim Fernsehen und der publizistischen Fernsehkritik handelt es sich um nichts anderes als um ein geschlossenes selbstreferentielles System. Doch die Autoren deuten dies nur vorsichtig an. Hier hätte man sich doch ausführlichere, kritischere Überlegungen gewünscht. Auch dass und wie sich die bundesdeutsche Presselandschaft insgesamt in den letzten Jahren verändert hat, müsste in dergleiche Studien Eingang finden. Denn der ökonomische Druck und die Verflechtungen von Medienkonzernen wirken ganz unmittelbar auf die journalistische Praxis. So drängt sich die Frage auf, ob Fernsehkritik nicht folglich einen ganz anderen Platz haben müsste, nämlich im pädagogischen und wissenschaftlichen Bereich? In einem Feld, das unabhängig von Macht- und Marktinteressen der Medien liegt. Das abschließende Kapitel fragt immerhin nach einem Fachjournalismus, „der die Analyse der Darstellungsmittel des Mediums versteht und diese publizistisch prägnant vermitteln kann“ (S.545). Selbst wenn es möglich wäre, so etwas in Ausbildungsgängen institutionell zu verankern, wo sollen solcherart ausgebildete

Zeitungsjournalisten wirken, wo sollen sie schreiben, hat doch selbst die *Zeit* ihre Medienseiten eingestellt?

Kaum zu glauben ist auch, dass die Autoren sich an keiner Stelle der immerhin 600 Seiten starken Publikation für ihre Grundbegriffe interessieren, Medienkritik und Programmkritik ist für sie einfach dasselbe. Liefern einzelne Fallstudien wie die zu „Big Brother“ (3.1.3), zu den „Kanzlerduellen“ (Kap. 5) oder zu „Deutschland sucht den Superstar“ (Kap. 8) zweifelsohne interessante Details, so ist das Ergebnis dieses immerhin zweijährigen Forschungsprojekts insgesamt enttäuschend und wirft kein besonders gutes Licht auf die Potentiale der bundesdeutschen Medienwissenschaft.

Daniela Kloock (Berlin)

Hinweise

Altmeppen, Klaus-Dieter, Thomas Hanitzsch, Carsten Schlüter (Hg.): Journalismustheorie: Next Generation. Soziologische Grundlegung und theoretische Innovation. Wiesbaden 2005. 300 S., ISBN 3-531-14213-5

Schröder, Michael, Axel Schwanebeck (Hg.): Zeitungszukunft - Zukunftszeitung. Der schwierige Gang der Tagespresse in die Informationsgesellschaft des 21. Jahrhunderts. München 2005. 190 S., ISBN 3-88927-368-8