

**Siegfried Weischenberg: Neues vom Tage:
Die Schreinemakerisierung unserer Medienwelt**

Hamburg: Rasch und Röhring 1997 (Politik und Gesellschaft), 199 S.,
ISBN 3-89136-615-9, DM 29,80

Ein Name, Margarethe Schreinemakers, wird zum Programm – gar zum Fernsehprogramm. Diese Auffassung vertritt der Münsteraner Kommunikationswissenschaftler Siegfried Weischenberg. Unter „Schreinemakerisierung“ versteht er „den Prozeß, der zu einem neuen ‘TV-Journalismus’ führt – wenn nicht zu einem neuen Journalismus überhaupt.“ (S.10) Mit offenkundigen Anleihen bei der ‘radikal’konstruktivistischen Erkenntnistheorie, der systemtheoretischen Gesellschaftstheorie sowie der empirischen Kommunikatorforschung zeichnet er das Bild einer weitgehend degenerierten Medienwelt.

Er stellt eine zunehmende Inflation bei Personen, Themen, Formaten sowie Präsentationscodes und gleichzeitig eine anhaltende Konjunktur der Kommerzialisierung, Entertainisierung, Fiktionalisierung sowie Nivellierung programmatischer Konzepte fest. Der Sachverhalt trifft im gesteigerten Maße auf die privatwirtschaftlichen Rundfunkanbieter und die ‘Boulevard’-Blätter zu, aber auch auf die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten und die ‘Intelligenz’-Blätter.

Das als Ganzes in Veränderung begriffene Mediensystem, weiß der Verfasser zu berichten, fordert allen miteinander konkurrierenden Medienanbietern gewaltige Anpassungsleistungen ab mit weitreichenden Folgen und Konsequenzen für den Journalismus. Der Journalismus nimmt sich dabei als ein ganz eigenes Geschäft aus, das sich kaum nach Maßgabe guter, moralischer oder professioneller Vorsätze ausrichtet. Die Praxis des Journalismus ist vielmehr eine Mischung aus Medienkapitalismus, besonderen Wahrnehmungsformen von Geschehnissen, Verarbeitungsroutinen in der Aussagenentstehung, Einflüssen von Institutionen und schließlich aus Einstellungen der Journalistinnen bzw. Journalisten ihrerseits. Diese Bestimmungsgrößen stellen in der Summe die komplexen selbstbezüglichen Systeme der modernen Medien dar.

Unter der Voraussetzung, daß Medien eine eigene ‘Wirklichkeit’ erzeugen, schlußfolgert Weischenberg, dürfe sich die Maxime einer Ethik des Journalismus nicht auf die Abbildung von ‘Wirklichkeit’ gründen, sondern das, was im ethischen Zusammenhang diskutiert wird, müsse als Resultat des Systems Journalismus betrachtet werden, das nach seinen eigenen Bedingungen ‘Wirklichkeit’ entwirft. Er

prognostiziert, daß das Angebot an „intelligenten“ und „kohärenten“ Informationen in Zukunft noch wichtiger sein werde als in der Gegenwart.

Es gelingt Weischenberg, die zusehends komplexer werdenden Prozesse medialer Kommunikation auf verständliche Weise zu erläutern und hintergründige Zusammenhänge aufzuzeigen. Dabei vermag er insbesondere die Konstruktion von Wirklichkeit(en) durch die Massenmedien herauszustellen. In seinen Ausführungen zu den professionellen und ethischen Standards sieht sich Weischenberg – wohl zu Recht – auf den Subjektbegriff zurückverwiesen, um Anforderungen und Erfordernisse des journalistischen Handelns in den strukturellen Zwängen von Redaktion, Markt und Gesellschaft angemessen beschreiben zu können. – Siegfried Weischenbergs Band erweist sich als kurzweilige und gründliche Analyse der Medienwelt Ende der 90er Jahre.

Christian Filk (Köln)