

Julia Serong: Medienqualität und Publikum: Zur Entwicklung einer integrativen Qualitätsforschung

Konstanz/München: UVK 2015, 334 S., ISBN 9783867646161, EUR 49,-

(Zugl. Dissertation an der Freien Universität Berlin, 2014)

Mit der anhaltenden Ökonomisierung und Kommerzialisierung der Medien, allen voran des Fernsehens, avancierte die Quote zum wichtigen Maßstab für die Publikumsgunst und damit auch für den Erfolg. Dies ist bis dato so geblieben, trotz vielerlei Klagen und Kritik. Erst allmählich entwickelte sich in den Medienwissenschaften eine Diskussion über Medienqualität. Doch universelle Kriterien sind kaum möglich oder sinnvoll; vielmehr muss ganz grundlegend nach den jeweils relativierenden Interaktionen und Kontexten gefragt werden: also nach Qualität wovon und für wen?

Julia Serongs Publikation legt für diese Grundlegung einen „integrativen Theorierahmen“ (S.20) vor. Zum einen soll er den geführten Qualitätsdiskurs und dessen Grundkonflikt zwischen normativer Qualität und kommerzieller Quote nachvollziehen und erklären, zum anderen den angeblich „verbreiteten, individualistisch-kollektivistischen Publikumsbegriff“, der aus der Medienökonomie stamme, in einem „gesellschafts- bzw. öffentlichkeitstheoretischen“ Konzept überwinden (S.20f.). Damit wird schon ein recht hoher theoretischer Anspruch postuliert, der zugleich mit einigen, nicht unmittelbar einsichtigen Prämissen behaftet ist.

Recht sicheres analytisches Terrain ist zunächst, wenn die Autorin –

ausgehend vom Öffentlichkeitskonzept von Jürgen Gerhards und Friedhelm Neidhardt (*Strukturen und Funktionen moderner Öffentlichkeit: Fragestellungen und Ansätze*. Berlin: Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung, 1990) – einen deskriptiv-institutionenbezogenen Ansatz wählt; auf diese Weise zeichnet sie die drei „Foren“ (S.35ff.) der Medienregulierung, der Medienselbstkontrolle und der Medienkritik beziehungsweise des Medienjournalismus und die je spezifischen Modalitäten der Qualitätsdiskussion beziehungsweise -kontrolle grob nach. Warum die Autorin nicht auch die Wissenschaft als Forum anführt, bleibt offen. Diesen „Foren“ wirft sie Öffentlichkeits- und Publikumsdefizite vor, ohne dafür empirische Belege anzuführen. Immerhin ließen sich etliche gegenteilige Befunde für Parlamente, Rundfunkkommissionen, Presse- und Rundfunkräte nennen, erst recht für die publizistische Medienkritik.

Aber sicherlich hängt das Urteil von der jeweiligen Definition und Ausgestaltung des Publikumsbegriffs ab, der der Autorin das wichtigste Anliegen ist. Diesen verankert sie allerdings in Niklas Luhmanns Systemtheorie, obwohl sie mehrfach konzidiert, dass sich dort jenseits des systemischen Kontingenz-Axioms weder ein zureichender Subjekt-, Individualitäts- und

Publikumsbegriff noch ausformulierte Konzepte für Normativität, Gemeinwohl und öffentliche Interessen finden lassen. Andere Referenzen wie etwa zur Medienökonomie, Handlungstheorie und (empirische) Rezeptionsforschung lässt die Autorin unbeachtet.

Stattdessen versucht sie, die Systemtheorie mit eher formalen Kategorien zu erweitern, die sie aber zugleich von ihren angekündigten Erkenntnisinteressen weg- und letztlich zu kaum einleuchtenden Schlussfolgerungen führen: Nach recht abstrakten, langwierigen Argumentationen kulminieren sie zum einen im Gemeinwohl, auf dem angeblich alle Qualitätsbegriffe fußen, und zum anderen im „Publikum der Öffentlichkeit“ (S.253ff.), das besagte unzureichende Begriffe überwinden soll. Aber warum soll ein Medienprodukt, zumal ein privatkommerzielles, dem Gemeinwohl dienen, das sich wohl nur realitätsfern abstrakt oder ideologisch bestimmen lässt? Da dürfte bei aller Insuffizienz der Medienmarkt noch immer eine passendere und transparentere Instanz sein, oder die produzierenden Subjekte folgen ihren persönlichen Gestaltungsintentionen, seien sie künstlerischer oder auch nur profaner Art. Das Publikum – welches auch immer – quittiert ihre Erzeugnisse ohnehin mit ganz unterschiedlichen Resonanzen, die sich empirisch erkunden lassen. Deshalb fallen für die kommunikationswissen-

schaftliche Diskussion beide Deduktionen letztlich hinter den umrissenen Stand der postulierten Kontextuierung und Pluralisierung zurück, zumal die Autorin bis zum Schluss mit normativen, sogar elitären Setzungen dagegenhält, die mit der vorfindlichen Realität der Mediennutzung wenig zu tun haben.

So beklagt sie am Ende, dass öffentliche Kommunikation häufig im „situativen Rezeptionserleben“ versandet oder als bloßer Zeitvertreib und reines *mood management* dem Funktionieren einer hochgradig ausdifferenzierten Gesellschaft abträglich seien (vgl. S.296). Dem beschworenen Gegensatz von Quote contra Qualität kommt Serong auf diese Weise nicht bei. Denn auch populäre, massenattraktive Formate lassen sich gut oder schlecht machen, müssen sich diversen Qualitätskriterien stellen – worüber ja einschlägige Diskussionen geführt werden. Außerdem begünstigen und verbreiten mittlerweile die digitalen Medien, die die Autorin nur am Ende kurz streift, enorme Publikumsreaktionen – spontane, emotionale, widersprüchliche, mitunter vulgäre –, wie sie zuvor nie artikuliert wurden und die mitunter öffentlich wirksamer sein können als alle akribische Quotenmessungen. Dazu bedarf es sicherlich weiterer adäquater Theoriearbeit.

Hans-Dieter Kübler (Werther)