

Lars Rademacher

**Peter Ludes, Helmut Schanze (Hg.):
Medienwissenschaften und Medienwertung**

2000

<https://doi.org/10.17192/ep2000.3.2681>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Rademacher, Lars: Peter Ludes, Helmut Schanze (Hg.): Medienwissenschaften und Medienwertung. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen | Reviews*, Jg. 17 (2000), Nr. 3, S. 297–298. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep2000.3.2681>.

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute, or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

Peter Ludes, Helmut Schanze (Hg.):

Medienwissenschaften und Medienwertung

Opladen, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag 1999, 223 S.,

ISBN 3-531-13366-7, DM 49,80

Der vorliegende Band gibt Rätsel auf. Nachdem über Jahre niemand im Wissenschaftsbetrieb mehr einen Wertungsbegriff zur Orientierung von ästhetischen oder journalistischen Produkten (hier: Medienprodukten) bemüht hat, weckt der Begriff

der „Medienwertung“ Neugier. Ein Blick auf das Inhaltsverzeichnis klärt noch nicht, ob hier gefragt wird, wie Medienprodukte bewertet werden oder wurden, oder aber was gute und was weniger gute Medienprodukte sind, wie man sie erkennt und unterscheidet.

Spontan fühlt man sich nämlich – wie auch bei der auffallend häufigen Verwendung des Begriffs „Qualität“ – an die literarische Kanonbildung vergangener Tage erinnert, als sich die Literaturwissenschaften nur mit hoher Literatur beschäftigten und „Trivilliteratur als Forschungsproblem“ ausschlossen. Ist der Prozess jetzt umgekehrt? „Nach unten“ wird zwar nicht mehr diskriminiert – aber „nach oben“ qualifiziert? So schlimm kommt es dann doch nicht, obwohl für die Medienwertungs-forschung ein Forschungsprogramm entworfen wird, dem unterschwellig immer noch ein Bewertungswunsch innezuwohnen scheint: „Die Theorie der literarischen Wertung gilt als die am weitesten entwickelte. Aber auch hier hat die Forschung noch keine konsistente Theoriebildung erreichen können.“ (S.18)

Doch das Projekt der „Medienwertung“ will explizit nicht normativ oder prognostisch verfahren, sondern rein „empirisch-historisch“: „Unsere Frage lautet nicht ‘Was ist Qualität?’, wir fragen: Was wird für qualitativ gut oder weniger gut gehalten? Mit welchen Begriffen von Qualität wird in Redaktionen, im Produktionsbereich, in der Fernsehkritik tagtäglich argumentiert und operiert? Welche Wertannahmen sind in unseren Köpfen, woher stammen sie und wie verhalten sie sich unter wechselnden Bedingungen zueinander?“ (S.99)

Das ist ein in der Tat lohnender Frageansatz. Doch Obacht: Im gleichen Band wertet Lutz M. Hagen Informationssendungen doch wieder normativ – anhand journalistisch-handwerklicher Kriterien, was durchaus zulässig ist. Auch wird der Begriff der „Aufklärung“ (vor allem durch Bernward Wember) im vorliegenden Titel arg strapaziert. Was bezeichnet der Autor mit dem Begriff, wenn er den Privatsendern die Fähigkeit zur „Aufklärung“ abstreitet, dafür bei öffentlich-rechtlichen Anstalten aber „Einzel-Beispiele“ gefunden haben will? Und welche Aussage macht die Einbindung der am amerikanischen „Project Censored“ geschulten „Initiative Nachrichtenaufklärung“, die „kollektiv vernachlässigte“ Themen der Nachrichtenproduktion eruiert und hierarchisiert? Gibt es dort implizit ex negativo nicht doch so etwas wie eine normative Wertung? Fragen über Fragen ...

Lars Rademacher (Hannover)