

Margreth Lünenborg: Journalismus als kultureller Prozess. Zur Bedeutung von Journalismus in der Mediengesellschaft. Ein Entwurf
Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften 2005, 238 S., ISBN 3-531-4462-6, € 26,90

Margreth Lünenborg, die derzeit als Gastprofessorin am Institut für Publizistik und Kommunikationswissenschaft an der Universität Wien tätig ist, stellt sich in ihrer Habilitationsschrift die Frage, wodurch sich der Journalismus heute inner-

halb der Mediengesellschaft auszeichnet. Die Autorin fördert einen integralen Ansatz, der die Medienproduktion, den journalistischen Text und die Rezeption quasi ganzheitlich als Bestandteile der Journalistik einschließen. Sie erweitert den Journalismusbegriff zunächst „auf *alle* Formen journalistischer Kommunikation“ (S.13) und schließt damit explizit auch die Unterhaltung mit ein. Den theoretischen Rahmen der Arbeit liefert das Konzept der Cultural Studies, das konstruktivistische, kulturorientierte, prozessurale und diskursorientierte Aspekte aufgreift und sich auch den Fragen der Kritischen Theorie zuwendet. Dieses Konzept richtet sich zu Recht gegen monokausale Wirkungszusammenhänge eines einfachen Sender-Empfänger-Modells und begreift „das Publikum als aktiv handelndes Element des Kommunikationsprozesses“ (S.21f.).

Nach einem historischen Abriss über die Entwicklung der Journalistik im neunzehnten und zwanzigsten Jahrhundert und einigen Anmerkungen zur Rolle des Publikums aus einer systemtheoretischen Perspektive, die sie als „uneinheitlich und widersprüchlich“ (S.31) klassifiziert, widmet sich die Kommunikationswissenschaftlerin normativen Theorien von Öffentlichkeit, bei denen ihrer Auffassung zufolge etwa im ‚Arenenmodell‘ eine zu passive Rollenbestimmung des Publikums vorgenommen wird. Insgesamt sei dieser Ansatz nur dann tragfähig, wenn eine aktivere Rolle des Rezipienten als „Generator öffentlich relevanter Themen“ (S.33) vorgenommen wird.

Ein zentraler Kritikpunkt in der Arbeit von Lünenborg richtet sich gegen die weit verbreitete Diskreditierung von Unterhaltungselementen speziell bei Theorieentwürfen, die politische Öffentlichkeitskonzepte zugrunde legen. Sowohl der Boulevardjournalismus als auch Reality-Formate und fiktionale Medienangebote werden in der Journalismusforschung bisweilen zu Unrecht kategorisch ausgeklammert. Es werde vielmehr die Auffassung vertreten, dass Erkenntnisse an das Publikum ausschließlich durch Formen des qualitativ hochwertigen Informationsjournalismus vermittelt werden, der die Kriterien der Objektivität und Wahrhaftigkeit beansprucht. Dabei werde jedoch die Erzählstruktur außer Acht gelassen, die dazu beiträgt „Stimmungen zu erzeugen, Bindungen und Identifikationen herzustellen“ (S.90). Eine attraktive Aufmachung journalistischer Produkte sei zudem erforderlich, um die Aufmerksamkeit des Publikums zu erreichen. Dabei können auch Elemente von „Übertreibung, Exzess und Ironie“ (S.99) zum Einsatz kommen, die primär dem Boulevardjournalismus zugeordnet werden, jedoch eine der Sache angemessene Informationsvermittlung nicht zwingend ausschließen müssen. Die Vielzahl der Genres und die zahlreichen Hybridformate (u.a. ‚Confrontainment‘, ‚Emotainment‘) speziell im Fernsehen lassen die traditionelle Trennung zwischen Informations- und Unterhaltungsformaten ohnehin nicht mehr zu. Die klassische Genretrennung reicht Lünenborg demzufolge nicht mehr aus, um die mediale Entwicklung zu erfassen. Journalismus kann in unterschiedlichen Ausprägungen sowohl tatsächlichen-, meinungs- oder fantasiebetont auftreten. In unterschiedlichen TV-Formaten wird je nach Ausprägung analysiert,

reflektiert oder bewertet. Der Informationsanspruch von politischen Talkshows wird bisweilen allein durch die dramaturgische Gestaltung nicht eingelöst, so dass Form und Inhalt auseinander klaffen. Auch bei den Nachrichten geben die Bilder „nur selten eine stimmige Erzählung wieder“ (S.149). Zudem sei ein Trend zu beobachten, bei dem der „Journalismus zwischen Fakten und Fiktionalisierung“ (S.168) agiert. Politikberater sind hilfreich bei der Konzeption von fiktiven Fernsehformaten, bei denen sich „Genres zwischen Fakt und Fiktion“ (S.187) herausbilden. Im Doku-Drama werden politische Entwicklungen nachgezeichnet, wobei ein Trend zur Boulevardisierung, Hybridisierung und zum Infotainment zu erkennen ist. Journalismus liefert „informativ Unterhaltung und unterhaltsame Information“ (S.200). Grenzüberschreitungen zwischen Politik und Populärkultur sind zu beobachten, wie etwa der Auftritt von Guido Westerwelle im Big-Brother-Container dokumentiert. Politische Ereignisse wie ein Kriegsausbruch werden im Rahmen der Berichterstattung inszeniert und dramatisiert. Eine „integrative Journalistik“ (S.216) sollte diese Entwicklungen angemessen berücksichtigen.

Die Autorin gelangt zu der Konsequenz, dass Journalismus letztlich „eine Erzählung von der Welt“ (S.219) ist, die dekodiert werden muss. Bei einer konsequenten Verfolgung dieses Ansatzes könnte jedoch kritisiert werden, dass die normativen Wertmaßstäbe bei der qualitativen Beurteilung von journalistischen Produkten zu kurz kommen. Es bleibt offen, welche Kriterien erforderlich sind, um eine Nachrichtenmeldung unabhängig von den unterschiedlichen Lesarten als informativ einschätzen zu können. Zugespitzt formuliert: Was unterscheidet eine gute von einer schlechten Meldung?

Das Verdienst der Arbeit von Margreth Lünenborg liegt darin, den hohen Grad der Differenziertheit bei der Konzeption der Cultural Studies aufzuzeigen, der in der wissenschaftlichen Kommunikationsforschung vor allem in Deutschland immer noch unzureichend rezipiert wird, obwohl er wichtige Ansatzpunkte bei der Beschreibung und Analyse einer sich wandelnden Medienlandschaft liefert. In der Untersuchung konnte erneut gezeigt werden, dass die ursprüngliche Unterscheidung zwischen Information und Unterhaltung sich in vielen Fällen nicht mehr aufrecht erhalten lässt. Auch die von der Autorin aufgezeigten historischen Veränderungsprozesse des Journalismus sind überaus informativ. Für eine Habilitationsschrift ist die lesenswerte Arbeit verständlich und im positiven Sinne unterhaltsam und anregend geschrieben und nicht mit Fußnoten überfrachtet. Sie ist schlüssig gegliedert und liefert wichtige Impulse für die sich verändernde Rolle des Journalismus in der Mediengesellschaft.

Christian Schicha (Marburg)