

Öffentlichkeit unter Medienbedingungen

Zur Diskrepanz zwischen normativen Konzepten und der Praxis der Politikberichterstattung

von Christian Schicha

In: Christian Schicha/Carsten Brosda (Hrsg.): Medienethik zwischen Theorie und Praxis, Münster 2000, S. 173-194

Einleitung

Die Bildung von Idealtypen und der Entwurf handlungsleitender Normen, Modelle und Utopien ist sowohl in der Wissenschaft als auch in der politischen Praxis eine gebräuchliche Strategie, um normative Kriterien bei der Bewertung moralisch fragwürdiger Prozesse zu erlangen.¹ Der Versuch, eine Brücke zwischen theoretischen Konzeptionen von Öffentlichkeit einerseits und der Analyse von Medienbedingungen andererseits zu errichten, ist nicht einfach, weil die strukturellen Rahmenbedingungen, unter denen die Medienberichterstattung vonstatten geht, in der bisherigen Forschung zum Themenkomplex „Öffentlichkeit“ kaum behandelt worden sind.² Die Medienforschung kritisiert die zunehmende „Verflachung“ und Beschleunigung bei den Programminhalten, durch die politische Themen immer stärker in den Hintergrund gedrängt werden. Aufgrund dieser Entwicklung ergeben sich negative Einflüsse auf die politische Meinungs- und Willensbildung der Öffentlichkeit, da die Massenmedien ihrer Kontroll- und Kritikfunktion in geringerem Maße nachkommen. Diese pauschale Kritik ist unter den gegenwärtigen Medienbedingungen weiter zu spezifizieren, da die massenmedialen Strukturmechanismen die Inhalte, Präsentationsformen und Wirkungen politischer Kommunikation massiv beeinflussen. Neben der Fundamentalkritik an den Medieninhalten sollte weiterhin ein normatives Gerüst für mögliche Kriterien geliefert werden, um Konstitutionsprozesse von Öffentlichkeit unter medialen Bedingungen zu erfassen.

Im folgenden wird diskutiert, welche normativen Ansprüche an eine politische Öffentlichkeit in demokratischen Systemen vom Typ der Bundesrepublik Deutschland gestellt und welche Konzeptionen dabei zugrunde gelegt werden können. Weiterhin stellt sich die Frage, welche Leitlinien an die politische Medienberichterstattung gerichtet werden und inwiefern sich diese Anforderungen mit der Eigenlogik und den Selektionskriterien der Berichterstattung verbinden lassen. Es wird erörtert, ob es noch eine, für alle einheitliche, vielleicht gar für die Gesellschaft integrative, von den Medien hergestellte Öffentlichkeit gibt oder ob sich Öffentlichkeit wegen der Kommerzialisierung und Vervielfältigung des Angebotes und der Fragmentierung des Publikums immer stärker auflöst.

Normative Anforderungen an demokratische Öffentlichkeiten

Politik ist die Kunst, im Medium der Öffentlichkeit Zustimmungsbereitschaft zu erzielen. Aufgrund der Ansprüche der Bevölkerung im Rahmen demokratischer Strukturen durch Teilnahme und Mitbestimmung eingebunden und informiert zu werden, sind Maßnahmen gefragt, die diesen Postulaten gerecht werden. Durch die Herstellung von Öffentlichkeit soll Transparenz über politische Prozesse erzeugt werden, aus denen ein Partizipationsgewinn durch die

¹ Vgl. Schulz 1997, S. 86.

² Die Diskussion über die Konsequenzen einer politischen Öffentlichkeit unter Medienbedingungen ist problematisch, weil die Debatten zum Thema Öffentlichkeit in den Fachrichtungen der Politischen Philosophie und Soziologie geführt werden, während die Diskurse über Medienstrukturen und -entwicklungen vorwiegend in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft stattfinden. Medienwissenschaftler gehen bei ihrer Analyse in der Regel empirisch vor und argumentieren auf der Ebene konkreter medialer Prozesse und Zusammenhänge. Diskurse zum Thema „Öffentlichkeit“ beschäftigen sich hingegen vor allem mit Machtstrukturen insbesondere zum Verhältnis zwischen Peripherie und Zentrum, also zwischen Bürgern und Entscheidungsträgern. Medienwissenschaftler dagegen richten ihren Fokus vorwiegend auf das Mediensystem selbst und lassen die Funktionsabläufe zwischen dem Zentrum der Politik und den Bürgern weitestgehend außer acht (Vgl. Gerhardt 1998).

Informationsweitergabe resultieren soll. Die Institutionalisierung von Öffentlichkeit ist verfassungsrechtlich verankert über die Meinungs-, Rede-, Versammlungs- und Pressefreiheit, die die Möglichkeit kollektiver Diskurse ermöglichen soll.³ Informationen und Meinungen sollen nach diesem Verständnis ausgetauscht, kommentiert und verändert werden. „Öffentlichkeit“ fungiert als Vermittlungsinstanz im Wechselspiel zwischen Politik und der Bevölkerung. Diese Voraussetzungen gehören zur Grundausstattung moderner Demokratien.

Politische Macht innerhalb der Demokratie muss öffentlich sein, damit sie von der Öffentlichkeit kontrolliert werden kann, und die Öffentlichkeit sollte selbst in Form der öffentlichen Meinung einen relevanten Anteil daran haben, in welcher Form die Politik für das Gemeinwesen gestaltet werden soll.⁴ Sofern die Öffentlichkeit selbst als normatives Leitbild begriffen wird, gilt sie als aufgeklärt, um eine partizipatorische Politik zu bewerkstelligen. Im demokratischen Rechtsstaat geht es insgesamt darum, politische Macht durch das Prinzip der Öffentlichkeit zu legitimieren.⁵ Die Erzeugung von Bedingungen zur Herstellung von Öffentlichkeit gilt in Demokratien vom Typ der Bundesrepublik Deutschland als ein zentrales Kriterium, um politische Macht zu kontrollieren. Dadurch sollen die Interessen aller Bürger eines Gemeinwesens einbezogen oder zumindest advokatorisch zur Geltung gebracht werden. Im Forum der Öffentlichkeit sollen Meinungen und Argumente artikuliert werden, Standpunkte austauschen und durch Diskussion und gegenseitige Überzeugung, durch Abwägung von Pro und Kontra zu einer Konsens- oder Mehrheitsentscheidung gelangen.⁶

Öffentlichkeit im Verständnis einer politischen Öffentlichkeit gilt als *die* normative Zentralkategorie der Gesellschaft.⁷ Öffentlichkeit fungiert sowohl als *Verfahrens- und Ordnungsprinzip* bei Entscheidungsprozessen des politisch-administrativen Systems wie auch als *Zugänglichkeitsprinzip* in Zeit und Raum hinsichtlich seiner thematischen Ausrichtung und gilt für einen offenen Kreis von Akteuren als prinzipielle Option der Partizipation an spezifischen Diskussionsprozessen, aus denen sich dann die „öffentliche Meinung“ herausbildet. Die Beteiligung der Öffentlichkeit an politischen Entscheidungsprozessen stellt eine zentrale Legitimationsfunktion einer funktionierenden Demokratie dar. Die von der Entscheidung Betroffenen sollen einen transparenten Einblick über den Stand der Meinungs- und Willensbildung erhalten, um mit Hilfe der dadurch erworbenen Kenntnisse ihre Interessen adäquat wahrnehmen zu können.⁸

Öffentlichkeit wird sowohl als Grundbedingung als auch als Gegenstand einer Ethik kommunikativer Prozesse klassifiziert. Strukturelle Bedingungen der Öffentlichkeit in Form von Freiheit und Wahrheit fungieren dabei selbst schon als Teil einer praktisch gewordenen Ethik demokratischer Grundwerte. Aus der Eigenschaft der Offenheit im Sinne von „zugänglich für jedermann“ leitet sich letztlich die Bedeutung der Bezeichnung Öffentlichkeit ab.

Öffentlichkeit avanciert zu einem Formprinzip, das hohe Erwartungen an die Kommunikationsverhältnisse richtet. Bei den Beteiligungsmöglichkeiten werden die Wahl- und Meinungsfreiheit zugrundegelegt. Sie erzeugen den politischen Freiraum, der sich als Öffentlichkeit organisieren kann. Dabei ist die Öffentlichkeit als Formprinzip gebunden an die Medialität der Informations-, Kommunikations- und Selbstdarstellungsmöglichkeiten von Individuen, Gruppen und sozialen Systemen.⁹

Als zentrale normative Vorgaben für die politische Kommunikation wird die Gleichheit der Kommunikationschancen, eine Symmetrie der Kommunikationsverhältnisse, eine argumentierende Rationalität der Öffentlichkeit und eine nur vermittelnde Funktion der Medien postuliert.¹⁰

³ Vgl. Sarcinelli 1992.

⁴ Vgl. Göhler 1997, S. 7.

⁵ Wäre dies nicht der Fall, dann würden Parteien und Verbände zu unkontrollierbaren Lobbyisten partikularer Mitgliederinteressen avancieren. Insofern ist eine Etablierung eines offenen Kommunikationsfeldes erforderlich, um Fragen, Anregungen, Forderungen, Selbstdarstellungen und Rechtfertigungen publik zu machen, um letztlich akzeptanzfähige Entscheidungen erreichen zu können (Vgl. Neidhardt 1994).

⁶ Vgl. Schulz 1997, S. 86ff.

⁷ Vgl. Meyer 1998.

⁸ Vgl. Gerhards 1988.

⁹ Vgl. Faßler 1997.

¹⁰ Vgl. Meyer 1998.

Ihre Aufgabe besteht darin, zwischen den Meinungen und Interessen der Bürger einerseits und dem politischen System andererseits zu vermitteln. Sie ist vor allem durch die allgemeine Zugänglichkeit für Akteure aller Art charakterisiert. Öffentlichkeit stellt keine soziale Entität dar und beschränkt sich nicht nur auf einzelne Akteure oder soziale Gruppen. Vielmehr fungiert die Öffentlichkeit als sozialer Verbindungsbereich, in dem sich Akteure in spezifischen Rollen betätigen.¹¹

„Öffentlichkeit läßt sich nicht als Institution und gewiß nicht als Organisation begreifen; sie ist selbst kein Normengefüge mit Kompetenz und Rollendifferenzierung, Mitgliedschaftsregelung u.s.w. Ebenso wenig stellt sie ein System dar. Sie erlaubt zwar interne Grenzziehungen, ist aber nach außen hin durch offene, durchlässige und verschiebbare Horizonte gekennzeichnet. Die Öffentlichkeit läßt sich am ehesten als ein Netzwerk für die Kommunikation von Inhalten und Stellungnahmen, also von Meldungen beschreiben: dabei werden die Kommunikationseinflüsse so gefiltert und synthetisiert, daß sie sich zu themenspezifisch gebündelten öffentlichen Meinungen verdichten.“¹²

Folgende idealtypischen Funktionen werden im allgemeinen einer normativ gehaltvollen öffentlichen Kommunikation zugeschrieben:

- Zunächst ist die *Signal- und Warnfunktion* zu nennen. Öffentlichkeit fungiert als Resonanzboden und Verstärker für die Wahrnehmung von nicht oder nur unzureichend wahrgenommenen Problemen in der Gesellschaft bzw. Teilsystemen der Gesellschaft.¹³
- Weiterhin wird der Öffentlichkeit die Funktion der *Herstellung von Allgemeinheit* zugeschrieben. Dabei steht der Bezug auf geteilte Interessen, Werte und Normen im Mittelpunkt des Interesses. Die Voraussetzung dafür bildet die Option der allgemeinen Teilnahme aller Betroffenen. Die Öffentlichkeit manifestiert sich als Kreis mündiger und aufgeklärter Bürger einer Gesellschaft, in der die aggregierenden Meinungen in rationalen und freien Diskussionen zusammengetragen werden.¹⁴
- Die *Thematisierungsfunktion* der Öffentlichkeit gilt als weitere Zentralkategorie. Themen sind Aufmerksamkeitsregeln und Selektionsfilter zur Sicherung der Anschlussfähigkeit von Kommunikation in Hinblick auf die öffentliche Meinung, wodurch unterschiedliche Positionen sichtbar werden.¹⁵
- Die *Kontroll- und Kritikfunktion* durch die politische Öffentlichkeit sowie die Transparenz und ihre darauf abzielende Legitimation wird u.a. in diversen Urteilen des Bundesverfassungsgerichtes skizziert. Die wahrheits- und sachgemäße Information und Aufklärung der Bürger über politische Prozesse steht ebenso im Blickpunkt wie die Überwachung der politischen Machtausübung. Politische Entscheidungen sollen für die Allgemeinheit transparent sein, sie sollen durch Diskussion und Argumentation der Bürger hergestellt werden und nicht durch absolutistische Beschlussfassung festgelegt werden. Die Öffentlichkeit wird dann als intermediärer Bereich zwischen der Politik im engeren Sinn (politische Institution, Staat) und der Gesamtheit der Bürger interpretiert. Nach demokratischer Lesart dürfen politische Institutionen nicht im Verborgenen agieren, sondern müssen sich öffentlich verantworten.
- Die Öffentlichkeit als *ausdifferenziertes Kommunikationssystem* soll zwischen den Meinungen und Interessen der Bürger und den kollektiven Akteuren einer Gesellschaft und dem politischen System vermitteln.¹⁶ Die Funktion der Gemeinschaftsbildung wird insbesondere durch die Massenmedien geprägt. Sie fungieren als vermittelndes Organ zwischen dem Bürger und der Politik. In dieser Vorstellung liegt der aufklärerische Impetus einer normativ wünschenswerten

¹¹ Vgl. Gerhardt / Neidhart / Rucht 1998.

¹² Habermas 1992, S. 435f. Auch Zierhofer (1998) lehnt eine konkrete „Verortung“ von Öffentlichkeit ab. Er schreibt ihr vielmehr die Rolle eines abstrakten Prinzips zu.

¹³ Vgl. Habermas 1990.

¹⁴ Vgl. Gerhards / Neidhardt / Rucht 1998.

¹⁵ Vgl. Luhmann 1995.

¹⁶ Vgl. Ludes 1993.

Öffentlichkeit. Die Öffentlichkeit in Form einer institutionalisierten öffentlichen Meinung (Presse, Rundfunk, Bürgerforen) liegt dann zwischen dem einzelnen Bürger und den politischen Apparaten.

Die diskursive Konzeption von Habermas

Habermas vertritt ein normatives Leitbild, in dem die Öffentlichkeit durch rational abwägende Kommunikation die Partizipation verstärken und zu einer besser legitimierten und auch qualitativ verbesserten Entscheidungsfindung in modernen Demokratien beitragen kann. Öffentliche Diskurse behandeln praktische Fragen des kollektiven Zusammenlebens, aber auch normative Ansprüche des Ausgleichs von Ansprüchen, Interessen und evaluativen Problemen.¹⁷ Habermas entwickelt ein normatives, basisdemokratisch orientiertes Idealmodell von Öffentlichkeit als kommunikativem Bereich, in dem alle Bürger mit Argumenten öffentliche Belange diskutieren sollen. Das Ergebnis dieser vernünftigen Meinungsbildung bildet in diesem Idealmodell die Grundlage politischer Entscheidungen. Habermas setzt auf die „Produktivkraft Kommunikation“.¹⁸ Für ihn eignet sich die

„[...] politische Öffentlichkeit als Inbegriff derjenigen Kommunikationsbedingungen, unter denen eine Meinungs- und Willensbildung eines Publikums von Staatsbürgern zustande kommen kann zum Grundbegriff einer normativ angelegten Demokratietheorie.“¹⁹

Öffentlichkeit in der diskursiven Variante soll nicht nur die vorhandene Pluralität der Partikularinteressen spiegeln, sondern wird mit dem Ziel reflektiert, kommunikative Verständigungen zu erreichen, die das politische System beeinflussen. Habermas differenziert zwischen autonomer und vermachteter Öffentlichkeit. Die autonome Öffentlichkeit wird durch das Muster kommunikativer Verständigung im Sinne eines herrschaftsfreien Diskurses geprägt, während die vermachtete Öffentlichkeit primär strategische Interessen verfolgt.

Die von Habermas aufgezeigten normativen Leitlinien umfassen

- die Verständlichkeit der Äußerungen,
- die Glaubwürdigkeit der Aussagen,
- den wechselseitigen Respekt (Verbot der Beleidigung und Degradierung),
- die Wahl rationaler und begründeter Argumentationsverfahren,
- sowie die Ausschöpfung aller Argumente, um Entscheidungen zu legitimieren.

Im Rahmen der normativen Öffentlichkeitskonzeption von Habermas werden unterschiedliche Ebenen skizziert, die im Wechselspiel untereinander die Öffentlichkeit bilden. Er differenziert dabei zunächst zwischen dem Zentrum und der Peripherie des politischen Systems. Zum Zentrum werden die Herrschaftsträger der politischen Parteien und Gewalten, also die Legislative (Parteien) und die Exekutive (Gerichtswesen) gerechnet. Unter die Peripherie werden einerseits organisierte Interessenvertreter subsumiert, die unter idealen Bedingungen eine Form autonomer Öffentlichkeit bilden, sofern sie frei von äußeren und inneren Zwängen und ideologischen Eingrenzungen agieren können. Die Peripherie des politischen Systems, in der Interessen und Themen definiert werden, untergliedert sich Habermas zufolge in verschiedene Akteursgruppen:

- Die *Bürger als individuelle Akteure*, die Herrschaftsträger wählen und die Einfluss auf Entscheidungsträger haben sollen,
- die *Akteure der Zivilgesellschaft* (bürgernahe Vereinigungen, soziale Bewegungen),

¹⁷ Habermas 1992, S. 187ff.

¹⁸ Habermas 1990, S. 36.

¹⁹ Habermas 1990, S. 38.

- *vermachtete Akteure* (Interessensgruppen mit professioneller Organisationsform, die partielle Interessen vertreten).²⁰

Politische Entscheidungen sollen an die Willensbildungsprozesse der Peripherie eingebunden werden.²¹ Die Öffentlichkeit besitzt Habermas zufolge einen Doppelcharakter. Sie bildet den Ort der Repräsentanz von Macht und ihrer Kritik. Die Voraussetzung zur Durchsetzung von Öffentlichkeit bildet die generelle und ungehinderte Zugänglichkeit aller betroffenen Akteure. Durch diese Voraussetzung kann die Behandlung von Problemen allgemeinen Interesses durch Gleichheit, Offenheit und Diskursivität bewerkstelligt werden. Öffentlichkeit fungiert dann als Gegenpol zu den Institutionen. Eine aufgeklärte Öffentlichkeit soll dazu beitragen, die Förderung und Beeinflussung des politischen Prozesses durch Meinungsbildung im vernünftigen Diskurs der Zivilgesellschaft als Einflussfaktor zur Geltung zu bringen.

Liberales Konzept

Das liberale Modell von Öffentlichkeit setzt ebenfalls voraus, dass öffentliche Prozesse für alle Bürger zugänglich gemacht werden sollen. Liberal heißt hier, dass Öffentlichkeit eine repräsentative Öffentlichkeit darstellt. Kriterien der Diskursivität spielen keine Rolle. Innerhalb einer liberalen Öffentlichkeit gibt es keinen Bezugspunkt, von dem man die Kommunikation eines Akteurs als gut oder schlecht beurteilen kann. Gäbe es diesen, dann wäre die Autonomie und Freiheit der Öffentlichkeit gefährdet. Die Relevanz des liberalen Modells liegt vielmehr darin, dass verschiedene Positionen und Deutungen eine „Marktchance“²² zur Beobachtung der Belange von öffentlichem Interesse erhalten. Öffentlichkeit wird als ein Spiegel der kommunizierten Beiträge in einer pluralistischen Gesellschaft interpretiert, der die unterschiedlichen Interessen und Meinungen publik machen soll. Qualitätskriterien zur Beurteilung der öffentlichen Äußerungen werden abgelehnt. So hat das BVerfG im Urteil vom 22. Juni 1982 folgenden Grundsatz aufgestellt:

„Jeder soll frei sagen können, was er denkt, auch wenn er keine nachprüfbaren Gründe für sein Urteil abgibt oder abgeben kann [...] Unerheblich ist, ob seine Äußerung 'wertvoll' oder 'wertlos', 'richtig' oder 'falsch', emotional oder rational begründet ist [...] Auf den Wert, die Richtigkeit, die Vernünftigkeit der Äußerung kommt es nicht an. Die Qualitätskontrolle öffentlicher Meinungsbeiträge wird dem freien Spiel öffentlicher Meinungsbildung selber überlassen.“²³

Liberales Vorstellung von Öffentlichkeit gehen davon aus, dass alle Positionen, die das Gemeinwohl berühren, für alle betroffenen Akteure beobachtbar und kommunikativ transparent gemacht werden müssen. In den Worten des BVerfG im sogenannten FRAG-Urteil von 1981 ist dies wie folgt ausformuliert worden: Es geht darum,

„[...] daß die Vielfalt der bestehenden Meinungen [...] in möglicher Breite und Vollständigkeit Ausdruck findet. Das zentrale Kriterium liberaler Modelle ist die „Veröffentlichung“ als Garant für eine freie und unabhängige Berichterstattung“.

Als zentrales ethisches Kriterium liberaler Modelle fungiert jedoch die Veröffentlichung als Garant für eine freie und unabhängige Berichterstattung. Publizität avanciert selbst zur Norm.²⁴

²⁰ Vgl. Habermas 1992, S. 431.

²¹ Gerhards räumt jedoch ein, dass aus pragmatischen Erwägungen heraus die meisten politischen Verfahren nach Routinen verlaufen, ohne Input durch die Peripherie und ohne öffentliche Kommunikation (Vgl. Gerhards 1990, S. 28).

²² Vgl. Gerhardt u.a. 1998, S. 30.

²³ Ein Überblick über die einschlägigen Urteile des Bundesverfassungsgerichtes zur Kommunikationspolitik findet sich bei Stuißer 1998, S. 424ff.

²⁴ Vgl. Baum 1994, S. 86.

Normative Anforderungen an die Verbreitung massenmedialer Inhalte

Moderne Öffentlichkeit ist heute vor allem Medienöffentlichkeit. Rundfunk und Fernsehen stellen heute die industriellen Betriebe der Publikumsvermittlung dar, und ihre Eigengesetzlichkeiten prägen Strukturen und Inhalte öffentlicher Meinungsbildung. Medien vermitteln nicht nur. Sie fungieren als Meinungsmacher, wählen Themen aus der Menge der Informationen nach medienspezifischen Selektionskriterien aus, die dem Publikum schließlich zugänglich gemacht werden. Die Berichterstattung im Fernsehen ist auf den medialen Eigencode, den Mediengesetzmäßigkeiten gegenüber zugeschnitten. Daraus resultieren entsprechende Verzerrungen bei der Darstellung von Ereignissen.²⁵

Die normativen Vorgaben an die Öffentlichkeit richten sich primär an das politische System, das die notwendigen Rahmenbedingungen für die Medien und die daraus resultierenden Inhalte bereitstellt. Im großen und ganzen orientieren sich die normativen Vorgaben in Urteilen des Bundesverfassungsgerichtes zur Kommunikationspolitik oder in diversen Staatsverträgen zur Medienpolitik über die Verbreitung massenmedialer Inhalte an dem liberalen Öffentlichkeitskonzept. Demokratietheoretisch bezieht sich der Begriff der Medienöffentlichkeit auf eine Kontrollinstanz. In ihr soll sich eine informierte und diskursive Auseinandersetzung und Verständigung der Regierenden vollziehen. Das Bundesverfassungsgericht erklärt die Massenmedien dabei zum „Medium und Faktor“ der öffentlichen Meinungsbildung.

Massenmedien gelten als Vermittlungsinstanz zum Verständnis von ökonomischen, politischen und sozialen Zusammenhängen für eine offene, freie und möglichst vollständige Diskussion verschiedener Standpunkte. Innerhalb ihrer Tätigkeit stellen sie Öffentlichkeit her und dienen der Verständigung. Eine politische Presse ist für die freiheitliche Demokratie unentbehrlich. Damit der Bürger umfassend informiert werden kann, beschafft die Presse als orientierende Kraft Informationen und bezieht Stellung in der öffentlichen Debatte. Ihre Aufgabe wird darin gesehen, in einem Prozess ständiger geistiger Auseinandersetzung den Kampf der Meinungen als schlechthin konstituierendes Merkmal einer freiheitlich demokratischen Staatsordnung zu gewährleisten.

Massenmedien, so die grundlegenden Ansprüche, müssen vollständig, objektiv und verständlich informieren und verschiedene Standpunkte artikulieren. Freie Kommunikation gewährleistet die Konstituierung der öffentlichen Prozesse der Willens- und Entscheidungsbildung als Bestandteil der Demokratie für eine kritische Öffentlichkeit.

Die politischen Funktionen der Massenmedien lassen sich auf :

- die Informationsfunktion (Nachrichtenvermittlung),
- die Bereitstellung relevanter Themen für den öffentlichen Diskurs (Agenda-Setting)
- die Sozialisationsfunktion (Vermittlung von Werten),
- die Integrationsfunktion (Suchen gemeinsamer Ziele),
- die Korrelationsfunktion (Meinungsbildung),
- die Artikulationsfunktion (aller gesellschaftlichen Kräfte)
- sowie die Kritik- und Kontrollfunktion

beziehen. Der normative Gehalt der grundgesetzlichen Kommunikationsverfassung resultiert aus dem Gebot der freien Kommunikation (Art. 5, Abs. 1 GG), in dem die „Gewährleistung freier individueller und öffentlicher Meinungsbildung“ durch das Prinzip der Volkssouveränität postuliert wird. Stichwortartig lassen sich die Leitsätze der Kommunikationspolitik nach den Vorgaben des Grundgesetzes mit den Komponenten der Meinungsäußerungsfreiheit sowie der Presse- und Rundfunkfreiheit klassifizieren, die gleichberechtigt nebeneinander stehen.

Der Rundfunk schafft eine Verbindungsfunktion zwischen Staatsvolk und Staatsorganen und übt eine Kontrollfunktion gegenüber dem Staat, den Gerichten und der Verwaltung aus. Es gehört zu

²⁵ Vgl. Zierhofer 1998, S. 63.

seinen Aufgaben, Missstände aufzuspüren, aufzuzeigen und transparent zu machen. Die Berichterstattung in den Medien soll vom Staat unbeeinflusst, möglichst unabhängig und überparteilich das politische Kräftefeld pluralistisch widerspiegeln. Die Grundsätze der Rundfunkanstalten hinsichtlich der Berichterstattung liegen darin, dass dort dem eigenen Anspruch zufolge vollständig, sachlich, ausgewogen, objektiv, verständlich, unabhängig, überparteilich, nicht einseitig und angemessen informiert wird.

Der Informationsanspruch umfasst eine (vorwiegend) sachorientierte, anschauliche, detaillierte und umfassende Darstellung von Problemen, Ereignissen, Zuständen, Institutionen und Persönlichkeiten aus allen Sektoren der Gesellschaft. Die Öffentlichkeit soll so in die Lage versetzt werden, sich ein eigenständiges Urteil über politische, ökonomische und soziale Zusammenhänge zu bilden. Im sogenannten „Spiegel-Urteil“ des BVerfG heißt es:

„Soll der Bürger politische Entscheidungen treffen, so muss er umfassend informiert sein, aber auch die Meinungen kennen und gegeneinander abwägen können, die andere sich gebildet haben. Die Presse hält diese ständige Diskussion in Gang; sie beschafft die Informationen, nimmt selbst dazu Stellung und wirkt damit als orientierende Kraft in der öffentlichen Auseinandersetzung. In ihr artikuliert sich die öffentliche Meinung; die Argumente klären sich in Rede- und Gegenrede, gewinnen deutliche Konturen und erleichtern so dem Bürger Urteil und Entscheidung“.²⁶

Die Kontrolle der Politik durch die Medien soll für die Demokratie stabilitätsfördernd und effizienzsteigernd wirken. Mangels einer wirkungsmächtig formierten öffentlichen Meinung übernehmen sie in ihrer Eigenschaft als politische Institution stellvertretend den Part der öffentlichen Auseinandersetzung durch die Bereitstellung gesellschaftlich relevanter Themen. Aufgrund ihrer Rolle als „Platzhalter und Interpret“ der politisch passiven Staatsbürger unterliegen sie aber auch strikt den Kriterien eines normativ gehaltvollen Öffentlichkeitsbegriffs.

Strukturwandel der Öffentlichkeit

In Untersuchungen, die die öffentliche Darstellung von Politik analysieren, verwischen zunehmend die Grenzen zwischen medialen und politischen Inszenierungsleistungen. Während aus systemischer Perspektive die Leistungen im Prozess der Politikvermittlung entweder den Medien oder dem politischen System zugewiesen werden, konzentrieren sich die Betrachtungen in anderen Studien auf die Scheidelinie zwischen öffentlicher und nicht-öffentlicher Kommunikation. Oftmals liegt der Befund zugrunde, dass die öffentliche Darstellung von Politik nicht deren realen Gehalten entspreche.

In seiner Studie über den „Strukturwandel der Öffentlichkeit“ hat Habermas die gewandelten Prozesse massenmedialer öffentlicher Politikvermittlung pointiert beschrieben:

„[A]us einem Prinzip der (von seiten des Publikums gehandhabten) Kritik ist Publizität zu einem Prinzip der (von seiten demonstrierender Instanzen – der Verwaltung und der Verbände, vor allem der Parteien) gesteuerten Integration umfunktioniert worden.“⁰

Das argumentative Raisonement der bürgerlichen Öffentlichkeit wird abgelöst von den sinnfälligen Inszenierungen einer demonstrativen Öffentlichkeit.⁰ Das politische System hat Wege gefunden, auf die mediale Beobachtung ihres öffentlichen Vollzugs zu reagieren. Diese beruhen vor allem auf einer Kluft des vom Publikum wahrgenommenen Verhältnisses von Herstellungs- und Darstellungspolitik. Politik ist dabei nicht nur als instrumentelles Entscheidungshandeln, sondern

²⁶ Vgl. die ausführliche Darstellung der Kontroverse, die zu diesem Urteil führte, in Kreidel 1967, S. 134ff.

⁰ Habermas 1990, S. 307.

⁰ Diese Interpretation von Öffentlichkeit wird wieder aufgenommen im Bericht einer noch von Bundespräsident von Weizsäcker eingesetzten Kommission, die die Rolle des Fernsehens untersuchen sollte. Dort wird eine „Rückkehr der höfischen Öffentlichkeit“ diagnostiziert (Groebel u.a. 1995, S. 147).

auch als dramaturgisches Darstellungshandeln zu betrachten.⁰ Unter dem Druck medialer Selektions- und Präsentationslogiken ist die ästhetische Überformung der Politikdarstellung unter der Prämisse einer bestimmten Wirkungsabsicht, mithin die Inszenierung im weiteren Sinne, generell bedeutsamer geworden. Es kann nicht mehr davon ausgegangen werden, dass Politik unbeirrt ihrer Aufgabe der Erzeugung verbindlicher gesamtgesellschaftlicher Entscheidungen folgt, während die Medien die politischen Prozesse aus reservierter Distanz heraus nur beobachten, wiedergeben und (bisweilen kritisch) kommentieren. Vielmehr haben sich die Gewichte zwischen den beiden Systemen dadurch verschoben, dass die Massenmedien in modernen Gesellschaften den primären Zugang zur Öffentlichkeit darstellen, Politik muss also – in verschiedenen Formen und Abstufungen – auf die Logik des Mediensystems reagieren. Schon allein aus diesem Grund bietet sich ein analytisches Modell an, das zur Beschreibung von Politikvermittlung systemische und öffentlichkeitstheoretische Ansätze integriert.

Der Zwang zur Inszenierung des Politischen speist sich aus zwei Quellen gleichermaßen: aus der Komplexität moderner Gesellschaften, in denen die Politik droht, ihr Primat zu verlieren, und aus der Selektionslogik und -optik der Medien. Die wissenschaftliche Forschung hat sich diesem Phänomen aus mehreren Richtungen genähert: Zunächst gerieten die Inszenierungen symbolischer Politik in den Blick, mittlerweile werden Inszenierungen unter der Prämisse der Theatralisierung politischer Kommunikation in einen breiteren Theorierahmen eingeordnet.⁰

„Medienöffentlichkeit“

Es stellt sich die Frage, welche Formen und Funktionen die Öffentlichkeit im Medienzeitalter einnimmt. Rucht nimmt diesbezüglich folgende Differenzierung vor⁰

- Die *politische Öffentlichkeit* sieht ihre Aufgabe darin, politische Informationen zu verbreiten und Interessen zu vertreten, um so zur Meinungsbildung beizutragen und Werte (z.B. Toleranz) zu vermitteln.
- Die *darstellungsorientierte Öffentlichkeit* nimmt ebenfalls die Weitergabe von Informationen wahr und präsentiert die entsprechenden Meinungen. Sie legt ihren Akzent hingegen stärker auf die Art der Vermittlung und die speziellen Präsentations- und Inszenierungstechniken.⁰

Im folgenden soll das Hauptaugenmerk auf die politische und darstellungsorientierte Öffentlichkeit gelegt werden, die primär über die Massenmedien zum Ausdruck kommt. Zwar ist die moderne Öffentlichkeit nicht identisch mit der massenmedialen Öffentlichkeit; faktisch nimmt sie jedoch eine dominierende Stellung im politischen Kommunikationsprozess ein, wodurch die politischen Akteure und die Journalisten gezwungen sind, sich den Eigenlogiken des Medienbetriebes zu unterwerfen, um politische Öffentlichkeit zu entfalten.

Die Gesamtheit der Massenmedien bildet eine Form spezifischer politischer Institution mit eigenen internen Entscheidungsstrukturen. Während „autonome“ Öffentlichkeiten⁰ nur in bestimmten Kontexten entstehen und wieder zerfallen, sorgen die institutionalisierten Massenmedien für eine dauerhafte öffentliche Präsentation von Ereignissen, Themen und Meinungen. Die Massenmedien bilden eine Pluralität aus verschiedenen Präsentationstechniken (Print, Hörfunk, Fernsehen) und Organisationsformen (öffentlich-rechtlich, kommerziell). Der Diskurs wird vermittelt ausgetragen. Dabei ist die Öffentlichkeit nicht mehr an einen direkt erfahrbaren Ort gebunden, sondern fungiert als virtuelle Synthese disparater Zeiten und Räume. Insofern muss ein normativer Öffentlichkeitsbegriff diese Strukturen medialer Massenkommunikation berücksichtigen. Der normative Gehalt des idealtypischen Öffentlichkeitsbegriffs lässt sich anhand der drei Kriterien:

⁰ Vgl. Edelman 1976.

⁰ Vgl. Meyer / Ontrup / Schicha 2000.

⁰ Vgl. Rucht 1994, S. 155ff.

⁰ Dies gilt vor allem im Wahlkampf oder auf Parteitag. Vgl. Schicha 2000, S. 44-50.

⁰ Vgl. Habermas 1990.

- allgemeine Zugänglichkeit,
- Rationalität der Argumente und
- Authentizität der Darstellung

klassifizieren. Dem gegenüber steht die „Nachrichtenwerttheorie“, das „Agenda Setting“ und das Phänomen der „Pseudoereignisse“. Dabei geht es um Aspekte, in welcher Weise Themenselektion, -gewichtung und -darstellung für die Öffentlichkeit durch interne subjektive Kriterien, professionelle Standards und organisatorische Mechanismen bestimmt werden und welche Wechselwirkungen und systematischen Verzerrungen zwischen Ereignissen und Berichten entstehen.⁰

Grundsätzlich stellt sich die Frage, inwiefern sich diese allgemeinen normativen Postulate mit den empirisch zu beobachtenden Programminhalten decken. Es lässt sich konstatieren, dass durch die audiovisuellen Medien eine neue Qualität autonomer Medienöffentlichkeiten entstanden ist, die keine unmittelbare Verortung im Verständnis einer physischen Präsenz besitzen. Mediendiskurse werden vermittelt ausgetragen. Die Öffentlichkeit besitzt hierbei keinen gemeinsam erfahrbaren Ort mehr, um kommunikative Prozesse in einer „face-to-face“ Interaktion durchzuführen.

Die Medienöffentlichkeit unterscheidet sich in einigen wesentlichen Merkmalen von dem Typus der Öffentlichkeit, der sich mit der Idealvorstellung vom Prozess der demokratischen Meinungs- und Willensbildung verbindet. An diesem Prozess sollen - wie bereits skizziert worden ist -, möglichst alle Bürger eines Gemeinwesens partizipieren, um ihre Interessen zur Geltung bringen können. Durch Diskussionen von Meinungen und Argumenten, Abwägen von Pro und Contra durch gegenseitige Überzeugungen soll ein Konsens oder eine Mehrheitsentscheidung erreicht werden und politische Beschlüsse von abgeklärter Rationalität resultieren, die dem Gemeinwohl dienen. Um diesen Ansprüchen gerecht zu werden, bietet eine allgemeine Zugänglichkeit zu den notwendigen Informationen die Grundlage für die politische Meinungs- und Willensbildung.⁰

Das Kriterium der allgemeinen Zugänglichkeit ist durch das Massenmedium Fernsehen aufgrund der nahezu vorhandenen TV-Vollversorgung der Bevölkerung weitestgehend erfüllt. Von einer wechselseitigen Kommunikation kann hingegen nicht die Rede sein. Die Rezeption von massenmedialen Inhalten kann als „Einwegkommunikation“ bezeichnet werden; faktisch verläuft jegliche Übertragung durch technische Verbreitungsmittel indirekt und einseitig an ein disparates Publikum, von dem in der Regel kein „Feedback“ zurückkommt. Massenkommunikation hat also in der Regel nichts mit diskursiven Elementen zu tun. Sie fungiert vielmehr als Distributionsmedium von einem Anbieter zu einer unbestimmten Anzahl von Rezipienten.

Die Partizipationsoptionen des Publikums beschränken sich - sieht man von Leserbriefen und Anrufen einmal ab – zunächst darauf, sich für oder gegen verschiedene Programmangebote und -formen zu entscheiden. Die zuschauende Medienöffentlichkeit besitzt im Gegensatz zur idealtypischen Präsenzöffentlichkeit eine stark eingeschränkte Möglichkeit zur Interaktion. Das politische Handeln der Öffentlichkeit reduziert sich bei der Rezeption politischer Informationssendungen primär auf eine kognitive Beteiligung.

Das Verhältnis zwischen normativen Ansprüchen zur Herstellung einer Öffentlichkeit, die über politische Entwicklungen informiert werden soll und den faktischen medialen Ausprägungen politischer Berichterstattung lässt sich als Spannungsverhältnis begreifen. Es stellt sich die Frage, ob die zunehmende Prägung durch massenmediale Inhalte überhaupt noch den skizzierten Ansprüchen nachkommen kann oder ob bereits die strukturellen Bedingungen, unter denen auch politische Informationssendungen entstehen, eine angemessene politische Öffentlichkeit von vornherein verhindern.

Beteiligungs- und Austauschprozesse innerhalb der Medienöffentlichkeit sind angewiesen auf die Vermittlungsleistungen der Medien und daher abhängig von den spezifischen Rahmenbedingungen

⁰ Vgl. Dietz 1995. Meyer (1998) plädiert aus einer demokratiepolitischen Perspektive dafür, neben der Thematisierung und Selektion massenmedialer Prozesse auch die Frage der strukturellen Angemessenheit politischer Medieninformationen in Kalkül zu ziehen.

⁰ Vgl. Schulz 1998, S. 62ff.

der Nachrichtenproduktion und Nachrichtenfaktoren, Medienformaten und anderen medien-spezifischen Einflüssen. Durch massenmediale Produktion wird zwar Öffentlichkeit hergestellt, die sich jedoch nicht an den normativen Vorgaben der Erzeugung politischer Öffentlichkeit orientiert. Sarcinelli spricht von einer Kluft zwischen einer Medienlogik spezifischer Darstellungsmodalitäten und einer Entscheidungslogik eines ausdifferenzierten Politikbetriebes. Langwierige verhandlungsdemokratische Entscheidungsprozesse werden im Rahmen der politischen Berichterstattung in der Regel nicht dargestellt, da sie den Zeitrahmen der entsprechenden Sendeformate sprengen würden.⁰

Die Vermittlung von Politik bei der massenmedialen Darstellung hat bereits mehrere Stufen durchlaufen, bevor sie den Rezipienten erreicht. Dabei lassen sich zum einen Differenzen zwischen realer Entscheidungsfindung, formeller Entscheidungsprozedur und der Präsentation aufzeigen. Kritiker behaupten, dass das Fernsehprogramm prinzipiell der Rationalität bei der Vermittlung des Politischen entgegenläuft und damit einer Demokratie und dem ihr zugehörigen Typ politischer Öffentlichkeit die Grundlagen entziehe. Man beklagt die Unterwerfung des Urteilsvermögens unter die Emotion, die Macht einer Rhetorik, die an populäre Gefühle appelliert, die Aufhebung des argumentativen in einen theatralischen Diskurs, den Vorrang kontextarmer Bilder vor der Sprache.⁰ Informationen stellen in den audiovisuellen Medien zerstückelte und folgenlose Ausschnitte aus einer massenmedial konstituierten Realität dar und sind vor allem unterhaltsam. Politik wird ihrer sachlichen Gehalte entkleidet und vom undemokratischen Medium Fernsehen einem passiven Publikum als Entertainment zum Konsum gereicht mit zumeist negativen Folgen für seine soziale Orientierung, wie sie als staatsbürgerliche Grundkompetenz innerhalb der Demokratie erforderlich ist. Für die Verantwortlichen im kommerziell ausgerichteten Mediensystem stellt das Fernsehpublikum eine Form der Kundschaft dar und ist kein aktiver gleichberechtigter Partner der Kommunikation.⁰ Öffentlichkeit avanciert hierbei zum Kriterium einer möglichst großen kaufkräftigen Gruppe.⁰ Aus den Medien, die vormals als „quasi-hoheitlichen Institutionen“ (Sarcinelli) mit kulturellem und politischem Selbstverständnis interpretiert worden sind, ist eine Kommunikationsindustrie entstanden. Insbesondere private Rundfunkveranstalter orientieren sich in der Konkurrenzsituation am Publikumssegment und weniger an politisch kulturellen Vorgaben. Die postulierte Integrationsfunktion ist unter diesen Rahmenbedingungen nur schwer durchsetzbar.⁰ Ökonomische und konkurrenz-demokratische Imperative bestimmen in letzter Instanz das kommunikative Geschehen in den Massenmedien. Die strukturell angelegten Tendenzen, konkurrenzbestimmt und werbestrategisch zu agieren, stehen im Widerspruch zu den Ansprüchen einer sachlichen und informativen Berichterstattung. Durch die Diskrepanz zwischen dem immens gestiegenen Informationsaufkommen einerseits und den begrenzten Verarbeitungskapazitäten andererseits haben sich eine Vielzahl von Spezialmedien auf dem Mediensektor herausgebildet, die die Sphäre der Öffentlichkeit als Forum des gesellschaftlichen Diskurses zerspalten haben. Sie haben zu einer enormen Fragmentierung und Segmentierung des Publikums geführt. Die Medien sorgen dafür, dass sich die Teilpublika weiter spezialisieren und differenzieren.⁰ Die Inhalte werden dabei anhand optimaler Vermarktungschancen auf bestimmte Zielgruppen hin selektiert. Daraus ergibt sich eine weitere Verschiebung der Rezeptionsweisen von einer diskursiven zu einer konsumorientierten Rezeption, wo weniger die politischen Argumente, sondern vielmehr die Kaufinteressen des Publikums eine Rolle spielen. Die Öffentlichkeit wird in spezielle Teilöffentlichkeiten zerlegt.⁰

⁰ Vgl. Sarcinelli 1994.

⁰ Vgl. Meyer 1998.

⁰ Vgl. Schmitz 1995.

⁰ Vgl. Ludes 1993, S. 67.

⁰ Vgl. Sarcinelli 1994.

⁰ Vgl. Schulz 1993.

⁰ Auf dem Zeitungsmarkt haben sich bereits eine Vielzahl von Spezialblättern herauskristallisiert. Durch die Zunahme der zu empfangenden Fernsehsender – speziell über die Satellitenreceiver – wo bereits heute mehr als 100 Programme empfangen werden können, haben sich spezielle Kinder-, Kultur- und Politikkanäle ebenso herausgebildet wie kommerzielle „Shopping-Programme“.

Dem bislang skizzierten idealtypischen Öffentlichkeitsbegriff und seinen moralischen Ansprüchen ist also die empirische Praxis der massenmedialen Darstellung von politischen Inhalten entgegenzuhalten. Im folgenden sollen einige zentrale Einschränkungen und strukturelle Sachzwänge erörtert werden, die die Konstitution einer wirksamen Öffentlichkeit im Medienzeitalter zumindest einschränken können.

Nachrichtenfaktoren

In einer kommerziell geprägten Medienlandschaft und einer permanenten Zunahme von Fernsehprogrammen wird es für die Medienbetreiber immer wichtiger, die Aufmerksamkeit der Rezipienten zu gewinnen. Eine Hauptfunktion der Massenmedien ist die Vermittlung reduzierter Komplexität. Dies geschieht durch spezifische Strategien in Form von Nachrichtenwerten, die mit einer Personalisierung von Sachfragen, der Präferenzierung von konfliktreichen Themen sowie der Inszenierung von Neuigkeiten durch Selektionskriterien einhergehen.

Es wäre naiv anzunehmen, dass die Selektionskriterien für Meldungen in Fernsehen sich primär an ihrem Informationsgehalt und ihrem Neuigkeitswert orientieren. Schulz hat aufgezeigt, dass eine Reihe darüber hinausgehender Mechanismen eine Rolle spielen, eine Nachricht einer anderen gegenüber vorzuziehen. Gerade die Darstellungszwänge und Inszenierungsoptionen spielen eine zentrale Rolle bei der Auswahl und Darstellung von Ereignissen.⁰

Durch die Orientierung an Nachrichtenfaktoren werden im Rahmen der politischen Berichterstattung Statushöhere und Prominente überproportional häufig dargestellt. Nationale Gegebenheiten rangieren in politischen Informationssendungen vor internationalen Geschehnissen. Kontinuierlichen Ereignissen wird weniger Aufmerksamkeit geschenkt als überraschenden Momenten. Gewaltsame Kontroversen werden überproportional häufig ausgestrahlt und komplexe Sachverhalte finden - wenn überhaupt- nur in personalisierter und emotionalisierter Form Eingang in die Medienberichterstattung.⁰ Die Reduktion von Komplexität im Rahmen der politischen Berichterstattung wird dabei besonders häufig durch Formen „symbolischer Politikinszenierung“ dargestellt, die Sachverhalte kurz und prägnant auf den Punkt bringt und zusätzlich die Personalisierung zu Lasten diskursiver Elemente ins Zentrum rückt.

Visualisierung

Gerade im medienzentrierten Umfeld der aktuellen Öffentlichkeit, haben sich spezifische Spezialsprachen herausgebildet, die sich den Anforderungen der Sachzwänge in den Medien angepasst haben. Aufgrund der knappen Darstellung komplexer Sachverhalte fällt es schwer, die Thematisierung gesamtgesellschaftlicher Problemlagen adäquat zu behandeln.

Die Umgangssprache verliert ihren Einfluss zugunsten der Mediendiskurse, die ihre eigenen „Gesetze“ aufweisen. Die Bildersprache durch das Medium Fernsehen erfordert neben der „kommunikativen Kompetenz“ auch eine neue Form der „visuellen Kompetenz“, um die entsprechenden visuellen Reize angemessen verarbeiten und bewerten zu können.

Politische Berichterstattung unterliegt einem weitreichenden Visualisierungszwang. Aufgrund der Kürze der Sendezeit und der Vielzahl der Themen ist eine Bildorientierung unverzichtbar, um komplexe Zusammenhänge adäquat zu vermitteln.

Baringhorst konstatiert, dass politische Öffentlichkeit in den audiovisuellen Medien heute eher durch bildliche als durch sprachliche oder argumentative Mittel erzeugt wird.⁰ Schlüsselbilder und Empfangsrituale demonstrieren den Hang der verantwortlichen Redakteure, das Bild ins Zentrum der Berichterstattung zu rücken. So wird bei den Rezipienten eine Erwartungs- und

⁰ Vgl. Schulz 1997.

⁰ Zwar ist die Orientierung an Nachrichtenwertfaktoren durch die Hinwendung an die vermeintlichen oder faktischen Präferenzen der Bürger durchaus ein legitimer Bezugspunkt, wie Gerhard (1998) anmerkt. Dennoch kann sich dadurch ein Verlust des Diskursniveaus herausbilden.

⁰ Vgl. Baringhorst 1996.

Verhaltenssicherheit suggeriert, die eine visuelle Kontinuität verspricht, um gerade bei komplexen Themen eine Orientierung und Identifikation zu bieten.

Personalisierung

Durch die Politikvermittlung in Form der Personalisierung verschwinden die politischen Vorgänge hinter der dargestellten Persönlichkeit. Sachverhalte werden Personen zugeordnet. Politikern, die ein breites Medienecho auf sich ziehen, wird gleichsam Bedeutung zugemessen.

Der Nachrichtenfaktor „Personalisierung“ rekurriert auf die systematische Konzentration auf eine bestimmte Person. Es handelt sich um die Darstellung von spezifischen Persönlichkeiten, die dadurch prädestiniert sind, dass sie etwa über einen entsprechenden Amtsbonus verfügen. Personalisierung bewirkt eine Reduktion von Komplexität auf ein überschaubares, kognitiv wie emotional verarbeitbares Maß.⁰ Dabei prägt die Permanenz weniger Schlüsselpersonen zugleich die Wahrnehmung und offeriert eine Erwartungssicherheit und Identifikationsmöglichkeit.

Gremienarbeit und Expertentum entzieht sich der Daueraufmerksamkeit in der Öffentlichkeit. Sachkomplexität, komplizierte Verfahrensabläufe und Alltagsroutine werden in der Regel in den Medien nicht vermittelt.⁰ Sozialpsychologisch ist Personalisierung ein notwendiges Element politischer Komplexitätsreduktion und demokratietheoretisch unabdingbar für die politische Verantwortungszumessung der politischen Funktionsträger. Problematisch wird dieser Darstellungsmodus hingegen an dem Punkt, wenn Politik privatistisch im Modus individueller Charakterzüge als Sympathiewettbewerb politischer Stars dargestellt wird.

Im Rahmen der politischen Berichterstattung sind die Medien gefordert, Personen des öffentlichen Lebens vorzustellen und einen Eindruck über sie zu vermitteln. Daraus resultiert die Gefahr, dass die Selbstdarstellung über die berichteten Akteure einen dominierenden Raum einnimmt. Die Personalisierung von politischer Information kann dazu beitragen, die Vermittlung komplexer Sachverhalte zu vereinfachen, indem Neugierde und Emotionen bei den Rezipienten auf die relevanten Akteure gelenkt werden. Sie trägt dazu bei, eine Identifikation z.B. mit Mandatsträgern zu erreichen, die bestimmte Ziele „verkörpern“. Politische Vorgänge verschwinden so hinter der dargestellten Persönlichkeit. Die Hauptkritik liegt darin, dass nicht die Inhalte kritisch reflektiert werden, sondern die Art ihrer Darstellung. Es werden nicht die sozialstrukturellen Ursachen bestimmter Tatbestände diskutiert und analysiert, sondern Symptome anhand von Personen dargestellt, die in die Gesamthematik eingeordnet werden müssen, um ein Verständnis über den Sachverhalt zu erlangen.⁰

Zur Medienanalyse von Habermas und Münch

Nach dem aufklärerischen Öffentlichkeitsbegriff steht Öffentlichkeit für eine rationale und freie Diskussion. Habermas schließt die massenmediale Öffentlichkeit zunächst explizit in seine Öffentlichkeitskonzeption mit ein und richtet einen normativen Appell an die Medien, indem er die regulative Idee formuliert, dass sich die Massenmedien als Mandat eines aufgeklärten Publikums verstehen sollten. Die gängige Praxis der Berichterstattung wird hingegen von ihm kritisiert. Die Rezeption massenmedialer Inhalte, trägt dazu bei, dass das „diskursive Niveau des öffentlichen Kommunikationskreislaufes eher sinkt, als steigt.“⁴⁰ Er konstatiert, dass die ursprünglich politisch

⁰ Vgl. Kamps 1998.

⁰ Vgl. Sarcinelli 1994, S. 35.

⁰ Dabei ist zwischen der politischen Berichterstattung der öffentlich-rechtlichen und der privaten Anbieter zu differenzieren. Der Grad der Personalisierung im privaten Sektor ist weitaus höher. Komplizierte, über Zeitphasen sich erstreckende Prozesse werden ereignishafter dargestellt, komplexe Sachverhalte werden simplifizierter und thematisch verkürzter dargestellt. Politik wird dort in ein unterhaltsames Licht gesetzt und personalisiert. Die Konzentration auf die zentralen Akteure des Systems entspricht dadurch weniger der prozessuralen Komplexität der Politik. Negativismus und Konflikthaftigkeit bei der Politikvermittlung stellen weitere Merkmale dar, die die auf Einschaltquoten fixierten privaten Programmanbieter auszeichnen (Vgl. Gerhards 1998). Politische Themen werden dort Rucht (1994, S. 173) zufolge als „Gladiatorenkämpfe“ inszeniert.

⁰ Vgl. Habermas 1992, S. 455.

fungierende Öffentlichkeit von gleich zu gleich rasonierenden Bürgern zum Zwecke der Kontrolle und Rationalisierung politischer Macht sich in den Typ einer demonstrativen Öffentlichkeit verwandelt habe. An die Stelle von Argumenten sei ein System der Verkündigung politischer Strategien getreten, bei dem die Spitzenrepräsentanten über die Massenmedien - speziell durch das Fernsehen - von oben herab dem passiven Publikum mit Mitteln der Werbetechnik ihre Positionen verkaufen würden. Habermas beobachtet, dass Öffentlichkeit sich immer stärker zu einem Kampffeld für organisierte Interessen entwickelt.

Die politische Öffentlichkeit existiert nur noch rudimentär, die politische Willensbildung vollzieht sich faktisch auf dem Boden einer längst entpolitisierten Öffentlichkeit. Vielmehr seien pseudo-kommunikative Inszenierungen, populär-eskapadistischer Publikumsunterhaltungen in Form von Politikinszenierungen als Ritual zur Sicherung von Massenloyalität zu beobachten.⁰

Die Öffentlichkeit der Moderne erschöpft sich überwiegend in einer manipulativ entfalteten Publizität durch die Massenmedien. Der Bürger wird quasi entmündigt und zum Zuschauer erzogen.

Habermas will zwar den normativen Gehalt von Öffentlichkeit und das Postulat der Publizität und Diskursivität von Meinungs- und Willensbildungsprozessen mit dem Ziel der kooperativen Wahrheitssuche nicht preisgeben, sieht aber, dass die Massenmedien, dieses Ziel „eher behindern als fördern.“⁰ Er verweist auf den zunehmenden Einfluss der Massenmedien und PR-Agenturen und Werbung, die den Meinungswettbewerb prägen. Die Medienmacht habe dem Prinzip der Publizität ihre Unschuld geraubt.⁰

„Vieles spricht dafür, dass das demokratische Potential einer Öffentlichkeit, deren Infrastruktur von den wachsenden Selektionszwängen der elektronischen Massenkommunikation geprägt ist, ambivalent ist.“⁰

Massenmedien gelten bei Habermas als Kommunikationstechnologien, die die raumzeitliche Beschränkung von Sprechhandlungen aufheben und in eine virtuelle Öffentlichkeit überführen, die sich aus einem Netz pluraler Öffentlichkeiten zusammensetzt. Medienmacht diene zur Beschaffung von Massenloyalität. Es wird deutlich, dass über die Modellvorstellungen herrschaftsfreier Dialoge und zwangloser Konsense hinaus zusätzliche Rahmenbedingungen zu berücksichtigen sind, wie Raskob im Anschluss an Habermas konstatiert:

„Vor diesem utopischen Horizont muß die Inszenierung politischer Öffentlichkeit mit den Mitteln symbolischer Politik als Zerfallsform bürgerlicher Öffentlichkeit erscheinen. Ein kommunikativer Kontext, in dem PR-Spezialisten und Kommunikationsstrategen systematisch politische Öffentlichkeit herstellen, scheint von der idealen Sprechsituation ihrer herrschaftsfreien, zwanglosen und unverzerrten Kommunikation weit entfernt.“⁰

Es ist zu differenzieren zwischen einer sachargumentativ hergestellten politischen Öffentlichkeit als Forum der gesellschaftlichen Verständigung und Aufklärung und einer nur symbolisch hergestellten Scheinöffentlichkeit in den Medien.

Durch den Verlust des „Politikmonopols der Politik“⁰, der sich auch durch die Darstellungsdimension von Politik im Wechselspiel von Politikern und Journalisten zeigt, gilt, dass sich die politische Rhetorik in Orten, Gruppen und Gremien auslagert, die ursprünglich nicht als politisch gelten. Funktional ausdifferenzierte Teilsysteme moderner Gesellschaften verfügen über

⁰ Vgl. Habermas 1990, S. 36.

⁰ Vgl. Habermas 1992, S. 444.

⁰ Vgl. Habermas 1990, S. 28.

⁰ Habermas 1990, S. 49f.

⁰ Raskob 1995, S. 56.

⁰ Beck 1986, S. 370.

„[...] eigene Speziesemantiken, die bei allen Vorzügen, den Abbruch eines direkten Austausches von Informationen mit ihrer Umwelt zur Folge haben. Fortan machen sich alle Funktionssysteme ihr eigenes Bild von der Gesellschaft. Sie beherrschen keine gemeinsame Sprache mehr, in der sich die Einheit der Gesellschaft für alle in derselben Weise repräsentieren ließe [...] Jedes System wird unsensibel für die Kosten, die es für andere Systeme erzeugt. Es gibt keinen Ort mehr, wo Probleme, die für die Reproduktion der Gesellschaft im ganzen relevant sind, wahrgenommen und bearbeitet werden können. Die Speziesprachen laugen die Umgangssprache - so wie die Funktionssysteme der Lebenswelt - derart aus, daß weder die eine noch eine andere einen Resonanzboden darstellt, der für die Thematisierung und Behandlung gesamtgesellschaftlicher Probleme hinreichend komplex wäre. Die politische Öffentlichkeit kann unter dieser Prämisse einen solchen Resonanzboden schon deshalb nicht bilden, weil sie zusammen mit dem Publikum der Staatsbürger an den Machtcode angeschlossen ist und mit symbolischer Politik abgespeist wird.“⁰

Die Inszenierung und das damit verbundene „Styling“ bestimmen in einem immer stärkeren Maße die Wahrnehmungs- und Kommunikationsfähigkeiten der Öffentlichkeit.

Diese Diagnose wird im folgenden von Münch weitergeführt. Er vertritt die Auffassung, dass der Erfolg politischer Maßnahmen weniger von der Kategorie der Richtigkeit abhängt, sondern die Art der dramaturgischen Thematisierung den Maßstab für die öffentliche Beurteilung diktiert. Die Inszenierung wird letztlich zum Erfolgskriterium der Politik.⁰

Öffentliche Kommunikation avanciert zum „zentralen strategischen Spiel“, das über Erfolg und Misserfolg von Individuen, Organisationen, gesellschaftlichen Gruppen und ganzen Gesellschaften entscheidet.⁰ Dabei kommt es darauf an, medienspezifische Selbstinszenierungen und Darstellungen zu erkennen, um den Bezug zur „Wirklichkeit“ nicht zu verlieren:

„Je mehr sich der ökonomische Gebrauch der Sprache verselbständigt, je mehr sie in Werbung und PR aufgeht, und nicht mehr an die erfahrene Wirklichkeit in andere Lebensbereiche zurückgebunden wird, um so weiter werden sich Sprache und Wirklichkeit voneinander entfernen und Wirklichkeitsbilder nur noch Trugbilder sein. Diesen Tendenzen zur Inflation der Worte kann nur noch entgegengewirkt werden, wenn es gelingt, Kopplungen zwischen der strategischen öffentlichen Kommunikation und dem nichtöffentlichen Gespräch ohne strategische Darstellungszwänge herzustellen. Daraus muß eine konsequente Kontrolle der inflationären Tendenzen der öffentlichen Kommunikation ausgerichtet sein.“⁰

Münch weist darauf hin, dass die Rolle der Öffentlichkeit durch Massenmedien ihrem Anspruch zufolge als mündige Bürgerschaft zu gelten habe. Autoren und Künstler verlieren jedoch durch die Verbreitung moderner Massenmedien gleichsam den direkten Kontakt zu den Rezipienten; direkte kommunikative Austauschprozesse finden nicht mehr statt.⁰ Der von Habermas beschriebene „Strukturwandel der Öffentlichkeit“ bezieht sich auf die Transformation von der diskutierenden Bürgergesellschaft hin zum kulturellen Massenkonsum.⁰ Münch formuliert einen „Inszenierungsvorwurf“, der darauf rekurriert, dass Kriterien der Wahrheit und Qualität im Rahmen der massenmedialen Darstellung zunehmend in den Hintergrund rücken. Die massenwirksame Darstellung wird bedeutsamer als der Inhalt und die Vereinfachung und dramatisierende Verzerrung avancieren zu strategischen Mitteln der Erzeugung von Aufmerksamkeit.⁰

⁰ Habermas 1992, S. 416f.

⁰ Münch 1991, S. 95.

⁰ Vgl. Münch 1995.

⁰ Vgl. Münch 1995, S. 101.

⁰ Vgl. Münch 1991.

⁰ Vgl. Habermas 1990.

⁰ Münch 1991, S. 215.

Insgesamt ist die Prognose von Münch hinsichtlich der Medienentwicklung eher resignativ. An die Stelle der Verständigung, so seine Diagnose, tritt in der Praxis eher die Konfrontation mit publikumswirksamen Schlagworten. Es werden in den Medien Sachverhalte „idealisiert, dramatisiert, mystifiziert, geglättet und harmonisiert“. Über Probleme und Missstände wird nur unzureichend informiert. „Widerspenstige“ Kritik in Form einer investigativen Hintergrundberichterstattung wird „unterdrückt“.⁰ Die Herausbildung einer kritischen Öffentlichkeit wird daher verhindert. Faktisch existiert stattdessen eine Verschärfung der Konkurrenz auf dem Markt der öffentlichen Meinung vor, wo nicht das bessere Argument zählt, sondern gewinnträchtige Ambitionen einer kommerziell ausgerichteten Medienlandschaft.

Ausblick

Die von Habermas und Münch artikulierten pessimistischen Perspektiven zur Medienentwicklung in Hinblick auf eine aufgeklärte und kritische Öffentlichkeit lassen Zweifel zu, ob sich zwischen den skizzierten normativen Öffentlichkeitskonzepten und der medialen „Wirklichkeit“ überhaupt Überschneidungspunkte finden lassen.

Es hat sich gezeigt, dass die massenmediale Konstruktion der politischen Welt einer Selektions- und Präsentationslogik unterliegt. Die Medienöffentlichkeit entspricht nicht dem Typ der Öffentlichkeit, der sich mit der Idealvorstellung vom Prozess der demokratischen Willens- und Meinungsbildung verbinden lässt, bei dem davon ausgegangen wird, dass Meinungen und Interessen durch Diskursformen zur Geltung gebracht werden können, bei denen Argumente und Meinungen abgewogen werden und an deren Ende eine Konsens- oder Mehrheitsentscheidung steht, die sich an der Maxime abgeklärter Rationalität orientieren. Die Medienöffentlichkeit zeichnet sich primär durch eine weitgehende Rollendifferenzierung aus, bei der sich die Partizipation des Publikums auf eine kognitive Beteiligung von massenmedialen Programmangeboten beschränkt.

Es zeichnet sich ab, dass durch die Orientierung an Nachrichtenfaktoren der Visualisierung und Personalisierung ein Verlust des Diskursniveaus der politischen Öffentlichkeit erwartet werden kann, da die stark komprimierten Informationen durch diese Strategien einen nur unzureichenden Einblick in politische Entscheidungsprozesse ermöglichen. Statt dessen dienen geläufige Schemata als Muster der Komplexitätsreduktion bei der Präsentation von Politik in den Medien. Die Gewichtung und Darstellung der angebotenen Programminhalte beeinflusst die Öffentlichkeit durch interne Kriterien der Journalisten, die sich professionellen Standards und organisatorischen Mechanismen bedienen, um Informationen zu transportieren. Aufgrund der dargestellten Entwicklungen können sich systematische Verzerrungen im Rahmen der politischen Berichterstattung ergeben, sofern nur noch die Informationen weitergegeben werden, die den skizzierten Nachrichtenfaktoren entsprechen.

Das im Vergleich zum Diskursmodell weniger anspruchsvolle liberale Modell setzt den Akzent stärker auf die Grundbedingungen einer freien und öffentlichen Kommunikation. Nicht die inhaltliche Qualität, sondern die Rahmenbedingungen, unter denen sich massenmediale Rezeptionsprozesse manifestieren sollen, stehen im Blickpunkt des Interesses. Die nach dem liberalen Verständnis postulierte „Marktchance“ hinsichtlich der öffentlichen Meinungsäußerungen, in der jeder quasi als „Spiegel“ der Gesellschaft seine Meinung unabhängig von der Qualität der Inhalte artikulieren soll, scheint problematisch zu sein. Die Möglichkeit zur freien Meinungsäußerung stellt sicherlich ein zentrales Fundament für eine funktionierende Demokratie dar. Die Begründung wie auch immer ausgerichteter Aussagen und Behauptungen in den Medien - und das wäre der Anteil der diskursiven Modelle, die übernommen werden sollte - würde die Qualität der massenmedialen Inhalte für die Öffentlichkeit sicherlich erhöhen.

Dennoch sollte beim Blick auf die Medienpraxis kein allzu düsteres Bild hinsichtlich der politischen Berichterstattung gezeichnet werden. Noch nie hat es – gerade im audiovisuellen Bereich – so viele kulturelle und politische Qualitätsprogramme gegeben wie heute. Die Sender

⁰ Münch 1995, S. 92.

Phoenix, Arte und 3sat dokumentieren ebenso wie die Programme der traditionellen öffentlich-rechtlichen Anbieter, dass die Medien ihrem Grundversorgungsanspruch mit Bildung, Information und Unterhaltung in ausreichendem Maße nachkommen. Trotz der skizzierten „Special-Interest“-Publikationen gibt es auf dem Print-Markt nach wie vor eine Reihe von Zeitungen, die sich dem kritisch-investigativem Anspruch der Berichterstattung verpflichtet fühlen. Journalistische Hintergrundberichterstattung unterliegt jedoch der Gefahr aufgrund der Beschleunigung, der Konkurrenz und der skizzierten Eigenlogiken des Marktes, eine differenzierte Berichterstattung aus den Augen zu verlieren, sofern der Trend zur Personalisierung und Visualisierung eine unzulässige Vereinfachung bei der Vermittlung politischer Prozesse nach sich zieht.

Literatur

- BAUM, ACHIM (1994): *Journalistisches Handeln: Eine Kritik der Journalismusforschung*, Opladen.
- BECK, ULRICH (1986): *Risikogesellschaft. Auf dem Weg in eine andere Moderne*. Frankfurt am Main.
- DIETZ, SIMONE (1995): Die Legitimationsmacht der Öffentlichkeit: Die öffentliche Meinung der Mediendemokratie. In: GÖHLER, GERHARD (HRSG.) (1995): *Macht der Öffentlichkeit - Öffentlichkeit der Macht*, Baden-Baden, S. 115-132.
- EDELMAN, MURRAY (1976): *Politik als Ritual*. Frankfurt am Main.
- FASSLER, MANFRED (1997): *Was ist Kommunikation?* München.
- GERHARDS, JÜRGEN (1998): Konzeptionen von Öffentlichkeit unter heutigen Medienbedingungen. In: JARREN, OTFRIED / KROTZ, FRIEDRICH (HRSG.): *Öffentlichkeit unter Vielkanal-Bedingungen*. Baden-Baden, S. 25-48.
- GERHARDS, JÜRGEN / NEIDHARDT, FRIEDHELM / RUCHT, DIETER (1998): *Zwischen Palaver und Diskurs*, Strukturen öffentlicher Meinungsbildung am Beispiel der Deutschen Diskussion zur Abtreibung, Opladen.
- GÖHLER, GERHARD (HRSG.) (1995): *Macht der Öffentlichkeit - Öffentlichkeit der Macht*, Baden-Baden.
- GÖTTLICH, UDO / NIELAND, JÖRG-UWE / SCHATZ, HERIBERT (HRSG.) (1998): *Kommunikation im Wandel*, Zur Theatralität der Medien, Köln.
- GROEBEL, JO U.A. (1995): *Bericht zur Lage des Fernsehens für den Bericht des Bundespräsidenten der Bundesrepublik Deutschland Richard von Weizsäcker*. Gütersloh.
- HABERMAS, JÜRGEN (1992): *Faktizität und Geltung*, Frankfurt am Main.
- HABERMAS, JÜRGEN (1990): *Strukturwandel der Öffentlichkeit*, Frankfurt am Main.
- HABERMAS, JÜRGEN (1981): *Theorie des kommunikativen Handelns*, 2 Bde., Frankfurt am Main.
- JARREN, OTFRIED (HRSG.) (1994): *Medienwandel – Gesellschaftswandel?: 10 Jahre dualer Rundfunk in Deutschland*. Berlin
- JARREN, OTFRIED (1996): Medien und Öffentlichkeitswandel im modernen Staat. In: *Archiv für Presserecht* 25/96, S. 191-196.
- JARREN, OTFRIED / KROTZ, FRIEDRICH (HRSG.) (1998): *Öffentlichkeit unter Viel-Kanal-Bedingungen*, Baden-Baden.
- KREIDEL, HANNELORE (1967): Kommunikationspolitische relevante Urteile des Bundesverfassungsgerichtes. In: *Publizistik* 12/1967, S. 122-139.
- KROTZ, FRIEDRICH (1998): Öffentlichkeit aus der Sicht des Publikums. In: JARREN, OTFRIED / KROTZ, FRIEDRICH (HRSG.): *Öffentlichkeit unter Vielkanal-Bedingungen*. Baden-Baden, S. 95-117.
- KUHLMANN, CHRISTOPH (1999): *Die öffentliche Begründung politischen Handelns*. Zur Argumentationsrationalität in der politischen Massenkommunikation. Opladen/Wiesbaden.
- LUDES, PETER (1993): *Von der Nachricht zur News-Show*. Fernsehnachrichten aus der Sicht der Macher. München.
- LUHMANN, NIKLAS (1995): *Die Realität der Massenmedien*, Opladen.
- MEYER, THOMAS (1998): Öffentlichkeit als Theater?, Zum Wandel des politischen Diskurses in der Mediengesellschaft. In: GÖTTLICH, UDO / NIELAND, JÖRG-UWE / SCHATZ, HERIBERT (HRSG.): *Kommunikation im Wandel, Zur Theatralität der Medien*, Köln, S. 126-140.
- MEYER, THOMAS / ONTRUP, RÜDIGER / SCHICHA, CHRISTIAN (2000): Von der Verkörperung der Politik zur Entkörperlichung im Bild. Körperkonstrukte und Bildfunktionen in politischen Fernsehsendungen. Erscheint in: FISCHER LICHTHE, ERIKA (HRSG.): *Verkörperung*, Tübingen.
- MEYER, THOMAS / ONTRUP, RÜDIGER / SCHICHA, CHRISTIAN (2000): *Die Inszenierung des Politischen – Zur Theatralität medialer Diskurse*. Wiesbaden.
- MÜLLER-DOHM, STEFAN (1998): Öffentlichkeit und die Ausdifferenzierung des Systems der Kommunikationsmedien. In: JARREN, OTFRIED / KROTZ, FRIEDRICH (HRSG.): *Öffentlichkeit unter Vielkanal-Bedingungen*. Baden-Baden, S. 49-61.
- MÜNCH, RICHARD (1991): *Dialektik der Kommunikationsgemeinschaft*, Frankfurt am Main.
- MÜNCH, RICHARD (1995): *Dynamik der Kommunikationsgesellschaft*, Frankfurt am Main.
- NEIDHARDT, FRIEDHELM (HRSG.) (1994): *Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen*, Opladen 1994.
- RASKOB, CHRISTIAN (1995): *Grenzen und Möglichkeiten der Verständigung*. Politische Kommunikation zwischen Inszenierung und Aufklärung, Frankfurt am Main.

- RUCHT, DIETER (1994): Politische Öffentlichkeit und Massenkommunikation. In: JARREN, OTFRIED (HRSG.) (1994): *Medienwandel – Gesellschaftswandel?: 10 Jahre dualer Rundfunk in Deutschland*. Berlin, S. 162-177.
- SARCINELLI, ULRICH (1994): „Fernsehdemokratie“, Symbolische Politik als konstruiertes und als destruktives Element politischer Wirklichkeitsvermittlung. In: WUNDEN, WOLFGANG (HRSG.): *Öffentlichkeit und Kommunikationskultur*, Beiträge zur Medienethik, Band 2, Hamburg, Stuttgart 1994, S. 31-42.
- SARCINELLI, ULRICH (1987): *Symbolische Politik*, Opladen 1987.
- SCHICHA, CHRISTIAN (1998): Theatralitätselemente im Kontext medialer Politikvermittlung. In: GÖTTLICH, UDO / NIELAND; JÖRG-UWE / SCHATZ, HERIBERT (HRSG.): *Kommunikation im Wandel*, Zur Theatralität der Medien, Köln, S. 141-153.
- SCHICHA, CHRISTIAN / ONTRUP, RÜDIGER (Hrsg.) (1999): *Medieninszenierungen im Wandel*. Interdisziplinäre Zugänge. Münster.
- SCHICHA, CHRISTIAN (2000): Wahlkampf in der Mediendemokratie. In: *Zeitschrift für Kommunikationsökologie* 1/2000, S. 44-50.
- SCHMITZ, MANFRED (1995): Die Macht der Medien und die Demokratie. In: GÖHLER, GERHARD (HRSG.): *Macht der Öffentlichkeit - Öffentlichkeit der Macht*, Baden-Baden, S. 133-148.
- STAAB, JOACHIM FRIEDRICH (1990): *Nachrichtenwerttheorie*, Formale Struktur und empirischer Gehalt, München.
- SCHULZ, WINFRIED (1998): In der expandierenden Medienöffentlichkeit verdüstert sich das Bild der Politik. Folgen der Informationsnutzung unter Vielkanalbedingungen: Zur Differenzierung von Mediennutzung. In: JARREN, OTFRIED / KROTZ, FRIEDRICH (HRSG.): *Öffentlichkeit unter Viel-Kanal-Bedingungen*, Baden-Baden., S. 118-130.
- SCHULZ, WINFRIED (1997): *Politische Kommunikation*, Opladen.
- SCHULZ, WINFRIED (1993): Medienwirklichkeit und Medienwirkung. In.: *Aus Politik und Zeitgeschichte*, B 40/93 vom 1,10,1993, S. 16-26.
- WUNDEN, WOLFGANG (HRSG.) (1994): *Öffentlichkeit und Kommunikationskultur*, Beiträge zur Medienethik, Band 2, Hamburg, Stuttgart.
- ZIERHOFER, WOLFGANG: (1998) *Umweltforschung und Öffentlichkeit: Das Waldsterben und die kommunikativen Leistungen von Wissenschaft und Forschung*, Opladen.