

Gerd Hallenberger / Jörg-Uwe Nieland (Hrsg.)

# Neue Kritik der Medienkritik

Werkanalyse, Nutzerservice, Sales Promotion  
oder Kulturkritik?

edition medienpraxis

Gerd Hallenberger / Jörg-Uwe Nieland

## Medienkritik revisited

Unsere Gesellschaft, so wird allenthalben behauptet, ist nicht mehr die Industriegesellschaft, als die sie in Wirtschaftswunderzeiten bevorzugt etikettiert wurde. Wer sich damit begnügt, den eingetretenen Wandel als Abschied von einem älteren Zustand zu beschreiben, bedient sich gerne der Vorsilbe ›post‹. Ob begrifflich als postindustrielle oder postmoderne Gesellschaft gefasst, überwiegt die Hervorhebung dessen, was nicht mehr oder zumindest nicht mehr so wichtig wie früher ist. Komplexität und Unübersichtlichkeit dessen, was an die Stelle des Älteren getreten ist, laden zum einen zur Suche nach neuen zentralen Themen ein, woraus dann Umschreibungen wie die »Risikogesellschaft« (Beck), die »Erlebnisgesellschaft« (Schulze) oder die »Multioptionsgesellschaft« (Gross) resultieren. Zum anderen erhebt sich die Frage, ob es etwas gibt, das die paradigmatische Rolle der ›Industrie‹ aus der ›Industriegesellschaft‹ übernommen hat. Die Suche nach einer Antwort endet heute meist bei den Medien: entweder unmittelbar, also der ›Mediengesellschaft<sup>1</sup>, oder mittelbar über die ›Informationsgesellschaft<sup>2</sup>, deren zentrales Agens, Informationen, über Medien ausgetauscht werden.

- 1 Dieser Begriff wird intensiv in der Kommunikationswissenschaft diskutiert. Stellvertretend sei auf MEYROWITZ 1990; SCHMIDT 2000 und aktuell die Bände von IMHOF/BLUM/BONFADELLI/JARREN 2004 und RÖSSLER/KROTZ 2005 sowie die Ausgabe #4 des Medienmagazins *Cover* verwiesen.
- 2 Im Dezember 2004 fand der erste Weltgipfel zur Informationsgesellschaft (World

Vor diesem Hintergrund wäre zu vermuten, dass Medienkritik zu einem zentralen gesellschaftlichen und sozialwissenschaftlichen Thema avanciert sei – aber das Gegenteil ist der Fall. Schon seit Jahren wird gewarnt, dass die traditionelle journalistische Medienkritik drohe folgen- und damit bedeutungslos zu werden (vgl. stellvertretend PRÜMM 1977; HIEGEMANN 1988; HICKETHIER 1997; QUAST 1998).<sup>3</sup> Die Forderungen nach einem Generationswechsel (vgl. HACHMEISTER 1993) und einer grundlegenden Reorganisation der Medienkritik (vgl. SCHNEIDER 1997; HICKETHIER 1997)<sup>4</sup> konnten bislang nur ansatzweise umgesetzt werden: Weder die Teilergebnisse der seit den 1970er-Jahren geführten Vielfalts- und Qualitätsdebatte<sup>5</sup> noch die Intensivierung der Arbeit der Landesmedienanstalten<sup>6</sup> oder der Auf- und Ausbau eines umfassenden »Preiswesens«<sup>7</sup> führten zu einer nachhaltigen Vitalisierung der Medienkritik in der Bundesrepublik Deutschland.

Dabei verschärft der Eintritt in die Mediengesellschaft die Problemlage der Medienkritik sogar noch einmal. Angebot und Nutzung

Summit on the Information Society / WSIS) in Genf statt. Eine Aufarbeitung der Debatte findet sich in KLUMPP/KUBICEK/ROSSNAGEL 2004.

- 3 Den Stand der Medienkritik dokumentieren die Bände zu den Mainzer Tagen der Fernsehkritik (vgl. zuerst STOLTE 1969; aktuell z. B. HALL 2003 sowie den Überblick von HALL in diesem Band) und die vom Adolf Grimme Institut herausgegebenen Jahrbücher Fernsehen (vgl. z. B. SCHNEIDER 1997 sowie den Beitrag von GÄBLER in diesem Band). Als »Klassiker« können die Bände der BUNDESZENTRALE FÜR POLITISCHE BILDUNG 1986 sowie von WESSLER et al. 1997 gelten.
- 4 Vgl. grundlegend die Beiträge von WESSLER et al. 1997 sowie KAMPS in diesem Band.
- 5 Die Qualitätsdebatte ist u. a. durch das Gutachten von SCHATZ/SCHULZ 1992 – in dem Kriterien zur Messung von Qualität vorgeschlagen werden – vorangebracht worden. Intensiviert wurde die Debatte durch den Bericht an den damaligen Bundespräsidenten Richard von Weizsäcker (vgl. GROEBEL et al. 1995) sowie die Festschrift für Norbert Schneider (Lfr 2000). Die Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten erstattet (inzwischen) regelmäßig Bericht über die Programmentwicklung (vgl. zuletzt ALM 2003), die Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK) listet in ihren Papieren die Besitzverhältnisse und medienrechtlichen Veränderungen auf (vgl. mit weiteren Verweisen den Beitrag von GUNDLACH in diesem Band). Besondere Beachtung verdienen darüber hinaus die Textsammlungen von BRUNST 2003 und SCHNEIDER 2003.
- 6 Vgl. hierzu kritisch den Beitrag von KAMPS in diesem Band.
- 7 Vgl. den Beitrag von SCHERFER in diesem Band.

haben sich nicht nur weiter ausgeweitet und differenziert, wodurch Medienkritik immer mehr mit Unüberschaubarkeit und unklaren bzw. komplexen Erwartungshaltungen sowohl der Nutzer als auch der Auftraggeber konfrontiert ist. Angesichts der erst boomenden, dann nahezu kollabierenden Medienökonomie,<sup>8</sup> einer Medienpolitik, die sich in der Regel zuallererst als Standortpolitik versteht, und der eher größer werdenden Verunsicherung, welche Konsequenzen Medienutzung überhaupt hat bzw. haben kann, scheint Medienkritik insgesamt zur Disposition gestellt oder zumindest in der »Selbstbeobachtungsfalle« gefangen zu sein.<sup>9</sup>

Das Spektrum dessen, was sich heute – im weitesten Sinne – als Medienkritik beschreiben lässt, erstreckt sich von der »klassischen Werkanalyse«,<sup>10</sup> über den Nutzerservice, die Sales Promotion bis hin zur Kulturkritik.<sup>11</sup> Vieles davon ist eine »Medienkritik revisited«, die nur noch wenig Ähnlichkeit mit dem aufweist, was vormals unter diesem Begriff verstanden wurde.

Die Notwendigkeit einer Reaktivierung der Debatte über Medienkritik ergibt sich zudem aus der bislang noch nicht hinreichend gelungenen Verbindung von (Medien-)Theorie und Praxis. Während in den USA die Ansätze von McLuhan, Postman und vor allem von Meyrowitz (1990) diese Brücke schlagen, stehen in der Bundesrepublik nicht nur verschiedene Theoriekonzepte nebeneinander, seit den frühen 1960er-Jahren orientieren sich Theorie- und Praxisentwicklung am *rechtlichen Diskurs* – also der Auslegung von Artikel 5 GG und der Begutachtung

8 Stichworte wären die Kirch-Pleite, der Zusammenbruch der so genannten New Economy, die Werbekrise sowie die anhaltenden Konzentrationsbewegungen auf den nationalen wie internationalen Medienmärkten. Vgl. stellvertretend STOLTE 1992.

9 Mit ihrem aktuellen Sammelband schließen BEUTHNER/WEICHERT 2005 an die Debatte über Medienjournalismus an (vgl. KRÜGER/MÜLLER-SACHSE 1999; RUSSMOHL/FENGLER 2000); vgl. auch ihren Beitrag in diesem Band.

10 Vgl. grundlegend HICKETHIER 1994 sowie KREIMEIER 1995. Aktualisierungen und selbstkritische Reflexionen dieser Positionen finden sich in den Beiträgen von HICKETHIER und KREIMEIER in diesem Band.

11 Vgl. stellvertretend die Beiträge in NEWCOMB 1994 sowie den Ansatz von PROKOP (z. B. 2001, 2002), der auch in diesem Band diskutiert wird.

der Rechtsprechung des BVerfG zu den Medien.<sup>12</sup> Daraus resultiert ein Konflikt zwischen Medienalltag und Artikel 5. Nur wenige Programmverantwortliche, Medienkritiker und Wissenschaftler sind augenblicklich in der Lage, zwischen den beiden Polen zu vermitteln.

Zwei Ausnahmen gibt es allerdings. Erstens sind Medienentwicklung, -angebot, -nutzung und ihre vermuteten Konsequenzen dann ein zentrales öffentliches Thema, wenn Katastrophales geschieht, das mit Mediennutzung in Beziehung gesetzt werden kann. So zwangen die Amokläufe an der Columbine High School in den USA und am Gutenberg Gymnasium in Erfurt zum Nachdenken, wobei aber die Reflexion über Zusammenhänge unterblieb, da die Reduktion auf Einzelfälle sowie die isolierte Betrachtung einzelner Medienprodukte unangenehmes Nachfragen vermeiden hilft – und selbst wieder mediengerecht ist.<sup>13</sup> Eine zweite Ausnahme stellen immer wieder und derzeit verstärkt neue Fernsehformate dar, die bislang geltende mediale wie gesellschaftliche Regeln in Frage stellen. Die (kalkulierten) ›Tabubrüche‹, die etwa *Big Brother*, *Jackass*, und dem *Dschungelcamp* zugeschrieben werden, haben zwar zu den erwartbaren kritischen Reaktionen geführt, aber dabei einmal mehr das aktuelle Dilemma von Medienkritik exemplifiziert.<sup>14</sup> Wenn die Medienkritik sich – wie fast ausnahmslos geschehen – damit begnügt, anhand des Einzelphänomens zu argumentieren und ökonomische wie kulturelle Kontexte auszublenden, läuft sie Gefahr, statt kritischer Einwände zusätzliche Aufmerksamkeit und damit Produkt-PR zu produzieren und den Erfolg des Kritisierten noch zu steigern.

12 Diese Einschätzung gab jüngst Schneider in seiner Besprechung des aktuellen Bandes von STOLTE 2004; vgl. auch MÜNSTER 1969.

13 Aufgebrochen wurde dieser Kreislauf durch den oscarprämierten Dokumentarfilm von Michel Moore *Bowling for Columbine*; insbesondere das Interview mit Marilyn Manson – dem von zahlreichen Politikern und Medienvertretern eine Mitschuld an dem Gewaltausbruch zugeschrieben wurde.

14 Seit der zweiten Jahreshälfte 2004 kreist die Debatte um die neuen Formate, die Schönheitsoperationen zeigen bzw. thematisieren (z. B. *I want a famous face*, *The Swan*). Diskutiert – und geprüft – wurde insbesondere die Frage, ob die Menschenwürde gewahrt wird.

Die mit einem *time lag* von mehreren Jahren einsetzende Institutionalisierung der Medienkritik in Deutschland erfüllt weiterhin nicht die von Hartmut Weßler (1997: 23) entwickelten Anforderungen:

1. Medienkritik sollte offen sein für alle Medien, alle Gattungen und alle kulturellen ›Niveaus‹.
2. Medienkritik sollte die spezifischen Eigenschaften der unterschiedlichen Medien ernstnehmen.
3. Medienkritik sollte größeres Augenmerk auf den Mediennutzungsmix der Rezipientinnen und Rezipienten legen.
4. Medienkritik sollte die Stimme des Publikums stärken.
5. Medienkritik sollte die alltägliche, die professionelle und die wissenschaftliche Sichtweise auf die Medien stärker miteinander verschränken.
6. Medienkritik sollte medienkritische Interventionen durch abgestimmtes Timing zwischen verschiedenen Akteuren koordinieren.

Anstelle einer breiten Diskussion über Gegenstände, Kriterien und Ziele der Medienkritik leistet sich die »Berliner Räterepublik«<sup>15</sup> einen weiteren, zahnlosen Debattierclub: die Kommission für Jugendmedienschutz der Landesmedienanstalten (KJM). Anstatt die in die Kritik geratene FSF<sup>16</sup> und auch den Presserat zu reformieren, wurde eine zusätzliche Instanz geschaffen. So notwendig und verdienstvoll die Institutionalisierung der Medienkritik in den letzten Jahrzehnten war, so bedenklich erscheint nun die Zerfaserung der verschiedenen Gremien.<sup>17</sup> Vermisst werden eindeutige Kriterien – Beliebigkeit macht sich breit.

Es wäre leicht, hier von einem Versagen der Medienkritik zu sprechen – aber fatal, daraus ein Versagen der Medienkritikerinnen und -kritiker zu folgern. Es mangelt keineswegs an talentierten und

15 Diesen Begriff prägte der Bochumer Sozialwissenschaftler Rolf Heinze. Er bringt damit zum Ausdruck, dass der Regierungsstil von Gerhard Schröder durch die Einberufung von Kommissionen und Gremien, die kein parlamentarisches Mandat besitzen, gekennzeichnet ist.

16 Vgl. zum Stand dieser Debatte den Beitrag von GOTTBURG in diesem Band.

17 Vgl. kritisch den Beitrag von KAMPS in diesem Band.

kompetenten Stimmen, sei es im institutionellen, sei es im journalistischen, sei es im wissenschaftlichen Bereich; diese Stimmen haben allerdings nur wenige Gelegenheiten, Gehör zu finden – und solche Gelegenheiten nehmen sogar in letzter Zeit ab. Auch Medienkritik braucht ›Medien‹, in Form von Druckspalten oder Sendezeit oder auch in Form von öffentlichen Foren und Institutionen<sup>18</sup> – und vor allem ein gesellschaftliches Umfeld, das Medienkritik für wichtig erachtet.

Obwohl Lutz Hachmeister bereits 1993 gefordert hatte, stärker die Unterhaltungsangebote zu beleuchten, bilden Arbeiten wie die von Klaudia Brunst (2003) eine Ausnahme.<sup>19</sup> Einen weiteren Bereich, indem sich die bundesdeutsche Medienkritik bislang kaum positioniert hat, stellt die Kommunikation im Internet dar.<sup>20</sup>

Vor allem im Bereich der traditionellen journalistischen Medienkritik fällt die Bilanz der letzten Jahren verheerend aus: Die Medienseiten vieler Tageszeitungen sind im Zuge von Einsparmaßnahmen als Reaktion auf die allgemeine (nicht nur Medien-)Krise zumindest deutlich reduziert worden, Medienkritik im Fernsehen ist nie über die Rolle einer marginalen Petitesse hinausgekommen.<sup>21</sup> Sogar im Hochschulbereich macht das Gesamtbild wenig Mut: Zwar sind in den letzten zehn Jahren in Deutschland zahlreiche neue Studiengänge entstanden, die sich mit Medien befassen, aber auch hier sorgen massive Mittelkürzungen und die aktuelle Präferenz praxisnaher Kurzstudiengänge dafür, dass für medienkritisches Denken – egal in welcher Form – immer weniger Raum bleibt.

Alle diese Beobachtungen lassen sich auf einen gemeinsamen Kern zurückführen, und zahlreiche Anschlussbeobachtungen weisen unmittelbar auf ihn hin. Wenn über Hochschulen vornehmlich unter den Gesichtspunkten von Kosteneffizienz und Wirtschaftsnähe

18 Vgl. aus Sicht eines Machers, den Bericht von BOLZ in diesem Band.

19 Vgl. zur Themenauswahl auch den Beitrag von BOLZ in diesem Band. Vgl. mit einem aktuellen Forderungskatalog Leder in diesem Band.

20 In diesem Band weitet KLEINER die Frage auf die Kommunikationsguerilla aus.

21 Davon berichten KELLER und LÜKE in diesem Band.

diskutiert wird, Medien primär als Wirtschaftsfaktor und kaum noch als Kulturgut gesehen werden, Fernsehkritik aus Gründen der Kostenersparnis oft durch den Abdruck von werbewirksamen Presstexten der ausstrahlenden Sender ersetzt wird und die Beschäftigung mit Medien in Tageszeitungen insgesamt vornehmlich im Wirtschaftsteil stattfindet, anhand der Besprechung von Umsatzzahlen, Marktanteilen, Erlösstrukturen und Gewinnerwartungen, dann hat ein massiver *economic turn* stattgefunden.

Diese Entwicklung ist hier nicht zu kommentieren oder gar zu bewerten, sie ist jedoch als Ausgangspunkt zu nehmen. Es ist unstrittig, dass die werkorientierte Medienkritik, die in der Tradition von Buchrezension und Theaterkritik operierte, überholt ist; es bleibt aber das Problem, wie denn gleichzeitig über Ästhetik und Ökonomie, über Text und Kontext und damit über ›Medien‹ in einer ökonomisch geprägten ›Mediengesellschaft‹ nachgedacht werden kann bzw. sollte. Trotz *economic turn* sind Medienangebote nicht nur Wirtschaftsgut, sie sind gleichzeitig Anlass für ihre Nutzer, Vergnügen, Orientierung und Wissen herzustellen. Ihr ›Sinn‹ lässt sich nicht darauf reduzieren, dass sich mit ihrer Hilfe Geld verdienen lässt.<sup>22</sup> In etwas anderer begrifflicher Fassung ist dieses Problem übrigens alles andere als neu: Am Beginn der neueren Mediengeschichte, verstanden als Geschichte der mit technischen Mitteln für ein größeres Publikum erstellten Medienangebote, stand die Diskussion um die Pressefreiheit, die je nach Interessenlage mal primär als Gewerbefreiheit, mal primär als Meinungsfreiheit verstanden wurde.<sup>23</sup>

Inzwischen scheint es fast müßig, über den Startpunkt des *economic turn* zu befinden – denn unzweifelhaft hat die Ökonomisierung das

22 Die Folgen der Konzentrations- und Kommerzialisierungstendenzen behandelt der Band von TRAPPEL et al. (2002). Die Autoren schlagen das Modell der Media Governance vor, welches die Verantwortung auch der privaten Medienanbietern betont und Vorschläge zur Transparenz enthält.

23 Vgl. zum Stellenwert der Kommunikationsfreiheit in der demokratischen Gesellschaft die Beiträge in LANGENBUCHER 2003.



bundesdeutsche Mediensystem mit voller Wucht getroffen: Nachdem mit der Dualisierung ab 1984 auch in der Bundesrepublik Deutschland das öffentlich-rechtliche Monopol aufbrach, bewegen sich heute alle Anbieter weitgehend in Marktkontexten. Öffentlich-rechtliche wie private Sender sind essenziell (wenn auch aus unterschiedlichen Gründen) auf (hohe) Zuschauerzahlen angewiesen, ihr Angebot besteht überwiegend aus Kauf- und Auftragsproduktionen und auch auf dem Werbemarkt herrscht große Konkurrenz. Als Folge tummeln sich im Medienbereich nicht nur immer mehr und immer neue Unternehmen, sondern auch neue Verbände. Wirtschaftspolitik und Standortpolitik sind auf dem Vormarsch – die Deregulierung ist dabei nur der Ausgangspunkt für diese Entwicklung gewesen.

Eine kommunikationswissenschaftliche Auseinandersetzung mit der Ökonomisierung gewinnt erst in den letzten Jahren an Konjunktur. Die Konsequenzen für die Medienkritik aber sind kaum behandelt, da Werkkritik und die allgemeine Kritik des Entwicklungsstandes der Mediengesellschaft weiterhin in separaten Foren und ohne Kenntnis voneinander stattfinden. Diese Zurückhaltung rächt sich aktuell, da die Krisenerscheinungen auf dem bundesdeutschen Medienmarkt die Reaktionsmöglichkeiten der Medienkritik (und auch der Kommunikationswissenschaft) zum Teil dramatisch einschränken. Die Beschäftigung mit Medieninhalten scheint – handelt es sich nicht um Vorgänge, die zu den oben genannten Ausnahmen zählen – als entbehrlich eingestuft zu werden.

Nach der großmundig beklagten Krise der Medienwirtschaft werden nun wieder optimistischere Szenarien und auch neue Geschäftsmodelle – diese stützen sich hauptsächlich auf so genannte Mehrwertdienste – präsentiert; Verbraucherschutzfragen (etwa im Falle der ›Quizsendungen‹ bei 9LIVE und dem DSF oder der Vermarktung von Klingeltönen durch die Musiksender) aber werden dabei nicht debattiert.<sup>24</sup>

<sup>24</sup> Vgl. den Beitrag von HALLENBERGER/NIELAND in diesem Band.

Ohne den Begriff der ›Medienkritik‹ gleich auf eine bestimmte Bedeutungsdimension begrenzen zu wollen, sind wir bei der Konzipierung dieses Bandes von einigen Grundfragen ausgegangen, die in der Diskussion einerseits immer wieder als Leitfragen auftauchen, andererseits aber ebenso regelmäßig als Desiderate dem zukünftigen Fortgang der Diskussion überantwortet werden:

- Was ist, was kann (und was sollte) Medienkritik heute (noch) sein?
- Was bedeutet es für Medienkritik, wenn Medienangebote immer weniger an einzelne Medien gebunden sind, sondern unmittelbar oder über Anschlusskommunikate in vielen Medien präsent sind?
- Was bedeutet es für Medienkritik, wenn sich das vertraute Medienensemble durch das Hinzukommen von immer neuen Medien radikal rekonfiguriert?
- Was bedeutet es für Medienkritik, wenn gesellschaftliche Meinungsbildung nicht nur medial vermittelt wird, sondern auch immer häufiger Medien bzw. Mediales zum Gegenstand hat?
- Wie kann Medienkritik darauf reagieren, unter den Bedingungen der Mediengesellschaft immer auch mit gesamtgesellschaftlich relevanten Phänomenen befasst zu sein, z.B. mit allgemeinen kulturellen Zuständen und allgemeiner Wirtschaftsentwicklung?

Diese Leitfragen machen deutlich, dass sich ›Medienkritik‹, wie immer sie sich konkret verstehen und worauf immer sie sich konkret beziehen mag, in einem prinzipiellen Dilemma befindet. In der ›Mediengesellschaft‹ gibt es kein Außen der Medien, keinen archimedischen Punkt, von dem aus eine Gesamtschau möglich wäre, die nicht selbst wieder medial gefasst wäre. Hinzu kommen unvermeidlich die Folgen gesellschaftlicher Differenzierung, von Arbeitsteilung und Spezialisierung. Wer sich mit einzelnen Medienangeboten beschäftigt, verfügt nur in glücklichen Ausnahmefällen über das Wissen bzw. die Ressourcen, um zugleich produktionstechnische, ökonomische, politische und

kulturelle Hintergründe zu analysieren.<sup>25</sup> Und selbst in diesen Ausnahmefällen stellt sich anschließend das mindestens genauso große Problem, das je eigene Diskursumfeld dafür zu interessieren. Wer auf der Wirtschaftsseite einer Tageszeitung versucht, nicht nur auf die Bilanzen eines Medienunternehmens einzugehen, sondern auch auf den Inhalt seiner Produkte, wird ebenso in Schwierigkeiten geraten wie der Wissenschaftler, der neben den spezifischen Perspektiven seines Faches die eines anderen in seiner Arbeit berücksichtigen will, das sich ebenfalls mit Medien beschäftigt – aber natürlich mit ganz eigenen Fragestellungen, Theorien und Methoden.

Diesem Dilemma kann natürlich auch der vorliegende Band nicht entgehen, kein Beitrag gibt Antworten auf alle Leitfragen, nicht einmal eine erschöpfende Antwort auf einzelne. Seine Absicht ist eine weitaus bescheidenere: Mit Hilfe der Leitfragen, die allen Autoren vorgelegt wurden, sollte ein multiperspektivisches Beitragspanorama entstehen, eine Textsammlung, die unterschiedlichste Zugänge, Horizonte und Antwortansätze repräsentiert. Und doch über immer wiederkehrende Themen und Stichworte, über mehrere ›rote Fäden‹ Beitragsverknüpfungen aufweist, seien sie auch bisweilen indirekt. Um aus diesem anspruchsvollen Ansatz eine möglichst leicht zugängliche Publikation zu machen, liegt der Anordnung der Beiträge eine recht simple Überlegung zugrunde. Die Texte sind in drei Abschnitte aufgeteilt, die prinzipiell einer Logik des Aufsteigens vom Abstrakten zum Konkreten folgen.

Im ersten Abschnitt, den ›Voraussetzungen‹, finden sich Texte, die sich vor allem (aber nicht ausschließlich) damit beschäftigen, was Medien ›sind‹, was sie für die Gesellschaft leisten (sollten) und wie sie in gesellschaftlichen Kontexten fungieren. Die Texte dieses Abschnittes, die von unterschiedlichen wissenschaftstheoretischen Positionen aus argumentieren, greifen als Voraussetzungen von Medienkritik

<sup>25</sup> Vgl. mit einem Plädoyer für eine investigative Medienkritik LILIENTHAL in diesem Band.

unter anderem Kernfragen auf wie die Konzeptualisierung von Medien und Medienwandel, Rolle und Stand traditioneller Medienkritik, den Kampf um Deutungen und Bewertungen, das Verhältnis von Medienökonomie, Medienpolitik und Medienkritik.

Der zweite Abschnitt nimmt Institutionen der Medienkritik als Ausgangspunkt, ihre spezifischen medienkritischen Zugänge, Ziele und Beiträge. Zu diesen Institutionen zählen etwa regelmäßige Diskussionsforen wie die Mainzer Tage der Fernsehkritik, das Adolf Grimme Institut, Fernsehpreise allgemein, die Landesmedienanstalten, die KEK, die Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen, aber auch die EKD.

Im dritten Abschnitt, den ›Erfahrungen und Aussichten‹ geht es schließlich in erster Linie um praxisbezogene Fragestellungen, was wissenschaftliche, journalistische und Produktionspraxis gleichermaßen einschließt. Neben der Reflexion eigener Praxis spielt hier auch vielfach die Entwicklung von möglichen/wünschbaren/notwendigen Perspektiven eine wichtige Rolle. Und damit auch die Frage, ob Medienkritik vielleicht doch mehr sein kann als Werkanalyse, Nutzerservice, Sales Promotion oder allgemeine Kulturkritik.

### *Literatur*

- ARBEITSGEMEINSCHAFT DER LANDESMEDIENANSTALTEN (ALM) (Hrsg.): *Privater Rundfunk in Deutschland 2003. Jahrbuch der Landesmedienanstalten*. Berlin 2003
- BEUTHNER, MICHAEL; STEPHAN A. WEICHERT (Hrsg.): *Die Selbstbeobachtungsfälle. Grenzen und Grenzgänge des Medienjournalismus*. Wiesbaden 2005
- BLUM, ROGER; HEINZ BONFADELLI; KURT IMHOF; OTFRIED JARREN (Hrsg.): *Mediengesellschaft: Strukturen, Merkmale, Entwicklungsdynamiken*. (Mediensymposium Luzern, Band 8) Wiesbaden 2004
- BRUNST, KLAUDIA: *Leben und leben lassen. Die Realität im Unterhaltungsfernsehen*, Konstanz 2003

- BUNDESZENTRALE FÜR POLITISCHE BILDUNG (Hrsg.): *Medienkritik im Blickpunkt. Plädoyer für eine engagierte Programmkritik*, Bonn 1986
- GROEBEL, JO; WOLFGANG HOFFMANN-RIEN; RENATE KÖCHER; BERND-PETER LANGE; ERNST GOTTFRIED MAHRENHOLZ; ERNST-JOACHIM MESTMÄCKER; INGRID SCHEITHAUER; NORBERT SCHNEIDER: *Bericht zur Lage des Fernsehens*. Gütersloh 1995
- HACHMEISTER, LUTZ: Für eine neue Medienkritik. Zu einem Generations- und Systemwandel in der späten Fernsehgesellschaft. In: ADOLF GRIMME INSTITUT (AGI) (Hrsg.): *Jahrbuch Fernsehen 1992/1993*. Marl 1993, S. 21-34
- HALL, CHRISTIAN PETER (Hrsg.): *Die offene Gesellschaft und ihre Medien in Zeiten ihrer Bedrohung*. Frankfurt/M. 2003
- HIEGEMANN, SUSANNE: Über die Notwendigkeit von Medienkritik. In: BUNDESZENTRALE FÜR POLITISCHE BILDUNG (Hrsg.): *Medienkritik im Blickpunkt. Plädoyer für eine engagierte Programmkritik*. Bonn 1988, S. 27-39
- HICKETHIER, KNUT: Bruderschaft der entzündeten Augen. Eine kleine Geschichte der Fernsehkritik in Deutschland. In: FAULSTICH, WERNER (Hrsg.): *Vom Autor zum Nutzer. Handlungsrollen im Fernsehen*. München 1994, S. 119-216
- HICKETHIER, KNUT: Medienkritik – öffentlicher Diskurs und kulturelle Selbstverständigung. In: WESSLER, HARTMUT; CHRISTIANE MATZEN; OTTFRIED JARREN; UWE HASEBRINK (Hrsg.): *Perspektiven der Medienkritik. Die gesellschaftliche Auseinandersetzung mit öffentlicher Kommunikation in der Mediengesellschaft. Dieter Roß zum 60. Geburtstag*. Opladen 1997, S. 59-67
- KLUMPP, DIETER; HERBERT KUBICEK; ALEXANDER ROSSNAGEL (Hrsg.): *Next Generation Information Society? Notwendigkeit einer Neuorientierung*. Mössingen-Tahlheim 2004
- KREIMEIER, KLAUS: *Lob des Fernsehens*. München/Wien 1995
- KRÜGER, UDO MICHAEL; KARL H. MÜLLER-SACHSE: *Medienjournalismus. Strukturen, Themen, Spannungsfelder*. Opladen 1999
- LANDESANSTALT FÜR RUNDFUNK NORDRHEIN-WESTFALEN (Hrsg.): *Die Mühen der Ebene. Programmqualität als Anspruch und Aufgabe*. Festschrift

- für Norbert Schneider zum sechzigsten Geburtstag. Opladen 2000
- LANGENBUCHER, WOLFGANG R. (Hrsg.): *Die Kommunikationsfreiheit der Gesellschaft. Die demokratischen Funktionen eines Grundrechtes*. Wiesbaden 2003
- MEYROWITZ, JOSHUA: *Die Fernsehgesellschaft. Wirklichkeit und Identität im Medienzeitalter*. Weinheim/Basel 1990
- MÜNSTER, CLEMENS: Die gesellschaftspolitische Aufgabe der Kritik. Voraussetzungen und Grundsätze. In: STOLTE, DIETER (Hrsg.): *Fernseh-Kritik. Im Streit der Meinungen von Produzenten, Konsumenten, Rezensenten*. Mainz 1969, S. 35-49
- NEWCOMB, HORACE (Hrsg.): *Television. The Critical View*. Fifth Edition. New York/Oxford 1994
- PROKOP, DIETER: *Der Kampf um die Medien. Das Geschichtsbuch der neuen kritischen Medienforschung*. Hamburg 2001
- PROKOP, DIETER: *Die Unzufriedenheit mit den Medien. Das Theorie-Erzählbuch der neuen kritischen Medienforschung*. Hamburg 2002
- PRÜMM, KARL: Fernsehkritik. Hinweise auf eine Misere. In: DREWS, JÖRG (Hrsg.): *Literaturkritik – Medienkritik*. Heidelberg 1977, S. 84-102
- QUAST, THOMAS: Der blinde Fleck: Reflexive Medienberichterstattung. Forschungsstand – Geschichte – Defizite. In: KLINGER, WALTER; GUNNER ROTERS; OLIVER ZÖLLNER (Hrsg.): *Fernsehforschung in Deutschland. Themen – Akteure – Methode*. Baden-Baden 1998, S. 225-244
- RÖSSLER, PATRICK; FRIEDRICH KROTZ (Hrsg.): *Mythen der Mediengesellschaft. The Media Society and its Myth*. Konstanz 2005 (in Vorbereitung)
- RUSS-MOHL, STEPHAN; SUSANNE FENGLER (Hrsg.): *Medien auf der Bühne der Medien. Zur Zukunft von Medienjournalismus und Medien-PR*. Berlin 2000
- SCHATZ, HERIBERT; WINFRIED SCHULZ: Qualität von Fernsehprogrammen. Kriterien und Methoden zur Beurteilung von Programmqualität im dualen Fernsehsystem. In: *Media Perspektiven*, Heft 11/1992, S. 690-712
- SCHMIDT, SIEGFRIED J.: *Kalte Faszination. Medien, Kultur, Wissenschaft in der Mediengesellschaft*. Weilerswist 2000

- SCHNEIDER, NORBERT: Verwackelt, Verbraucht, Vermischt. Begriffsverluste im Mediendiskurs – ein neuer Reiz für die Aufsicht. In: ADOLF GRIMME INSTITUT (AGI) (Hrsg.): *Jahrbuch Fernsehen 1996/1997*, Marl 1997, S. 85-95
- SCHNEIDER, NORBERT: *Frisierte Bilder, getrüübter Augenschein. Medienethik zwischen Qualität und Quote*. Ausgewählt von Matthias Schreiber. Berlin 2003
- SCHNEIDER, NORBERT: *Buchpräsentation in der Bayerischen Akademie für Fernsehen: Dieter Stolte: Wie das Fernsehen das Menschenbild verändert*. München 13.10.2004 (PDF abgerufen am 16.11.2004 unter: [http://www.lfm-nrw.de/aktuelles/positionen\\_reden](http://www.lfm-nrw.de/aktuelles/positionen_reden))
- STOLTE, DIETER (Hrsg.): *Fernseh-Kritik. Im Streit der Meinungen von Produzenten, Konsumenten und Rezensenten*, Mainz 1969
- STOLTE, DIETER: *Fernsehen am Wendepunkt. Meinungsforum oder Supermarkt?* München 1992
- STOLTE, DIETER: *Wie das Fernsehen das Menschenbild verändert*. München 2004
- TRAPPEL, JOSEF; WERNER A. MEIER; KLAUS SCHARPE; MICHAELA WÖLK (Hrsg.): *Die gesellschaftlichen Folgen der Medienkonzentration. Veränderungen in den demokratischen und kulturellen Grundlagen der Gesellschaft*. Opladen 2002
- WESSLER, HARTMUT: Der ›befremdete‹ Blick auf das Selbstverständliche. Wann ist Medienkritik kritisch? In: WESSLER, HARTMUT; CHRISTIANE MATZEN; OTTFRIED JARREN; UWE HASEBRINK (Hrsg.): *Perspektiven der Medienkritik. Die gesellschaftliche Auseinandersetzung mit öffentlicher Kommunikation in der Mediengesellschaft*. Opladen 1997, S. 16-26
- WESSLER, HARTMUT; CHRISTIANE MATZEN; OTTFRIED JARREN; UWE HASEBRINK (Hrsg.): *Perspektiven der Medienkritik. Die gesellschaftliche Auseinandersetzung mit öffentlicher Kommunikation in der Mediengesellschaft*. Opladen 1997