

jenigen zugänglich zu machen, die daraus Honig saugen könnten, bedürfte es erheblicher Übersetzungsarbeit. Unter den heutigen Bedingungen ist wohl kaum ein Medien- oder Wissenschaftsjournalist mehr in der Lage, diese zu leisten. So tragen auch die Wissenschaftler ihr Scherflein dazu bei, dass ihre Erkenntnisse zwar im Elfenbeinturm zirkulieren, aber auf die Kommunikationspraxis kaum Einfluss haben.

Vor diesem Hintergrund gewinnen die Vorschläge an Gewicht, welche der Zürcher Kommunikationsforscher Otfried Jarren und seine Münsteraner Kollegin Sarah Zielmann unterbreiten: Sie betrachten es (in dem von Weiß edierten Band, S. 549ff.) als Aufgabe von Stiftungen, die »medienanalytische wie -kritische Infrastruktur« zu verbessern, also Institutionen zu gründen, die »für mehr Transparenz in der Medienentwicklung sorgen« und damit wohl auch ein Stück weit den Wissenschaftstransfer in diesem Bereich vorantreiben könnten.

STEPHAN RUSS-MOHL, Lugano

Susanne Fengler/Stephan Ruß-Mohl: *Der Journalist als »Homo oeconomicus«*. – Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft 2005, 224 Seiten, Eur 29,-.

»Ende eines Mythos?« Noch immer pflegen Journalisten und selbst Medienwissenschaftler ein stark idealisiertes Bild der journalistischen Zunft. Fengler/Ruß-Mohl brechen mit dieser Betrachtung und setzen ihr eine realistische entgegen. Journalisten werden nicht als »Watchdogs« oder »Hüter des Gemeinwohls« beschrieben, sondern als rationale Maximierer, die Eigeninteressen verfolgen und Tauschbeziehungen mit Informanten und Kollegen eingehen (S. 14). Ihre wichtigsten Ziele: Aufmerksamkeit und Einkommen.

Die grundlegenden Ideen ökonomischen Denkens erklären Fengler/Ruß-Mohl plastisch am Beispiel eines Politikredakteurs. Dieser will endlich seine Korruptionsrecherche starten, muss sich aber wegen knapper Zeit einen vertrauenswürdigen Tauschpartner suchen, der für ihn für eine Woche die Innenpolitikseiten übernimmt. Selbstverständlich bedienen sich die Autoren dabei der einschlägigen ökonomischen Standardwerke von Becker über Buchanan bis zu Olson.

Dem in Disziplinen wie der Soziologie längst

vorherrschenden Paradigma bahnen sie den Weg in die Medienwissenschaft und sorgen so für mehr Theorien-Pluralismus: »Wenn der Wunschtraum (einer gesünderen Welt) Wirklichkeit werden soll, führt kein Weg an der Analyse der spezifischen ökonomischen Anreizmechanismen vorbei, die auf die Wertläufe und den Journalismus einwirken.« (S. 199)

Insbesondere für die Kommunikatorforschung machen die Autoren die Rationalitätsannahme handhabbar und listen bekannte Vorzüge der Ökonomik auf: 1. liefere sie eine Erklärung von Motiven der Akteure, 2. sei sie sparsam und verständlich, 3. biete sie Anschluss an andere Theorien, 4. sei sie vielseitig anwendbar, 5. interdisziplinär einsetzbar, 6. positiv bzw. wertfrei und 7. empirisch prüfbar (S. 31ff.) – Maßstäbe, denen die Systemtheorie nicht gewachsen ist.

Härtester Vorwurf gegen die Systemtheorie ist bekanntlich, dass sie lediglich ein esoterisches Begriffsgebäude mit normativem Charakter sei – jedoch keine wirkliche Theorie. Fengler/Ruß-Mohl vertreten erstaunlicherweise eine versöhnlichere, fast defensive Haltung, indem sie konstatieren, dass die Ökonomik das vorhandene Paradigma ergänzen solle (S. 37). Wahrscheinlich wollen sie die Anschlussfähigkeit der Kommunikation wahren und auch für Verfechter des alten Paradigmas Anreize bieten, um sanft ins Neue überzuleiten.

Unter dem Blickwinkel der Ökonomik werden daher zunächst bekannte Phänomene neu betrachtet. Analysen bekannter Theoretiker, welche bisher nur implizit rationale Akteure annahmen, dienen dazu, auch eingefleischten »Luhmannianern« mit empirischen Evidenzen die Brauchbarkeit des Konzepts nahe zu legen.

Fengler/Ruß-Mohl gehen unter anderem auf das Verhältnis von PR-Leuten und Journalisten ein. So stellen sie fest, dass erstere miteinander um Aufmerksamkeit für ihre Botschaften konkurrieren und letztere um möglichst exklusive Informationen. Ein Austausch hängt bei diesen Interaktionsbeziehungen insbesondere vom Informations- und Machtgefälle der Akteure ab.

An mehreren Stellen leiten die Autoren zudem interessante gegenstandsspezifische Hypothesen ab: »Je kleiner und überschaubarer ein Ressort ist und je deutlicher der Input des einzelnen Redakteurs spürbar ist, desto weniger Trittbrettfahrer wird es in dem Ressort mutmaßlich geben und desto mehr Redakteure werden sich für das gemeinsame Gruppenziel – z. B. journalistische Qualität – einsetzen.« (S. 59)

Unberücksichtigt bleibt bedauerlicherweise eine der wohl fruchtbarsten Heuristiken, die der sozioökonomische Ansatz zu bieten hat: das Mikro-Makro-Modell. Schade ist ferner, dass die Werterwartungstheorie nur implizit angedeutet wird, aber nicht Eingang in die Darlegung findet.

Insgesamt zeichnet sich das Werk aber durch eine fundierte Quellenarbeit aus. Während andere Arbeiten oft in der Gegenstandsdefinition und Normativismen hängen bleiben, liefern die Autoren anregende Gedankengänge zu spannenden Fragen.

Gerade Theoretiker, die nach langem Rauschen im Theoriewald auf eine neue Melodie gewartet haben, können hier fündig werden. Auch für Praktiker bietet das Buch eine gute Möglichkeit zur Reflexion des eigenen Handelns.

Die Autoren schließen ihr Kompendium mit der interessanten Frage unintendierter Folgen absichtsvollen Handelns, d. h. inwieweit eine ökonomische Analyse zu einer weiteren Ökonomisierung der Welt und stärkeren Nutzenmaximierung der Akteure beiträgt. Wenn jedoch die Theorie rationaler Akteure zu Grunde gelegt wird, ist ja per se von einer Ausrichtung am subjektiv erwarteten Nettonutzen auszugehen. Die Frage müsste eher lauten: Führt die ökonomische Analyse zu einer Verschiebung der Anreizstrukturen der Akteure – etwa von einer rationalen Normorientierung zu einer Aufmerksamkeitsmaximierung? Die vormals ideologischen Anfeindungen zwischen *Spiegel* und *Bild-Zeitung* und aktuelle Kooperationen bei *Spiegel-TV* und *Blitz am Sonntag* (SAT 1) sind der beste Beweis.

SEBASTIAN SATTLER, Leipzig

Peter Marchal: *Kultur- und Programmgeschichte des öffentlich-rechtlichen Hörfunks in der Bundesrepublik Deutschland*. Ein Handbuch. Band 1: Grundlegung und Vorgeschichte. – München: Kopaed 2004, 420 Seiten, Eur 19,90.

Peter Marchal: *Kultur- und Programmgeschichte des öffentlich-rechtlichen Hörfunks in der Bundesrepublik Deutschland*. Ein Handbuch. Band 2: Von den 60er Jahren bis zur Gegenwart. – München: Kopaed 2004, 520 Seiten, Eur 19,90.

Das zweibändige Handbuch ist das Resultat eines mehrjährigen Forschungsprojekts an der

Universität Siegen und versucht, eine seit mehr als 25 Jahren mit beklemmender Regelmäßigkeit beklagte Lücke in der Rundfunkgeschichtsschreibung zu schließen. Gestützt auf primär kultur- und mediengeschichtliches Rüstzeug, stellt Peter Marchal senderübergreifend dar, wie sich die öffentlich-rechtlichen Hörfunkprogramme Deutschlands nach 1945 entwickelten.

In der einleitenden Analyse des rundfunkhistorischen Forschungsstandes gelangt der Autor nach Sichtung der an Zahl und Umfang reichen Einzelstudien und Teilbetrachtungen zu dem Schluss, dass aus kommunikations- bzw. medienwissenschaftlicher Sicht vor allem ein Bereich unterbelichtet blieb: das Programm. Kulturelle Leistungen und die Dimensionen des öffentlich-rechtlichen Auftrags wurden zwar in gleich bleibender Frequenz untersucht. Dabei blieb aber beständig ausgeblendet, was hinter den gängigen Quellen des »Gesendeten und zu Sendenden« steckt. Weitere Defizite ortet Marchal in der zumeist abgeschotteten Betrachtung von »Epochen« und der Überbetonung bestimmter Quellengattungen – was sich in weiterer Folge zu einer problematischen Kurzsichtigkeit des Faches gegenüber der Rundfunkgeschichte summierte. Dieser und der überproportional starken Zuwendung zum Forschungsgegenstand Fernsehen will dieses Handbuch entgegenreten.

Marchal setzt sich mit bisherigen Ansätzen der Programmforschung und ihren Defiziten auseinander, um danach programmtheoretische Grundlagen und den öffentlich-rechtlichen Auftrag eingehend zu erläutern. Nach einem Überblick über die Hörfunkgeschichte vor und nach 1933 folgen der Neubeginn unter alliierter Kontrolle 1945 und die einzelnen Phasen der Programmgeschichte unter öffentlich-rechtlichen Prämissen ab 1948/49. Der chronologisch-thematische Bogen spannt sich etwa vom NS-Erbe bis zur »Wende«, von der Magazinierung zur Marginalisierung, von der Klangtapete zum simplen Geräuschteppich, vom Leitmedium zum Begleitmedium. Zu betonen ist, dass Marchal seine Betrachtung bis in die Gegenwart führt und daher auch den Einfluss der Privat- und Formatradios mit einbezieht.

Das Handbuch verzichtet zwar auf die systematische Auswertung des Programms – was den Titel bei erster Betrachtung deplatziert scheinen lässt. Bei näherem Hinsehen zeigt sich aber, dass dies durch die Zusammenführung der Fragmente früher(er) Rundfunkgeschichte zu einer vergleichenden Kultur- und Programmgeschichte