

Basis seiner Identität und zu dem Gesellschaftsvertrag, den wir mit dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk geschlossen haben, damit gerade er – im Unterschied zu privat-kommerziellen Medien – diesen Journalismus stützt und fördert; man müsse, schreibt sie (S. 184), den öffentlichen Organisationstyp journalistischer Medien „wohl als den gesellschaftlich risikoärmeren von zwei Kompromissen der organisatorischen Konkretisierung von Journalismus als Institution in der Massendemokratie begreifen.“ Am Ende plädiert die Autorin dann für die Wiederentdeckung des Themas „innere Pressefreiheit“ zur Sicherung der *Autonomie* des Journalismus als Institution und sogar für eine Debatte über das Ende des offenen Berufszugangs zur Gewährleistung seiner *Kompetenz*.

Damit liegt endlich mal wieder eine Studie vor, die den Journalismus als *soziale* Einrichtung ernst nimmt und sich mit Augenmaß und (auch ein wenig) Leidenschaft gegen die postmoderne Verwässerung seiner Funktion wendet – nach dem Motto: Erlaubt ist, was gefällt. Sprachlich hätten die Indizienbeweise gern etwas süffiger ausfallen dürfen. Auffallend die zahlreichen Zeichensetzungsfehler.

Siegfried Weischenberg

Ruud Koopmans / Paul Statham (Hrsg.)

The Making of a European Public Sphere

Media Discourse and Political Contention

Cambridge u. a.: Cambridge University Press, 2010. – 335 S.

(Communication, Society and Politics)

ISBN 978-0-521-13825-3

„The Making of a European Public Sphere“ präsentiert Ergebnisse eines von 2001 bis 2004 geförderten EU-Projektes, an dem Teams aus sieben Ländern beteiligt waren. Analysiert wurde die (vermeintliche) Europäisierung politischer Kommunikation und politischer Mobilisierung „to address the unanswered questions and myths about the emergence and performance of a European public sphere by recourse to systematic empirical evidence“ (Statham, 277).

Zu Beginn des Buchs – im konzeptionell angelegten Teil I – begründen Jos de Beus (13ff.) und die Herausgeber (34ff.) zunächst die Relevanz dieser Stoßrichtung. Die EU-Politik des bürgerfernen „permissiven Konsens“ sei gescheitert und die Bedeutung öffentlicher Debatten entsprechend gestiegen, allerdings weise die bisherige Forschung zahlreiche Lücken und offene Fragen auf. Aus einer knappen Litera-

turschau extrahieren Ruud Koopmans und Paul Statham daraufhin drei theoretisch unterscheidbare Formen europäisierter Öffentlichkeit, auf die weitere Kapitel teils Bezug nehmen (vgl. 38ff.): Die erste ist eine „*supranational European Public Sphere*“, bei der (v. a. kollektive) Akteure aus ganz Europa interagieren und europaweite Massenmedien darüber berichten. Die zweite ist die „*vertical Europeanization*“, bei der EU- und nationale Akteure miteinander entweder „bottom up“ auf Initiative nationaler Akteure oder „top down“ auf EU-Initiative interagieren. Drittens unterscheiden sie eine „*horizontal Europeanization*“ mit einer „weak variant“, bei der sich europäische Akteure länderübergreifend wahrnehmen, und einer „strong variant“, bei der sie zudem miteinander kommunizieren.

Diesen Modellen stellt das Projekt eine Fülle von Daten gegenüber, die durch einen mehrfachen Vergleich angeleitet werden (vgl. überblicksweise Koopmans/Statham, 47ff.): einen Ländervergleich (Deutschland, Großbritannien, Frankreich, Niederlande, Spanien, Italien und Schweiz), einen Medienvergleich (unterschiedliche Printmedien, Internet), einen Zeitvergleich (1990 bis 2002) sowie einen Themenvergleich (von stark national geprägten Themen wie Alterssicherung bis zu europäischer Integration). Zum Einsatz kamen verschiedene Methoden (qualitative Interviews, eine standardisierte Befragung, Dokumentenanalysen), wobei eine aufwändige „claim-making analysis“ von Printmedien das Herzstück darstellt. Codiert wurden mit dieser in Medien auffindbare „public speech acts (including protest events) that articulate political demands, calls to action, proposals, or criticisms, which, actually or potentially, affect the interests or integrity of the claimants or other political actors“ (55).

In den folgenden empirischen Teilen des Buches beschäftigen sich die Autorinnen und Autoren mit unterschiedlichen Stufen des politischen Kommunikationsprozesses. Teil II untersucht mittels der „claim-making analysis“ die Sichtbarkeit („visibility“) unterschiedlicher Akteure in europäischen Medien sowie die „inclusiveness“ (61) der entsprechenden Debatten. Ruud Koopmans, Jessica Erbe und Martin F. Meyer (63ff.) prüfen bspw., ob sich Urheber und/oder Adressaten medialer „claims“ europäisiert haben, und zeigen dabei einen der zentralen Befunde des Buches auf: Sowohl diachron als auch synchron und sowohl länder- als auch themenübergreifend dominieren nach wie vor einheimische Akteure und Themen die öffentliche Debatte. Eine Europäisierung lässt sich nur mit zwei wesentlichen Einschränkungen

gen finden: Erstens findet sich keine „horizontale“ Europäisierung (bei der sich Akteure unterschiedlicher Länder wechselseitig stärker wahrnehmen oder öfter miteinander kommunizieren), sondern nur eine „vertikale“, bei der EU-Institutionen und -Akteure häufiger zu Wort kommen oder adressiert werden (66f.). Zweitens findet sich auch dies nur bei Themen, bei denen die Regulierungskompetenz der EU hoch ist. Die „formal distribution of power among polity levels“ (93) spiegelt sich also in den Medien. Und von dieser vertikalen Europäisierung rund um EU-Themen profitieren wiederum, wie die Analyse von Ruud Koopmans (97ff.) verdeutlicht, vornehmlich (politische) Eliten, die öfter als andere Akteure öffentlich präsent sind und positiver dargestellt und bewertet werden.

Teil III thematisiert anschließend die „performance“ (123) der Medien. Paul Statham (125ff.) zeigt auf der Basis von 110 Interviews, dass sich Journalisteneinstellungen zur EU europaweit ähneln: Sie meinen, die EU sei schwer vermittelbar, interessiere das Publikum nicht, und suchen ihre Quellen im eigenen Land. Allerdings sei diese Einschätzung eher der praktischen Erfahrung der Journalisten geschuldet und keine pauschale Absage an die europäische Integration – ein Befund, den auch Barbara Pfetsch, Silke Adam und Barbara Eschner (151ff.) untermauern. Sie zeigen, dass Journalisten das Thema EU in meinungsbezogenen Texten wie Kommentaren, wo sie ihre Meinung ungefiltert äußern dürfen, für wichtig halten und positiv bewerten. Ruud Koopmans und Ann Zimmermann (171ff.) verdeutlichen mit ihrer Analyse von Suchmaschinen-Ergebnissen und Hyperlinkstrukturen, dass die Kommunikation im Internet – wo journalistische Gatekeeper ausgeblendet sind – auch nicht europäisierter ist als in Printmedien. Und Juan Diez Medrano und Emily Gray (195ff.) zeigen, dass die EU in der Mediendebatte länderübergreifend recht einheitlich als wirtschaftliche Union sowie (defizitäre) demokratische Wertegemeinschaft gerahmt wird, während kaum auf kulturelle oder historische Gemeinsamkeiten verwiesen wird.

Teil IV wendet sich schließlich der „performance“ des politischen Systems zu. Zunächst beschreiben Hanspeter Kriesi, Anke Tresch und Margit Jochum auf Basis einer quantitativen Befragung die „action repertoires“ unterschiedlicher kollektiver Akteure (223ff.). Sie machen deutlich, dass diese – wie die Medienberichterstattung – länder- und akteursübergreifend national verhaftet sind. Allerdings machen Aktivitäten auf EU-Ebene und auch öf-

fentliche Aktivitäten einen nennenswerten Anteil aus. Interessant ist, dass die Autoren zeigen können, dass dies insbesondere für Akteure gilt, die schon in nationalen Kontexten mächtig sind. Nationale Macht scheint sich also auch in europäischen Einfluss ummünzen zu lassen – vielleicht auch, weil es keine gemeinsame europäische Öffentlichkeit gibt, in der sich andere, schwächere Akteure jenseits institutioneller Pfade präsentieren könnten. Die empirischen Analysen werden abgeschlossen von Paul Statham, Ruud Koopmans, Anke Tresch und Julie Firmstone (223ff.), die zeigen, dass sich die politischen Parteien in den untersuchten Ländern insgesamt recht positiv zur EU positionieren. In jedem Land wird ein ähnliches Spektrum von Europhilen und Euroskeptikern abgebildet – die Haltungen politischer Parteien zur EU strukturieren sich also weniger national als ideologisch.

Neben den hier skizzierten Befunden präsentiert der Band eine beeindruckende Fülle weiterer Ergebnisse – etwa zur „normalization“, d. h. zur Verschlechterung der Bewertung der EU bei Themenfeldern, in denen sie Einfluss gewinnt (Koopmans u. a., 84ff.), zu Akteursunterschieden im Framing der EU (Medrano/Gray, 218ff.), zur (mangelnden) Präsenz von sozialen Bewegungen und NGOs in europäisierten öffentlichen Debatten (Koopmans, z. B. 102ff.) bzw. im Internet (Koopmans/Zimmermann, z. B. 182ff.) oder auch zur Neu-Organisation der Konfliktlinien, die den ideologischen Positionierungen politischer Parteien zur EU zugrunde liegen (Statham u. a., 272f.).

Paul Statham fällt im resümierenden Teil V die Aufgabe zu, diese Befunde zusammenzuführen (277ff.). Er weist noch einmal darauf hin, dass einheimische Akteure und Themen länderübergreifend dominieren, dass aber die EU und ihre Akteure durchaus mediale Aufmerksamkeit erhalten – bei Themen, in denen sie politikrelevant sind. Bei derartigen Europäisierungsprozessen scheinen v. a. Eliten mehr diskursive Macht zu erhalten, während zivilgesellschaftliche Akteure im Europäisierungsprozess weder in Massenmedien noch im Internet viel oder mehr Raum erhalten. Medienexterne Zuständigkeiten, Relevanz- und Machtstrukturen werden also anscheinend in den Medien reproduziert – für die Autoren ein Beleg für die Wirkungsmacht gesellschaftlicher Gelegenheitsstrukturen.

Insgesamt handelt es sich um einen höchst relevanten und überzeugenden Beitrag zur Debatte um die Entstehung einer europäischen Öffentlichkeit resp. um die Transnationalisierung von Öffentlichkeiten generell. Die vorge-

legten Befunde adressieren eine Vielzahl theoretischer Fragestellungen und sind von Relevanz nicht nur für die Forschung zur Internationalisierung von Kommunikation, sondern auch für die Öffentlichkeitssoziologie, die politische Kommunikationsforschung und die Europaforschung.

Allerdings sind auch einige Kritikpunkte angebracht. Ein erster, schon angedeuteter ist, dass sich kein klares, einheitliches Bild der Ergebnisse zeigt. Natürlich lässt sich nicht kritisieren, dass eine komparative Analyse der öffentlichen Kommunikation über das Mehrebenensystem EU komplexe Ergebnisse zeitigt. Aber insgesamt hätte man den Band stringenter organisieren können, und auch das abschließende Resümee leistet dies nicht: Die Befunde werden entlang von vier „possible paths to a Europeanized public politics“ (Statham, 227) resümiert – und damit auf vier Modelle verteilt, die erst an dieser Stelle eingeführt werden und den empirischen Teil des Buches nicht anleiten.

Ein weiterer kritischer Punkt ist, dass die zugrunde liegenden Daten unterausgewertet bleiben. Die komplexe „claim-making analysis“ wird nahezu durchweg bivariat ausgewertet und einzelne claim-Komponenten – etwa claim-Absender, -inhalte und -Adressaten – werden kaum systematisch miteinander verbunden. Dies schmälert nicht die Qualität des präsentierten Materials, lässt aber den Eindruck entstehen, dass Möglichkeiten ungenutzt blieben.

Daneben gibt es kleinere Kritikpunkte: Ein Teil der Befunde ist, da das Projekt schon 2004 abgeschlossen wurde, bereits andernorts veröffentlicht worden und entsprechend schon bekannt. Etwas mehr Informationen zu den neben der „claim“-Analyse verwendeten Methoden wären mitunter hilfreich gewesen – so bleibt der Leser bspw. im Unklaren darüber, welche Art (qualitativer?) Analyse den „beyond numbers“-Erörterungen von Medrano und Gray (213ff.) zugrunde liegt. Schließlich wäre es wünschenswert gewesen, wenn die Autorinnen und Autoren durchgängig konsequent und klar zwischen „Europa“ und der EU unterschieden hätten.

Mike S. Schäfer

Swantje Lingenberg Europäische Publikumsöffentlichkeiten

Ein pragmatischer Ansatz
Wiesbaden : VS, 2010. – 284 S.
ISBN 978-3-531-17166-1
(Zugl.: Erfurt, Univ., Diss., 2009)

Zur Vielzahl an Arbeiten über die europäische Öffentlichkeit gesellt sich nun ein weiterer Band. Das ist deswegen eine erfreuliche Nachricht, weil es tatsächlich gelungen ist, eine neue Perspektive auf das Thema anzulegen. Swantje Lingenberg stellt das europäische Publikum in den Mittelpunkt und überwindet damit die vorherrschende enge Fokussierung der Forschung auf medial-vermittelte Inhalte.

Der Band gliedert sich in drei Abschnitte. Lingenberg beginnt mit einer etwa 100 Seiten umfassenden Aufarbeitung des Forschungsstandes zur europäischen Öffentlichkeit. Ein kürzerer Abschnitt von etwa 50 Seiten befasst sich mit der „Theoretisierung europäischer Öffentlichkeit“. Die Verfasserin knüpft dabei vor allem an John Dewey an, der das Publikum als Teil von Öffentlichkeit hervorhebt. Auf weiteren etwa 50 Seiten wird eine qualitative Befragung zur Wahrnehmung der Verfassungsdebatte durch das Publikum in Deutschland, Frankreich und Italien vorgestellt.

Die theoretischen Überlegungen setzen bei der mangelnden Berücksichtigung nicht-medialer Öffentlichkeiten im liberal-repräsentativen Modell von Öffentlichkeit an. Mit dem Diskursmodell, so Lingenberg, rückten die Zivilgesellschaft und auch nicht mediale Öffentlichkeiten zwar stärker in den Vordergrund, aber lebensweltliche Bezüge blieben unberücksichtigt. Wenn die soziale Realität angemessen erfasst werden solle, müssten aber vor allem die kommunikativen Anschlusshandlungen und die Aneignungspraktiken des Publikums im Alltag reflektiert werden (S. 228). Hier böten die cultural studies viele Anknüpfungspunkte.

Lingenberg argumentiert, dass Öffentlichkeit ohne Publikum nicht denkbar ist. Auch europäische Öffentlichkeit werde nicht zuletzt durch die kommunikativen Anschlusshandlungen der Menschen hergestellt. Wie das Publikum in europapolitischen Fragen Öffentlichkeit konstituiert, untersucht Lingenberg im empirischen Teil des Bandes. Als theoretischen Rahmen stellt sie einen „pragmatischen Ansatz europäischer Öffentlichkeit“ vor, den sie aus der Darstellung des Forschungsstandes zur europäischen Öffentlichkeit und aus der Auseinandersetzung mit den Überlegungen Deweys entwickelt. Er umfasst die drei Dimen-