

Thomas Rothschild

## Adi Grewenig (Hg.): Inszenierte Information. Politik und strategische Kommunikation in den Medien

1994

<https://doi.org/10.17192/ep1994.2.4711>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

### Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Rothschild, Thomas: Adi Grewenig (Hg.): Inszenierte Information. Politik und strategische Kommunikation in den Medien. In: *medienwissenschaft: rezensionen*, Jg. 11 (1994), Nr. 2, S. 158–159. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep1994.2.4711>.

### Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

### Terms of use:

This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute, or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

**Adi Grewenig (Hg.): Inszenierte Information. Politik und strategische Kommunikation in den Medien**

Opladen: Westdeutscher Verlag 1993, 288 S., DM 46,-

Es entspricht der gegenwärtigen Forschungs- und Interessenlage, daß sich vier Autoren (in einem Drittel des Sammelbandes) mit Presseberichterstattung und sieben (in zwei Dritteln) mit Fernsehberichterstattung befassen. Man kann der Wissenschaft jedenfalls nicht vorwerfen, daß sie nicht rasch (oder auch konjunkturell) genug auf Veränderungen in der Konsumentenwirklichkeit reagiere. Nun legt das Stichwort "inszeniert" im Titel solch eine Gewichtung auch nahe. "Politik" wiederum hat nach wie vor in der Presse gemeinhin einen größeren Stellenwert als - nehmt alles nur in allem - im Fernsehen.

Christina Schäffner geht der Architekturmetapher mit Bezug auf die europäische Einigung in der deutschen, britischen und der "amerikanischen" (womit - soll man sagen: natürlich? - gemeint ist: der US-) Presse nach. Mit einer Reihe präziser Beobachtungen weist Andreas Musolf am Beispiel des Daimler-Benz-Konzerns nach, wie die Wirtschaftsberichterstattung reale Zusammenhänge verzerrt. Im übrigen verwendet er auch Interviews, die sich in der Presse (*Spiegel*, *Zeit*) nicht grundsätzlich - und vor allem nicht in den Antworten der Konzernherren - von solchen im Fernsehen unterscheiden. Nur bedingt mit Medien, eher mit dem (durch Medien verbreiteten) öffentlichen Diskurs (insbesondere der Politikerreden) zu tun hat Christine Teichmann-Nadiraschwili "Versuch einer linguistischen Beschreibung" des Übergangs "von der deutschen Zweistaatlichkeit zur Konzeption 'Deutschland, einig Vaterland'". Einem speziellen, aber höchst relevanten Problem geht Jacqueline Herzog nach, nämlich den Reformulierungen als Sinnkonkretisierung oder als Sinnmodifizierung - wissenschaftlich und daher nur für Eingeweihte verständlich ausgedrückt: als "Textkonstitutionshandlungen [wieso eigentlich nicht Textkonstituierungshandlungen; Th.R.?], die den Prozeß der Wiederaufnahme und Weiterverarbeitung diskursiver Einheiten aus mündlichen und schriftlichen Texten charakterisieren" (S.75) in der französischen Presse, insbesondere in *Libération*.

Mit den französischen Medien und Le Pen, um den es in der *Libération* geht, setzt sich auch Ekkehard Eggs kritisch auseinander. Daß

Sprachwissenschaftler zu einer Zeit, da die Ansätze von 1968 gemeinhin verteufelt und opportunistisch zurückgenommen werden, nicht Berührungsängste haben müssen gegenüber aktuellen gesellschaftlichen Fragen (von Noam Chomsky lernen heißt siegen!), beweist auch ein zweiter Beitrag zum Rechtspopulismus: von Franz Januschek über Jörg Haider und seinen Umgang mit den Medien bzw. den Umgang der Medien mit ihm.

Dem Titel des Bandes am nächsten kommen die Beiträge von Volker Matthies über die Aufarbeitung der "Kieler Affäre" im Fernsehen und von Werner Holly über Fernsehinterviews, in denen "nurmehr Konfrontation 'inszeniert'" (S.194) wird. Eine genaue Fallstudie liefert Johannes Volmert mit seiner Analyse von George Bushs Fernsehrede zur Eröffnung des Kriegs gegen den Irak. Mit dem Golfkrieg - nämlich mit seiner medialen Darstellung ein Jahr danach - beschäftigt sich auch die Herausgeberin des Buchs, das insgesamt doch deutlich homogener erscheint als die allzu häufigen Grabstätten für Tagungsreferate. Etwas knapp fällt in diesem Zusammenhang der abschließende Aufsatz von Ulrich Püschel über "Ereignisberichterstattung im Fernsehen" aus, bei der - so die Hauptthese - Wissen als Gewißheit ausgegeben wird.

Thomas Rothschild (Stuttgart)