

Christina Holtz-Bacha

Zum Verhältnis von Wissenschaft, Politik und Medien Anmerkungen aus kommunikationswissenschaftlicher Perspektive¹

Zusammenfassung

Die Systeme Wissenschaft, Politik und Massenmedien stehen in einem vielfältigen Interdependenzverhältnis zueinander. Aufgrund ihrer unterschiedlichen Funktionen und Logiken führen die gegenseitigen Abhängigkeiten in den meisten Fällen zu Spannungen und Unzufriedenheiten, wie sie dann zum Beispiel in den Klagen über die PISA-Berichterstattung der Medien ihren Ausdruck finden.

Schlüsselwörter: Massenmedien, Wissenschaftsjournalismus, politische Kommunikation

The Relationship Between Science, Politics, and the Media

Remarks from a Communication Scientific Point of View

Abstract

The relations between the systems of politics, media and science are characterized by a net of interdependencies. Because of the different functions and logics of the three systems, the mutual dependencies lead in most cases to tensions and discontent, which, for instance, is reflected in the complaints about the PISA reporting of the German media.

Keywords: mass media, science journalism, political communication

„Alle Zeitungen waren voll mit Meinungen, und die Politiker riefen sogar nach Verfassungsänderung. Diese Reaktionen von Politikern und Journalisten sind die wahre PISA-Katastrophe.“ So heißt es bei Karlheinz Ingenkamp (2002, S. 409), der die in den Medien präsentierte Diskussion als „ein deutsches Trauerspiel“ bezeichnete. Wohlgemerkt: Die Reaktionen auf PISA seien die Katastrophe, nicht die Ergebnisse

1 Vortrag im Rahmen der DDS-Tagung „Die (Un-)Abhängigkeit von Wissenschaft – Politik – Medien“, 30. Mai 2008 (Mainz).

von PISA. Der gewohnheitsmäßige Leser seiner Lokalzeitung und die treue Nutzerin der Fernsehnachrichten haben das wohl ganz anders wahrgenommen.

Rankings wie PISA sind für die Medien ein „gefundenes Fressen“. Anders als Wissenschaft sonst scheinen solche Rankings leicht verständlich und eindeutig. Jegliche Platzierung unterhalb des ersten Ranges bietet Anlass zur Klage. Es geht um Schule und um Bildung – also geht es viele an. Der internationale Vergleich, der außerdem noch das Element des Wettbewerbs in sich trägt, macht die Sache erst recht spannend.

Dass ein solches Ranking Befunde notwendig verdichtet, wird dabei ebenso außer Acht gelassen wie Überlegungen dazu, wie es zustande gekommen ist, worüber es tatsächlich Aussagen machen kann – und erst recht: worüber nicht –, wie viele Details die Ergebnisse empirischer Forschung beeinflussen: Das ist alles viel zu kompliziert; es darzustellen, erforderte zu viel Raum, und es böte auch keine prägnanten Bilder. Wie eindeutig ein solches Ranking auch erscheint, so bleibt doch hier wie bei den Befunden empirischer Untersuchungen generell die Möglichkeit zu unterschiedlicher Interpretation. Und daher lassen sich solche Ergebnisse von der Politik und ihren Akteuren trefflich nutzen, um eigene Ziele und Überzeugungen zu verfolgen. Das gilt gleichermaßen für die Diskussion in den Medien. Streit über die richtige Interpretation greifen sie gerne auf. Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler wiederum haben ihre eigenen Gründe, warum sie sich auf Streit einlassen und öffentliche Auseinandersetzungen entfachen.

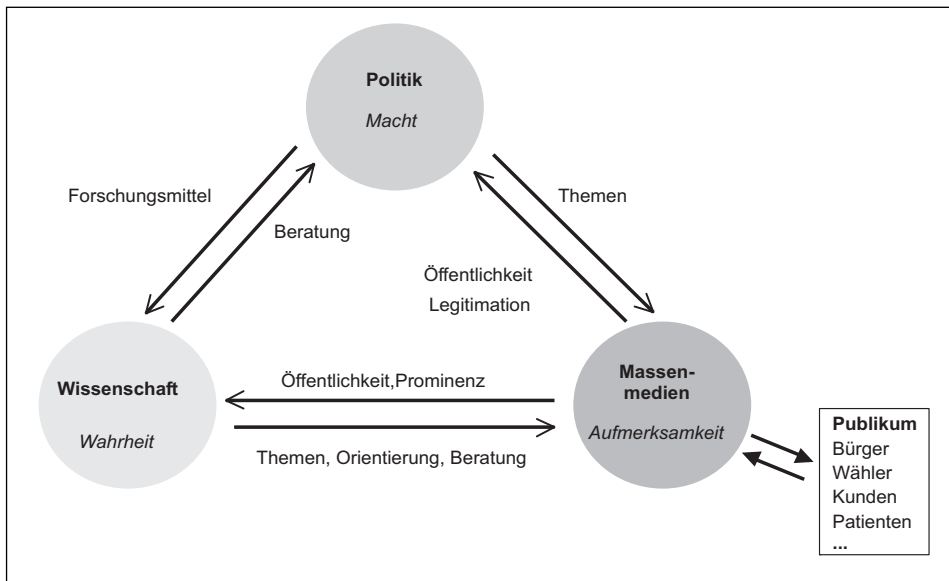
1. Interdependenzen im Verhältnis von Wissenschaft, Medien und Politik

Ziel dieses Beitrages ist es, systematisch darzustellen, wie die Beziehungen zwischen Wissenschaft, Medien und Politik aussehen. Auf dieser Basis soll erklärt werden, warum die öffentliche Auseinandersetzung mit PISA und Co. so verläuft, wie sie verläuft, bzw. wie es Wissenschaft ergehen kann, wenn sie sich in die Öffentlichkeit begibt.

Die Beziehungen zwischen den gesellschaftlichen Systemen Wissenschaft, Medien und Politik lassen sich als Dreiecksverhältnis beschreiben (vgl. Abbildung 1).

Dem politischen System und auch dem Mediensystem werden üblicherweise besondere Funktionen zugeschrieben: Die Politik ist zuständig, allgemeinverbindliche Entscheidungen und Problemlösungen für die Gesellschaft hervorzubringen und durchzusetzen. Mit dieser Funktionszuweisung und den damit verbundenen Durchsetzungsmöglichkeiten befindet sich das politische System in einer herausgehobenen Position. Die Massenmedien wiederum dienen der Selbstbeobachtung der Gesellschaft: Sie sammeln Informationen aus allen Teilsystemen (z.B. Recht, Wirtschaft) und stellen diese Informationen allen Systemen zur Verfügung. Darin liegt die wichtige integrierende Funktion des Mediensystems für das gesellschaftliche Ganze. Die

Abb. 1: Politik, Wissenschaft und Medien: Interdependenzen



Massenmedien verschaffen Themen öffentliche Aufmerksamkeit, und das bringt auch sie in eine herausgehobene Position, die den anderen Systemen nicht immer lieb und daher auch oftmals umstritten ist.

Jedes gesellschaftliche Teilsystem wendet seinen eigenen „Code“ an, es hat seine eigene Sinnorientierung, es funktioniert nach einer spezifischen Logik. Das heißt, die Ziele, die die hier betrachteten Systeme verfolgen, entsprechen sich nicht unbedingt, können gegenläufig sein. In der Politik geht es darum, Macht zu haben oder nicht zu haben, in der Wissenschaft um Wahrheit und in den Medien um Aufmerksamkeit. Insbesondere die Beziehung zwischen Politik und Medien ist spannungsgeladen, denn die beiden Systeme konkurrieren um Einfluss: Zwar gilt das politische System als das wichtigste oder mächtigste System, doch steht das Mediensystem ihm nur wenig nach. Denn seine Möglichkeit, Öffentlichkeit herzustellen, ist nun einmal „ein scharfes Schwert“.

Die anderen Systeme sind durchaus auch auf die Medien angewiesen; damit geht aber immer ein Kontrollverlust einher. Jedes System wird also versuchen, im Rahmen dieser Abhängigkeit so weit wie möglich seine Deutungsmacht beizubehalten und diese nicht oder wenigstens nicht vollständig an die Medien abzugeben. Umgekehrt beharrt das Mediensystem natürlich auf seiner Rolle und wird seine Deutungsmacht gegenüber den anderen Systemen verteidigen. Derartige gegenseitige Abhängigkeiten führen also zu Machtkämpfen. Daneben lassen sich sehr wohl aber auch Symbiosen ausmachen, nämlich da, wo sich Interessen verbünden. Für das Verhältnis von Politik und Medien sind die gelegentliche Interessenkonvergenz und die daraus resultierende gedeihliche Zusammenarbeit wiederholt beschrieben worden (vgl. z.B. Holtz-Bacha 2001).

Abbildung 1 verortet das Publikum bei den Medien. Im Mediensystem treten Nutzerinnen und Nutzer in der Publikumsrolle auf (im Gegensatz beispielsweise zu Leistungsrollen; vgl. dazu Gerhards 1994, S. 82-83). Es gibt sehr wohl auch direkte Beziehungen zwischen Politik bzw. Wissenschaft und dem Publikum, aber größtenteils gilt, dass wir die Aktivitäten beider Systeme nur in der medialen Vermittlung wahrnehmen. Mediennutzer bringen dabei ihre anderen Rollen mit, wenn sie sich z.B. politisch auf dem Laufenden halten wollen oder Informationen über neueste medizinische Erkenntnisse oder Verbrauchertipps suchen. Zur Vereinfachung sind daher hier Bürgerinnen und Bürger, Wählerinnen und Wähler, Kund/inn/en, Patient/inn/en usw. als Medienpublikum zusammengefasst.

Zwischen Wissenschaft, Medien und Politik bestehen wechselseitige Erwartungen und Abhängigkeiten. Was das Verhältnis von Wissenschaft und Politik angeht, so gilt generell, dass Wissenschaft dazu dienen soll, Beratung in Sachfragen zu leisten und dazu beizutragen, dass die Politik die von ihr erwarteten Problemlösungen hervorbringen kann, und zwar möglichst im Sinne des Gemeinwohls. Spezifisch ist hier der Beitrag, den in erster Linie Politik- und Kommunikationswissenschaft für die Politik leisten: Gemeint ist das Political Consulting im Sinne einer Beratung für die bestmögliche Vermittlung von Entscheidungen und politischen Akteuren an Medien und Wählerschaft, und das besonders, aber längst nicht mehr nur zu Wahlkampfzeiten.

Andererseits entscheidet das politisch-administrative System über die Einrichtung und die Ausstattung von wissenschaftlichen Institutionen und damit auch über den Stellenwert einzelner Disziplinen sowie über die Zuweisung von Forschungsgeldern. Für den einzelnen Wissenschaftler, der zur Beratung herangezogen wird, fällt Anerkennung ab und gelegentlich ein mehr oder weniger „saftiges“ Honorar.

Im Verhältnis von Wissenschaft und Medien (vgl. dazu Kohring 1998) war lange das Paradigma der Popularisierung von Wissenschaft vorherrschend: Das heißt, die Wissenschaft strebte die Bildung und Aufklärung der Bevölkerung an und wollte auf dem Weg über die Massenmedien das Laienpublikum ansprechen. In diesem Sinne dient die Beziehung der Verbreitung gesellschaftsrelevanten Wissens. Daraus kann der Wissenschaft insofern öffentliche Unterstützung erwachsen, als deren allgemeiner Nutzen vorgeführt wird. Wissenschaftsberichterstattung nach diesem Muster erfolgt wissenschaftszentriert, nämlich primär nach der Logik der Wissenschaft und nicht nach den Selektions- und Darstellungskriterien der Medien. Dabei geraten also die Medien in eine abhängige Rolle von den Interessen und der Rationalität der Wissenschaft, was unter Umständen einer unabhängigen Berichterstattung zuwiderläuft.

Daneben steht der Einsatz von Wissenschaft als Expertise: Das bedeutet in der Regel die Thematisierung von Wissenschaft im Zusammenhang mit Problemen, die nicht aus der Wissenschaft hervorgegangen sind, und durch Journalisten, die sich nicht als Wissenschaftsjournalisten verstehen. Vielmehr tauchen wissenschaftliche

Erkenntnisse und Äußerungen von Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern in der Berichterstattung über gesellschaftliche Sachfragen und Ereignisse, also z.B. im politischen Teil der Tageszeitung oder bei Fernsehnachrichten aus der Wirtschaft auf. Hier gilt primär die Logik der Medien, Auswahl und Aufbereitung erfolgen nach den professionellen Relevanzkriterien. Zu den Faktoren, die den Nachrichtenwert eines Ereignisses erhöhen, gehören u.a. Betroffenheit (möglichst vieler), Überraschung, Negativismus (Konflikt, Aggression, Zerstörung), Eindeutigkeit sowie Personalisierung (Verknüpfung mit dem Handeln und Schicksal von Personen; vgl. Schulz 1976). Zu berücksichtigen ist dabei, dass Medien zwar sehr wohl einen publizistischen Auftrag haben, daneben allerdings auch eine ökonomische Seite, die im Zuge der Kommerzialisierung an Relevanz zunimmt. Kommerzialisierung bedeutet, dass die Kriterien des ökonomischen Systems gegenüber journalistischen Kriterien Bedeutung gewinnen, wenn nicht gar die Oberhand erlangen.

Die Gesetze der medialen Aufmerksamkeitsgewinnung gelten auch für diejenigen Vertreterinnen und Vertreter des Wissenschaftssystems, die in den Medien auftreten oder um Erklärungen und Kommentare gebeten werden. Während das Wissenschaftssystem seinen Angehörigen Reputation nach wissenschaftlichen Kriterien zuweist (z.B. Anzahl und Ort der Publikationen, Zitationshäufigkeit), erlangt ein Wissenschaftler über die Medien Prominenz außerhalb der Wissenschaft. Diese gibt es aber nur für denjenigen, der sich auf die Gesetze des Journalismus einlässt: Die Medien suchen sich ihre wissenschaftlichen Experten nach deren Bereitschaft und Fähigkeit zu Eindeutigkeit (klare Positionen, gerne auch polarisierend), Kürze, Verständlichkeit und Kameratauglichkeit (Aussehen, Körpersprache, Stimme) aus. Diese medialen Erfolgskriterien widersprechen in der Regel jedoch der wissenschaftlichen Komplexität und der darum gebotenen Vorsicht. Daher stellt sich die Frage, was Medienprominenz attraktiv macht und wie diese auf wissenschaftliche Reputation zurückwirkt.

In der Beziehung zwischen Wissenschaft und Politik lassen sich zwei Wege der Beratung unterscheiden, die auch für zwei unterschiedliche Wege der Einflussnahme stehen: Zur Unterscheidung wurden sie als „Politikerberatung“ und als „Politikberatung“ bezeichnet (vgl. Cassel 2003).

Politikerberatung als der direkte Weg von der Wissenschaft zur Politik geht davon aus, dass politische Akteure nach Nutzenkalkülen entscheiden, das heißt vorrangig zugunsten ihres eigenen Machterhalts und mit Blick auf ihre Wiederwahlchancen. Das muss allerdings nicht auch im Sinne des Allgemeinwohls sein, sondern Entscheidungen fallen unter Umständen im Interesse wichtiger Wählergruppen. Nicht nur dabei dient Wissenschaft der Politik oftmals zur (nachträglichen) Legitimation von Entscheidungen.

Politikberatung bezeichnet hingegen die indirekte Beeinflussung der Politik auf dem Weg über die Medien und die Öffentlichkeit; es handelt sich um eine „Äußerungsform, welche die politische Beeinflussung zum Ziel hat“ (Falter 2008, S. 75). Beratung ist hier

insofern kein ganz treffender Begriff, denn der Experte versucht hier, „seine eigenen politischen Präferenzen ins Spiel zu bringen, etwas durchzusetzen, das er für politisch geboten und wünschenswert hält“ (Falter 2008, S. 75). Die erfolgreiche Platzierung von Themen in den Medien und die dadurch ausgelöste öffentliche Diskussion zwingen die politischen Akteure zur Auseinandersetzung mit diesen Themen bzw. bestimmten Interpretationen. Dieser Weg bietet eine Chance, aber noch lange keine Garantie dafür, dass sich die Politik wissenschaftliche Ergebnisse nicht in ihrem eigenen Interesse und zur Legitimation ihrer Entscheidungen zurechtbiegt. Wie das politisch-administrative System mit wissenschaftlichen Ergebnissen umgeht, dafür hat die Untersuchung von Tillmann et al. (2008) zu dem Thema „PISA als bildungspolitisches Ereignis“ einige Beispiele geliefert.

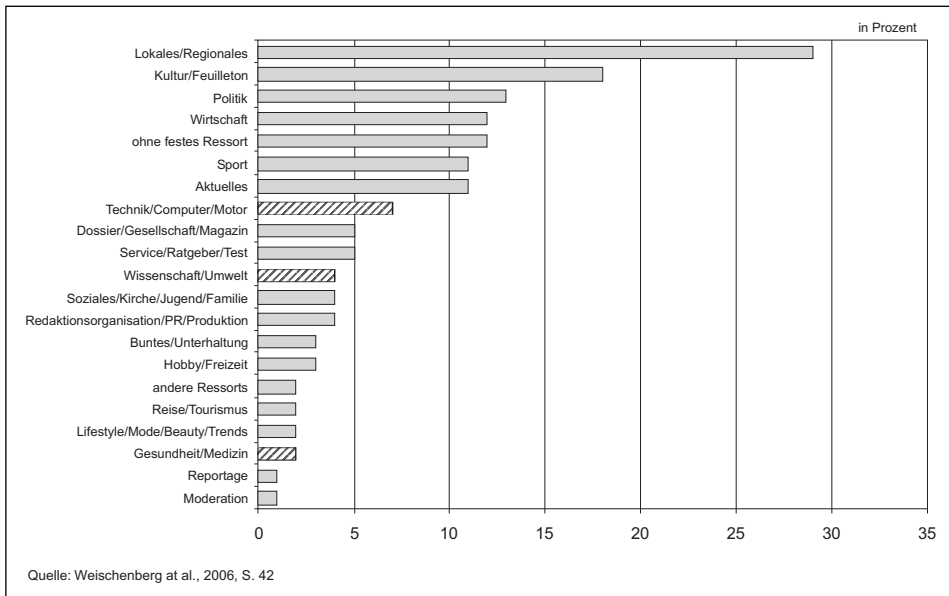
Nicht zu Unrecht wurde die wissenschaftliche Expertise auch als „persuasive Ressource“ (Peters 1994, S. 162) bezeichnet, die dann zum Einsatz kommt, wenn es angebracht ist; derer können sich sowohl die Politik als auch die Medien bedienen. Hier können die Prinzipien der instrumentellen Aktualisierung und der opportunen Zeugen zum Tragen kommen. Als opportune Zeugen gelten solche Personen und Gruppen, die im Sinne der redaktionellen Linie eines Mediums argumentieren, also entsprechend ausgewählt werden (vgl. Hagen 1992). Instrumentelle Aktualisierung bedeutet die Auswahl von Äußerungen zur Stärkung der eigenen und zur Schwächung der gegnerischen Seite (vgl. Kepplinger 1989).

2. Stellenwert und Arbeitsweise des Wissenschaftsjournalismus

Entsprechend den verschiedenen Funktionen, die Wissenschaftsberichterstattung hat, sind wissenschaftliche Erkenntnisse nicht nur auf den dafür ausgewiesenen Zeitungsseiten und in den Wissenschaftssendungen von Radio und Fernsehen zu finden, sondern tauchen in der regulären Berichterstattung aller Ressorts auf. Der Anteil derjenigen Angebote, die eigens für die Berichterstattung über und die Vermittlung von Wissenschaft eingerichtet sind, ist in den letzten Jahren beträchtlich gewachsen, wobei die auf Unterhaltung setzende Darbietung von Wissenschaft besonders auffällig ist.

Der Blick auf die Verteilung der Journalistinnen und Journalisten auf einzelne Ressorts gibt näherungsweise Aufschluss über den Stellenwert von Wissenschaft in den deutschen Medien (vgl. Abbildung 2). Eindeutig als Wissenschaftsressorts lassen sich hier lediglich Gesundheit/Medizin (2%) sowie Wissenschaft/Umwelt (4%) ausmachen; mit einem gewissen Vorbehalt wäre auch Technik einzubeziehen (7%), worunter allerdings häufig Berichterstattung über Autos gemeint ist, die dann in der Regel keine Wissenschaftsberichterstattung darstellt. Selbst bei dieser großzügigen Rechnung arbeiten also nur etwa 13 Prozent der deutschen Journalist/inn/en in Wissenschaftsressorts (vgl. Weischenberg/Malik/Scholl 2006, S. 42). Im übrigen sieht es so aus, als ob ein

Abb. 2: Verteilung der Journalistinnen und Journalisten auf Ressorts



großer Teil derjenigen, die sich primär als Wissenschaftsjournalisten verstehen, freie Mitarbeiter sind, also in eher ungesicherten journalistischen Arbeitsverhältnissen stehen oder nebenberuflich für die Medien arbeiten.

In der Arbeitsweise von solchen Journalisten, die sich auf Wissenschaftsberichterstattung spezialisiert haben, und von Nicht-Wissenschaftsjournalisten lassen sich deutliche Unterschiede erkennen, die eine unterschiedliche Nähe zur Wissenschaft demonstrieren (vgl. Engelhard 2006, S. 16-20²). Diejenigen, die sich als Wissenschaftsjournalisten verstehen, weisen eine größere Nähe zur Wissenschaft und ihrer Kultur auf: Sie finden die Anstöße zu ihren Themen eher als Nicht-Wissenschaftsjournalisten in wissenschaftlichen Zeitschriften oder in den Pressemitteilungen und auf Pressekonferenzen von wissenschaftlichen Organisationen, während die Nicht-Wissenschaftsjournalisten ihre Anregungen eher aus aktuellen Anlässen, Meldungen der Nachrichtenagenturen oder anderen Pressemitteilungen und von Pressekonferenzen anderer Organisatoren beziehen. Ähnliche Trends sind bei der Frage nach den Recherchequellen zu verzeichnen: Wissenschaftsjournalisten nutzen in deutlich höherem Maß als diejenigen, die sich nicht auf Wissenschaftsberichterstattung spezialisiert haben, Fachpublikationen und sehen sich wissenschaftliche Studien an, pflegen ein eigenes Archiv und besuchen gelegentlich Fachkongresse. Nicht-Wissenschaftsjournalisten dagegen greifen eher als die spezialisierten Kolleginnen und Kollegen auf Gespräche mit Nicht-Wissenschaftlern zurück, bedie-

2 Die hier referierten Befunde beziehen sich auf Journalistinnen und Journalisten der Berliner Presse. Es gibt allerdings wenig Grund zu der Annahme, dass diese sich von ihren Kollegen andernorts wesentlich unterscheiden.

nen sich des Redaktionsarchivs und beziehen sich auf Agenturmeldungen. Das Internet hat sich für den Wissenschaftsjournalismus generell zur wichtigsten Recherchequelle entwickelt, ist jedoch für die nicht spezialisierten Journalisten noch wichtiger als für die Wissenschaftsjournalisten. Auch bei der Ermittlung der Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler, die in den Beiträgen genannt werden, zeigt sich die größere Nähe der spezialisierten Journalisten zur Wissenschaft. Deutlich häufiger als die Nicht-Wissenschaftsjournalisten greifen die Spezialisten auf Vertreter der Wissenschaft zurück, die ihnen in einer Fachpublikation oder bei einer Fachtagung begegnet sind.

In Anbetracht der unterschiedlichen Logiken, die für die Medien und für die Wissenschaft gelten, sind Spannungen im Verhältnis von Medienvertretern und Wissenschaftlern zu erwarten. In einer Befragung von Wissenschaftsjournalisten Mitte der achtziger Jahre hatten diese den deutschen Forschern ein außerordentlich schlechtes Zeugnis ausgestellt: Sie hielten die Vertreter der Wissenschaft u.a. für hochnäsiger und arrogant, presse-scheu, kooperationsunfähig, eitel, langsam und ignorant (vgl. Böhme-Dürr/Grube 1989, S. 458). Eine jüngere Untersuchung brachte allerdings ein erheblich besseres Ergebnis: Die befragten Journalisten bezeichneten das Verhältnis zu Wissenschaftlern im Großen und Ganzen als gut, klagten aber dennoch darüber, dass Wissenschaftler oft unverständlich seien und die Anforderungen des Journalismus ignorierten (vgl. Wolff 2003, S. 31). Dass es – im wörtlichen wie im übertragenen Wortsinn – Verständigungsschwierigkeiten zwischen Medien und Wissenschaft gibt, ist plausibel: Der Journalismus sucht eindeutige Ergebnisse in kurzen Statements, die nicht von langen Erklärungen über die Bedingungen ihres Zustandekommens und die Grenzen der Aussagekraft begleitet sind. Das aber kann die Wissenschaft selten bieten und will sie meist auch gar nicht. Daher ist dann auch nicht überraschend, wenn die Wissenschaft ihrerseits darüber Klage führt, wie ihre Forschungen in den Medien behandelt werden. So heißt es dann etwa auch in der bereits eingangs zitierten Auseinandersetzung mit der PISA-Berichterstattung in der deutschen Presse: „Der Zeitungsleser braucht jemanden, der ihm die Fachsprache übersetzt. Und wo waren in unseren Zeitungen die Berichte, in denen die Leser über die Ziele der Untersuchung, die Stichprobe, die Aufgabenstellungen und die wichtigsten Ergebnisse mit vergleichenden Hinweisen auf andere Untersuchungen informiert und auf Grenzen der Untersuchung hingewiesen wurden?“ (Ingenkamp 2002, S. 416).

3. Fazit

Spannungen sind programmiert im Verhältnis von Medien, Wissenschaft und Politik. Weil ihnen unterschiedliche gesellschaftliche Funktionen zukommen, haben sie auch unterschiedliche Ziele und Arbeitsweisen und unterliegen ihren spezifischen Zwängen. Wissenschaft und Politik brauchen die Medien, weil diese ihnen Öffentlichkeit sichern. Weil die Medien aber ihren eigenen und nicht zuletzt an ökonomischen Zielen orientierten Produktionskriterien folgen, die eben nicht denjenigen von Wissenschaft und Politik entsprechen, versuchen diese, entweder ihre eigenen Kriterien so weit wie mög-

lich durchzusetzen oder die Medien für ihre Interessen zu instrumentalisieren, indem sie ihnen Angebote machen, an denen die Medien nicht vorbei kommen und auf die sie einfach eingehen müssen. Die Debatte über die Interpretation der deutschen PISA-Studie, die im Sommer 2008 ein Forum in der „Zeit“ fand, ist ein Lehrstück: Sie machte die gar nicht so seltene Unbestimmtheit wissenschaftlicher Erkenntnisse durchaus deutlich, zeigte aber zugleich die Bereitschaft der Medien, sich auf eine eigentlich wissenschaftliche Auseinandersetzung dann einzulassen, wenn diese die Aufmerksamkeit des Publikums verspricht, und belegte, dass die Politik hellhörig wird, wenn die Wissenschaft Öffentlichkeit findet.

Literatur

- Böhme-Dürr, K./Grube, A. (1989): Wissenschaftsberichterstattung in der Presse. In: Publizistik 34, S. 448-466.
- Cassel, S. (2003): Politikberatung und Politikerberatung. Zum Dilemma wissenschaftlicher Politikberatung in Deutschland. In: Hirscher, G./Korte, K.-R. (Hrsg.): Information und Entscheidung. Kommunikationsmanagement der politischen Führung. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 146-162.
- Engelhard, U. (2006): Themenherkunft und Recherche im Wissenschaftsjournalismus. Medieninhaltsanalyse und Journalisten-Befragung. Forschungsbericht. Berlin: FU, Fachbereich Politik- und Sozialwissenschaften, Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft.
- Falter, J.W. (2008): Beratung über die Medien. Ein Essay. In: ZPB. Zeitschrift für Politikberatung 1, S. 71-77.
- Gerhards, J. (1994): Politische Öffentlichkeit. Ein system- und akteurstheoretischer Bestimmungsvorschlag. In: Neidhardt, F. (Hrsg.): Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen (= Sonderheft 34 der KZfSS). Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 77-105.
- Hagen, L. (1992): Die opportunen Zeugen. Konstruktionsmechanismen von Bias in der Zeitungsberichterstattung über die Volkszählungsdiskussion. In: Publizistik 37, S. 444-460.
- Holtz-Bacha, C. (2001): Das Private in der Politik: Ein neuer Medientrend?. In: Aus Politik und Zeitgeschichte 41/42, S. 20-26.
- Ingenkamp, K. (2002): Die veröffentlichte Reaktion auf PISA: ein deutsches Trauerspiel. Empirische Pädagogik 16, S. 409-418.
- Kepplinger, H.M. (in Zusammenarbeit mit Brosius, H.-B./Staab, J.F./Linke, G.) (1989): Instrumentelle Aktualisierung. Grundlagen einer Theorie publizistischer Konflikte. In: Kaase, M./Schulz, W. (Hrsg.): Massenkommunikation. Theorien, Methoden, Befunde (= Sonderheft 30 der KZfSS). Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 199-220.
- Kohring, M. (1998): Der Zeitung die Gesetze der Wissenschaft vorschreiben? Wissenschaftsjournalismus und Journalismus-Wissenschaft. In: Rundfunk und Fernsehen 46, S. 175-192.
- Peters, H.P. (1994): Wissenschaftliche Experten in der öffentlichen Kommunikation über Technik, Umwelt und Risiken. In: Neidhardt, F. (Hrsg.): Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen (= Sonderheft 34 der KZfSS). Opladen: Westdeutscher Verlag, S.162-190.
- Schulz, W. (1976): Die Konstruktion von Realität in den Nachrichtenmedien. Analyse der aktuellen Berichterstattung. Freiburg/München: Karl Alber.

- Tillmann, K.-J./Dedering, K./Kneuper, D./Kuhlmann, C./Nessel, D. (2008): PISA als bildungspolitisches Ereignis. Oder: Wie weit trägt das Konzept der „evaluationsbasierten Steuerung“?. In: Brüsemeister, T./Eubel, K.-D. (Hrsg.): Evaluation, Wissen und Nichtwissen. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 117-140.
- Weischenberg, S./Malik, M./Scholl, A. (2006): Die Souffleure der Mediengesellschaft. Report über die Journalisten in Deutschland. Konstanz: UVK.
- Wolff, X. (2003): Wissenschaftsjournalisten und ihre Verbände. Fragen zum Selbstverständnis und zur Einstellung zu Berufsverbänden. Eine Umfrage unter organisierten und nicht organisierten Wissenschaftsjournalisten. Forschungsbericht. Berlin: FU, Fachbereich Politik- und Sozialwissenschaften, Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft.

Christina Holtz-Bacha, Dr. phil., Professorin für Kommunikationswissenschaft an der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg.

Anschrift: Lehrstuhl für Kommunikationswissenschaft, Findelgasse 7/9,
90402 Nürnberg
E-Mail: christina.holtz-bacha@wiso.uni-erlangen.de