

Buchbesprechung

Beck, Klaus, Berghofer, Simon, Dogruel, Leyla und Janine Greyer: Wirtschaftsberichterstattung in der Boulevardpresse. – Wiesbaden: Springer VS 2012. 194 Seiten. Preis: € 29,95.

Claudia Mast

Wirtschaft geht jeden an. Dieser Spruch wird häufig zitiert, aber interessiert sich auch jeder für Wirtschaft? Auch wenn seit dem Ausbruch der Finanzkrise das Interesse der Bevölkerung an Wirtschaftsthemen steigt, bleibt die spannende Frage: Wie werden Menschen über ökonomische Entwicklungen informiert, die nicht die Fachmedien, die Wirtschaftsmagazine in Print und Fernsehen oder die Wirtschaftsteile der überregionalen Qualitätszeitungen nutzen? An diesem Punkt setzen Klaus Beck und seine Mitarbeiter an, indem sie die „Logik des Boulevards“ bei der Wirtschaftsberichterstattung untersuchen. Die Autoren nehmen den Leser an die Hand und führen ihn durch höchst inspirierende, explorative Analysen der Boulevardpresse und ihre Redaktions- und Marktstrukturen, eine Kommunikatorbefragung und eine Inhaltsanalyse zu den Formen und Inhalten der Wirtschaftsberichterstattung. Sie untersuchen vier der acht deutschen Boulevardzeitungen (*BILD*, *B.Z.*, *Express*, *tz*) und zum Vergleich die überregionale Qualitätszeitung *Süddeutsche Zeitung* sowie die Regionalzeitung *Märkische Allgemeine*. Hinzu kommen die Analysen der jeweiligen Online-Ausgaben.

Die vorliegende Studie besteht aus akribischen Aufarbeitungen zum Forschungsstand der Wirtschaftspublizistik, einer Vorstellung der Marktstrukturen der Boulevardpresse mit Portraits der untersuchten Print- und Online-Redaktionen, einer Befragung der für Wirtschaft Verantwortlichen in den Redaktionen sowie einer Inhaltsanalyse der Print- und Online-Ausgaben. Da sich der Wirtschaftsjournalismus – nicht zuletzt durch den aktuellen Druck der Euro- und Verschuldungskrise – schnell verändert und z. T. neu orientiert, ist es wichtig festzuhalten, dass die Befragung im Juni und Juli 2011 stattfand und die Inhaltsanalyse eine natürliche Woche im Mai 2011 umfasste.

Die Ergebnisse der Journalistenbefragung und der Inhaltsanalyse zeichnen ein buntes Bild von sehr unterschiedlichen Medienangeboten. Die Autoren sprechen zu Recht von einem „Vergleich der Unvergleichlichen“ (179) und geben zu bedenken, dass die Dichotomisierung in Boulevard- und Qualitätszeitungen – nicht nur beim Thema Wirtschaft – immer weniger greife. Ihre Analysen präsentieren eine Vielfalt von Erkenntnissen (etwa

über das Zusammenspiel von Print und Online in der Boulevardpresse), welche die künftige Forschung inspirieren können.

Die sehr fundierte, mit vielen Zitaten der befragten Journalisten angereicherte Publikation beeindruckt durch eine angesichts des Umfangs der Teilstudien doch sehr komprimierte Darstellung und Analyse auf knapp 200 Seiten. Besonders bedenkenswert sind unter anderem die Befunde, dass wirtschaftspolitische Themen von den Redaktionen eher als konfliktthaltige „Politikthemen“ abgehandelt werden, zumal sie sich auch leicht personalisieren lassen und mit einem Schuss Emotionen gewürzt werden können, oder dass die typische Unternehmensberichterstattung von den Journalisten eher als uninteressant eingestuft wird. Welches „Bild von Wirtschaft“ bekommen die Leser der Boulevardmedien so und welche Informationen werden ihnen präsentiert?

Wirtschaft ist – wie in allen Medien – auch in der Boulevardpresse ein typisches Querschnittsthema, zumal dort i. d. R. auch keine spezifischen Wirtschaftsressorts existieren. Boulevardspezifisch ist auch die Konzentrierung auf „Beispielpersonen, die dem Leser sozial vergleichbar sind und Identifikation oder Empathie nahe legen“ (180), und ein Bild der Wirtschaft, das sich aus Ratgeberthemen, lokalem Bezug, aktueller Politik und Nachrichtenvermittlung zusammensetzt. Dabei scheint die Wirtschaftsberichterstattung online generell im Vergleich zu den Druckausgaben ein höheres Gewicht zu haben und auch stärker nachrichtenjournalistisch geprägt zu sein (181).

Allerdings – die Autoren weisen nach, dass der Wirtschaftsjournalismus in der Boulevardpresse eine eher untergeordnete Rolle spielt und selbst die Politikberichterstattung von den befragten Journalisten für wichtiger eingeschätzt wird. Ob dies angesichts der aktuellen Entwicklungen in der Euro- und Verschuldungskrise, die die Menschen beunruhigt, so bleiben wird, können künftige Studien eruieren. Die vorlegte Bestandsaufnahme hat hierfür gute Grundlagen erarbeitet und Denkanstöße geliefert.

Birkner, Thomas: Das Selbstgespräch der Zeit. Die Geschichte des Journalismus in Deutschland 1605–1914. – Köln: Herbert von Halem Verlag 2012 (= Reihe: Öffentlichkeit und Geschichte; Bd. 4). 429 Seiten. Preis: € 30,-.

Walter Hömberg

„Die Geschichte des deutschen Journalismus zu schreiben, ist eine Aufgabe von solchem Umfange mit so vielen Schwierigkeiten [...] verknüpft, daß es Niemand Wunder nehmen darf, wenn die Lösung derselben [...] bisher noch Keinem hat gelingen wollen“. So beginnt Robert Eduard Prutz 1845 seine auf drei Bände angelegte Journalismus-Geschichte, von der nur der erste Band erschienen ist. Vieles aus seiner Darstellung, die sich bis in die Zeit der Aufklärung erstreckt, ist heute überholt – nicht zuletzt angesichts der deutlich besseren Quellenlage und einer Fülle einschlägiger Detailstudien, die seither entstanden sind. Aber die Einleitung zu diesem Werk ist nach wie vor grundlegend.

„Der Journalismus überhaupt, in seinen vielfachen Verzweigungen und der ergänzenden Mannigfaltigkeit seiner Organe, stellt sich als das Selbstgespräch dar, welches die Zeit über sich selber führt“ (Prutz 1845, S. 7). Dieses markante Zitat aus der ersten „Geschichte des deutschen Journalismus“ liefert den Titel für die Druckfassung von Tho-

mas Birkners Dissertation (wenngleich er es nicht ganz korrekt und mit einer falschen Seitenangabe wiedergibt). Die an der Universität Hamburg entstandene Studie liefert eine Synopse der bisherigen historisch orientierten Journalismusforschung, in der bei den unterschiedlichen Entwicklungsschritten jeweils nach journalistischen Institutionen, Akteuren und Aussagen unterschieden wird. Das analytische Vorgehen orientiert sich am Journalismus-Modell von Siegfried Weischenberg, der als Betreuer der Arbeit ein lobendes Vorwort beigesteuert hat. Es wird um exogene und endogene Rahmenbedingungen ergänzt (Sozialstruktur und Kultur, Wirtschaft und Technologie, Politik und Recht).

Birkner behandelt die Berufsgeschichte des Journalismus vom Entstehen der periodischen Presse bis zum Beginn des ersten Weltkriegs. Dabei teilt er den umfangreichen Stoff in vier Entwicklungsstufen ein: Genese (1605–1848), Formierung (1849–1873), Ausdifferenzierung (1874–1900) sowie Durchbruch des modernen Journalismus (1900–1914). Imposant die Fülle der verarbeiteten Literatur: Das Titelverzeichnis umfasst 51 Druckseiten. Dabei werden neben der kommunikationswissenschaftlichen Journalismusforschung auch die Erträge der neueren Sozialgeschichtsschreibung ausgewertet, insbesondere die Werke von Hans-Ulrich Wehler und Thomas Nipperdey. Die einschlägigen Sozialgeschichten der deutschen Literatur, die in den vergangenen drei Jahrzehnten erschienen sind, hat der Verfasser allerdings ignoriert.

Birkner analysiert die Entwicklungsgeschichte sozusagen vom Ende her: Der „moderne Journalismus“ ist demnach von einem Wandel der Rahmenbedingungen in Richtung Urbanisierung und Alphabetisierung, Ökonomisierung und Technisierung sowie Demokratisierung und Verrechtlichung geprägt. Als endogene Charakteristika werden Institutionalisierung (Entstehung von Redaktionen, die sich in Ressorts ausdifferenzieren), Professionalisierung (Ansätze zur Normierung der Ausbildung, Entstehung von Berufsorganisationen) und Standardisierung der Darstellungsformen herausgestellt.

Der historische Überblick beginnt mit den ersten periodisch gedruckten Zeitungen (*Relation*, seit 1605; *Aviso*, seit 1609), die bald Nachfolger fanden. Im Eilschritt geht es dann weiter von den frühen Nachrichtenblättern bis zur Mitte des 19. Jahrhunderts. Die Entwicklung läuft in Richtung Ausdifferenzierung und Spezialisierung, und zwar sowohl im Produktionsprozess (Nachrichtensammlung, Redaktion, Druck, Verlag) als auch bei den Produkten (Unterscheidung zwischen Zeitung und Zeitschrift). Exemplarisch werden Cottas *Allgemeine Zeitung* und Heinrich Heine als Korrespondent dieses Blattes ausführlich behandelt. Die Auswahl erklärt sich dadurch, dass beide Beispiele bereits eingehend untersucht sind. Heine freilich kann wohl weniger als „Prototyp“ (131) denn als Sonderfall gelten. Den Prototyp des „Zeitschriftstellers“ verkörpern eher die Autoren aus dem engeren Kreis des Jungen Deutschland, insbesondere Karl Gutzkow.

Der „Genese“, die sich bei ihm über zweieinhalb Jahrhunderte erstreckt, lässt Birkner eine kurze Phase der „Formierung“ zwischen der Revolution von 1848 und der Wirtschaftskrise 1873 folgen. Neben den Veränderungen der Sozialstruktur (Bevölkerungswachstum, Verstädterung, zunehmende Alphabetisierung) beeinflussen vor allem die Auswirkungen industrieller und politischer Revolutionen den Journalismus. Die neuen Verkehrsmittel Eisenbahn und Dampfboot führen ebenso wie die Innovationen in Nachrichten-, Druck- und Satztechnik (Telegrafie, Rotationsdruck, Linotype) zu einer enormen Beschleunigung in der Informationsübermittlung. Das Ende des staatlichen Anzeigenmonopols und die Aufhebung der Vorzensur schaffen neue ökonomische und

inhaltliche Spielräume. Parteizeitungen entstehen, Familien- und Unterhaltungsblätter werden gegründet, die Meinungspresse breitet sich aus. Differenzierungsansätze zeigen sich ebenfalls im Bereich der journalistischen Aussagen: beginnende Rubrizierung der Inhalte durch Spartenbildung, Erweiterung des Spektrums der Darstellungsformen, Zunahme der Lokalberichterstattung. Auch die Nachrichtenagenturen gewinnen an Bedeutung.

Diese Entwicklungstrends verstärken sich in der nächsten Phase, die der Verfasser unter dem Etikett „Ausdifferenzierung“ subsumiert (1874–1900). Die Ökonomisierung durch das Anzeigengeschäft erhöht die Abhängigkeit vom Markt und bringt einen neuen Presstyp hervor: den Generalanzeiger als „Zeitung für alle“. Die Redaktionen expandieren und gliedern sich zunehmend in Ressorts, der Journalismus wandelt sich von neben- und teilberuflicher Tätigkeit immer mehr zum Hauptberuf.

Mit der Jahrhundertwende beginnt laut Birkner der „Durchbruch des modernen Journalismus“. Im letzten und längsten Kapitel beschreibt der Autor eingehend die Situation bis zum ersten Weltkrieg: Nach Etablierung der Redaktions- und Ressortstrukturen erweitert sich das Arbeitsfeld der Redakteure neben dem Sammeln, Selektieren und Bearbeiten von Nachrichten um eigenständige Recherche. Professionalisierungsschübe zeigen sich weiterhin in den Debatten über das berufliche Selbst- und Fremdbild, in der Ausbildungsdiskussion, der wachsenden Bedeutung von Berufsorganisationen und in der großen Zahl einschlägiger Lehr- und Handbücher, in denen Praktiker sich mit ihrem Metier befassen. Die Autoren rasonieren darin nicht nur über die redaktionelle Organisation, sondern auch über Sprache und Stil sowie die genuinen Darstellungsformen im Journalismus.

Auf der Titelseite der Journalismus-Geschichte von Prutz ist vermerkt, dass sie „zum ersten Male vollständig aus den Quellen gearbeitet“ ist. Birkner kann in seiner Darstellung auf eine Fülle von Detailstudien zurückgreifen. Zwar mögen die Feinmechaniker der Pressegeschichte einige seiner Einordnungen und Bewertungen in Frage stellen, aber seine Studie ist in ihrer analytischen Konsequenz insgesamt überzeugend.

Unbefriedigend bleibt der Periodisierungsvorschlag: Er basiert auf rein formalen Kategorien, die sich auf viele soziale Phänomene und auf fast alle Berufe anwenden lassen. Da hat ein anderer Autor schon vor mehr als achtzig Jahren ein überzeugenderes Phasenmodell der Journalismusgeschichte vorgelegt: Dieter Paul Baumert in seiner Dissertation über „Die Entstehung des deutschen Journalismus“ (München und Leipzig 1928). Die vier dort genannten Entwicklungsperioden verlangen angesichts der rasanten Medienexplosion im 20. Jahrhundert nach Fortschreibung und Ergänzung. Aber das ist ein neues Thema, das an anderer Stelle aufzugreifen und zu vertiefen ist.

Eumann, Marc Jan: Der Deutsche Presse-Dienst. Nachrichtenagentur in der britischen Zone 1945–1949. Die Geschichte einer Medieninstitution im Nachkriegsdeutschland. – Köln: Herbert von Halem Verlag 2011 (=Reihe: Öffentlichkeit und Geschichte; Bd.5). 252 Seiten. Preis: €26,–.

Arnulf Kutsch

Aufbau und Text dieser Dortmunder Dissertation sind in großen Teilen identisch mit der Arbeit gleichen Titels, mit der der Autor 1991 an der Universität Köln sein Magis-

terexamen erwarb. Freilich sucht man den Titel dieser Magisterarbeit im Literaturverzeichnis oder andernorts in der vorliegenden Veröffentlichung vergebens. Für sie hat der Autor vielen Abschnitten seiner Magisterarbeit ein, zwei oder drei neue einleitende Sätze vorangestellt, manches zudem umformuliert, auch neue Literatur eingearbeitet und mit etlichen Passagen oder Zitaten aus den umfangreichen Fußnoten der Magisterarbeit den Textumfang der Dissertation vergrößert. Eine konzeptionelle oder methodische Erweiterung lässt sich daraus nicht erkennen, auch keine wirklich inhaltlich-substanzielle. Neu in der Dissertation sind wenige Seiten über medienpolitische Entscheidungen der Briten (bspw. 84 ff.; 99) sowie ein knapp 30-seitiges Schlusskapitel über die Fusion der von den westlichen Besatzungsmächten gegründeten Nachrichtenagenturen zur *Deutschen Presse Agentur* (dpa).

Die Arbeit behandelt in zwei kursorischen Kapiteln zunächst die Entwicklung von deutschen Nachrichtenagenturen bis zum Ende der nationalsozialistischen Diktatur sowie die anglo-amerikanischen Planungen für den medialen Neuaufbau. Die folgenden Kapitel beschreiben die Gründung und den Aufbau des *German News Service/Deutscher Presse-Dienst* (dpd), seine Übergabe als genossenschaftliche GmbH von Presseverlegern in deutsche Verantwortung (5. Juli 1947) sowie seine Struktur bis zum Zusammenschluss mit der *Deutschen Nachrichten-Agentur* (DNA) des US-amerikanischen und der *Süd-deutschen Nachrichtenagentur* (SÜDNA) des französischen Okkupationsgebiets zur dpa am 18. August 1949. Der Autor versteht seine Untersuchung als eine Geschichte des dpd als Medieninstitution. Begreift man darunter die Organisationsgeschichte, trifft dies gewiss für die Beschreibung von Aufbau, Personal und Binnendifferenzierung des Dienstes unter deutscher Verantwortung zu. Die Nachrichtengebung des dpd wird - quellenbedingt - nicht systematisch untersucht, auch nicht die Verwertung seiner Nachrichten durch die Lizenzpresse etwa nach dem Analysemodell von Wilke (2004) oder die Befunde aus Meinungsumfragen, die die Briten unter anderem über die Glaubwürdigkeit von Nachrichten in ihrer Zone bis 1948 veranstalteten. Einen größeren Raum nimmt die Lizenzierung des dpd als deutsche Agentur ein. Warum die Briten dabei ihr ursprüngliches Lizenzierungsmodell änderten, warum sie deutschen Interessen (etwa des Nordwestdeutschen Zeitungsverleger-Vereins) nachgaben, warum der Nordwestdeutsche Rundfunk (NWDR) und die Gewerkschaften ursprünglich der dpd-Genossenschaft angehören sollten, letztlich aber unberücksichtigt blieben, vermag auch die Dissertation nicht hinreichend plausibel zu beantworten, einmal abgesehen von der Frage, ob sich – wie bei der Übergabe des NWDR in deutsche Verantwortung – die Regierungen und Parlamente der im britischen Besatzungsgebiet neu gebildeten Länder mit der nicht unbedeutenden medienpolitischen Angelegenheit beschäftigten. Diese staatlichen Institutionen kommen als Akteure in der Darstellung nicht vor, wie diese überhaupt eigentümlich losgelöst von der damaligen politischen, gesellschaftlichen und Medienentwicklung geschrieben ist.

Die fünfjährige Geschichte des dpd war in ihren Grundzügen schon vor der Magisterarbeit des Autors insbesondere durch unveröffentlichte, indessen in Fachbibliotheken zugängliche Darstellungen von ehemaligen dpd-Mitarbeitern bekannt. Aus ihnen ragt das mehrere Hundert Seiten umfassende Manuskript von Gerhard Matthäus heraus, aus dem der Autor vielfach zitiert. Aus den im Institut für Zeitgeschichte in München auf Mikrofilm überlieferten Beständen der US-Militärregierung hat er für die Dissertation fünf Akten, aus den gleichfalls außerordentlich umfangreichen, in den National Archives in

Kew überlieferten Beständen der Informations- und Medienpolitik der britischen Militärregierung bzw. der Kontroll-Kommission dreizehn (der Forschung hinlänglich bekannte) Akten herangezogen (223 f.). Hingegen ließ er für sein Thema wichtige Bestände (etwa: „Information Control: Policy and General“, 1945–1946) außer Acht. Vergleicht man die Quellenverzeichnisse von Magisterarbeit und Dissertation, hat Eumann für diese keine weiteren deutschen Quellen ausgewertet. Er recherchierte für seine Magisterarbeit im Archiv der SPD, aber nicht in denjenigen anderer politischer Parteien (vgl. 8 und 223 f.), von den inzwischen zugänglichen Beständen der Staatskanzleien einmal ganz abgesehen. Ferner blieben die Akten der französischen Militärregierung für die Dissertation unbeachtet (vgl. 223 f.). Wohl deshalb wird in ihr die Fusion von dpd und SÜDNA mit nicht mehr als zwei Zeilen und einem sechszeiligen Literaturzitat gestreift (207). Wenn im Vorwort des Herausgebers von einer vom Autor vorgenommenen „eigenständigen Erschließung teilweise neuer britischer und deutscher Quellen“ mehrdeutig die Rede ist (11), fragt man sich, was damit gemeint sei, die Magisterarbeit oder die Dissertation?

Auf diese Quellenarbeit mag es zurückzuführen sein, dass der Autor meint, der dpd habe neben der Tageszeitung *Die Welt* 1946 und 1947 als einzige „eigenständige britische Medieninstitution auf deutschem Gebiet“ gearbeitet (18), so als sei *Radio Hamburg*, der Rundfunk der britischen Militärregierung, bereits zu dieser Zeit eine deutsche Einrichtung gewesen – von der bis ins Jahr 1946 reichenden Phase der Zeitungen der britischen Militärregierung, deren Filmen oder anderen Mitteln wie dem *British Zone Review* gar nicht zu reden. Hier zeigt sich ein nicht ganz auf der Höhe der kommunikationshistorischen Forschung befindlicher Kenntnisstand sowie ein systematisches Manko: Die Darstellung vernachlässigt die übergreifenden Linien der Informations-, Medien- und Reeducationpolitik, die die Briten seit dem Sommer 1945 in ihrer Zone verfolgten, und konzentriert sich fast hermetisch auf den dpd. Immerhin bestätigt sie notorische Erkenntnisse der Forschung über die Presse-, Rundfunk- und Filmpolitik der Briten in ihrer Zone: bspw. die Beteiligung von deutschen Emigranten in den britischen Kontrolleinrichtungen und Leitmedien, den Schwenk vom medienpolitischen 3-Stufen- zum 5-Stufen-Modell, die anfangs strikte, spätestens seit dem Stimmungsumschwung in der britischen Zone 1946 eher pragmatische Entnazifizierungs- und Reorientation-Politik, ferner die „direct-rule“-Maxime der britischen Kontrolle oder schließlich die Einflussnahme der SPD auf die Personalpolitik in britisch-lizenzierten Medieneinrichtungen, der gegenüber sich dpd-Chefredakteur Fritz Säger besonders willfährig zeigte (171).

Man legt das Buch aus der Hand und wundert sich, wieso sein Hrsg. davon überzeugt ist, es schließe nicht nur eine Forschungslücke, sondern werde sich obendrein als ein „Standardwerk“ erweisen, „das für das Verständnis des Mediensystems und der journalistischen Kultur der Bundesrepublik Deutschland unentbehrlich ist“ (12). Einstweilen mag es lehren, wie angenehm es sich in unserem Fach auf der Grundlage des Textkorpus einer Magisterarbeit promovieren lässt, selbst wenn sich über diese eine 20-jährige Patina gelegt hat.

Fengler, Susanne, Eberwein, Tobias und Julia Jorch (Hrsg.): *Theoretisch praktisch!? Anwendungsoptionen und gesellschaftliche Relevanz der Kommunikations- und Medienforschung.* – Konstanz: UVK 2012 (=Reihe: Schriftenreihe der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft; Bd.39). 358 Seiten. Preis: € 29,-.

Martin Welker

Um es vorab zu sagen: Dieses Buch überrascht und verblüfft gleichermaßen. Äußerlich kommt der Band ganz unspektakulär daher: im klassischen DGPK-Grün der Schriftenreihe („Bd. 39“) mit einem nach sanfter wissenschaftlicher Abstraktion klingenden Titel, lässt das Werk eine gediegene Zusammenfassung der 56. Jahrestagung der Fachgesellschaft 2011 in Dortmund erwarten. Umfang und Aufteilung entsprechen mit 20 Beiträgen in vier Abschnitten auf 360 Seiten durchaus dem Zuschnitt vergleichbarer Sammelbände. Der Leser wappnet sich also für eine gepflegte Abfolge von Texten aus der Feder gleichermaßen relevanter wie aktiver Protagonisten des Faches, für eine einschlägig-saldierende Sammlung von Aufsätzen, die zu einem durchaus selektiven Lesevergnügen anregt.

Was den Leser im Innenteil aber tatsächlich erwartet, sind brisante fachgesellschaftliche Fragen, interner Sprengstoff. Klassisch figurieren noch die ersten Seiten des Einleitungstextes von Susanne Fengler und Tobias Eberwein (wo ist hier eigentlich Julia Jorch?), zur Aktualität des Themas sowie zum Aufbau und zur Logik des Buches. Doch schon auf Seite 12 fällt der Name Alphons Silbermann – und der Rezensent stutzt: War das nicht der Renegat, der in der Wochenzeitung *Die Zeit* vor 15 Jahren eine Debatte über die Kommunikations- und Medienwissenschaft lostrat und daraufhin von einigen Wortführern der Fachgesellschaft hart in die Schranken gewiesen wurde? Der damals mit rüder Rhetorik geführte Schlagabtausch (Silbermann in seinem „Abgesang“ auf das Fach: „marottenhafte Wichtigtuerei“, Bentele und Ruß-Mohl einige Ausgaben später über Silbermann: „Man muss ihn nicht zu ernst nehmen“) wurde schnell persönlich und fand auch Eingang in die *Publizistik* (Manfred Rühl: „Alphons Silbermanns Gespür für den Schnee von gestern“, Heft 2/1997, S. 157–163). Aha, so ergeht es also Kritikern, dachte der Rezensent als damals neues Mitglied der DGPK.

Und jetzt, nach 15 Jahren, wieder Silbermann. Offensichtlich waren seine kritischen Hinweise wohl doch nicht so substanzlos gewesen, auch wenn sie durchaus polemisch verpackt waren. Offenbar verdiente er doch ernst genommen zu werden. Der vorliegende Band jedenfalls liest sich wie eine fachimmanente Auseinandersetzung mit Silbermanns damaligen Hauptthesen: Fragen zur gesellschaftlichen Relevanz des Faches und seiner Forschungen in einer mediatisierten Gesellschaft, kritische Analysen des Einflusses auf politisches Handeln, Ausbildungsrelevanz und Anwendungsreife für praktische Kommunikationsfelder sowie die Bereiche der empirischen Sozialforschung, Verhältnis von Theorie und Praxis. So wie aufgezählt gliedert sich das Buch in vier Teile, in denen jeweils Einzelbeiträge die Diskussionsfäden wieder aufnehmen.

Gerahmt wird das Buch durch einen einleitenden Aufsatz des Soziologieemeritus Peter Weingart, der bemerkenswert klar, aber leider recht knapp die Perspektiven des Faches benennt und Parallelen zur Soziologie zieht. Der Rezensent wünschte sich mehr von diesen Einsichten eines Nicht-Insiders, der manche Aufgeregtheit durchaus relativiert

(„Medienaufmerksamkeit für das Fach ist gar nicht so erstrebenswert wie oftmals behauptet“, 32) und auch Befunde aus den USA einbezieht. Am Ende entwirft Weingart gleich noch ein kleines Forschungsprogramm: Nicht jedem Trend hinterherlaufen, sondern die als relevant erachteten Fragen zusammen mit verwandten Disziplinen beherzt angehen (33). Der darauf folgende Beitrag von Klaus-Dieter-Altmeppen relativiert zwar einige Aussagen Weingarts (PR sei doch wichtig und müsse ausgebaut werden, 37), adressiert jedoch die gleichen Fragen. Zentral ist Altmeppens Analyse, dass das Fach Kommunikationswissenschaft eigentlich „zersplittert“ sei (39), was korporative Identität verhindere.

Es scheint, als wolle der Band dann subito diese Zersplitterungsthese vorführen: Es folgen zahlreiche interessante, hochrelevante, aber disparate Anwendungsbeispiele für Kommunikations- und Medienforschung, die am Ende aber nicht wieder zusammengeführt werden. Es fehlt also die Schlussklammer des Buches. Christoph Neuberger liefert stattdessen einen zwar spannenden und empirisch überaus soliden Beitrag über Absoluten der Kommunikations- und Medienwissenschaft, kann damit den Band nach Auffassung des Rezensenten inhaltlich aber nicht angemessen abschließen. Das hätte schon eher Matthias Rath leisten können, der die Medienethik allerdings nur knapp als integrative Option anbietet. Dennoch: Insgesamt ist das Buch kohärent, weil die Grundidee einer kritischen Fachdiskussion die Inhalte trägt.

Einige ausgewählte Bemerkungen zu den Einzelbeiträgen: Natascha Just und Manuel Puppis starten die Partie mit Ausführungen zur Kommunikationspolitik-Forschung. Das ist ein guter Aufschlag. Allerdings machen die Autoren folgenden Fehlschluss nicht hinreichend deutlich: Leerlauf der Medienpolitik wird mit Folgenlosigkeit der Begleitforschung zu medienpolitischen Fragen gleichgesetzt. Hat die Medienpolitik nämlich keinen Einfluss, muss die zugehörige Forschung ebenfalls folgenlos bleiben. Die marktgetriebenen Medienentwicklungen von Google bis Twitter zeigen die Schwierigkeiten nationaler Medienpolitik in Zeiten globaler Technikentwicklung. Und nur den Phänomenen hinterher zu hetzen, ist auch keine Lösung. Das zeigt der Beitrag von Martin Krieg zu Apps, der den Leser etwas ratlos zurücklässt („Ein Ausweg könnte HTML5 sein“ (!), 179).

Stark sind die Beiträge im Kontext des Buches immer dann, wenn es um die Organisation, Reflexion oder Struktur von fachspezifischer Forschung geht. So z. B. der Text von Gabriele Siegert, Loris Russi, Björn von Rimscha und Ulrike Mellmann. Hier werden im Kontext regulierungsrelevanter Forschung konkrete Vorschläge gemacht, wie die Beziehung von Regulierenden und Forschenden zu gestalten sind. Ähnlich gut in dieser Linie: der Beitrag von Stoyan Radoslavov und Barbara Thomaß. Eher historisch-deskriptiv: die Übersicht zur Medienpolitik-Begleitforschung in der Schweiz von Matthias Künzler, Manuel Puppis und Otfried Jarren (95 ff.). Gelungen ist auch der Beitrag von Cornelia Wolf, da die Autorin den Forschungsablauf reflektiert. Weniger glücklich im Sinne der Ausrichtung des Buches sah der Rezensent den Text von Hans-Jürgen Bucher: Ein kleines Sample mit recht geringer Aussagekraft addiert sich am Ende zur Frage: Was passiert eigentlich mit den Befunden, welche Anwendungs- und Verwertungswege nehmen denn jetzt die Ergebnisse? Überaus inspirierend sind hingegen die Kurzbeiträge zu den Nestoren des Faches geraten – leider mit Ausnahme des Textes zu Habermas, der als verschenkt gewertet wird. So viel Wichtiges ließe sich über Habermas und die Kommunikationswissenschaft sagen, was hier nicht angesprochen wird. Stattdessen werden fast eineinhalb Seiten aus *Wikipedia* zitiert.

Insgesamt ist es bemerkenswert, wie oft in den Beiträgen des Bandes der Bezug zur Journalistik gesucht und gefunden wird. Das zeigt doch, wie gut die Journalistik als Teildisziplin Theorie und Praxis, gesellschaftlich-politischen Einfluss und Resonanz in der Öffentlichkeit inzwischen synthetisieren kann. Michael Hallers Zweiweltenthese scheint überwunden. Es fällt aber auch auf, dass in einigen Texten die Phänomene lediglich von ihrer positiven Seite beleuchtet werden. Die negativen, über die man nicht so gerne spricht, bleiben unerwähnt: Im Beitrag von Christian Schäfer zu den Währungen wissenschaftlichen Erfolgs wird das überdeutlich. Eine realistische Analyse müsste bewusste Behinderungen von Fachkollegen, Ausgrenzungen und Neideffekte mit berücksichtigen.

Aufbau und Anlage des Buches sind in toto ein gelungenes Beispiel für einen Sammelband nach einer fachwissenschaftlichen Jahrestagung dieses Zuschnitts. In der offenen und kritischen Diskussion fachrelevanter Fragen und Probleme kann eine vorrangige Funktion solcher Bände liegen. Sachlich und tabulos im Umgang mit Kritik und Kritikern sollten solche Bände sein. Der ironische Kontrapunkt dieses Buches (das sei zum Schluss vermerkt) liegt aber darin, dass es überwiegend realisiert, was es großflächig kritisiert. Denn während es in der Fachgesellschaft auf großes Interesse stoßen sollte (gerade für alle jüngeren Mitglieder der DGPK ist das Buch dringend zur Lektüre empfohlen), dürfte es außerhalb von Fachkreisen nur auf begrenztes Interesse treffen. Es fehlen für die Anderen einfach die relevanten Anschlussflächen. Die Durch- und Übergänge hätten plastischer und instruktiver sein müssen. Möglicherweise hätte es dazu aber noch einiger anderer (universitätsexterner) Autoren aus den einzelnen Praxisfeldern bedurft. Vielleicht waren sich die Hrsg. darüber unbewusst klar und haben deshalb den Titel des Buches mit einem Ausrufezeichen und einem Fragezeichen versehen.

Fraas, Claudia, Meier, Stefan und Christian Pentzold: Online-Kommunikation. Grundlagen, Praxisfelder und Methoden. – München: Oldenbourg Wissenschaftsverlag 2012. 254 Seiten. Preis: € 29,80.

Frauke Zeller

Viele von uns stimmen wohl mittlerweile darin überein, dass Online-Kommunikation sowohl ein relevanter Forschungsgegenstand ist, aber eben auch ein weites Feld. Fraas, Meier und Pentzold haben sich nun daran gemacht, die „erste grundlegende Einführung für das Studium“ dieses weiten Feldes zu veröffentlichen. Diese doch recht vielversprechende wie auch schillernde Ankündigung (sicherlich aus Marketing-Zwecken vom Verlag für den Klappentext gewählt) überrascht etwas, da doch im selben Verlag schon das Lehr- und Handbuch zur „computervermittelten Kommunikation im Internet“ von Klaus Beck herausgegeben wurde.

Die Autoren selbst beschreiben die Veröffentlichung als eine Einführung für Einsteiger und Einsteigerinnen in den Gegenstand Online-Kommunikation und seine „wissenschaftliche Untersuchung aus sozialwissenschaftlicher wie auch kommunikations- und medienwissenschaftlicher Perspektive“ (V). Damit grenzen sie sich erst einmal nicht direkt von Beck ab (mit Ausnahme der neu-gewählten Bezeichnung ‚Online-Kommunikation‘ anstatt ‚computervermittelter Kommunikation‘), jedoch wird der Unterschied relativ schnell mit

Blick auf das Inhaltsverzeichnis deutlich. Was hier vergleichsweise neu ist, ist der veränderte Überblickshorizont, welcher mit dem genannten Ziel der „großen Werkzeugkiste“ (1) als Antwort auf die Dynamik des Forschungsgegenstands zusammenhängt. Konkret heißt dies, dass man der inhärenten Vielfalt der Online-Kommunikation gerecht werden will, indem man unter anderem auch auf Nachbardisziplinen wie bspw. die Sprachwissenschaft und die Soziologie zurückgreift.

Die im Vorwort erwähnten Forschungsfragen für die jeweiligen Kapitel veranschaulichen dabei sehr gut, wie breit angelegt das Werk ist und dass es sich daher für eine Vielzahl an unterschiedlichen Forschungsfragen wie auch Lehrangeboten eignet. Die Fragen reichen von „Welche wesentlichen Eigenschaften zeichnet Online-Kommunikation aus?“ über „Inwiefern ist Online-Kommunikation multimodale Kommunikation?“ und „Wie hat Online-Kommunikation politische und ökonomische Prozesse verändert?“ bis hin zu „Wie kann Online-Kommunikation empirisch untersucht werden?“ (V). Jede dieser Fragestellungen macht durchaus Sinn und regt zum Lesen an. Dabei ist zum Aufbau des Buches festzuhalten, dass jedes Kapitel bzw. jede Fragestellung weitgehend für sich alleine gesehen werden sollte. Das Buch insgesamt ist nicht danach angelegt, einen deutlichen roten Faden zu spannen, welcher bspw. anhand von systematischen Kapitel-Verweisen oder Rückbezügen zu erkennen wäre. Darüber hinaus wäre es hilfreich gewesen, wenn man die Forschungsfragen jeweils am Anfang jedes Kapitels noch einmal explizit aufgegriffen und in der Zusammenfassung konzise beantwortet hätte. So besteht die Gefahr, bei der Breite des jeweiligen Themas den Überblick zu verlieren.

Die Breite *per se* ist wohl generell als positiv zu beachten. Dies gilt auch und v. a. für den Blick über die Fachgrenzen hinaus. Der Nachteil ist hier allerdings auch (und dies ist sicherlich wie so oft dem Diktat der Seiten-Begrenzung zuzuschreiben), dass viele Ausführungen zu sehr an der Oberfläche bleiben. Um also eine Reihe der dargestellten Ansätze richtig verstehen zu können, sollte die Leserschaft ein solides Grundwissen mitbringen. Ein Beispiel ist hier das Kapitel zum multimodalen Zeichenhandeln, welches für die Integration einer semiotischen und sprachwissenschaftlichen Perspektive plädiert. Während dieses Plädoyer durchaus zu unterstreichen ist, fehlt hier eine tiefer gehende Erläuterung der Ansätze und damit auch eine überzeugende Argumentationslinie im Hinblick darauf, warum eine sprachwissenschaftliche Herangehensweise Sinn macht und warum es sich für Kommunikationswissenschaftler tatsächlich lohnt, sich mit diesem recht komplexem Feld vertraut zu machen.

Ähnlich verhält es sich mit dem letzten Kapitel – dem Methodenteil. Man hätte hier die Breite insofern konsequent einschränken und damit den Fokus zuspitzen können, indem man die jeweils vorab-gestellten Instrumentenvorstellungen aus der traditionellen Offline-Perspektive ausgelassen und stattdessen tiefer auf die jeweilige Online-Perspektive eingegangen wäre. Diese hätte man dann auch mit mehr praktischen Beispielen bereichern können, die generell in der Publikation etwas zu sparsam angewendet wurden.

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass die Publikation einen soliden, praktikablen und teilweise auch neuen Überblick zur Online-Kommunikation bietet, welcher klar auf die deutschsprachige kommunikationswissenschaftliche Leserschaft zugeschnitten ist und daher auch konsequent die deutsche Fachsicht wiedergibt.

Lünenborg, Margreth und *Jutta Röser* (Hrsg.): *Ungleich mächtig. Das Gendering von Führungspersonen aus Politik, Wirtschaft und Wissenschaft in der Medienkommunikation.* – Berlin: transcript 2012 (=Reihe: Critical Media Studies). 272 Seiten. Preis: € 26,80.

Thomas Koch

Der Sammelband stellt in sechs Aufsätzen Ergebnisse eines Forschungsprojektes vor, das die Darstellung von Geschlecht und Macht in den Medien sowie Geschlechterkonstruktionen durch Journalisten und Rezipienten untersucht. Der Fokus liegt dabei auf der Darstellung bzw. Rezeption von Führungspersonen aus Politik, Wirtschaft und Wissenschaft. Gerade mit Blick auf die letzteren beiden Bereiche widmen sich die Herausgeberinnen somit einem Spannungsfeld, das im deutschsprachigen Raum zwar schon in mehreren Einzelstudien beleuchtet, bislang jedoch nicht derart ausführlich erforscht wurde. Im Auftaktkapitel stellen Margreth Lünenborg und Jutta Röser das Gesamtprojekt vor und explizieren – neben der Relevanz des Projekts und einer knappen Skizzierung des theoretischen Hintergrunds – das Forschungsdesign. Grundidee ist es, drei Inhaltsanalysen der Medienberichterstattung mit zwei Kontextanalysen zur Produktion und Rezeption spezifischer Inhalte zu verbinden. So spannt das Untersuchungsdesign einen klaren Rahmen auf, der dem Buch eine nachvollziehbare Struktur verleiht. Eine solche Stringenz ist keineswegs selbstverständlich für einen Sammelband. Man vermisst am Ende aber ein Fazit, das einen (kritischen) Blick auf das Gesamtprojekt wirft und die fünf Einzelstudien miteinander verknüpft.

Schwerpunkt sind die Befunde dreier Inhaltsanalysen, die Geschlechterkonstruktion und Geschlechterrepräsentation in deutschen Medien in mehreren Monaten des Jahres 2008 untersuchen. Den empirischen Auftakt bildet eine quantitative Inhaltsanalyse von Jutta Röser und Kathrin Friederike Müller. Die Autorinnen zeigen, dass weitaus mehr über Männer als über Frauen aus Politik, Wirtschaft und Wissenschaft berichtet wird. Eine solche Auszählung verbleibt zwangsläufig recht deskriptiv, ein Vergleich verschiedener Zeiträume (mit jeweils unterschiedlicher Besetzung von Positionen) oder ein ausgiebiger Vergleich mit Realindikatoren (nicht nur für den politischen Sektor) hätte sicher weitere Interpretationen ermöglicht. Tanja Maier und Margreth Lünenborg stellen im nächsten Kapitel die Befunde einer qualitativen Textanalyse zur medialen Geschlechterpräsentation vor. Die umsichtige und umfangreiche Auswertung des Materials enthüllt viele Details, welche die Autorinnen zu dem Schluss kommen lassen, dass „Geschlechterverhältnisse in Mediendiskursen im Wandel sind“ (114). Ein spannender Befund, den nachfolgende Langzeitanalysen aufgreifen könnten. In der dritten Inhaltsanalyse fokussiert Elke Grittmann die Bildberichterstattung verschiedener Printmedien von Mai bis Juli 2008. Die Verfasserin zeigt, dass die Auswahl und Darstellung der Bilder von Spitzenkräften geschlechterdifferenzierende Ungleichheiten und Hierarchien erzeugen.

Margreth Lünenborg und Tanja Meier präsentieren dann die Ergebnisse von acht Leitfadeninterviews mit Journalist(inn)en. Die Befragten betonen, Vermittler zu sein und neutral berichten zu wollen, greifen aber dennoch „unbewusst auf vergeschlechtlichte Deutungsmuster zurück“ (199). Die Journalist(inn)en sehen sich allerdings kaum selbst in der Verantwortung, sondern verweisen auf redaktionelle Abläufe oder spezifische Bedingungen des Mediensystems. Vermutlich hätte eine Anonymisierung der Aussagen

die Validität der Befunde erhöht, da das durchaus kontroverse Thema sozial erwünschtes Antwortverhalten fördern dürfte. Kathrin Friederike Müller analysiert schließlich die „Konstruktion von Geschlecht und Führungsrolle in der Rezeption“ (203) mit Hilfe von sechs Gruppendiskussionen unter jungen Erwachsenen. Zwar sehen die Diskutanten die Ausübung von Führungsverantwortung durch Frauen immer noch nicht als Normalfall, doch erkennt die Autorin einen Wandel in der Rezeption.

Einige Ergebnisse der Teilprojekte hätten von den Autorinnen durchaus kritischer diskutiert werden können. Doch handelt es sich alles in allem um einen lesenswerten, in dieser Form für Deutschland einmaligen Sammelband, der Anstöße für weitere Projekte gibt. Besonders relevant wird es auch zukünftig sein, die Ergebnisse von Inhaltsanalysen stärker mit Rezeptionsstudien sowie der journalistischen Perspektive zu verknüpfen.

Nagel, Friederike: Die Wirkung verbaler und nonverbaler Kommunikation in TV-Duellen. Eine Untersuchung am Beispiel von Gerhard Schröder und Angela Merkel. – Wiesbaden: Springer VS 2012. 326 Seiten. Preis: € 39,95.

Peter Maurer

Die Autorin untersucht in dieser Dissertation (Universität Mainz), ob nonverbale Kommunikationsmittel im Rahmen des TV-Duells zur Bundestagswahl 2005 zwischen Gerhard Schröder und Angela Merkel eine substanzielle Wirkung auf die Beurteilung der beiden Politiker während des Duells durch Zuschauer hatten. Sie legt ein breites theoretisches Fundament und zeichnet anhand von Modellen der individuellen Informationsverarbeitung nach, wie der Einfluss verbaler und nonverbaler Informationen bei der Erklärung der Wahrnehmung und Beurteilung politischer Botschaften gewichtet wird. Im Mittelpunkt steht, wie das Elaboration-Likelihood-Modell (ELM) und das heuristisch-systematische Modell (HSM) die Verarbeitung einströmender Informationen konzeptualisieren, wobei die Autorin deutlich macht, warum das HSM für die gleichzeitige Analyse der Wirkung verbaler und nonverbaler Kommunikation theoretisch adäquater ist.

Es erfolgt allerdings keine systematische Weiterentwicklung oder Adaption dieses Modells für die spezielle Kommunikationsform, die eine TV-Debatte darstellt. Ebenso wenig werden Hypothesen zur Wirkung bestimmter Kommunikationselemente gebildet. Die Autorin äußert lediglich die „Erwartungen“, dass die Wirkung nonverbaler Informationen bei TV-Duellen geringer ausfallen müsste, als dies für eine breite Palette interpersonaler und medienvermittelter Kommunikation in der Literatur angenommen wird (101), und dass bei stark Involvierten das Nonverbale eine größere Rolle spielt als bei schwach Involvierten. Bei der Diskussion der vorliegenden Befunde zur Relevanz des (Non-)Verbales macht die Autorin überzeugend deutlich, warum experimentelle Untersuchungsanlagen, welche die Wirkungen verbaler und nonverbaler Stimuli isoliert messen, ebenso wie solche, die künstliche Stimuli verwenden, ungeeignet zur Bestimmung der relativen Bedeutung nonverbaler Kommunikation sind (73, 88). Für ihre eigene empirische Untersuchung greift sie jedoch ebenfalls auf Daten aus einem Experiment zurück, bei dem 72 Probanden das TV-Duell unter Laborbedingungen in voller Länge ansahen. Der Vorteil der Versuchsanordnung gegenüber anderen besteht darin,

dass ein natürlicher Stimulus verwendet wird und dass mehrere Modalitäten gleichzeitig wirken können. Die Künstlichkeit der Rezeptionssituation bleibt jedoch bestehen.

Zur Messung der Kommunikationsbestandteile im TV-Duell wird eine Inhaltsanalyse der Themen, Argumentationsformen sowie einiger Elemente des nonverbalen Verhaltens der beiden Kontrahenten durchgeführt. Als abhängige Variable wird die unmittelbare, allgemeine Beurteilung der beiden Kandidaten durch die Rezipienten während des Sehens ermittelt. In Regressionsanalysen vergleicht die Autorin sodann die Erklärungskraft der verbalen und nonverbalen Kommunikationselemente für beide Kandidaten getrennt. Die Analyse kommt unter anderem zu folgenden Ergebnissen: Verbal ausgedrückte Kommunikationsinhalte erklären deutlich mehr Varianz der kurzfristigen Beurteilungen als visuelle und nonverbale Elemente. Letztere entfalten aber eine polarisierende Wirkung bei Gegnern und Anhängern eines Sprechers. Bei weniger Involvierten wirkt erwartungsgemäß das Nonverbale stärker als bei mehr Involvierten.

Die Arbeit steuert zweifellos wichtige Erkenntnisse zur Wirkung verschiedener Stimuli(-Kombinationen) in TV-Duellen bei. Dennoch fallen einige Kritikpunkte ins Auge: Erstens birgt die Messung der kurzfristigen Bewertungen die Unschärfe, dass die Latenzzeit zwischen dem Auftreten des Stimulus im Duell und der gemessenen Reaktion der Probanden (durch Betätigung eines Drehreglers) einheitlich auf vier Sekunden festgelegt wurde. Durch die Wahl einer einheitlichen Zeitspanne wird jedoch zum einen ignoriert, dass die Geschwindigkeit der Informationsverarbeitung individuell unterschiedlich hoch ist und dementsprechend auch die Latenzzeiten zwischen Probanden unterschiedlich ausfallen. Zum anderen (darauf weist die Autorin auf Seite 52 selbst hin) werden visuelle Informationen „deutlich schneller verarbeitet“ als verbale, was auch eine unterschiedlich lange Latenzzeit je nach Stimulustyp nahe legt.

Zweitens wird eher beiläufig erwähnt (107), dass die abhängige Variable nicht als individuelle Messung vorliegt, sondern als Aggregat der Bewertungen der 72 Probanden in jeder Sekunde des Duells. Die aggregierte Bewertung in einem bestimmten Zeitintervall wird mit dem Kommunikationsverhalten vier Sekunden zuvor erklärt (zerlegt in die Variablen Text, Argumentation, Gestik, Mimik). Es liegen also für jeden Kandidaten zwei Zeitreihen aus Kommunikationsverhalten und aggregierter Bewertung vor. Daraus ergibt sich eine in doppelter Hinsicht komplexe Datenstruktur sowie ein gewisses Korrespondenzproblem zwischen theoretischem Fundament und Empirie. Während bei der abhängigen Variable die Autokorrelation der Messwerte aufgrund der Zeitreihenstruktur adressiert wird, wird ihre Mehrebenenstruktur ignoriert. In Bezug auf die Operationalisierung ist es weiterhin vor dem Hintergrund der ausführlich diskutierten Modelle der individuellen Informationsverarbeitung problematisch, die zu erklärenden kurzfristigen Urteile nur im Aggregat zu betrachten. Der Informationsverlust und die große Gefahr ökologischer Fehlschlüsse sind offensichtlich.

Drittens stehen die Ergebnisse insofern auf einem schwachen Fundament, als dass eine Reihe intervenierender Variablen aufseiten der Rezipienten in den Regressionen nicht kontrolliert wurde. Dieses Problem beschreibt die Autorin zwar zutreffend (200), ohne es aber in der empirischen Analyse vollständig zu entschärfen. Durch die Nichtberücksichtigung vieler individueller Prädispositionen könnte sich der Erklärungsanteil der getesteten Variablen künstlich erhöht haben. Denn letztlich sind beide Arten von Verhaltensweisen der Politiker für einen Rezipienten nur „cues“, die je nach persönlichen Voreinstellungen

und Erfahrungen unterschiedliche Beurteilungen auslösen können. Kausal verantwortlich für die Beurteilung der Politiker ist gemäß der Theorie der „social perception“ (Samochowiec und Wänke 2008) folglich der durch diese Voreinstellungen gesteuerte, innere Konstruktionsprozess einer wahrnehmenden Person.

Neverla, Irene und Mike S. Schäfer (Hrsg.): Das Medien-Klima. Fragen und Befunde der kommunikationswissenschaftlichen Klimaforschung. – Wiesbaden: Springer VS 2012. 285 Seiten. Preis: € 39,95.

Dorothee Art

Bereits seit einigen Jahren ist der globale Klimawandel nicht mehr nur Gegenstand der naturwissenschaftlichen Klimaforschung. Akteure aus den verschiedensten gesellschaftlichen Teilsystemen setzen sich mit den Ursachen und Folgen des Klimawandels sowie möglichen Handlungsstrategien auseinander. Es ist also nicht verwunderlich, dass auch die mediale Kommunikation über den Klimawandel verstärkt in den Blickpunkt der (internationalen) kommunikationswissenschaftlichen Forschung gerückt ist, was sich an der steigenden Anzahl wissenschaftlicher Publikationen in den vergangenen zwei Jahrzehnten unschwer erkennen lässt. Doch trotz der zahlreichen Einzelbeiträge fehlte bisher eine Veröffentlichung, die sich systematisch mit dem aktuellen Forschungsstand auseinandersetzt und Anknüpfungspunkte für die zukünftige (kommunikationswissenschaftliche) Klimaforschung aufdeckt. Dieses anspruchsvolle Ziel haben sich Irene Neverla und Mike S. Schäfer gesetzt.

Zur Systematisierung der bisherigen Forschungsarbeiten gliedert sich die Publikation in drei inhaltliche Blöcke, die sich mit der gesamten Breite massenmedialer Klima-Kommunikationsprozesse befassen, angefangen von der Entstehung über die konkrete Ausgestaltung bis hin zur Rezeption und Wirkung. Im ersten Teil werden die Einflussfaktoren auf die Entstehung medialer Klimakommunikation beleuchtet. In den einzelnen Kapiteln werden dazu für die Klimakommunikation relevante Akteure (Wissenschaftler, Politiker, NGOs, Unternehmen, Journalisten) fokussiert, so dass ein umfassender, multiperspektivischer Einblick in Agenda-Building-Prozesse und Framing-Strategien extra- und intramedialer Akteure ermöglicht wird.

Der zweite Teil des Buches setzt sich theoretisch und empirisch mit verschiedenen Facetten medialer Konstruktion von Klimawandel auseinander. Die Einzelbeiträge behandeln unter anderem länderspezifische Unterschiede in der Klimaberichterstattung sowie audiovisuelle Repräsentationen des Klimawandels in Pressefotos und Katastrophenfilmen. Es wird deutlich, dass es für ein tiefergehendes Verständnis der medialen Konstruktion von Klimawandel sowohl einer stärkeren theoretischen Auseinandersetzung mit medialer Klimaberichterstattung bedarf, als auch weiterer empirischer Studien mit besonderem Augenmerk auf internationale Vergleiche und verschiedene Medienangebote.

Der dritte Teil befasst sich mit der Rezeption und Wirkung medialer Konstruktionen des Klimawandels. Im Mittelpunkt stehen empirische Befunde zum Einfluss der Nutzung medialer Kommunikation auf klimabezogene Problemwahrnehmungen, Einstellungen und Handlungen bzw. Handlungsabsichten. Es werden nicht nur Befunde zu Effekten auf die „typischen“ Medienrezipienten besprochen, sondern auch Arbeiten zur Medien-

rezeption von Klimawissenschaftlern sowie Wechselwirkungen zwischen Medien und politischen Entscheidungsträgern.

Resümierend ist festzuhalten, dass es den Herausgebern sowie den beteiligten Autorinnen und Autoren gelungen ist, einen grundlegenden Beitrag zur kommunikationswissenschaftlichen Klimaforschung in Deutschland zu leisten. Der Sammelband bietet eine umfassende, gut strukturierte und verständliche Zusammenfassung des internationalen Forschungsstandes, präsentiert aktuelle Forschungsergebnisse und zeigt gleichzeitig viele offene Fragen und Handlungsfelder für die zukünftige Klimaforschung auf. Die Publikation verdeutlicht die Vielschichtigkeit dieses Forschungsfeldes und gibt einen Einblick in den Ablauf massenmedialer Klima-Kommunikationsprozesse, weshalb das Buch nicht nur für Fachvertreter zu empfehlen ist, sondern auch für andere Akteure aus dem Bereich der Klimakommunikation und ein breiteres interessiertes Publikum.

Schaaf, Daniela und Jörg-Uwe Nieland: Die Sexualisierung des Sports in den Medien. – Köln: Herbert von Halem Verlag 2011 (=Reihe: Sportkommunikation; Bd. 10). 312 Seiten. Preis: € 28,50.

Kathrin Friederike Müller

Die Stichworte „Sexualisierung“ und „Medien“ rufen Assoziationen zu Studien wach, deren primäres Ziel die Anprangerung verfehlter medialer Repräsentationen ist. Der Sammelband „Die Sexualisierung des Sports in den Medien“ fügt der Debatte jedoch viel mehr Facetten hinzu und ist somit deutlich anders charakterisiert: Er ist äußerst sensibel für die Multidimensionalität des Spannungsfelds von Sport, Ökonomie und Medien, ohne dass es ihm an gesellschaftskritischem Potenzial mangeln würde. Die Beiträge zeichnen sich dadurch aus, dass sie Medien, Rezipierende sowie Sportler und Sportlerinnen gleichermaßen bei der Konstruktion von Sexualisierungen beobachten. Alle drei Pole werden als Untersuchungsgegenstände ernst genommen. Demnach weisen nicht nur die Medien Attribuierungen zu, sondern Selbst- und Fremdzuschreibungen werden als komplexes Wechselspiel sichtbar.

In seiner Binnenstruktur konzentriert sich der Band auf sechs zentrale Themenbereiche. Nach einer anregenden, machttheoretisch fundierten theoretischen Aufarbeitung des Themas folgen eine historische Betrachtung sowie ein Blick auf die technischen Bedingungen der Bildmedien hinsichtlich ihrer Rolle bei der Sexualisierung von Sportlern und Sportlerinnen. Die Beiträge verdeutlichen, dass (Selbst-)Sexualisierungen keine Entwicklung der jüngsten Zeit sind, sondern sich bereits in den Anfängen der Sportberichterstattung nachweisen lassen. In einem dritten Kapitel stehen gegenwärtige sexualisierte Selbstinszenierungen im Zentrum. Die Beiträge machen plausibel, dass Sportler und Sportlerinnen nicht ohne Grund ihre „Haut zu Markte tragen“. Die Ökonomisierung des Sports und die Notwendigkeit, für sportlichen Erfolg Geld verdienen zu müssen, legen eine möglichst individualisierte und damit teilweise auch sexualisierte Selbstpräsentation nahe. Kritisch wird deren Bedeutung reflektiert und unterstrichen, dass diese Selbstpräsentationen nicht gleichzeitig Selbstermächtigungen sind. Erfreulicherweise liegt der Fokus dabei sowohl auf den Selbstinszenierungen von Frauen als auch von Männern.

Das gilt auch für die Inhaltsanalysen von Print und Internet im vierten Kapitel. Sie verdeutlichen, dass Sexualisierungen in den Medien vorkommen, aber abhängig vom sportlichen Erfolg und der Disziplin sind. Doch nicht nur Sportler und Sportlerinnen werden in den Medien sexualisiert, sondern auch das weibliche Fußballpublikum. Mit Analysen zum Inhalt und zur Rezeption von (Soft-)Pornografie wird im fünften Kapitel ein Feld jenseits der Sportberichterstattung diskutiert. Im sechsten Kapitel macht die Forschung zur Repräsentation von Homosexualität und Transgender in den Medien deutlich, wie schnell Irritation entsteht, wenn gewohnte Repräsentationen entfallen, weil sie nicht mehr treffend sind.

Auf einer übergeordneten Ebene können die Beiträge als kritische Auseinandersetzung mit neoliberalen Tendenzen gelesen werden, die verkaufsfördernden Selbstpräsentationen und einer Verbindung von sportlicher und ästhetischer Perfektion Vorschub leisten. Deshalb stellt das Buch auch für die kommunikationswissenschaftliche Geschlechterforschung eine Bereicherung dar, obwohl es der Sportkommunikation zugeordnet ist. Den Band zeichnet aus, dass er multiperspektivisch ist. So stehen Theorien der Gender Studies sowie der Kommunikations- als auch der Medienwissenschaft sich ergänzend nebeneinander. Qualitative und quantitative Forschung haben ihren Platz, ebenso Studien sowohl zum Inhalt als auch zur Rezeption. Trotz der Heterogenität fügen sich diese Sichtweisen zu einem stimmigen Ganzen. Dieser Pluralität bei gleichzeitiger Integration ist es zu verdanken, dass ein äußerst ausgewogenes und aussagekräftiges Bild entsteht, welches die Sexualisierung des Sports komplex und umfassend nachzuzeichnen in der Lage ist.

Vogelgesang, Jens: Kommunikationswissenschaft studieren. – Wiesbaden: Springer VS 2012. 146 Seiten. Preis: € 12,95.

Claudia Riesmeyer

Was wollen Abiturienten wissen, die sich für ein kommunikationswissenschaftliches Studium interessieren? Harte Fakten zum Studium stehen dabei ganz oben: „Wie viele Bewerber haben sie, wie viele Studienplätze vergeben sie? Welchen Abiturschnitt muss ich schaffen, um bei ihnen Kommunikationswissenschaft studieren zu können?“ Typische Fragen aus der Studienberatung. Die Antwort in Sachen Zugangskriterien fällt leicht, können die Studienberater sich doch an der Zulassungszahlsatzung und dem Numerus Clausus orientieren. In der Regel übersteigt die Bewerberzahl die Studienplatzzahl um ein Vielfaches, ein Abitur mit einer Eins vor dem Komma muss oft für die Zulassung nachgewiesen werden. Schreckt diese Hürde nicht ab, folgt in der Studienberatung schnell die nächste Frage: „Was ist eigentlich Kommunikationswissenschaft?“ (oft im Plural verwendet). Die Antwort darauf fällt schon schwerer – ist sie doch vom Standort und dem dort vertretenen Fachverständnis abhängig.

Hilfe bei der Entscheidung für oder gegen Kommunikationswissenschaft als Studienfach will Jens Vogelgesang mit seinem Interviewband geben. In diesem Studienführer erzählen 31 Professorinnen und Professoren, was unser Fach ausmacht und wie es sich von anderen (Nachbar-)Disziplinen unterscheidet. In fünf Abschnitte gegliedert, folgt das Buch dem klassischen Studienablauf: es geht auf die Fachspezifika, die Zeit vor dem

Studium, den Studienalltag, die Berufsfelder und die Zeit nach dem Abschluss ein. Jeder Interviewpartner darf zu Beginn seinen Standort und die dort angebotenen Bachelor- und Master-Studiengänge vorstellen. Danach wird er zu einem Aspekt befragt. Zum Beispiel erklärt Ralf Hohlfeld, welche Voraussetzungen man für ein Studium mitbringen sollte, Oliver Quiring plädiert für die Methodenorientierung der Kommunikationswissenschaft und Susanne Fengler verteidigt Praxisanteile im Studium. Informationskästen mit Statements von Studiengangskordinatoren, Studierenden und Absolventen bekräftigen die Interviewaussagen aus der Uni- und Arbeitspraxis heraus.

So ambitioniert dieses neue Konzept für einen Studienführer auch ist und so spannend die Interviews zu lesen sind, an den Aussagen der Kolleginnen und Kollegen zeigt sich die Krux des Buches. Zu oft sind die Aussagen auf die eigene Person und den Fachstandort bezogen und sind als Werbung für Fachverständnis und Standort zu verstehen. Wenn also Patrick Donges die Abgrenzung zwischen Kommunikationswissenschaft und Politikwissenschaft erklärt oder Andreas Hepp über das Verhältnis zur Kulturwissenschaft und Monika Suckfüll zur Psychologie spricht, dann sind ihre Antworten immer vor dem Hintergrund ihrer Biografie und ihres Arbeitsortes zu lesen. Für Abiturienten, die mit dem Fach noch nie in Kontakt gekommen sind, mag es schwierig sein zu verstehen, warum wer welche Frage wie beantwortet und dass diese Antwort (nicht immer) allgemeingültig ist.

Ganz auf die Bedürfnisse der internetaffinen Abiturientengeneration abgestimmt, ist der *Facebook*-Auftritt des Studienführers. Dort posten einige Fachstandorte Videos, in denen sie ihre Studiengänge, sich selbst und manchmal Projektergebnisse vorstellen. Besonders amüsant (und auch etablierten Kommunikationswissenschaftlern zu empfehlen): der Eintrag der FU Berlin, der zum Online-Studienfachwahl-Assistenten führt. Dort können Abiturienten per Fragebogen herausfinden, ob Kommunikationswissenschaft für sie das richtige Fach ist. Mit der *Facebook*-Präsenz trifft Vogelgesang zweifelsohne den Nerv der Zeit. Ob Abiturienten immer noch (oder erst recht) zum Studienführer greifen werden, nachdem sie via *Facebook* recherchiert haben, können nur die Verkaufszahlen zeigen.

Fazit: Das Buch ist flüssig geschrieben, spannend und schnell zu lesen. Auch Kommunikationswissenschaftler, die sich über Bolognaform, Bachelor- und Masterstudiengänge an anderen Standorten informieren wollen, finden hier Lesestoff. Wer Zweifel hat, ob er sich für das richtige Fach entschieden hat, dem sei der Berliner Test für das Kommunikationswissenschaftsstudium empfohlen. Und wenn am Ende der Lektüre bei den Lesern zumindest der Rat von Michael Jäckel hängen bleibt, das Studienfach immer nach Interesse zu wählen (21), dann hat das Buch neben seinem Informationscharakter viel erreicht.

Vogelgesang, Jens: Sprachkompetenz, Tageszeitungsnutzung und Politikorientierung von Einwanderern. – Wiesbaden: Springer VS 2012. 159 Seiten. Preis: € 34,95.

Georg Ruhrmann

Die Sprachkompetenz der zwischen 1965 und 1980 nach Deutschland eingewanderten „Gastarbeiter“ ist heute nicht nur ein integrationspolitisches Thema. Es ist auch

wissenschaftlich relevant. Ziel der von Hans-Jürgen Weiß und Lutz Erbring betreuten Dissertation ist es, die Wechselwirkungen zwischen dem Erwerb der Sprache des Aufnahmelandes, der Mediennutzung und der Politikorientierung von Einwanderern empirisch zu untersuchen. Es handelt sich um eine „rückblickende Sekundäranalyse“ (23). Die Daten stammen aus dem Forschungsprojekt „Mediennutzung und Integration der türkischen Bevölkerung in Deutschland“, das i. A. des Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung bereits im Jahr 2000 durchgeführt wurde.

Einleitend setzt sich der Autor differenziert mit Thesen der internationalen Kommunikationsforschung auseinander. Sie besagen, „dass der Integrationsgrad von Zuwanderern eine Funktion des Mediennutzungsverhaltens ist“ (21). Vogelgesang will prüfen, ob und wie die angenommene Kausalbeziehung zwischen Mediennutzung und dem Grad der gesellschaftlichen Integration zutrifft. Das zweite Kapitel vermittelt einen knappen und strukturierten Überblick des Forschungsstandes zu Sprachkompetenz, Tageszeitungsnutzung und Politikorientierung von Einwanderern; die Arbeiten entstammen der angewandten Forschung. Die bekannten kausalanalytischen Studien zur Wirkung auf die Tageszeitungsnutzung sind insgesamt kommunikationswissenschaftlich schwach fundiert; sie stammen aus den USA, vereinzelt aus Australien und aus den Niederlanden. Man könne, so Vogelgesang, von Zusammenhängen zwischen Sprachkompetenz und Nutzung und Mediennutzung ausgehen. Da die meisten Studien auf Querschnittsdaten beruhen, lasse sich aber nichts darüber sagen, „welche Kausalrichtung den Kovariationen letztendlich zugrunde liegt“ (65).

Ziel der Sekundäranalyse des Sozio-oekonomischen Panels (SOEP) ist es daher, auf Basis der systematischen Prüfung von insgesamt sieben Forschungshypothesen herauszufinden, wie deutsche Sprach- und Schreibkompetenz jeweils die Nutzung deutsch- und heimat Sprachiger Tageszeitungen beeinflussen und sich auf die Politikorientierung in Form von politischem Interesse und Parteipräferenz auswirken. Die Stichprobe von 576 Befragten wird von Vogelgesang ausführlich dargestellt. Er entwickelt dann als Kern seiner Arbeit ein komplex angelegtes statistisches Modell der Sekundäranalyse. Der Autor geht dabei von drei Formen perfekter Stabilität in Panel-Daten aus, die in ein autoregressives Modell sowie ein Wachstumskurvenmodell überführt und gut nachvollziehbar dargestellt werden (96).

Im Ergebnis zeigen sich nach multivariaten Prüfungen der Hypothesen anhand der einschlägigen Daten im SOEP-Panel zwischen 1993 und 2001 (für einen vergleichsweise langen Zeitraum also) eindeutige Kompetenzeffekte. Das heißt: Wenn Zuwanderer gut Deutsch sprechen, dann gehören sie tendenziell auch zum Leserkreis deutscher Tageszeitungen. Nach Ansicht von Hartmut Esser ist das ein, wenn nicht gar eines der wichtigsten und stabilsten Ergebnisse empirischer Integrationsforschung. Eindeutig ist auch der Verstärkungseffekt der deutschsprachigen Tageszeitungsnutzung auf die Politikorientierung. Zuwanderer, die deutsche Tageszeitungen lesen, interessieren sich deutlich mehr für deutsche Politik; die türkischen Migranten weisen ferner eine verstärkte Präferenz für politische Parteien auf.

Abschließend erörtert Vogelgesang auch Grenzen einer Sekundäranalyse von Daten aus den 90er Jahren (141). Für die jüngeren Migranten, die das Internet intensiv nutzen, stellt es sicher einen Integrationsmotor dar – zumal sich hier der Konsum für Printmedien verringert. Bei den älteren, über 50-jährigen Zugewanderten dürfte das Internet derzeit

allerdings weniger Wirkung zeigen. Insgesamt liegt mit dieser Studie die umfassende und statistisch versierte kausalanalytische Prüfung relevanter Forschungshypothesen zur medialen Integration vor. Diese ist in Deutschland bisher selten unternommen worden. Auch insofern empfiehlt sich dieses Büchlein zur Lektüre für Integrationsforscher und auch für Doktoranden, die beispielhaft sehen können, wie sich eine erfolgreiche Dissertation auch kurz und präzise darstellen lässt.

Wessler, Hartmut und *Michael Brüggemann*: Transnationale Kommunikation. Eine Einführung. – Wiesbaden: Springer VS 2012. 215 Seiten. Preis: € 24,95.

Mike S. Schäfer

Von politischen Institutionen über Finanzmärkte bis zu Urlaubsreisen haben sich in den letzten Jahren viele Lebensbereiche transnationalisiert. Dies gilt auch für Kommunikation und Medien – und wird von ihnen maßgeblich mit vorangetrieben. Dass diese Entwicklung von der Kommunikationswissenschaft reflexiv eingeholt wird, zeigt sich an der Gründung einer entsprechenden DGPK-Fachgruppe und der steigenden Zahl einschlägiger Veröffentlichungen zu so Themen wie Migranten als Mediennutzern, der Standardisierung von Fernsehformaten oder der Aneignung selbiger durch unterschiedliche Publika.

Transnationale Kommunikation ist der erste deutschsprachige Band, der sich an einer Systematisierung dieses Feldes versucht. Er soll einerseits eine Einführung sein, mithin das Feld kartieren und darstellen. Andererseits wollen die Autoren mit ihm einen Beitrag zum Forschungsfeld leisten und legen hierzu zwei Thesen vor: Erstens sei transnationale Kommunikation „nur dann angemessen zu verstehen, wenn wir zugleich die strukturellen und kulturellen Bedingungen nationaler Kommunikation in den Blick nehmen“ (V), auf denen sie schließlich aufbaue. Zweitens müsse man drei Dimensionen transnationaler Kommunikation im Verbund betrachten: „Kommunikation ist diskursiv in dem Maße, wie sie der Verständigung durch Austausch von Argumenten dient. Sie ist rituell, insofern sie der Konstruktion und Bestätigung kollektiver Identitäten dient. Und sie ist strategisch, indem sie der wechselseitigen Beeinflussung dient“ (VI).

Diese Thesen prägen die Gliederung des Buches: Nachdem zentrale Konzepte (Transnationalisierung, Globalisierung, Transkulturalität) und Analyseperspektiven des Feldes vorgestellt werden (Kap. 1), wird der Vergleich als methodologisches Grundprinzip präsentiert (Kap. 2 und 3). Im Anschluss werden die drei „Dimensionen“ transnationaler Kommunikation beschrieben. Zunächst wird transnationale als diskursive Kommunikation analysiert (Kap. 4), mit einer vertiefenden Betrachtung der Transnationalisierung von Öffentlichkeit v. a. in Europa (Kap. 5). Anschließend wird die rituelle Dimension fokussiert (Kap. 6), mit transnationalen Medienevents wie dem Eurovision Song Contest, aber auch Katastrophen und Terroranschlägen als Anwendungsfällen (Kap. 7). In Kap. 8 wird transnationale als strategische Kommunikation betrachtet, exemplifiziert anhand von Mediated Public Diplomacy. Es folgt ein Kapitel zur Nutzung und Wirkung transnationaler Kommunikation (9). Das Buch schließt mit einem Ausblick auf die „Zukunftsperspektiven transnationaler Kommunikation“ (Kap. 10).

In diesen Kapiteln bleiben die Autoren durchweg pluralistisch: Vorgestellt werden vielfältige Theorien, Forschungsdesigns und Methoden, vom Transkulturalitätskonzept der Cultural Studies bis zur postnationalen Konstellation Jürgen Habermas', von der Qualitative Comparative Analysis bis zum World Values Survey. Dies geschieht anhand einer Vielzahl von Themen, vom Klimawandel über Terrorismus bis zum Weltkirchentag. Und es wird versucht, einen wirklich internationalen, nicht nur westlich geprägten Überblick vorzulegen, auch wenn dies (der Literaturlage geschuldet) nicht immer gelingt.

Diese Vielfalt wird verständlich präsentiert und anhand von Beispielen aus der Forschungspraxis verdeutlicht. Zudem wird immer wieder feldimmanentes, implizites Wissen expliziert: Was sind typische Schwierigkeiten bei komparativer Forschung, was die wichtigsten Publikationsorgane des Feldes? Nutzerfreundliche Abstracts und Hinweise auf weiterführende Literatur runden die Kapitel ab. Dies ist wohldurchdacht und hilft Lesern, sich dem Feld zu nähern.

Kritisch anzumerken ist, dass sich die zwei Ziele des Buches, das Lehrbuch und konzeptioneller Beitrag sein will, mitunter im Weg stehen. So hätte man die Betrachtung transnationaler als strategische Kommunikation vielleicht nicht derart prominent platziert, wenn es nur um eine Einführung ins Forschungsfeld gegangen wäre, denn dazu gibt es recht wenig Forschung.

Zudem ist das abschließende Kapitel des Buches (zu) stark von den Forschungsinteressen der Autoren geprägt. Statt der Engführung auf Klimakommunikation und die Rolle von social media beim „Arabischen Frühling“ hätte ein umfassenderes Resümee nebst Identifikation zentraler Herausforderungen des Forschungsfeldes gut getan. Dort hätte man bspw. darüber nachdenken können, welche Implikationen für das Forschungsfeld sich aus ‚großen‘ Globalisierungstheorien ergeben, etwa aus systemtheoretischen Vorstellungen von Weltgesellschaft, der Wallerstein'schen Weltsystemtheorie oder John Meyers Weltkultur-Modell. Man hätte auch reflektieren können, dass kaum Arbeiten zur ‚globalen‘ Finanzkrise vorliegen, obwohl dies wohl das transnationale Problem ist, das momentan die meisten Menschen bewegen dürfte.

Hartmut Wessler und Michael Brüggemann haben aber ein fraglos empfehlenswertes Buch vorgelegt, das einen relevanten Gegenstandsbereich gelungen aufbereitet und dessen umfassender inhaltlicher Anspruch es Einsteigern einfach machen dürfte, sich in das Thema transnationale Kommunikation einzuarbeiten.

Weischenberg, Siegfried: Max Weber und die Entzauberung der Medienwelt. Theorien und Querelen – eine andere Fachgeschichte. – Wiesbaden: Springer VS 2012. 441 Seiten. Preis: € 39,95.

Andreas M. Scheu

Siegfried Weischenberg will hier auf der Grundlage einer imposanten Quellenbasis, zu der v. a. Originaltexte, Sekundärliteratur und Briefwechsel zählen, den Nachweis antreten, dass Max Weber nicht nur ein, sondern sogar „der Klassiker der Kommunikationswissenschaft“ ist (399, Hervorhebung im Original). Bereits 1910 habe Weber in seinem Vorschlag einer Presse-Enquête, die allerdings nie über das Planungsstadium hinausge-

kommen ist, zentrale Forschungsfelder der heutigen Kommunikationswissenschaft und Journalistik vorweggenommen (89 f.) und diese ausgehend von einem grundlegenden Interesse für „Interrelationen von Medien und Gesellschaft“ (91) entwickelt. Mehr oder weniger direkt und oft sogar unbewusst (384) würden sich heute zahlreiche Mediensoziologen, Journalismusforscher und Kommunikationswissenschaftler aus den verschiedensten Theorietraditionen auf Weber beziehen (394). Der Einfluss Webers sei aber nicht nur in den Fragestellungen, sondern auch auf methodischer Ebene nachzuweisen, nämlich überall dort, wo typologisierende und klassifizierende Verfahren oder auch Verfahren der Komparatistik angewendet würden (394 f.).

Wie der Untertitel schon andeutet, liefert Weischenberg hier eine „andere Fachgeschichte“. Anders an dieser Fachgeschichte ist z. B., dass sie kein klar umgrenztes Fach zum Gegenstand hat. Weischenberg liefert stattdessen in erster Linie eine inter- und transdisziplinäre Theoriegeschichte. Zentrale Fragen sind: Wie hat sich die Mediensoziologie ausgehend von Max Weber entwickelt, weshalb ist die Entwicklung in den Bahnen verlaufen, die sie letzten Endes genommen hat, und welchen Einfluss hat die sich im Anschluss an Weber entwickelnde Mediensoziologie auf die Kommunikationswissenschaft?

Diese Fragen geht Weischenberg an, nachdem er zunächst das Werk Webers auf seine theoretischen Grundlagen hin zusammenfasst und Webers Vorschlag für eine Presse-Enquête sowie die Gründe für ihr Scheitern diskutiert. Die Traditionslinien ausgehend von Weber führen für Weischenberg über Parsons zu Luhmann, Habermas und Bourdieu und über diese dann in die Kommunikationswissenschaft. Die Theorien der gerade genannten Autoren, aber auch die Beiträge zahlreicher anderer Akteure aus (Medien-)Soziologie und Publizistik- und Kommunikationswissenschaft prüft Weischenberg im Hinblick auf ihre Nähe zu Weber. Außerdem ergänzt er den Text durch zahlreiche interessante biografische und historische Details zu den behandelten Personen und Entwicklungen (z. B. im Kontext von Werturteilsstreit, Positivismusstreit und Habermas/Luhmann-Debatte). Dabei dienen biografische Details, Charaktereigenschaften und soziale Konstellationen auch zur Erklärung von theoriehistorischen Entwicklungen.

Mit der vorliegenden Arbeit eröffnet Weischenberg einen wertvollen Zugang zu Leben und Werk Webers und zu seinen Erben in der Mediensoziologie. Das Buch ist insgesamt gut lesbar, kurzweilig und meinungsstark geschrieben und bringt die Perspektive Webers und seine Spuren in den behandelten soziologischen Theorieentwürfen auf den Punkt. Mir persönlich wird der Tonfall dabei aber an einigen Stellen zu ironisch. Zum Beispiel wenn es zur Einschätzung Achim Baums über Habermas heißt, Baum habe in seiner Dissertation zunächst „seine Schulterklopf-Maschine (...) auf Betriebstemperatur“ gebracht, dann eine „ultimative Lobhudelei“ angestimmt und schließlich „das Himmelstor“ soweit aufgemacht, „dass wir hoffen dürfen, aus Webers Schattenreich herausgeführt zu werden“ (217). Mein größter Kritikpunkt lässt sich allerdings als Bedauern darüber zusammenfassen, dass Weischenberg die Chance nicht nutzt, die theoretischen Prämissen und damit die Konstruktionsregeln für die vorliegende „andere Fachgeschichte“ zu reflektieren und gegenüber der bisherigen kommunikationswissenschaftlichen Fachgeschichtsschreibung zu positionieren. So geht er zwar auf biografische und soziale Einflüsse ein und liefert auch Argumente, die sich z. B. in Bezug auf die Presse-Enquête auf äußere Einflussfaktoren beziehen (hier: die Entwicklung des Journalismus), unklar bleibt aber, in welchem Zusammenhang diese Einflussfaktoren zueinander und allgemein zur Entwicklung, Dif-

fusion und Adaption von Theorien stehen, welche Thesen den Blick des Forschers geleitet haben und auch welche theoretische Perspektive auf historische Forschung insgesamt vertreten wird.

Dennoch: Weischenberg verknüpft bereits Bekanntes (Sekundärliteratur) mit neuen Aspekten (Briefwechsel) und beleuchtet die Entwicklung der Mediensoziologie ausgehend von Weber aus einer kommunikationswissenschaftlichen Perspektive. Damit sollte das Buch sowohl für Weber-Neulinge als auch für Weber-Fans in der Kommunikationswissenschaft und Journalismusforschung von Interesse sein.

Verzeichnis der Rezensent(inn)en

Dorothee Arlt ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Medien und Kommunikationswissenschaft der Technischen Universität Ilmenau.

Dr. Walter Hömberg war Inhaber des Lehrstuhls für Journalistik I der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt.

Dr. Thomas Koch ist Akademischer Rat auf Zeit am Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung der Universität München.

Dr. Arnulf Kutsch ist Prof. am Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft der Universität Leipzig.

Dr. Claudia Mast ist Professorin am Institut für Kommunikationswissenschaft der Universität Hohenheim.

Dr. Peter Maurer ist Postdoc am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Universität Wien.

Dr. Kathrin Friederike Müller ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Kommunikationswissenschaft der Universität Münster.

Dr. Claudia Riesmeyer ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung der Universität München.

Dr. Georg Ruhrmann ist Prof. am Institut für Kommunikationswissenschaft der Universität Jena.

Dr. Mike S. Schäfer ist Visiting Fellow am Center of Global Communication Studies, Annenberg School for Communication der University of Pennsylvania.

Dr. Andreas Scheu ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Kommunikationswissenschaft der Universität Münster.

Dr. Martin Welker ist Vertretungsprofessor am Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft der Universität Leipzig.

Dr. Frauke Zeller hat ein Marie Curie Fellowship erhalten und arbeitet an der Wilfrid Laurier University in Waterloo, Ontario, Canada.

Neu in der Rezensionsredaktion

In dieser Liste stehen alle Bücher, die von Autoren oder Verlagen an die Redaktion Buchbesprechungen geschickt wurden. Aus diesen Neuerscheinungen wählen die Hrsg. der *Publizistik* und die Redaktion in Zusammenarbeit mit Peers die Bücher aus, die dann rezensiert werden (vgl. Heft 3/2009, Editorial).

- Altmeppen, K., & Greck, R. (Hrsg.). (2012). *Facetten des Journalismus. Theoretische Analysen und empirische Studien*. Wiesbaden: Springer.
- Bernhard, U. (2012). *Infotainment in der Zeitung. Der Einfluss unterhaltungsorientierter Gestaltungsmittel auf die Wahrnehmung und Verarbeitung politischer Informationen*. Baden-Baden: Nomos.
- Deuze, M. (2012). *Media life*. Malden: Polity Press.
- Dupuis, I. (2012). *Transnationalisierung der Öffentlichkeit in Mittelosteuropa. Eine Befragung von Journalisten zur EU-Berichterstattung*. Baden-Baden: Nomos.
- Engelmann, I. (2012). *Alltagsrationalität im Journalismus. Akteurs- und organisationsbezogene Einflussfaktoren der Nachrichtenauswahl*. Konstanz: UVK.
- Fischer, H.-D. (2012). *Political Caricatures on Global Issues. Pulitzer Price Winning Editorial Cartoons*. Berlin: Lit.
- Gadringer, S., Kweton, S., Trappel, J., & Vieth, T. (Hrsg.). (2012). *Journalismus und Werbung. Kommerzielle Grenzen der redaktionellen Autonomie*. Wiesbaden: Springer.
- Haas, H., & Lobinger, K. (Hrsg.). (2012). *Qualitäten der Werbung – Qualitäten der Werbeforschung*. Köln: Herbert von Halem.
- Hagenah, J., & Meulemann, H. (Hrsg.). (2012). *Mediatisierung der Gesellschaft?* Berlin: Lit.
- Hefner, D. (2012). *Alltagsgespräche über Nachrichten. Medienrezeption, politische Expertise und die wissensbildende Qualität von Anschlusskommunikation*. Baden-Baden: Nomos.
- Hepp, A., Brüggemann, M., Kleinen-von Königslöw, K., Lingenberg, S., & Möller, J. (2012). *Politische Diskurskulturen in Europa. Die Mehrfachsegmentierung europäischer Öffentlichkeit*. Wiesbaden: Springer.
- Hjarvard, S., & Lövheim, M. (Hrsg.). (2012). *Meditization and Religion. Nordic Perspectives*. Göteborg: Nordicom.
- Jäckel, M. (2012). *Medienwirkungen kompakt. Einführung in ein dynamisches Forschungsfeld*. Wiesbaden: Springer.
- Jarren, O., Künzler, M., & Puppis, M. (Hrsg.). (2012). *Medienwandel oder Medienkrise? Folgen für Medienstrukturen und ihre Erforschung*. Baden-Baden: Nomos.
- Knorre, S., Osterheider, F., Schwägerl, C., & Steinkamp, T. (2012). *Organizational Resource Management. Warum sich der Unternehmenserfolg an der Schnittstelle von Kommunikation, Führung und Unternehmensstrategie entscheidet*. Berlin: Lit.
- Kops, M. (Hrsg.). (2012). *Public Value. Was soll der öffentlich-rechtliche Rundfunk für die Gesellschaft leisten?* Berlin: Lit.
- Krotz, F., & Hepp, A. (Hrsg.). (2012). *Mediatisierte Welten. Forschungsfelder und Beschreibungsansätze*. Wiesbaden: Springer.
- Lindemann, M. (2012). „*Tuning Visions into Business*“. *Die Ökonomie des Schenkens – Betrachtungen eines sozialen Phänomens in der wirtschaftlichen Praxis*. Berlin: Lit.
- Loosen, W., & Scholl, A. (Hrsg.). (2012). *Methodenkombinationen in der Kommunikationswissenschaft. Methodologische Herausforderungen und empirische Praxis*. Köln: Herbert von Halem.
- Mast, C. (2012). *Neuorientierung im Wirtschaftsjournalismus. Redaktionelle Strategien in Presse, Rundfunk und Onlinemedien*. Wiesbaden: Springer.
- Podschweit, N. (2012). *Warum Wahlwerbung schaden kann. Wirkung von Parteienwerbung im Kontext der Medienberichterstattung*. Konstanz: UVK.
- Potschka, C. (2012). *Towards a market in broadcasting. Communications policy in the UK and Germany*. New York: Palgrave.
- Reinecke, L., & Trepte, S. (Hrsg.). (2012). *Unterhaltung in neuen Medien. Perspektiven zur Rezeption und Wirkung von Online-Medien und interaktiven Unterhaltungsformaten*. Köln: Herbert von Halem.
- Saxer, U. (2012). *Mediengesellschaft. Eine kommunikationssoziologische Perspektive*. Wiesbaden: Springer.

-
- Scheu, A. M. (2012). *Adornos Erben in der Kommunikationswissenschaft. Eine Verdrängungsgeschichte?* Köln: Herbert von Halem.
- Schmidt, S. J. (2012). *Lehren der Kontingenz. Erinnerung an 40 Jahre Doppelleben.* Berlin: Lit.
- Schuegraf, M., & Tillmann, A. (Hrsg.). (2012). *Pornografisierung von Gesellschaft?* Konstanz: UVK.
- Waldherr, A. (2012). *Die Dynamik der Medienaufmerksamkeit. Ein Simulationsmodell.* Baden-Baden: Nomos.