

## Buchbesprechung

*Averbeck-Lietz, Stefanie, Petra Klein und Michael Meyen* (Hrsg.): Historische und systematische Kommunikationswissenschaft. Festschrift für Arnulf Kutsch. – Bremen: edition lumière 2009 (= Reihe: Presse und Geschichte – Neue Beiträge; Bd. 48). 682 Seiten. Preis: Eur 44,80.

*Reinemann, Carsten und Rudolf Stöber* (Hrsg.): Wer die Vergangenheit kennt, hat eine Zukunft. Festschrift für Jürgen Wilke. – Köln: Herbert von Halem Verlag 2010. 356 Seiten. Preis: Eur 29,50.

*Merten, Klaus* (Hrsg.): Konstruktion von Kommunikation in der Mediengesellschaft. Festschrift für Joachim Westerbarkey. – Wiesbaden: VS Verlag 2009. 311 Seiten. Preis: Eur 39,90.

*Holtz-Bacha, Christina, Gunter Reus und Lee B. Becker* (Hrsg.): Wissenschaft mit Wirkung. Beiträge zu Journalismus- und Medienwirkungsforschung. – Wiesbaden: VS Verlag 2009. 349 Seiten. Preis: Eur 49,90.

*Eberwein, Tobias und Daniel Müller* (Hrsg.): Journalismus und Öffentlichkeit. Eine Profession und ihr gesellschaftlicher Auftrag. – Wiesbaden: VS Verlag 2010. 560 Seiten. Preis: Eur 59,95.

*Hackel-de Latour, Renate, Christian Klenk, Michael Schmolke und Ute Stenert* (Hrsg.): Vom Vorwort bis zum Friedhofsgespräch. Randlinien gesellschaftlicher Kommunikation. Communicatio Socialis. Beiheft 11. – Grünewald: Schwabenverlag 2010. 177 Seiten. Preis: Eur 11,90.

*Ralf Hohlfeld*

Seit einigen Jahren heben vor runden Geburtstagen immer wieder die Klagen von Fachkollegen an, es müsse endlich Schluss gemacht werden mit der unseligen Wundertüte Festschrift, die dem Jubilar oft mehr schädige als ihn zu glorifizieren. Die traditionelle Festgabe binde Arbeitskraft bei Herausgebern und Beiträgern gleichermaßen, und das alles bei zweifelhaftem Nutzen und geringer Aussicht auf Resonanz. Viele etablierte

Fachkolleginnen und Kollegen stoßen heute in dieses Horn, zumindest bis sie selbst allmählich ins Festgabenalter kommen.

Früher gehörte die Festschrift zu den unverrückbaren akademischen Gepflogenheiten, mit denen anerkannten Wissenschaftlern zum Ende ihrer Laufbahn Ruhmessteine gesetzt und Lorbeerkränze geflochten wurden. Die Festschrift als Textgattung entstammt der Ordinariatenuniversität und ist nicht nur bei uns im Fach in den Zeiten vor den Peer-Review-Fachzeitschriften und den in internationalen Zitationsindizes verzeichneten Journalen die klassische Gelegenheit gewesen, Themenschwerpunkte zu setzen, Bilanzen zu ziehen und Lebenswerke zu dokumentieren.

Es gehörte zur guten universitären Sitte, verdiente Wissenschaftler mit Sammelbänden zu ehren, die freilich oftmals mehr dem Doktor- oder Habilitater (respektive der -mutter) als deren Leistungen huldigten. Fritz von Klinggräff hat die Funktionsweise des damit verbundenen Wechsels akademischer Generationen mit maliziösem Biss auf den Punkt gebracht: „Den Ehrenplatz in den Festschriftregalen gibt es, damit man endlich Platz macht für seine Schüler.“ Noch heute dokumentieren Festschriften unter wissenschaftsgeschichtlichen Gesichtspunkten Abhängigkeitsbeziehungen und persönliche Netzwerke, nicht selten schließen sie auf, wer an wessen Seil hing und hängt, wer wem eine Gefälligkeit schuldet. Schüler-Lehrerbeziehungen, örtliche Rivalitäten von Schulen und Denktraditionen aber auch Zitationskartelle werden dadurch mehr oder weniger freiwillig transparent. Aus der Sicht des Fachhistorikers ist die Festschrift deshalb ein Juwel, zumindest insoweit man die akademische Sozialisation und die Schulenzugehörigkeit sowohl des Jubilars als auch des Zueignenden erkennen kann.

Unterdessen hat die Festschrift als wichtiges Element der wissenschaftlichen Publikationsstrategie weitgehend überlebt. Sie ist, wie alle Sammelbände, im Konzert der Forschungspublikationen immer unwichtiger geworden, weil die in ihr publizierten Einzelleistungen kaum auffindbar sind und es in der Vergangenheit sehr vielen Publikationen an Kohärenz, Stringenz und schlicht am identifizierbaren Sinn mangelte. Im Vergleich zur Monographie, vor allem aber zum Fachzeitschriftenaufsatz hat die Festgabe in der Kommunikationswissenschaft an Bedeutung verloren.

Und doch ist die Festschrift im Fach nicht ausgestorben, immer wieder wurde zum runden oder halbrunden Geburtstag gegen Ende einer Wissenschaftlerlaufbahn eine festliche Zusammenschau publiziert, auch wenn sich so recht keiner an den Ergebnissen erfreuen konnte. Ausnahmen bestätigen die Regel. Zum Teil wurde hinter vorgehaltener Hand geätzt, wer solche Freunde hat, braucht keine Feinde. Im Übrigen ist es im Umkehrschluss des „Who is Who?“ zu einem gewissen Themenschwerpunkt oft aufschlussreicher zu erfahren, wer nicht zu den Beiträgern einer Festschrift gehört.

Seit kurzer Zeit erhebt sich im Fach eine heftige Emeritierungswelle, in deren Ausläufern sich auch einige 60jährige Granden des Fachs auf den Ruhestand vorbereiten. Es ist die Generation derer, die in der Expansionsphase der Kommunikationswissenschaft in den 1970er und 1980er Jahren berufen wurde, Kollegen von Rang und mit großer Strahlkraft, die dem Fach zudem in einer kommunikationspolitischen Umbruchphase zu einigem Ansehen verholfen haben. Und so hat es eine gewisse Zwangsläufigkeit, dass diese fachwissenschaftliche Zäsur mit der Kulmination von Festschriften für Klaus Schönbach und Arnulf Kutsch (jeweils zum 60.) und für Jürgen Wilke, Joachim Westerbarkey, Horst Pöttker sowie Walter Hömberg (zum 65. Geburtstag) einhergeht.

Festschriften müssen gegen einige stabile Vorurteile ankämpfen. Zu den prominentesten gehören die Invektiven, die Herausgeber bräuchten mal wieder eine selbstständige Publikation, die Beiträger sehen sich zu einer Gefälligkeitspublikation genötigt, die Aufsätze sind bestenfalls Zweit- oder Drittverwertungen von an wesentlicheren Publikationsorten veröffentlichten Originalbeiträgen, es würden nur schwache Manuskripte abgeliefert, die unverlangt eingereicht niemals das Licht der Öffentlichkeit erblicken würden (und diesen Beweis schon vielfach angetreten haben). Die vorliegenden Festgaben für einige verdiente Vertreter des Fachs sind folglich unter der Maßgabe zu begutachten, wie hoch der Anteil der Aufsätze ist, die randständige Themen bearbeiten, die niemals kanonfähig sein können, die allenfalls den Charakter persönlicher Grußadressen aufweisen, die für eine „richtige“ Publikation schon von der Datenlage her nicht seriös genug sind, um nur die am häufigsten genannten Vorurteile zu nennen. Das Beiheft 11 von *Communicatio Socialis* mit dem sprechenden Untertitel „Randlinien gesellschaftlicher Kommunikation“ entzieht sich allerdings von vornherein auf amüsante Weise derlei auf Substanz bezogener Kritik.

Wenn die genannten Vorbehalte den negativen Maßstab abgeben, dann ist das positive Prüfkriterium im Umkehrschluss durch Kohärenz, Originalität und Substanz beschrieben. Anders als bei anderen Anthologien, die das Ergebnis von wissenschaftlichen Tagungen sind, ist ein weiterer Gradmesser für die Festschrift mit der Frage formuliert, ob man sie als Ganzes lesen kann – besteht also die Möglichkeit der sinnvollen und gewinnbringenden linearen Rezeption? Die von Stefanie Averbek-Lietz, Petra Klein und Michael Meyen herausgegebene Festschrift für Arnulf Kutsch ist insofern eine Ausnahme, als sie schon im Titel einen kompletten Aufriss über das Teilgebiet „Historische und systematische Kommunikationswissenschaft“ verspricht – und hält. Auch wenn eine konsekutive lineare Rezeption hier nichts bringt, verschaffen die Herausgeber dem Leser doch einen eindrucksvollen Überblick, was die historische und systematische Kommunikationswissenschaft ist und was sie im Bereich der Fach- und Theoriegeschichte, der Medien- und Kommunikationsgeschichte und der Mediensystemforschung zu leisten im Stande ist. Als Sahnehäubchen gibt es ein erstaunliches Fundstück aus den späten 1960er Jahren von Winfried B. Lerg und J. Monika Walther zur „Werthaltungsanalyse publizistischer Aussagen“, das Lerg in einem für viele ungewohnten Licht als Empiriker und methodologisch Kundigen erscheinen lässt – samt fachgeschichtlicher Einordnung von Winfried Schulz.

Im Prinzip haben alle Festschriften den richtigen thematischen Zuschnitt gefunden, der oft in der Denomination der Professuren liegt und dessen Weite eben vom Spektrum der jeweiligen Denomination abhängt. Dies gilt neben der Kutsch-Festschrift auch für den von Carsten Reinemann und Rudolf Stöber zu Ehren von Jürgen Wilke herausgegebenen Band „Wer die Vergangenheit kennt, hat eine Zukunft“. Neben einigen mal bedeutsameren, mal randständigeren Fallstudien wird die Schrift von zahlreichen sehr grundlegenden Aufsätzen zu geschichtlichen, gesellschaftlichen und demokratietheoretischen Grundfragen (etwa von Stöber, Gerhard Vowe, Kai Hafez und Hans Mathias Kepplinger) getragen, die zumeist implizit auch eine Arbeit am Begriff der Öffentlichkeit sind.

Auch die Festgabe für Horst Pöttker ist in weiten Teilen der Öffentlichkeit gewidmet. Der Titel „Journalismus und Öffentlichkeit“ deutet das bereits an und schränkt den Öffentlichkeitsbegriff allenfalls auf das Leistungssystem Journalismus ein. Auch hier bietet die Breite der Forschungsinteressen des Geehrten den Herausgebern Tobias Eberwein

und Daniel Müller die Chance, wichtige Autoren zu wichtigen Themen zu versammeln: Migration, Journalismusgeschichte, Journalistenausbildung und natürlich Öffentlichkeit. Dass auch hier die meiste Substanz und Relevanz in den demokratietheoretisch umkreisten Beiträgen zum Thema Öffentlichkeit und Gesellschaft versammelt sind, verwundert nicht.

Gleiches gilt für die von Klaus Merten für Joachim Westerbarkey zusammengestellte Festschrift „Konstruktion von Kommunikation in der Mediengesellschaft“, die den nicht überraschenden systemtheoretisch-konstruktivistischen Einschlag schon im Titel führt. Auch dieser hinsichtlich der Autorenschaft sehr kohärente Münster-Band vereinigt einige stärkere theoretische Beiträge zum Formalobjekt öffentliche Kommunikation, ist aber ansonsten eher nach dem Prinzip Wundertüte organisiert, wobei auch diese instruktive Beiträge wie Christoph Neuberger's Untersuchung zu den Tradierungsfehlern in der kommunikationswissenschaftlichen Handbuchpublizistik birgt.

Kohärenter und doch ein gewaltiger Spagat, weil die beiden Hauptarbeitsfelder des Jubilars gleichrangig bedienend, ist der von Christina Holtz-Bacha, Gunter Reus und Lee B. Becker initiierte Band für Klaus Schönbach mit dem vielsagenden Titel „Wissenschaft mit Wirkung“. Journalismusforschung und Medienwirkungsforschung kommen hier fast gleichberechtigt zum Zuge, wobei die Vielzahl internationaler Autoren die Wirk- und Strahlkraft Schönbachs weit über die Grenzen Deutschlands hinaus nicht nur den Zahlen nach dokumentiert, sondern auch inhaltlich-substantiell. In den meisten Beiträgen werden die theoretischen und empirischen Spuren des weitgereisten Jubilars nicht nur – wie so häufig in Festschriften – gesichert, sie werden vielmehr aufgenommen und mit Blick auf gesellschaftlich relevante Fragen wie Informations- und Wahlverhalten oder Meinungsmacht ausgebaut.

Der Versuch, eine Quersumme durch die in Rede stehenden Festschriften zu ziehen, kann nicht gelingen, auch wenn sich bisweilen ein Festschriftenkartell, ein Reigen aus beteiligten vielschreibenden Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern abzuzeichnen scheint, die wahl- und wechselweise als Herausgeber, Beiträger oder Jubilare fungieren. Dem vom Kunsthistoriker Henry Keazor angemahnten „Reflex vom intellektuellen Radius des Jubilars“, den die Beiträge geben sollen, und das Potenzial, vom Jubilar eingeschlagene Denkwege weiterzuverfolgen, weisen letztlich nicht alle Beiträge auf. Liest man sie unüblicherweise doch in summa, bleibt auf der Habenseite sehr viel Aufschlussreiches zur Theorie- und Fachgeschichte, speziell zum Aufbau und zur Entwicklung bedeutsamer Standorte der Kommunikationswissenschaft in Deutschland. Auch die vielschichtigen und ambitionierten Arbeiten am Formalobjekt öffentliche Kommunikation bzw. an der zentralen Kategorie Öffentlichkeit in der aktuellen Umbruchphase verdienen Achtung und Anerkennung. Dagegen werden manche Themenfelder durch wiederholtes Beackern nicht fruchtbar. Vor allem dann, wenn es wie im Fall der universitären Journalistenausbildung stets um den Blick zurück geht, wenn rückwärtsgewandt Gewinne und Verluste saldiert werden, statt sich mit Zukunftskonzepten zu beschäftigen, durch die den Jubilaren doch um einiges mehr an Ehre widerfahren würde. Als außen liegender Maßstab für die Frage, ob die Festschrift nicht nur dem zu Ehrenden, sondern auch der Scientific Community etwas zu geben hat, mag der direkte Vergleich zu den aktuellen Fachzeitschriften der Kommunikationswissenschaft dienen. Den muss jeder für sich selbst ziehen. Der Rezensent persönlich empfindet diesen Abgleich zu seiner eigenen

Überraschung als Ehrenrettung für die Festschrift: Verglichen mit dem oft kurzweilig reflektierten Empirismus und der an kurzer Leine gehaltenen methodologischen Nabelschau der Journale erscheinen die jüngsten Festschriften aus dem Fach vergleichsweise intellektuell anregend und zum Teil von gewissem heuristischen Wert zu sein. Zumindest sind sie ein Beleg gegen Pauschalurteile, welche die Textsorte „Festschriftbeitrag“ als Synonym für wissenschaftliche Leichtgewichtigkeit abqualifizieren.

*Dernbach, Beatrice*: Die Vielfalt des Fachjournalismus. Eine systematische Einführung. – Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 304 Seiten. Preis: Eur 24,95.

*Klaus Meier*

Der Begriff „Fachjournalismus“ wurde vor dem Hintergrund fachpolitischer Programme erfunden: Studiengänge und ein Journalistenverband mit dieser Bezeichnung wurden gegründet. Seitdem mühen sich Vertreter dieser Institutionen um eine Klärung des Begriffs. Im Kern geht es vor allem darum zu beweisen, dass der Begriff sinnvoll unterscheidet – in wissenschaftlicher wie praktischer Hinsicht.

Beatrice Dernbach wurde 1999 als Professorin für einen solchen Studiengang berufen. Sie hat nun eine umfassende Einführung vorgelegt, die ihre Erfahrungen mit Lehre und Forschung an diesem Studiengang bündelt. Ziel ist es, „eine tragfähige Theorie des Fachjournalismus auszuarbeiten“ (12). Als Basis dient die Systemtheorie – meist nach Manfred Rühl – unter Verweis auf einige Aspekte der Wissenssoziologie, wobei ein tieferes Eintauchen in die Wissenssoziologie mitunter hilfreich gewesen wäre. So werden zum Beispiel die Begriffe „Experte“ und „Laie“ weitgehend unreflektiert verwendet. Richtet sich etwa ein Snowboarder-Magazin tatsächlich an Experten (29)?

Das Problem des Begriffs „Fachjournalismus“, der nun einmal in der Welt ist, liegt darin, dass Journalismus nicht ein Fach oder fachgebunden vermittelt (wie etwa wissenschaftliche Lehre oder schulische und berufliche Bildung), sondern aktuelle Themen zur öffentlichen Kommunikation. Schon allein die Formulierung des Gegenteils macht Probleme: „General-“ oder „Allround-Journalismus“ (27) als „Nicht-Fachjournalismus“? Eine klare Unterscheidung zwischen „Fachjournalismus“ und „Nicht-Fachjournalismus“ ist nicht möglich. Das weiß natürlich auch die Autorin: Die Grenzen seien „fließend“ und das „Verständnis von Fachjournalismus“ sei mal „enger“ mal „weiter“ – je nach „Funktion, Themen, Macher, Publikum, Medium, Wirkung“ (27).

Die Autorin geht nicht fahrlässig, sondern begründet vor – dennoch bleibt der Eindruck auch nach Seite 304, dass der Begriff immer wieder wie ein Stück Seife aus der Hand gleitet. Wäre der Begriff „Special Interest-Journalismus“, der manchmal als Synonym verwendet wird (beispielsweise auf Seite 27), nicht treffender – weil es grundsätzlich um Spezialisierung geht und weil Interessen doch stärker mit aktuellen Themen verbunden sind als das klassische Verständnis des Wortteils „Fach“?

Der Wert dieser Einführung liegt darin, journalistische Themenfelder zu benennen, die bei einer allgemeinen Analyse des Journalismus häufig unter den Tisch fallen, die aber aufgrund der inhaltlichen Spezialisierung zugenommen haben: Food-, Mode- oder auch Musikjournalismus. Wer sich mit diesen Nischen beschäftigt, findet in diesem Buch

einen ersten historisch-systematischen Einstieg. Allerdings führt die Autorin insgesamt zehn Themenfelder als „Vielfalt des Fachjournalismus“ aus, die recht heterogen sind und doch eigentlich ganz unterschiedlich untersucht werden müssen: Neben Food-, Mode- und Musik- stehen dann gleichrangig Medien-, Technik-, Medizin- und Gesundheits-, Reise-, Auto- und Motor-, Sport- und Wirtschaftsjournalismus. Es fehlt im Wesentlichen nur der Politikjournalismus, der offenbar nicht unter das Label „Fachjournalismus“ fällt und exklusiv dem „Generellen“ zuzuordnen ist.

Alle diese Themenfelder unter einem Begriff zu bündeln und zu analysieren, hat wissenschaftlich nur Sinn, wenn sich daraus neue Erkenntnisse gewinnen lassen. Das Buch deutet an, dass der Erkenntniswert zwar begrenzt, aber vorhanden ist: zum Beispiel im Bereich fachjournalistischer Stile und Sprachen oder was den Bedeutungszuwachs der journalistischen Bildungsfunktion in der Wissensgesellschaft betrifft. Wer künftig über „Fachjournalismus“ forscht, wird das Buch gewinnbringend lesen. Ob „Fachjournalismus“ indes als Begriff und Konzept mit diesem Buch wissenschaftlich anschlussfähig wird, bleibt zweifelhaft.

*Gripsrud, Jostein und Halvard Moe (eds.): The Digital Public Sphere. Challenges for Media Policy. – Göteborg: Nordicom 2010. 167 Seiten. Preis: Eur 25,-.*

*Maria Löblich*

Die Medienpolitik befindet sich in einem Umbruch. Unter den Bedingungen von Globalisierung und Digitalisierung wandeln sich ihre Regulierungsgegenstände. Praktiker diskutieren schon lange, inwieweit die bisherigen Prämissen der Medienregulierung noch angemessen sind (sektorenspezifische Regulierung, regionale Aufsichtsstrukturen usw.). In der Forschung haben diese Debatten jedoch noch wenig Niederschlag gefunden. Deshalb dürfte der Sammelband der norwegischen Medienwissenschaftler Gripsrud und Moe auch hierzulande interessant sein, versucht er doch, dem komplexer und unübersichtlich werdenden Bereich der Medien- und Internetpolitik ein paar Eckpfeiler einzuziehen. Das Buch geht auf ein Symposium der internationalen Forschungsinitiative „Democracy and the Digitization of Audiovisual Culture“ (DigiCult) zurück und bietet Fallstudien sowie theoretische Beiträge zu einem breiten Spektrum aktueller Fragestellungen auf der nationalen, europäischen und internationalen Ebene. In neun Kapiteln sowie einer Einleitung geht es um die Regulierung von audiovisuellen Medien. Themen sind Netzneutralität und globale Copyright-Regelung, die audiovisuelle Mediendiensterichtlinie und myspace.de, Überwachung im Internet, öffentlich-rechtlicher Rundfunk in Europa oder der Zugang zu audiovisuellen Archiven.

Das Erkenntnisinteresse der beiden Herausgeber kreist um die Frage, welche Probleme sich einer Medienpolitik stellen, die die Öffentlichkeit demokratisch gestalten will und dabei unter den Bedingungen von Digitalisierung, Globalisierung und Ökonomisierung agieren muss. Die Einleitung bietet dazu einen Problemaufriss. Die Herausgeber vergeben hier aber die Chance, eine übergreifende Perspektive oder ein Modell zu entwickeln, das den Gegenstandsbereich und seine Elemente – Öffentlichkeit, Akteure, Einflussfaktoren und die drei in Wechselwirkung stehenden „Treiberprozesse“ – systematisiert. Die einzel-

nen Themen des Bandes hätten in einem solchen Rahmen gut verortet und miteinander verknüpft werden können. Das gilt insbesondere für den Begriff der Öffentlichkeit, mit dem sich Slavko Splichal in seinem ideengeschichtlichen Beitrag beschäftigt. Er untersucht, wie das Paradigma der „Public Sphere“ (Habermas) das Konzept von „Public“ ersetzt, behandelt aber den Wandel der Öffentlichkeit durch Digitalisierung allenfalls nachrangig.

Trotz dieser Kritik ist der Sammelband insgesamt spannend und verdienstvoll. Die Fallstudien stehen für unterschiedliche Dimensionen des Wandels, von denen an dieser Stelle nur ein paar herausgegriffen werden sollen. Tanja Storsul analysiert die norwegische Netzneutralitätsdebatte und geht damit den veränderten Interessenskonstellationen und Einflussstrategien neuer Akteure in der Medienpolitik nach. Sie zeigt, wie – nachdem Netzbetreiber in Norwegen einen ersten Vorstoß unternommen haben, Inhabitanten für den Transport von Daten bezahlen zu lassen – der Konflikt ohne Beteiligung des Staates ausgeglichen wurde. Hannu Nieminen untersucht eine finnische Firma, die Fernsehen über das Internet weiterverbreitet, und illustriert mit diesem Fall die Ambivalenz von Gemeinwohlzielen und Urheberschutz. Und Karen Donders und Caroline Pauwels gehen der gewachsenen Bedeutung der EU nach und analysieren die Auswirkungen von Beihilfe-Verfahren auf die Transformation des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in öffentlich-rechtliche Diensteanbieter.

Jostein Gripsrud und Hallvard Moe ist nicht nur wegen des raffinierten Coverbilds ein Kompliment zu machen, sondern auch weil sie interessante Einblicke in das neue Feld der Internetpolitik bieten. Solche Einblicke fehlen in der noch weitgehend der „offline-Medienpolitik“ verhafteten deutschen Kommunikationswissenschaft.

*Hartmann, Maren und Andreas Hepp* (Hrsg.): Die Mediatisierung der Alltagswelt. – Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften 2010 (= Reihe: Medien – Kultur – Kommunikation). 325 Seiten. Preis: Eur 34,95.

*Marian Adolf*

Der Band ist Friedrich Krotz als Festschrift gewidmet und versammelt 18 Beiträge, die sich im weiteren Sinne mit dessen Kernkonzept der Mediatisierung beschäftigen. Diesem ist somit, kaum ein Jahr nach Lundbys englischsprachigem Sammelband „Mediatization“ (Peter Lang, 2009), eine weitere Anthologie gewidmet. Auch diese Sammlung fällt sehr lesenswert aus, was nicht zuletzt der Breite der Zugänge (so der einzige inhaltliche Abschnittstitel der Sammlung) und der Zentralität einer Debatte geschuldet ist, die mindestens zwei disziplinäre Fragestellungen gleichzeitig behandelt: Einerseits geht es um die Rolle und Prominenz des Faches als sozialwissenschaftliche Schlüsseldisziplin unserer Zeit und andererseits um die Frage nach der theoretischen Ausrichtung und Anschlussfähigkeit unserer Forschung. Noch vor jeder konkreten theoretisch-konzeptuellen Ausgestaltung steht Mediatisierung heute zusehends für eine selbstbewusste Kommunikationswissenschaft, die sich traut, ihr Postulat als „Wissenschaft der Mediengesellschaft“ auch vorzutragen.

Dabei ist auffällig, wie häufig und bisweilen intensiv hier mit klassischer sozial- und gesellschaftstheoretischer Literatur gearbeitet wird. So begeben sich Göttlich, Hartmann, Hepp, Thomas und Winter zum Teil tief in theoriegeschichtliches Gebiet. Die interaktionistische Perspektive, eine handlungs- und symboltheoretische Argumentation behalten in diesem Band – anders als bei Lundby – eindeutig die Oberhand. Dass Mediatisierung als Metaprozess verstanden wird, hat zur Folge, dass die einzelnen Texte keiner weiteren gegenstandsspezifischen Konkretisierung unterliegen. So sucht etwa Tanja Thomas nach Möglichkeit und Verortung der intellektuellen Medienkritik unter den Bedingungen der Medienkultur, und Carsten Winter verbaut den Mediatisierungsansatz gleich im Herzen einer noch zu verfassenden Gesellschaftstheorie der Mediengesellschaft. Anwendungsbezogen bekommen wir es mit Casting Shows (Keppler), dem Mobiltelefon (Höflich, Schulz), Social Network Sites (Neumann-Braun, Wirz), den Megaausstellungen der Nationalsozialisten (Rössler) und künstlerischem Medienhandeln (Wiedemann) zu tun. Die Forschungsperspektiven umfassen Öffentlichkeitsforschung (Lingenberg), die sozialtheoretische Kategorie Vertrauen (Kleining), das Verhältnis von Medien und Zeit (Neverla), Medien als biographische Begleiter (Paus-Hasebrink) und Medienpädagogik (Theunert, Schorb). Aufbauend auf dem Medienrepertoireansatz schlagen Hasebrink und Domeyer Informationsbedarfe und entsprechende Medienzuwendung als hilfreiche Heuristik für unsere Forschungsbemühungen nach dem Zusammenbruch alter gattungsspezifischer Ordnungsschemata vor. Hickethier untersucht Mediatisierung in der Form von Intermedialitätseffekten. So bietet diese Festschrift mit ihren recht kompakten Texten eine große thematische wie perspektivische Bandbreite, versammelt langjährige Weggefährten ebenso wie Forscher, deren Arbeit in engem Zusammenhang zu Friedrich Krotz Werk stehen. Wie es sich für eine Festschrift gehört, wird der Band mit einer kurzen Biographie begonnen und von einer Bibliographie des Jubilars abgeschlossen.

Beanstanden mag man das Fehlen des letzten Zugs zum Ziel, soll heißen: Auch nach diesem Sammelband verbleibt, wenig verwunderlich angesichts der Aufgabe, viel konzeptionelle Arbeit an einem hinreichend konsentierten Mediatisierungskonzept. Die Entscheidung zwischen einem weiten Begriff, unter den letztlich die Gesamtheit aller Verbindungen von Medien-, Kommunikations- und Gesellschaftsentwicklung fällt, und einem, wie auch immer einzugrenzenden, engeren Verständnis steht weiterhin aus. Ebenso die Klärung der Frage, wie viel medientechnische und institutionsspezifische „Logik“ dem so prominent behandelten individuell-interaktionistischen Medienhandeln zugemutet werden soll. Die breite und teilweise überraschend anschlussfähige Perspektivierung und der Umstand, dass es zu gelingen scheint, im Rahmen der Mediatisierungsforschung die deutschsprachige Diskussion mit internationalen Forschungsbemühungen stärker zu verknüpfen, lassen die gegenwärtige Konjunktur des Konzepts als positives Zeichen einer selbstbewussten Kommunikationsforschung erscheinen. Und darüber kann man sich bei aller – noch ausstehender – Debatte im Konkreten doch eigentlich nur freuen.

*Hartung, Anja, Bernd Schorb, Daniela Küllertz und Wolfgang Reißmann: Alter(n) und Medien. Theoretische und empirische Annäherungen an ein Forschungs- und Praxisfeld.* – Erfurt: ISTAS (= Reihe: TLM Schriftenreihe; Bd. 20). 122 Seiten. Preis: Eur 12,-.

*Eugène Loos*

Die Gesellschaft altert, während neue Medien unseren Alltag immer mehr prägen. Marc Prensky bezeichnet ältere Menschen als „digital immigrants“, die Probleme haben, im Alltag neue Medien zu nutzen. Im Gegensatz dazu bezeichnet er junge Leute, die mit neuen Medien herangewachsen sind und deshalb unter allen Umständen imstande sind, diese auch zu nutzen, als „digital natives“. Handelt es sich um eine stereotype Vorstellung der Medienkompetenz älterer Menschen? Oder stimmt dieses Bild des „digital immigrant“ und erwächst daraus eine gewaltige Herausforderung für unsere Gesellschaft?

Das vorliegende Buch fragt, auf welche Art und Weise ältere Menschen mit Medien umgehen und welche Vorstellungen, Haltungen, Bedürfnisse und Erwartungen ihren Zugang zu und ihren Umgang mit Medien moderieren. Es handelt sich dabei um eine qualitative Pilotstudie, deren Ziel es ist, einen Überblick über den Stand der Forschung im Gegenstandsbereich zu erarbeiten und hieran anknüpfend Perspektiven und Handlungsbedarfe für die medienpädagogische Forschung und Praxis auszuloten. Es gelingt den Autoren, in ihrem Forschungsbericht die Ergebnisse ihrer Pilotstudie klar auf den Ebenen von Theorie, Empirie und Praxis zu erörtern. Sie beschreiben verschiedene Dimensionen von Medienkompetenz, wobei zu Recht der Stellenwert selbstgesetzter Zwecke von Medienkompetenz und die Besonderheit der älteren Menschen betont werden. Befragt wurden Angehörige unterschiedlicher Abschnitte im höheren Lebensalter (frühes Alter, mittleres Alter, Hochbetagte) zu ihren medienbezogenen Gewohnheiten und Vorlieben. Ein Schwerpunkt galt dabei biografischen Aspekten des Medienhandelns sowie der Nutzung und Bewertung der „neuen Medien“ Computer und Internet.

Auf der Grundlage der Untersuchungsergebnisse formulieren die Autoren vier konkrete Folgerungen, die nicht nur für weiterführende Forschung benutzt werden können, sondern auch Perspektiven für die medienpädagogische Praxis aufzeigen:

1. Es ist wichtig, in der Forschung den lebensweltlichen Kontext, wie die familiäre Situation und das soziale Umfeld, von Medienhandeln hinlänglich zu berücksichtigen.
2. Es gilt ebenfalls, den medienstrukturellen Kontext des Medienhandelns ausreichend in die Forschung einzubeziehen. Als Beispiele für diese Art von Kontext können medienspezifische Kommunikationsbedingungen (wie Ein- oder Zweikanaligkeit, Medienkonvergenz), Medienformate und deren Stellenwerte für Selbst- und Weltbezüge sowie Reflexionsoptionen erwähnt werden.
3. Die Forschung soll vor allem medienformatübergreifend und perspektivverschränkend sein. Sie soll gleichermaßen sowohl auf den lebensweltlichen Kontext älterer Menschen mit Blick auf Medienhandeln als auch auf medienstrukturelle und ökonomische Bedingungen sowie das Alter(n)sverständnis von Medienmachern fokussiert sein.

4. Eine die gegenwärtige Medienhandlungssituation überschreitende Forschungsperspektive auf (unverwirklichte) Möglichkeiten und Potentiale von Medien und Medienhandeln ist notwendig, um öffentliche Verständigungsprozesse zu erweitern. Auf diese Weise können emanzipatorische Ziele erreicht werden.

Mit diesen Forderungen ist es den Autoren gelungen, qualitativen Forschern einen Rahmen zu bieten, um empirische Daten für Medienpraxisprojekte mit älteren Menschen zu sammeln. Kernaussage des Bandes ist es, ältere Menschen als aktive Subjekte ernst zu nehmen und deren Potenziale gemeinsam mit Forschern auszuloten.

*Hepp, Andreas, Marco Höhn und Jeffrey Wimmer (Hrsg.): Medienkultur im Wandel. – Konstanz: UVK 2010 (= Reihe: Schriftenreihe der Deutschen Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft, Bd. 37). 474 Seiten. Preis: Eur 34,-.*

*Josef Seethaler*

Proceedings von Jahrestagungen stehen vor einem doppelten Problem: Einerseits sollen die Tagungen die Breite der Forschungen in einer Fachgesellschaft repräsentieren, während ein Sammelband infolge dieser Breite Gefahr läuft, heterogen zu wirken. Andererseits bauen Proceedings auf einer durch das Reviewverfahren getroffenen Vorauswahl auf, die nur so gut ist, wie die Reviewerinnen und Reviewer bereit sind, formalisierte Regeln durch (zeitaufwändigere) offene Beurteilungen zu ergänzen, um auch kreativen und innovativen Beiträgen, die nicht so sehr einer „Streamline-Form“ entsprechen, eine Chance zu geben. Viele und gerade große Fachgesellschaften sehen also aus guten Gründen davon ab, ihre Jahrestagungen in Buchform zu dokumentieren. In der DGPK haben die Tagungsbände aber eine lange, wenn auch in jüngster Zeit nicht mehr unumstrittene Tradition.

Die Bremer Kollegen meistern ihre nicht ganz einfache Aufgabe als Herausgeber des Tagungsbandes zur Jahrestagung 2009 mit beachtlichem Erfolg. Dass das Thema „Medienkultur im Wandel“ in der internationalen Forschung boomt, muss hier nicht extra betont werden. Die fortschreitende Globalisierung und Digitalisierung der Medienkommunikation und damit verbundene Prozesse der Kommerzialisierung der Produktion und Individualisierung der Rezeption haben ihre kulturelle Dimension wieder stärker ins Bewusstsein rücken lassen. Kultur als Muster kollektiv verbindlicher Grundprämissen, die sich formell wie informell zum Beispiel in Werten, Normen, Artefakten und Symbolen materialisieren, ist nicht nur immer stärker durch Medien vermittelt, sondern wird in zunehmendem Maße durch Medien (re)produziert und unterliegt daher deren (sich wandelnder) Logik. Der Sammelband zeigt, dass die Brisanz dieser Kopplung zwar nicht zuletzt in den gegenwärtigen intra- und interkulturellen Konflikten deutlich wird, dass sie aber individuelles und kollektives Verhalten grundlegend prägt.

Die Leistung der Herausgeber ist umso bemerkenswerter, als sie neben den genannten Problemen noch vor einem dritten standen, das insbesondere im deutschsprachigen Raum virulent ist: nämlich vor der scheinbaren Unversöhnlichkeit kultur- und sozialwissenschaftlicher Ansätze. Allein der in dieser Hinsicht versuchte Brückenschlag verdient

Respekt und sollte beide Seiten anleiten, sich auch mit den Arbeiten der jeweils anderen Seite zu beschäftigen. Das gilt vor allem für den – in quantitativer wie qualitativer Sicht – starken Mittelteil des Buches. Die hier versammelten Beiträge gruppieren sich um den erfreulicherweise immer besser erforschten Themenbereich „Politische Diskurskulturen und transkulturelle Kommunikation“ (in dem nur und leider gerade der Beitrag zu den Mohammed-Karikaturen feuilletonistisch geraten ist), das in den letzten Jahren intensiv bearbeitete Forschungsfeld „Journalismuskulturen“ (zu dem noch einige Beiträge aus dem letzten Abschnitt über medienkulturelles Rollenhandeln im Journalismus gehören) und schließlich um den vielfältigen Themenkomplex „Medien, Migration und diasporische Medienkulturen“. Themen, Autorinnen und Autoren aufzuzählen, würde den hier zur Verfügung stehenden Rahmen sprengen.

Um die (aus Sicht des Rezensenten) drei Kernbereiche des Buches, die einen lesenswerten Einstieg in die einschlägige deutschsprachige Forschung vermitteln, gruppieren sich einige weitere Abschnitte zu übergeordneten Bereichen wie den Theorien der Medienkulturforschung und den historischen Dimensionen des Medienkulturwandels einerseits und zu alltäglichem medienkulturellem Rollenhandeln, wie es sich etwa in den Netz- und Spielkulturen manifestiert, andererseits. In diesen Abschnitten sind nicht alle Beiträge so informativ wie jene von Friedrich Krotz (Kommunikations- und Medienwissenschaft unter den Bedingungen von Medienkultur), Holger Böning und Michael Nagel (Kultur- und Medienwandel seit der frühen Neuzeit) oder von Uwe Hasebrink, Ingrid Paus-Hasebrink und Jan-Hendrik Schmidt (das Social Web in den Medienrepertoires von Jugendlichen). Generell gilt jedoch, dass sämtliche Beiträge sehr kurz sind, sodass sie nur als Anreiz für eine Weiterbeschäftigung mit den vorgestellten Studien verstanden werden können. Vielleicht wären weniger Beiträge mehr gewesen.

In den Sammelband führen die Herausgeber mit einem Überblick über theoretische und methodische Ansätze einer empirischen Medienkulturforschung ein, der leider eine der international (wenn auch nicht im deutschsprachigen Raum) am weitesten verbreiteten Forschungstraditionen, die Cultural Indicators- und Kultivierungsforschung, außer Acht lässt. Mit den genannten Einschränkungen liegt aber ein Tagungsband vor, der nicht nur ein Forschungsfeld absteckt und eine große Breite laufender Arbeiten sinnvoll ordnet und dokumentiert, sondern zur ebenso dringlichen wie notwendigen weiterführenden Auseinandersetzung anregt.

*Hoffmann-Riem, Wolfgang: Wandel der Medienordnung – Reaktionen in Medienrecht, Medienpolitik und Medienwissenschaft. Ausgewählte Abhandlungen. Baden-Baden: Nomos 2009. 891 Seiten. Preis: Eur 158,-.*

*Udo Branahl*

Wolfgang Hoffmann-Riem hat im Laufe seines Berufslebens unterschiedliche Rollen ausgefüllt – als Rechtswissenschaftler, Politikberater, Politiker und Verfassungsrichter. Die Vielfalt dieser Rollen spiegelt der vorliegende Band wider, den das Hans-Bredow-Institut aus Anlass des 30. Jahrestages der Wahl Hoffmann-Riems zu seinem Direktor herausgegeben hat. Der Band ist thematisch weit gespannt. Er vereint Beiträge Hoffmann-Riems

zur Medienordnung, zum Medienrecht und zur Medienwissenschaft, die zwischen 1972 und 2008 erschienen sind. Einen Schwerpunkt bilden Analysen und Stellungnahmen, in deren Mittelpunkt Fragen der Rundfunkregulierung stehen. Diese setzen sich kritisch mit der Kommerzialisierung des Rundfunks, mit Schwächen der Rundfunkaufsicht und der zunehmenden Ablösung des Rundfunkrechts durch das Wirtschaftrecht auseinander. Sie sind geprägt durch das Bestreben des Autors, die öffentliche Aufgabe der Medien, ihren Beitrag zur Erhaltung eines freien Prozesses öffentlicher Meinungsbildung, zu erhalten und zu stärken. Eine Konzeption „arbeitsteiliger Grundrechtsausübung“ liegt den Beiträgen zur „Forderung nach innerer Medienfreiheit“ in Rundfunk und Presse zugrunde. Neben solchen stark medienpolitisch geprägten Beiträgen, die inzwischen vor allem von historischem Wert sind, finden sich auch solche, die als Hintergrundinformation für die journalistische Praxis dienen können.

In einem Kapitel zum „Konflikt von Persönlichkeitsschutz und Medienfreiheit“ setzt sich Hoffmann-Riem mit der Kritik an der Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts in der juristischen Fachliteratur auseinander. Er stellt Inhalt und Grenzen der „nachvollziehenden Grundrechtskontrolle“ durch das Bundesverfassungsgericht überzeugend dar und erläutert detailliert die Leitlinien, die die Rechtsprechung des Gerichts kennzeichnen. Auch der Beitrag, in dem der Autor die Auswirkungen der Caroline-Entscheidung des Europäischen Gerichtshofs für Menschenrechte auf die Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs und des Bundesverfassungsgerichts analysiert, ist in dem Band enthalten. Diesem Beitrag lassen sich die Grundsätze entnehmen, die die höchstrichterliche Rechtsprechung zum Persönlichkeitsschutz bei der Bildberichterstattung nunmehr bestimmen.

Journalisten empfehle ich, ihre besondere Aufmerksamkeit auf den Beitrag „Politiker in den Fesseln der Mediengesellschaft“ zu richten. Hier berichtet der Medienwissenschaftler Hoffmann-Riem über die Erfahrungen, die er während seiner Zeit als Justizsenator in Hamburg mit „den Medien“ gemacht hat. Seine medienwissenschaftlich reflektierte Darstellung eignet sich meines Erachtens gut als Basis für eine kritische selbstreflexive Diskussion der Praxis politischer Berichterstattung. Für (Medien-)Wissenschaftler ähnlich aufschlussreich sind die Bemerkungen Hoffmann-Riems zum Verhältnis von Wissenschaft und Politik.

In dem Beitrag „Rollenkonflikte und Transferprobleme zwischen Wissenschaft, Politik und Medienpraxis“ beschreibt er, welche Bedeutung seinerzeit (Sozial-)Wissenschaftler in der „Begleitforschung zu Kabelpilotprojekten“ für die Legitimierung politischer Entscheidungen hatten. Und unter der Überschrift „Schwierigkeiten interner Politikberatung“ arbeitet er die Erfahrungen auf, die er als Mitglied der Enquête-Kommission „Neue Informations- und Kommunikationstechniken“ des Deutschen Bundestages gemacht hat. Beide Berichte zeigen anschaulich die Grenzen der Rationalität wissenschaftlicher Politikberatung. Insgesamt liefert der Band einen guten Einblick in das eindrucksvolle wissenschaftliche Werk Hoffmann-Riems.

*Kiefer, Marie Luise: Journalismus und Medien als Institutionen.* – Konstanz: UVK 2010. 244 Seiten. Preis: Eur 29,–.

*Matthias Künzler*

„Medien sind Institutionen und Organisationen“: Diese Aussage ist nicht zuletzt dank Saxers Mediendefinition längst zu publizistikwissenschaftlichem Allgemeinwissen geworden. Umso erstaunlicher ist es, dass institutionen- und organisationstheoretische Ansätze in der deutschsprachigen Publizistik- und Kommunikationswissenschaft bisher wenig Beachtung gefunden haben. Ausnahmen in jüngster Zeit bilden unter anderem Puppis' (2009) komparative Studie über die Entstehung und Entwicklung europäischer Presseräte oder Altmeppens (2006) Werk über Medienorganisationen. Die grundlagentheoretische Beschäftigung mit der Frage, inwiefern sich Medien als Institutionen und Organisationen begreifen lassen und welche analytischen Konsequenzen diese Perspektive bietet, ist hingegen weitgehend ausgeblieben.

Marie Luise Kiefer hat sich mir ihrer neuen Monographie dieser bedeutsamen Theorie- und Forschungslücke angenommen. Zur Untersuchung, ob Medien und Journalismus Institutionen und/oder Organisationen sind, greift Kiefer auf institutionentheoretische Ansätze aus der Soziologie und Ökonomik zurück und wendet deren theoretische Grundannahmen auf den Gegenstand von Presse- und Rundfunkunternehmen und den Journalismus an.

Dazu überträgt sie das institutionenökonomische Modell von Searle auf Medien: Institutionen (als Kombination verschiedener formaler und informeller Regeln verstanden) müssen eine bestimmte gesellschaftliche Funktion wahrnehmen, für Tätigkeiten in ihrem Bereich exklusive Regeln besitzen, und ihr Status muss gesellschaftsweit akzeptiert sein. Kiefer kommt zum Schluss, dass dies auf den Journalismus und auf journalistische Medien zutrifft. Die Funktion des Journalismus für die Gesellschaft sieht sie darin, Volkssouveränität zu ermöglichen und zu sichern, indem politische Lernprozesse angestoßen, die Aufmerksamkeit der Bürger auf das kollektiv Relevante (das „Öffentliche“) gelenkt und zwischen Bürgern und Akteursgruppen vermittelt wird. Aufgrund netzwerktheoretischer Überlegungen und Ergebnissen empirischer Studien trifft Kiefer zwischen Journalismus und Medien eine analytische Unterscheidung: Während Journalismus hauptsächlich mit der Inhaltsproduktion beschäftigt ist, koppeln Medienunternehmen journalistische Inhalte mit anderen Inhalten (zum Beispiel Unterhaltung, Werbung) und generieren damit Einnahmen und Publikum. Medien stehen dabei auf der „besseren“, weil unabhängigen Seite des Netzwerks, da nur sie Journalismus mit der Werbewirtschaft und dem Publikum verknüpfen können. Gerade in Zeiten von Medienkrise und Medienwandel ist diese Unterscheidung von großer Bedeutung: Der Wandel von Medienorganisationen darf nicht mit einem Wandel oder gar Verschwinden der Institution Journalismus gleichgesetzt werden. Kiefer benennt jedoch Mechanismen, welche die Institution verändern: Verabschieden sich Medien von der Referenz an der Wirklichkeit oder von der Berichterstattung über kollektive Interessen und orientieren sich zunehmend an Subjektivität und Unterhaltungserfahrung, verändern sie damit die Selektions- und Präsentationsregeln im journalistischen Feld. Falls das Publikum dieser Neuinterpretation des Journalismus durch die Wahl der entsprechenden Medienprodukte folgt, kann sich die Leitidee des Journalismus

wandeln. Für entsprechend bedeutsam hält Kiefer die Organisation des öffentlichen Rundfunks, da dessen Zweck und Mittel im Gegensatz zu den privaten Medien auf die Institution des Journalismus ausgerichtet sind. Deshalb würde der öffentliche Rundfunk die Veränderung der Institution Journalismus nicht aktiv vorantreiben. Kiefer zeigt über die Theorie des Gesellschaftsvertrags auf, dass sich dieser besondere Organisationstypus auch aus einer institutionenökonomischen Perspektive legitimieren lässt.

Diese klug begründete, eigenständige Argumentationslinie baut Kiefer über sechs Kapitel ihrer Monographie auf und geht damit weit über die Aufarbeitung verschiedener Strömungen der Institutionentheorie hinaus. Die konsequente Prüfung institutionentheoretischer Ansätze an empirischen Resultaten publizistik- und kommunikationswissenschaftlicher Studien macht deutlich, dass mediengeschichtliche Einzelfallstudien, Journalismus-, PR-, Nutzungs- und medienökonomische Studien eine wichtige Grundlage bilden, um die Entstehung und den Wandel von Institutionen zu beschreiben und zu erklären. Die Lektüre des Buchs macht ebenfalls neugierig auf weitere theoretische Fragen; so jene nach dem Verhältnis von System- und Institutionentheorie oder nach dem weiteren Potenzial soziologischer Ansätze des Neoinstitutionalismus (Kiefers Argumentation ist vor allem auf einer institutionenökonomischen Perspektive aufgebaut). Mit „Journalismus und Medien“ legt Marie Luise Kiefer ein Werk vor, welches der institutionentheoretischen Kommunikationsforschung im deutschsprachigen Raum den Weg bereitet und mannigfaltige Anregungen für die Forschung zu Medienstrukturen liefert, insbesondere aus den Bereichen Mediengeschichte, Medienökonomie und Journalismus.

*Sommer, Denise*: Nachrichten im Gespräch. Wesen und Wirkung von Anschlusskommunikation über Fernsehnachrichten. – Baden-Baden: Nomos 2010. 290 Seiten. Preis: Eur 29,-.

### *Benjamin Fretwurst*

Die Bedeutung interpersonaler Kommunikation für die Wirkung massenmedialer Kommunikation ist spätestens durch die Studie *The People's Choice* von Lazarsfeld, Berelson und Gaudet (1944) fester Bestandteil der Kommunikationsforschung. Denise Sommer legte 2007 eine Dissertation zum Wechselverhältnis zwischen Massenkommunikation und interpersonaler Kommunikation vor, die sie nun in überarbeiteter Fassung veröffentlichte. Im Haupttitel ist die zentrale Frage nach der Bedeutung von Nachrichteninhalten für interpersonale Kommunikation festgelegt. Der Untertitel umreißt konkreter die Hauptfragen der theoretischen und empirischen Arbeit: Wie kommunizieren Rezipienten über Nachrichten und wie wirkt sich interpersonale Kommunikation auf die Verarbeitung von Nachrichteninhalten aus?

Die mit fundierter Literaturarbeit angelegten theoretischen Kapitel 2 bis 4 beginnen mit der Einbettung interpersonaler Kommunikation in die kommunikationswissenschaftliche Forschungstradition. Die einführende Kritik an der begrifflichen Dichotomie von interpersonaler Kommunikation und Massenkommunikation ist eher unnötig. Sie wird durch den hervorragenden Forschungsüberblick zu den Wechselwirkungen beider Kommunikationsarten aufgehoben. Beginnend mit dem Meinungsführerkonzept und der Diffusions-

forschung über die Agenda-Setting-Forschung und den Uses-and-Gratifications-Approach bis hin zu Festingers Konsistenztheorie, politische Diskussionen in Bezugsgruppen und letztlich Anschlusskommunikation werden die einschlägigen Ansätze daraufhin geprüft, ob sie interpersonale Kommunikation als Gegenpol, intervenierende Größe oder Verstärker von Medienwirkungen erklären.

Der zweite theoretische Abschnitt ist der Nachrichtenwerttheorie gewidmet. Dabei werden die Nachrichtenfaktoren als allgemeinmenschliche Selektionskriterien verstanden und ihre Relevanz für Selektionsprozesse beim Rezipienten hervorgehoben. Der Schwerpunkt der Fragestellung verlangt unbestreitbar nach einer differenzierteren Betrachtung der Rezeptionsprozesse und schließt damit relevante Forschungslücken. Die Bedeutung der Nachrichten für die Anschlusskommunikation und wiederum deren Einflüsse auf die Verarbeitung der Nachrichten werden anhand zweier empirischer Studien geprüft und explorativ beschrieben. Zunächst werden Daten einer Publikumsbefragung aus dem Jahr 2004 herangezogen, um die Auslöser von Anschlusskommunikation zu untersuchen. Die Wirkung der Anschlusskommunikation auf die Erinnerung und Bewertung wird anhand eines Experimentes aus dem Jahr 2006 untersucht. Zusätzlich werden die Gespräche qualitativ ausgewertet, um Anschlusskommunikation differenzierter beschreiben zu können.

Im Ergebnis haben Tageszeitungen den größten Einfluss auf Gespräche über politische Themen. Der Umfang der Fernsehnutzung (nicht nur Nachrichten) hat keinen erkennbaren Einfluss auf Gespräche. Allerdings spielt der Fernsehkonsum dann eine Rolle, wenn er auf ein Informationsbedürfnis zurückgeht. Politische Anschlusskommunikation findet in der Primärgruppe statt. Anschlusskommunikation verbessert die Erinnerung an Nachrichteninhalte, akzentuiert wertgeladene Einzelaspekte und polarisiert die Bewertungen. Die Gespräche fokussieren auf kontroverse Aspekte der Stimulus-Nachricht und Akteure, die gezeigt wurden und zu Wort kommen. Anschlusskommunikation verändert die Wahrnehmung und Verarbeitung der Nachrichten und geht darüber hinaus, indem Nachrichteninhalte (mehr oder weniger ernst) auf mehreren Ebenen thematisiert werden.

Die Veröffentlichung leistet einen wichtigen Beitrag zur Frage der Nachrichtenrezeption und beleuchtet die Aspekte interpersonaler Kommunikation mit erstaunlicher Differenziertheit. Die wissenschaftliche Anschlusskommunikation kann aus dieser Arbeit solide Erkenntnisse entnehmen und findet darüber hinaus fruchtbare Anstöße für die weitere Forschung.

*Tobler, Stefan: Transnationalisierung nationaler Öffentlichkeit. Konfliktinduzierte Kommunikationsverdichtungen und kollektive Identitätsbildung in Europa. – Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften 2010. 304 Seiten. Preis: Eur 39,95.*

*Katharina Kleinen-von Königslow*

In seiner Züricher Dissertation nähert sich Stefan Tobler dem Phänomen der europäischen Öffentlichkeit theoretisch und empirisch aus schweizerischer Perspektive und zeigt dabei auf, dass man auch ohne institutionelle Zugehörigkeit zur Europäischen Union wichtiger Teil der öffentlichen (ebenso wie wissenschaftlichen) Debatte sein kann. In den ersten drei Kapiteln arbeitet Tobler seinen theoretischen Ansatz heraus, dabei entscheidet er sich nach einer (mit Blick auf den empirischen Teil des Buches) überraschend intensiven Aus-

einandersetzung mit Habermas für ein arenentheoretisches Öffentlichkeitsmodell nach Kurt Imhof. Auch Stefan Tobler fasst nun europäische Öffentlichkeit als die Europäisierung nationaler Öffentlichkeiten und schlägt vier Dimensionen vor, auf denen diese erfolgen kann: EU-Politikbeobachtung, Diskurskonvergenz, kommunikativer Austausch und kollektive Identität. Zugleich identifiziert er drei Kernhypothesen der bisherigen Forschung (die Integrations-, die Konflikt- und die Medienhypothese), die er zum Teil in seiner eigenen empirischen Untersuchung überprüfen wird.

Im folgenden Methodenkapitel führt Tobler in seine zwei Fallstudien ein, die zwar durch die vier Dimensionen seines Analyseansatzes theoretisch verbunden, aber konzeptionell und methodisch sehr unterschiedlich sind: Die erste Fallstudie untersucht die Europäisierung der Schweizer Öffentlichkeit zwischen 1945 und 2006 in Form einer Sekundärauswertung der am Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft der Universität Zürich erhobenen Daten einer Kommunikationsereignisanalyse. Die zweite Fallstudie vergleicht mittels einer „modultechnischen Inhaltsanalyse“ (113) die Debatte um die Einführung einer einheitlichen EU-Richtlinie für die Besteuerung der Zinseinkommen ausländischer Anleger in Deutschland, Frankreich, Großbritannien und der Schweiz zwischen 1996 und 2006.

Zentrales Ergebnis der ersten Studie: Die Bedeutung der EU nimmt in der schweizerischen Auslandsberichterstattung tendenziell ab und in der Inlandsberichterstattung deutlich zu (169). Statt von einer „Europäisierung der Schweizer Öffentlichkeit“ sei daher von einer „unfreiwilligen Domestizierung Europas in der öffentlichen Kommunikation der Schweiz“ zu sprechen (171). Deutlich reichhaltiger ist die Ergebnisdarstellung zur zweiten Studie: Hier präsentiert Tobler ein sehr differenziertes Bild der Zinsbesteuerungsdebatte (verknüpft mit einer kenntnisreichen Darstellung des zugrunde liegenden politischen Prozesses) und kann so aufzeigen, dass weniger die EU-Mitgliedschaft als die Zugehörigkeit zu einer (Länder-)Koalition im Konflikt für Ähnlichkeit und Vernetzung der Debatten entscheidend ist. Aufschlussreich ist zudem der Befund, dass die europäische Identität vor allem dann verhandelt wird, wenn die EU-Staaten untereinander im Streit liegen (251). Ein gemeinschaftsstiftendes Potential des Konflikts mit dem Außenseiter Schweiz sei dagegen nicht auszumachen. Das Abschlusskapitel fasst die Ergebnisfülle für die theoretischen Dimensionen zusammen und stellt verallgemeinernd eine Reihe von „Diskursregularitäten“ (271) für die europäische und die schweizerische Öffentlichkeit dar.

Das Buch von Stefan Tobler bietet im ersten Teil einen aktuellen Überblick über die theoretische Diskussion zur Transnationalisierung nationaler Öffentlichkeiten in Europa. Empfehlenswert ist aber insbesondere der empirische Teil, der eine ausgesprochen ergiebige methodische Fundgrube für interessierte Nachahmer beinhaltet. Im Rahmen seiner „modultechnischen Inhaltsanalyse“ der Zinsbesteuerungsdebatte führt Tobler eine Vielzahl methodischer Ansätze aus dem Bereich der Forschung zur europäischen Öffentlichkeit zusammen – von der Claims-Analyse des Europub-Projekts bis zur Variationsanalyse und den europäischen Wir-Bezügen der Bremer Forschergruppe. Das Buch enthält damit ein nicht zu überschätzendes Potential für die methodische Reflektion und Verbesserung inhaltsanalytischer Forschung auch weit jenseits der Frage der europäischen Öffentlichkeit. Bedauerlich aus Perspektive dieses Forschungsbereichs ist lediglich, dass sich die erste Fallstudie nur auf die deutsch-schweizerische Öffentlichkeit bezieht, und damit nicht den dringend benötigten Vergleichsfall einer über Sprachgrenzen integrierten politischen Öffentlichkeit liefern kann.

*Weinacht, Stefan*: Medienmarketing im Redaktionellen. Medienthematisierungen als Instrument der Unternehmenskommunikation von Medienorganisationen. – Baden-Baden: Nomos 2009. 375 Seiten. Preis: Eur 44,-.

*Ansgar Zerfuß*

Die Studie geht der Frage nach, inwiefern die Darstellung von Medien in der redaktionellen Berichterstattung von wirtschaftlichen Interessen der Verlage und Sender geprägt wird. Damit wird ein breites Spektrum journalistischen Handelns erfasst, das von der Selbstthematization in den Formaten des eigenen Hauses über implizite Thematisierung medienbezogener Fragestellungen im Unterhaltungsumfeld bis zum klassischen Medienjournalismus reicht. Weinacht geht es jedoch nicht um die Optimierung von Vermarktungsinteressen einzelner Medienunternehmen, sondern er nimmt eine gesamtgesellschaftliche Perspektive ein und bewegt sich damit im Spannungsfeld von Medienjournalismus und Kommunikationswissenschaft.

Das Buch zeichnet sich durch eine hohe Originalität aus. Der Verfasser belässt es nicht bei Einzelaspekten, sondern baut ein umfassendes Argumentationsgerüst auf. In einem ersten Schritt wird eine fruchtbare Gesamttypologie von Medienthematisierungen vorgestellt. Darauf aufbauend entwickelt Weinacht – insbesondere unter Rückgriff auf betriebswirtschaftliche Theorien – eine Batterie möglicher Aufgabenstellungen und Strategien der Unternehmenskommunikation, die unterschiedliche Formen der Medienthematisierung erklären. Dabei fällt auf, dass der Autor den Begriff „Unternehmenskommunikation“ entgegen der üblichen Terminologie in Wissenschaft und Praxis mit der Marketingkommunikation gleichsetzt und sich letztlich nur auf die Vermittlung von Medienmarken konzentriert. Dies ist forschungslogisch sinnvoll, hätte aber deutlicher herausgearbeitet werden können. Gleiches gilt für die voraussetzungsvolle Annahme, dass plandeterminierte Konzepte der Marketingkommunikation nach Bruhn überhaupt in der Realität anzutreffen sind, vor allem dann, wenn gar keine systematischen Verbindungen zwischen Marketingverantwortlichen und Journalisten in den Medienunternehmen unterstellt werden (103). In der umfassenden empirischen Studie, die über 11.000 Medienthematisierungen aus 29 Printmedien und 25 TV-Sendungen inhaltsanalytisch untersucht, kann die übergeordnete Hypothese daher auch nicht eindeutig bestätigt werden. Weinacht formuliert vorsichtig: „Redaktionelle Medienthematisierungen sind nicht frei von wirtschaftlichen Eigeninteressen der Medienunternehmen. Sie sind aber auch nicht dominiert von den Interessen der Unternehmenskommunikation.“ (243 f.) Sein zusammenfassender Befund eines „Medienmarketing light“ ist angesichts der komplexen Prozesse zwischen Unternehmensführung, Marketingabteilungen und Redaktionen nicht erstaunlich und widerlegt durch eine bislang nicht vorhandene empirische Tiefe allzu vordergründige anderslautende Vermutungen.

Insgesamt ein lesenswertes Buch mit einer stringenten Argumentation, dessen Lesbarkeit allerdings durch den teilweise sehr formalen Duktus einer Dissertationsschrift erschwert wird. Eine etwas plastischere Darstellung insbesondere im Einleitungskapitel hätte sicher dazu beigetragen, das nicht sofort eingängige Thema noch besser zu positionieren. Der Erkenntniswert der Studie liegt paradoxerweise einerseits in einer Adaption der identifizierten Kommunikationsstrategien für die Marketingkommunikation von Medienunter-

nehmen. Andererseits – und hier legt Weinacht den Finger in die richtige Wunde – wäre in weiteren Untersuchungen zu fragen, inwiefern jenseits der Interessen der Eigentümer auch die von Geschäftspartnern bzw. Anzeigenkunden (260) oder auch jene von Mitarbeitern die Berichterstattung über Medien in den Medien prägen. Das Buch bietet für solche und andere Forschungen viele Anregungen, über die es sich nachzudenken lohnt.

*Welker, Martin, Andreas Elter und Stephan Weichert (Hrsg.): Pressefreiheit ohne Grenzen? Grenzen der Pressefreiheit. – Köln: Herbert von Halem Verlag 2010. 337 Seiten. Preis: Eur 21,-.*

*Andrea Czepek*

Ein Tagungsband gleicht, frei nach Forrest Gump, einer Schachtel Pralinen, man weiß nie, was man bekommt – meist eine bunte Mischung. Dieser Band, der sich aus mehreren Veranstaltungen speist, die im Mai 2009 in München, Köln und Hamburg von der Macromedia Hochschule organisiert wurden, gleicht eher einer Tüte jener bunten Fruchtgummi- und Lakritzmischungen, in der nur zwei oder drei von den leckeren grünen Vampiren versteckt sind.

Die Grenzen der Pressefreiheit will dieser Sammelband ganz global ausloten. „Grenzen“ werden hier aber nicht in dem Sinn verstanden, wie sie etwa von Juristen in der Regel diskutiert werden, also Pressefreiheit gegen andere Grundrechte (Persönlichkeitsschutz, Würde, Unverletzlichkeit ...) abzuwägen. Es geht fast ausschließlich darum, wie Regierungen und Behörden in eine – nicht näher definierte – Pressefreiheit eingreifen, also eher um Hürden und Verstöße als um (womöglich legitime) Grenzen. Und obwohl Pressefreiheit hier überwiegend als Abwehrrecht gegenüber dem Staat gesehen wird, ist ein beträchtlicher Teil des Buches dem Umstand gewidmet, dass Journalisten ihr Recht auf Pressefreiheit nicht genug in Anspruch nähmen, indem sie beispielsweise unzureichend recherchierten. Die Problematik, dass Journalisten mangels innerer Pressefreiheit oft gar nicht die Handlungsfreiheit haben, um selbst Pressefreiheit wahrzunehmen, wird nur am Rande thematisiert. Überspitzt gesagt, werden hier individuelle Lösungen vorgeschlagen für ein strukturelles Problem.

Überhaupt lässt das Buch Struktur vermissen. Die einzelnen Beiträge haben wenig Bezug zueinander und folgen keiner nachvollziehbaren Gliederung. Der erste Teil („Pressefreiheit – Anspruch und Wirklichkeit“) arbeitet sich zwar verdienstvoll am Thema ab, enthält aber so gut wie nichts Neues. Zu Beginn äußert sich Heribert Prantl gewohnt klug, jedoch nicht überraschend. Interessant ist der Bericht über die Bedingungen im Süden Russlands, recherchiert von *Reporter ohne Grenzen* – dieser kann jedoch kostenlos und wesentlich ausführlicher auf der dortigen Website nachgelesen werden. Es folgen mehrere Beiträge, die sich ausschließlich dem vergleichsweise engen Thema Recherche widmen und damit recht weit vom eigentlichen Thema abschweifen (Thomas Leif, Martin Welker sowie die *Monitor*-Redakteure Sonia Mikich und Kim Otto). Nebenbei fällt auf, dass ausgerechnet in Artikeln, die gründliche Recherche und Transparenz fordern, (außer bei Welker) nur wenige oder keine Quellen angegeben werden.

Einzig der Beitrag von Greenpeace-Rechercheleiter Manfred Redelfs, der Erfahrungen mit Informationsfreiheitsgesetzen international vergleicht und dafür statistische

Erhebungen zur Inanspruchnahme und Umsetzung der Auskunftspflicht in verschiedenen Ländern ausgewertet hat, sticht als aktuell, relevant und fundiert heraus. Er weist nach, dass die Informationsfreiheitsrechte nicht zu einer Überlastung der Behörden geführt und trotz teilweise noch restriktiver Umsetzung bereits einen Fortschritt in Richtung Demokratie gebracht haben. Teil 2 („Europa und die westliche Welt“) enthält außerdem einen Text von Andreas Elter zum Obama-Wahlkampf mit der Frage, inwiefern tatsächlich mehr Bürger durch neue Netzwerke mobilisiert wurden (Quintessenz: tatsächlich nicht so sehr, wie die Wahlkampfstrategen behauptet haben), und drei Beiträge, die sich mit der Situation in Deutschland beschäftigen (Weichert/Kramp über Qualität, Vielwerth zu innerer Pressefreiheit, Hahn/Horky zu Pressefreiheit im Sport). Richard Vielwerth spricht mit der inneren Pressefreiheit ein wichtiges Thema an, das er aber darauf reduziert, die Redaktionsstatute in Deutschland für gescheitert zu erklären. „Europa“ im eigentlichen Sinne wird nur von Marlis Prinzing behandelt, die die (unterschiedliche) Beziehung zu den Medien von Sarkozy in Frankreich und Berlusconi in Italien beschreibt.

Die Autoren und Autorinnen kommen ausschließlich aus dem deutschsprachigen Raum und betrachten verschiedene Aspekte der Pressefreiheit überwiegend aus deutscher Perspektive. Wenn es überhaupt um internationale Themen geht, so meist um die Arbeitsbedingungen für Auslandskorrespondenten (etwa in den Beiträgen zu Afrika, Birma und China), weniger um die Situation von Journalisten in den Ländern selbst. Von einem „globalen Ansatz“, der auf dem Klappentext vollmundig versprochen wird, kann schon wegen des Fehlens internationaler Autoren und der lückenhaften Auswahl der Berichtgebiete kaum gesprochen werden. Sicherlich richtig ist es, darauf aufmerksam zu machen, dass auch in Deutschland und in der „westlichen Welt“ Einschränkungen der Pressefreiheit bestehen. Doch nur wenige Beiträge verfolgen einen wissenschaftlichen Ansatz, viele erzählen anekdotisch aus ihrem reichen Erfahrungsschatz oder stellen kategorisch Forderungen auf, lassen aber verallgemeinerbare Analysen und eine systematische Herangehensweise vermissen. Insgesamt fehlt dem Tagungsband ein roter Faden, und mit Ausnahme des Beitrags von Manfred Redelfs erfährt man wenig Neues oder Tiefgehendes zur Entwicklung der Pressefreiheit in der Welt.

*Wilke, Jürgen: Massenmedien und Journalismus in Geschichte und Gegenwart. Gesammelte Studien. – Bremen: edition lumière 2009 (= Reihe: Presse und Geschichte – Neue Beiträge; Bd. 45). 498 Seiten. Preis: Eur 39,80.*

*Wilke, Jürgen: Personen, Institutionen, Prozesse. Fachgeschichtliche Beiträge zur Kommunikationswissenschaft und Medienforschung. – Köln: Herbert von Halem Verlag 2010 (Reihe: Theorie und Geschichte der Kommunikationswissenschaft; Bd. 6). 249 Seiten. Preis: 27,50.*

*Stefanie Averbek-Lietz*

Jürgen Wilke hat sein Werk in zwei Aufsatzsammlungen rekapituliert. Er selbst begründet dies mit der großen Zeitspanne, in der diese insgesamt 35 Aufsätze erschienen, ihrer Erstpublikation oft an entlegener Stelle, also nicht zuletzt mit deren Nicht-Sichtbarkeit

gerade für die Generation der Nachwuchswissenschaftler. Beide Bücher sind in renommierten kommunikations- und fachhistorischen Reihen erschienen, die sie gut kompletieren. Man darf sie also sowohl als Resümee einer dreißigjährigen, äußerst produktiven Forschung lesen, aber auch als Aufgabe, daran anzuschließen. Dies in Zeiten, in denen die Kommunikations- und Mediengeschichte sowie die Fachgeschichte in der Kommunikationswissenschaft nur sehr bedingt zu den Kernfeldern zählen, da sie kaum (noch) mit eigenständigen Professuren vertreten sind. Das ist geradezu gegenläufig zu einem international und interdisziplinär ausdifferenzierten kommunikationshistorischen Publikationswesen, in Deutschland nicht zuletzt vertreten mit den beiden Reihen, in denen die Bände erschienen sind.

Wilkes Arbeiten zeigen, dass eine A-Historisierung des Faches kein guter Trend sein kann. Denn unser Fach ist eminent darauf eingestellt, den Medienwandel zu untersuchen, das kann man aber langfristig nur, wenn man a) diesen Wandel nicht nur in aktuellen Dynamiken und prospektiv, sondern zugleich retrospektiv betrachtet, und wenn man b) den Wandel der Kommunikationswissenschaft und den Wandel der Medien(gesellschaft) in Bezug aufeinander untersucht. Im jüngsten Call der Deutschen Gesellschaft für Soziologie wird genau diese Art der Reflexivität eingefordert: „Die fachgeschichtliche Selbstreflexion der Soziologie ist somit selbst unverzichtbarer Bestandteil einer soziologischen Zeitdiagnose, die sowohl die jeweiligen gesellschaftlichen Veränderungen als auch ihre diesbezüglichen theoretischen und empirischen Analysen zum Gegenstand hat“. Dies lässt sich unschwer auf die Kommunikationswissenschaft und Medienforschung und deren Zeitdiagnosen für mediatisierte Kommunikation übertragen und wird von Jürgen Wilke in besonderer Weise eingelöst: Er hat historisch-systematische Arbeiten mit quantitativ-empirischen und komparativen Methodologien (Vergleiche zwischen Epochen, zwischen Einzelmedien und nationalen Entwicklungssträngen sowie ihrer transnationalen Verschränkung) verbunden, was seine Arbeiten so lesenswert und innovativ nicht nur für Kommunikationshistoriker macht, sondern zugleich auch der Allgemeinen Kommunikationswissenschaft historische Vergleichsdaten und Erklärungen zum Verständnis aktueller Befunde liefert. Die Kompilation seiner Schriften in den zwei angesprochenen Bänden ist daher ein Gewinn, zumal da sie kommunikationshistorische Systematisierungen liefern, die das Forschungsfeld aufspannen über die Öffentlichkeits- und Zensurgeschichte, die Kommunikator- und Nutzungsgeschichte, die Geschichte von Einzelmedien und Nachrichtenagenturen sowie die sie verbindende Geschichte der politischen Kommunikation und der Medienereignisse. Hinzu kommt die reflexive Perspektive (Fach- und Ideengeschichte) auf den Umgang des Faches mit der entsprechenden Theorien- und Methodenentwicklung.

Selbst wenn man das Werk von Wilke kennt, so findet man Überraschendes, veröffentlicht an besagten „entlegenen Stellen“, so den Reprint aus *Geschichte in Wissenschaft und Unterricht* (2002) über „Entwicklungsstufen und Determinanten der Kommunikationsgeschichte“. Ein Titel, der sich als Klammer für die beiden jüngst erschienen Bücher lesen lässt.

Zahlmann, Stefan (Hrsg.): *Wie im Westen, nur anders. Medien in der DDR.* – Berlin: Panama Verlag 2010. 424 Seiten. Preis: Eur 29,90.

*Jürgen Wilke*

Man reibt sich die Augen, wenn man den Titel dieses Bandes sieht. Hat man richtig gelesen: In der DDR soll es, was die Medien angeht, wie im Westen – nur anders gewesen sein? Hat man einen neuerlichen Beitrag zu einer revisionistischen Geschichtsschreibung vor sich, für die es auch bei diesem Gegenstand schon manche Beispiele gibt? Tatsächlich steht der Titel für eine bestimmte Programmatik des Verlages. Sein Name verweist mitnichten auf einen lateinamerikanischen Hintergrund, sondern ist inspiriert durch den bekannten Kinderbuchautor Janosch und sein Buch „Oh, wie schön ist Panama“. Über die Helden dieses Buches verrät uns die Verlags-Homepage: „Die Reise ins Land ihrer Träume führt unbemerkt zu ihrem Ausgangspunkt zurück. Auf einmal sehen sie dort alles mit ganz anderen Augen. Als Verlag stehen wir für einen solchen Perspektivwechsel.“

Der Band enthält 22 Beiträge recht unterschiedlicher Art. Nur ein Teil davon erhebt fachwissenschaftliche Ansprüche, andere haben eher einen dokumentarischen Charakter. Breit verstanden wird vor allem der Medienbegriff. Behandelt werden unter anderem auch Puppentrickfilm, Tanztheater, Unterrichtsmedien, Schallplatten und sogar Automatenglücksspiele und „der Kopierer“. Dem Buch, der Presse und dem Radio sind jeweils zwei, dem Fernsehen drei und dem Film fünf Beiträge gewidmet, darunter einer der Filmarchitektur. Manche sind eher systematisch und überblicksartig angelegt, in anderen wiederum geht es um spezielle Aspekte oder um Anekdotisches. Neben weitgehend belegfreien Beiträgen stehen auf Quellenauswertung basierende. Auch das Spektrum der Autoren ist groß: nach Alter, beruflicher Tätigkeit und Position, auch nach Vorbildung und Herkunft (Ost oder West). In mehrfacher Hinsicht hat man es also mit einer recht heterogenen Versammlung von Texten zu tun. Das sieht der Herausgeber selbst auch so. Er erklärt dies aber für erwünscht und redet es mit dem Etikett „produktiv“ schön (11). Da kann man auch anderer Meinung sein.

Wie ernst der Titel gemeint ist, macht der Herausgeber selbst in seiner Einleitung deutlich. Nicht weniger als ein „Paradigmenwechsel in der Mediengeschichtsschreibung“ der DDR ist beabsichtigt. Unter Hinweis auf die subjektive „Aneignung“ und „Bedeutungszuweisung“ der Medienprodukte durch die bzw. zu den Menschen wird unterstellt, dass die Indoktrination der Bevölkerung der DDR über die staatlich beherrschten Medien an ihre Grenzen gestoßen sei. Ausdrücklich spricht Zahlmann von der „Nicht-Manipulierbarkeit der Mediennutzer in einer sozialistischen Diktatur“ (17) – eine ziemlich gewagte Behauptung. Ob und wie das empirisch belegt werden könnte, bleibt jedenfalls offen.

Die Thesenhaftigkeit des Titels versuchen – zum Glück, möchte man sagen – nicht alle Beiträge einzulösen. Wo dies doch beabsichtigt scheint, ist dies zumindest problematisch. So wenn Michael Meyen und Anke Fiedler jetzt die Medienlenkung der DDR mit dem Begriff der „politischen PR“ zu fassen suchen und sich dabei noch an die normative, ja polemische PR-Definition von Klaus Merten als „Differenzmanagement zwischen Fakten und Fiktionen“ anschließen. Damit wird ein westlicher Begriff verwendet, der einem ganz anderen Systemzusammenhang entstammt und der impliziert, dass so etwas wie Wettbewerb in einem offenen Meinungsmarkt herrscht. Davon konnte in der DDR gewiss keine Rede sein. Auch hat man den Begriff PR dort nicht verwendet bzw. als „ein ideologisches

Kampfprogramm der Bourgeoisie“ (Assmann 1977) bezeichnet. Allenfalls sprach man von „Öffentlichkeitsarbeit“, die wiederum als „politische Massenarbeit“ der Partei verstanden wurde. Auch ist die Paradoxie schwer aufzuheben, den Medien einerseits eine partielle Orientierungsfunktion zuzusprechen und andererseits einzuräumen, dass sie für die Menschen in der DDR zu keiner Zeit glaubwürdig waren. „Da die DDR-Bürger wussten, dass die Zeitungen nicht unabhängig waren, hat die politische PR der SED ihnen (unfreiwillig) [sic!] die Informationen geliefert, die sie für die Orientierung benötigt haben.“ (53) Einzelne der Beiträge scheinen auch nicht auf die Grundthese des Buches hin geschrieben oder laufen ihr mitunter sogar zuwider. Diese These für fragwürdig und verharmlosend zu halten, bedeutet nicht, auf Differenzierungen in der Mediengeschichte der DDR verzichten zu wollen, wozu man dem Buch immerhin einiges entnehmen kann.

### **Verzeichnis der Rezensent(inn)en**

*Dr. Marian Adolf* ist Juniorprofessor an der Zeppelin University Friedrichshafen.

*Dr. habil. Stefanie Averbek-Lietz* ist Vertretungsprofessorin am Institut für Kommunikationswissenschaft der Universität Münster.

*Dr. Udo Branahl* war Professor am Institut für Journalistik der TU Dortmund.

*Dr. Andrea Czepek* ist Professorin an der Jade Hochschule Wilhelmshaven/Oldenburg/Elsfleth.

*Dr. Benjamin Fretwurst* ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung der Universität Zürich.

*Dr. Ralf Hohlfeld* ist Professor am Lehrstuhl für Kommunikationswissenschaft der Universität Passau.

*Dr. Katharina Kleinen-von Königslow* ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Universität Wien.

*Dr. Matthias Künzler* ist Oberassistent am Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung der Universität Zürich.

*Dr. Maria Löblich* ist Akademische Rätin auf Zeit am Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung der Universität München.

*Dr. Eugène Loos* ist Professor am Institut für Kommunikationswissenschaft der Universität van Amsterdam.

*Dr. Klaus Meier* ist Professor am Institut für Journalistik der TU Dortmund.

*Dr. Josef Seethaler* ist Senior Scientist an der Österreichischen Akademie der Wissenschaften in Wien.

*Dr. Jürgen Wilke* ist Professor am Institut für Publizistik der Universität Mainz.

*Dr. Ansgar Zerfuß* ist Professor am Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft der Universität Leipzig.

### **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 Herausgeber der *Publizistik* und die Redaktion in Zusammenarbeit mit Peers die Bücher aus, die dann rezensiert werden (vgl. Heft 3/2009, Editorial).

- Beck, K., Reineck, D., & Schubert, C. (im Kooperation mit dem DFJV) (2010). *Journalistische Qualität in der Wirtschaftskrise*. Konstanz: UVK.
- Deutscher Presserat (Hrsg.) (2010). *Jahrbuch 2010*. Konstanz: UVK.
- Fricke, E. (2010). *Recht für Journalisten. Presse – Rundfunk – Neue Medien* (2., völlig überarbeitete Auflage). Konstanz: UVK.
- Harnischmacher, M. (2010). *Journalistenausbildung im Umbruch. Zwischen Medienwandel und Hochschulreform: Deutschland und USA im Vergleich*. Konstanz: UVK.
- Häusermann, J., Janz-Peschke, K., & Rühr, S. (2010). *Das Hörbuch. Medium – Geschichte – Formen*. Konstanz: UVK.
- Hestermann, T. (2010). *Fernsehgewalt und die Einschaltquote. Welches Publikumsbild Fernseherschaffende leitet, wenn sie über Gewalkriminalität berichten*. Baden-Baden: Nomos.
- Hoffjann, O., & Stahl, R. (Hrsg.) (2010). *Handbuch Verbandskommunikation*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Holtz-Bacha, C. (Hrsg.) (2010). *Die Massenmedien im Wahlkampf. Das Wahljahr 2009*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Hultén, O., Tjernström, S., & Melesko, S. (eds.) (2010). *Media Mergers and the Defence of Pluralism*. Göteborg: Nordicom.
- Kirchhoff, S. (2010). *Krieg mit Metaphern. Mediendiskurse über 9/11 und den „War on Terror“*. Bielefeld: transcript.
- Kunczik, M. (2010). *Public Relations. Konzepte und Theorien* (5., überarbeitete und erweiterte Auflage). Wien: Böhlau.
- Machill, M., Beiler, M., & Gerstner, J. R. (Hrsg.) (2010). *Medienfreiheit nach der Wende. Entwicklung von Medienlandschaft, Medienpolitik und Journalismus in Ostdeutschland*. Konstanz: UVK.
- Maier, M. (2010). *Nachrichtenwerttheorie*. Baden-Baden: Nomos.
- Marcinkowski, F., & Marxer, W. (2010). *Öffentlichkeit, öffentliche Meinung und direkte Demokratie. Eine Fallstudie zur Verfassungsreform in Liechtenstein*. Schaan: Liechtensteinische Akademische Gesellschaft.
- Maurer, M. (2010). *Agenda-Setting*. Baden-Baden: Nomos.
- Pörksen, B., & Krischke, W. (Hrsg.) (2010). *Die Casting-Gesellschaft. Die Sucht nach Aufmerksamkeit und das Tribunal der Medien*. Köln: Herbert von Halem Verlag.
- Quandt, S., & Deutscher Fachjournalistenverband (Hrsg.) (2010). *Fachjournalismus. Expertenwissen professionell vermitteln* (2., völlig überarbeitete Auflage). Konstanz: UVK.
- Rohrbeck, F., & Kunze, A. (2010). *Journalismus nach der Krise. Aufbruch oder Ausverkauf?* Köln: Herbert von Halem Verlag.
- Schäfer, M. (2010). *Das schlagfertige Unternehmen. Schnell und offen kommunizieren*. Konstanz: UVK.
- Scholz, M. (2010). *Presse und Behinderung. Eine qualitative und quantitative Untersuchung*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Schweiger, W., & Beck, K. (Hrsg.) (2010). *Handbuch Onlinekommunikation*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Steininger, C., & Woelke, J. (Hrsg.) (2010). *Fernsehen in Österreich 2009/2010*. Konstanz: UVK.
- Süss, D., Lampert, C., & Wjinen, C. W. (2010). *Medienpädagogik. Ein Studienbuch zur Einführung*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Vollbrecht, R., & Wegener, C. (Hrsg.) (2010). *Handbuch Mediensozialisation*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Weichler, K., & Endrös, S. (2010). *Die Kundenzeitschrift* (2., überarbeitete Auflage). Konstanz: UVK.
- Winter, R. (2010). *Der produktive Zuschauer. Medienaneignung als kultureller und ästhetischer Prozess* (2., überarbeitete und ergänzte Auflage). Köln: Herbert von Halem Verlag.