

und zu ebenso unterschiedlichen Ergebnissen gelangen, könnte dieses Verhältnis von eindrucksvoller Bedeutung für die Werbung sein“ (305). Vielleicht ließe sich künftig auch die ästhetische und thematische Entwicklung stärker in die Beobachtungsspirale Gesellschaft, Werbung, Wissenschaft einbeziehen.

Joan Kristin Bleicher

Heinz Bonfadelli, Martina Leonarz, Werner A. Meier (Hrsg.)

Informationsgesellschaft Schweiz

Medien, Organisationen und Öffentlichkeit im Wandel

Zürich: Seismo, 2004. – 262 S.

ISBN 3-03777-034-1

Die Herausgeber haben den Sammelband nach Teilgebieten der kommunikationswissenschaftlichen Forschung strukturiert: Mediensystem im Wandel, Journalismus im Wandel, Medienangebote im Wandel und Mediennutzer im Wandel. Die Beiträge sind aus einem Graduiertenkolleg hervorgegangen, das im Rahmen des sozialwissenschaftlichen Schwerpunktprogramms „Zukunft Schweiz“ kommunikations- und medienwissenschaftliche Nachwuchsforcherinnen und -forscher zusammenbrachte. Per saldo handelt es sich um Studien, die an der Universität Zürich entstanden sind. Dabei ist der Schweiz-Bezug nicht dominant. Er spielt zwar in sieben von zehn Beiträgen eine Rolle, steht aber oft als pars pro toto. Auch der Wandel wird nicht wirklich in allen Beiträgen beschrieben. Aber eine dominante Frage, die sich durch den Band zieht, ist, was denn vor allem das Internet verändert hat.

So zeigt Vinzenz Wyss anhand einer empirischen Studie (qualitative Befragung), dass kein eigenes System Online-Journalismus entstanden ist. Die Regeln und Ressourcen der Online-Journalisten entsprechen denjenigen der traditionellen Journalisten. Mirko Marr illustriert ebenfalls anhand von empirischen Daten, dass durch die Nutzung des Internets das Ende der Gemeinsamkeiten unter den Menschen nicht angebrochen ist und dass das Internet nicht disintegriert, aber dass die Onliner weniger fernsehen als früher, doch insgesamt die Medien querbeet intensiv nutzen. Evelina Bühler-Illieva untersucht, gestützt auf eine repräsentative Webumfrage unter 4410 Nutze-

rinnen und Nutzern der Dating Site www.partnerwinner.ch, auf welche Weise Menschen eine andere Identität konstruieren. Im Gesundheitswesen, so kann Nina Hautzinger nachweisen, werden Online-Angebote stark genutzt und beeinflussen den Entscheidungsprozess von Patienten. Zum Buch haben im Internetzeitalter, wie von Priska Bucher zu erfahren ist, viele Schülerinnen und Schülere keine enge Beziehung. Die Autorin plädiert daher für systematische Leseförderung.

Während Matthias Künzler das Leitbild des Bundes für die Informationsgesellschaft in der Schweiz vorstellt, sind die übrigen Beiträge eher theoretisch ausgerichtet: Dani Wintsch befasst sich auf originelle Weise mit der Ethnomethodologie und empfiehlt Workplace studies in der Journalismusforschung, Patrick Donges führt am Beispiel der schweizerischen Rundfunkpolitik die akteurstheoretische Steuerungstheorie vor und Martina Leonarz setzt sich mit der Framing-Perspektive auseinander. Heinz Bonfadelli und Werner A. Meier definieren und diskutieren die Informationsgesellschaft im Vergleich mit anderen gesellschaftlichen Gesamtentwürfen und wenden sich dann der Mediengesellschaft zu, die sie vor allem an der Medialisierung sowie an der politischen Regulierung von Medien festmachen und für die sie Forschungsfelder skizzieren.

Das Verdienst des Buches ist es, im Zeichen der Informations- oder Mediengesellschaft interessante Felder aufgemacht zu haben, so etwa die Gesundheitskommunikation, das Buchlesen, die Folgen der Online-Kommunikation für den gesellschaftlichen Zusammenhalt. Seine Schwäche ist die Heterogenität; die Klammer hält nicht alles zusammen, und sogar die Herausgeber beziehen sich in ihren Beiträgen nicht auf die Schweiz, obwohl sie das im Buchtitel suggerieren. Lesenwert ist trotzdem alles.

Roger Blum

Hans-Jörg Trenz

Europa in den Medien

Die europäische Integration im Spiegel nationaler Öffentlichkeit

Frankfurt: Campus, 2005. – 436 S.

ISBN 3-593-37882-5

Der Soziologe Hans-Jörg Trenz legt in der aus seiner Habilitationsschrift hervorgegangen-