

flexion immer wieder der verschiedenen disziplinären Impulse bedürfen. Der vorliegende Band verortet sich klar im Bereich der Journalismusgeschichte und der praktischen Journalismusforschung, etwa wenn Conboy den Boom eines „contextualized journalism“ (6) ausmacht, also den Bedarf an „information-plus“, über die pure Lieferung von content, von Information, von News hinaus. Von daher überrascht es nicht, dass die Autoren(inn)en so gut wie keine Bezüge zu den kulturwissenschaftlichen Fachdebatten herstellen und dass – mit Ausnahme von Horst Pöttker und Martin Conboy – eher sparsam auf grundlegende Modelle in der Kommunikationswissenschaften, wie etwa die Akteur-Struktur-Forschung, Öffentlichkeitskonzepte und die framing theory, zurückgegriffen wird. Eine Aufgabe wird daher in den nächsten Jahren sein, mehrere der disziplinär bevorzugten Verfahren systematisch zusammenzubringen und fruchtbare Beziehungen herzustellen, um so methodisch reflektierte Antworten darauf zu finden, wie, warum und wozu Journalisten Geschichte ständig neu reaktualisieren und was das über die Gesellschaft besagt.

Hans-Ulrich Wagner

Claudia Fraas / Stefan Meier / Christian Pentzold

Online-Kommunikation

Grundlagen, Praxisfelder und Methoden

München: Oldenbourg 2012. – 254 S.

ISBN 978-3-486-59180-4

Onlinekommunikation gehört sicherlich zu den dynamischsten Gegenstandsbereichen der Kommunikations- und Medienwissenschaft, was es nicht eben erleichtert, ein kompaktes Einführungs- und Lehrbuch zu schreiben. Das Chemnitz Autorenteam um Claudia Fraas hat den Versuch unternommen, eine solche kompakte Einführung zu schreiben, und dieser Versuch ist – um es vorwegzunehmen – durchaus gut gelungen.

Auf gut 200 Textseiten, ergänzt um ein Glossar der Fachbegriffe, ein ausführliches Literaturverzeichnis und ein Register, liegt nun eine didaktisch aufbereitete und gut lesbare, gleichwohl medien- und kommunikationstheoretisch fundierte Einführung vor, die man v. a. BA-Studierenden empfehlen kann. Ein Zwischenfazit nach jedem Teilkapitel, annotierte Literaturempfehlungen, Wiederholungs- und Transferfragen sowie „praktische Aufgaben“ sollen Selbstlernprozesse unterstützen; über den Er-

folg dieser Idee werden – wie bei allen Lehrbüchern – die Studierenden entscheiden.

Das Feld der Onlinekommunikation kann nach fast rund zwei Jahrzehnten Forschung nicht in allen Aspekten und teildisziplinären Perspektiven vorgestellt werden. Die Autoren gehen notwendigerweise selektiv vor und legen den Schwerpunkt auf die theoretischen Grundlagen, die rund ein Drittel des Bandes beanspruchen. Auch die Forschungsmethoden werden auf rund 60 Seiten behandelt und dürften Studierenden bei Bachelorarbeiten eine erste Orientierung geben. Die inhaltliche Auseinandersetzung mit konkreten Phänomenen der Onlinekommunikation setzt bei medienpsychologischen und -soziologischen Fragen (Identität, soziale Beziehungen) an und erfolgt dann anhand von zwei Praxisfeldern. Diese sind allerdings recht unscharf definiert: „Politik in der Online-Kommunikation“ vermischt Fragen der politischen Kommunikation mit deren medienpolitischen Regulierung; „Ökonomie, Werbung und PR“ werden auf 20 insgesamt Seiten abgehandelt.

Kommunikationstheoretisch und -soziologisch argumentieren die Verfasser handlungstheoretisch bzw. mithilfe des symbolischen Interaktionismus, was sehr gut zu den semiotischen Grundlagen passt. Sie vermeiden die gerade in der Literatur zur Netzkommunikation weit verbreiteten Dichotomisierungen bei der Einordnung und Bewertung der „neuen Medien“ durch den Rückgriff auf differenzierte Interaktions- und Interaktivitäts- sowie Medienbegriffe (Saxer). Die verschiedenen Kommunikationsmodi und Medienrahmen des „Hybridmediums“ (Höflich) gehören mittlerweile zum Kanon der Onlineforschung und dienen hier auch der Verortung vermeintlich revolutionärer „Social Media“. Öffentlichkeit wird als Kommunikationsnetzwerk mit verschiedenen Ebenen verstanden, in das sich auch neuere Formen öffentlicher Laienkommunikation, Partizipationsplattformen und Datenaggregatoren wie Google einordnen lassen.

Thema des anschließenden Kapitels ist die Semiotik der Onlinekommunikation: Die Zeichenhaftigkeit, die Vielgestaltigkeit (Kodalität und Modalität) der verwendeten Zeichen sowie die linguistischen Aspekte werden untersucht, um Hinweise und Indikatoren für die Analyse und Gestaltung von Onlinekommunikaten zu gewinnen.

Mit Identitätsarbeit, Selbstoffenbarung und dem Beziehungsphasenmodell sowie den grundlegenden Konzepten Online-Gruppe, -Gemeinschaft und -Netzwerk werden die „klassischen“ sozialpsychologischen und kom-

munikationssoziologischen Themen in kurzer und aktueller Form, ohne allzu viel Ballast aufgeföhren. Der Onlinekommunikationsprozess wird auf der Grundlage einschlägiger englischsprachiger (Walther et al.) und deutschsprachiger (Höflich) Ansätze systematisch behandelt, wobei die verschiedenen theoretischen Ansätze in drei Gruppen eingeteilt werden: *cues filtered out*-Ansätze, ausgehend von der *social presence*-Theorie bis zu den Arbeiten von Sproull und Kiesler, *cues to choose by*-Ansätze wie *media richness* (Daft, Lengel) und *cues filtered in*-Ansätze wie *social information processing* und *hyperpersonal communication* (Walther) über Medienwahltheorien bis hin zum SIDE-Modell von Spears, Lee und Postmes.

Soweit „soziales Handeln im Netz politisch ist“, fällt es unter das sehr weit gefasste Kapitel „Politik in der Online-Kommunikation“, was allerdings nicht vollständig überzeugt: Die Vermischung von politischer Kommunikation im Netz mit politischer Regulierung von Netz-kommunikation steht nicht nur im Widerspruch zur disziplinären (und bewährten) Unterscheidung von Medienpolitik und politischer Kommunikation, sie verstellt den Blick für interessante Fragen und Befunde. Die Akteure der Netzpolitik sind nämlich Teil eines allgemeinen kommunikations- und medienpolitischen Akteursnetzwerkes, was ihre Machtinteressen und damit auch De-/Regulierungsentscheidungen erklären hilft. Nur ein Teil der Netgovernance besteht aus Kommunikationen im Netz, während politische Onlinekommunikation sich ganz überwiegend auf netzspezifische Akteure und Themen beziehen dürfte. Das Kapitel bietet zwar eine Reihe von Beispielen für politische Onlinekommunikation und stellt wichtige Fragen nach der öffentlichkeitstheoretischen Bedeutung von Onlinekommunikation. Erkennbar ist auch das Bemühen um eine Systematisierung anhand der Dimensionen Polity, Politics und Policy, insgesamt kommen aber Regulierungs- und Governanceprobleme zu kurz. Aushandlungs- und Strukturierungsprozesse im Netz, die Etablierung und Begründung von Normen sowie die aktuellen Problemfelder Urheber-, Daten- und Jugendschutz werden kaum beröhrt.

Das zweite, von Fraas et al. eingehender dargestellte Themenfeld sind die ökonomischen „Bedingungen und Auswirkungen“ der Onlinekommunikation. Auf der Grundlage von einschlägiger Fachliteratur (Zerdick et al., Shapiro/ Varian bis hin zu Bruns) werden die Grundzüge einer Internet-Ökonomie von veränderten Wertschöpfungsprozessen und Güteigenschaften bis hin zu Netzwerk-, Lock In-

und Long Tail-Effekten verständlich erläutert. Was man vermisst, ist eine medienökonomische Einordnung, denn es werden zwar die Potenziale und Strategien von Onlinewerbung und -PR geschildert, die allen Organisationen zur Verfügung stehen. Welche Bedeutung Digitalisierung und Vernetzung aber für die klassischen publizistischen Medien haben (könnten), bleibt offen. Nahe liegend wäre es auch gewesen, Aussagen über ökonomische Folgen und Strukturveränderungen mit einigen – zugegebenermaßen rasch veraltenden – Daten zu belegen. Mit ganz geringen Abstrichen („Mehrfachvernutzung“ statt Mehrfachverwendung und -verwertung) werden die Strategien der Medienunternehmen zwar zutreffend angesprochen, die strukturellen und publizistischen Folgen jedoch kaum. Die Stärke des Bandes, Studierenden den Einstieg in das Lerngebiet durch die Schilderung bestimmter Phänomene der Onlinekommunikation zu erleichtern, geht bei beiden Kapitel ein wenig auf Kosten einer Forschungslogik und -systematik.

Ein erster Überblick über die relevanten Forschungsmethoden Befragung, Beobachtung, Inhaltsanalyse und der webspezifischen Logfileanalyse sowie Hinweise zur Forschungsethik runden das Einführungsbuch ab. Dabei werden zunächst die Erhebungsmethoden allgemein charakterisiert, um dann die onlinespezifischen Potenziale und Restriktionen zu erläutern. Auch diese Ausführungen basieren auf den aktuellen Hand- und Lehrbüchern zum Thema. Hilfreich wären ergänzende Hinweise zu an vielen Universitäten bzw. im Netz verfügbaren Befragungstools und Crawlerssoftware gewesen. Für Folgeauflagen sollte auch über einen Daten- und Faktenteil (Nutzung, Marktstrukturen, aktuelle Rechtsgrundlagen) nachgedacht werden, womöglich als ergänzendes und aktualisierbares Onlineangebot.

Insgesamt ist dem Autorentrio mit dem vorliegenden Band eine erstaunlich knappe, gleichwohl gut fundierte und aktuelle Einführung in das Feld der Onlinekommunikation gelungen, die man insbesondere den Bachelor-Studierenden als Einstieg und Orientierung empfehlen kann.

Klaus Beck