

ter Hucklenbroich) bis hin zum Beitrag von Jörg R. J. Schirra „Sind Bilder ein Gegenstand der Informatik?“.

Die Themen und Ansätze sind weit gestreut und enthalten überwiegend spannende und manchmal auch überraschende Kombinationen und Thesen. Einigen Beiträgen ist jedoch gemein, dass sie der attestierte „Bilderflut“ habhaft werden wollen, indem sie ästhetische Bewertungen zur Kategorisierung anführen, wie etwa in dem Beitrag von Andreas Müller, Jochen Kuhn, Alwine Lenzner und Wolfgang Schnotz, „Schöne Bilder in den Naturwissenschaften: motivierend, anregend oder doch nur schmückendes Beiwerk?“. Hier wird zwischen „dekorativen“ und „instruktionalen“ Bildern unterschieden. In ihrer aufwendigen Untersuchung des didaktischen Wertes solcher Bilder für die gymnasiale Oberstufe messen sie die „Wirkung“ der Vergleichsbilder auf eine Expertengruppe und auf eine Gruppe von Schülern und kommen zu dem Zwischenfazit, dass die Kontextualisierung der Bilder eine entscheidende Rolle bei ihrer Bewertung spielt und drei Arten von Erwartungen entscheidend sind: Die „Situations-Ergebnis-Erwartung“, die „Handlungs-Ergebnis-Erwartung“ sowie die „Ergebnis-Folgen-Erwartung“, alle drei stammen aus der kognitiven Motivationspsychologie. Im Zwischenergebnis fragen die Autoren, warum die affektive Wirkung dekorativer Bilder nicht auf Motivation und Lernen durchschlägt (S. 224) und kommen zu dem Schluss, dass der Kontext bzw. die Einbettung der Bilder ausschlaggebend für ihre Wirkung sei. Die Bildwirkung besteht aus der Interaktion zwischen Kognition und Emotion.

Auch Rolf F. Nohr unterscheidet im Rekurs auf den Baseler Bildwissenschaftler Gottfried Böhm zwischen „starken“ und „schwachen“ Bildern, wobei Kunstwerke zu den starken und Wissenschaftsbilder zu den schwachen zählen. Dieser, für die Medien- und Kommunikationswissenschaft wohl interessanteste Beitrag des Sammelbandes, läuft jedoch – wie bereits der zuvor erwähnte Artikel – Gefahr, eine bipolare Unterscheidung subjektiv zu setzen, ohne dies empirisch überprüft zu haben. Ob stark oder schwach, dekorativ oder instruktional, sollte nicht vorab unterstellt, sondern durch einen Pre-Test überprüft werden. Wenn die Valenz von Bildtypen bereits im Untersuchungsdesign postuliert wird, ist es schwierig, später eine tatsächliche „Wirkung“ messen zu können. Oder, wie dies im Beitrag „Klassifikation von wissenschaftlichen Darstellungen“ von Martin Lemke, Tobias Breidenmoser, Manfred Drack und Fynn Ole Engler zutreffend formuliert wird:

„Wir sind völlig frei darin zu klassifizieren. Allerdings ist es nicht klug, diese Freiheit ganz auszunutzen“ (S. 180).

Für die Medien- und Kommunikationswissenschaft interessant ist Nohrs Exkurs zur Geschichte der Informationsgrafik, von der biblia pauperum des Spätmittelalters über Comenius bis hin zu den „Klassikern“ der Bilddidaktik und Isotype, zum dem einflussreichen „Wiener Kreis“ angehörenden Otto Neurath sowie Fritz Kahn. Insgesamt enthält der Band mehrere interessante, interdisziplinäre Beiträge und ist sicherlich für die naturwissenschaftliche Fachdidaktik und die interdisziplinäre Bildwissenschaft relevant. Allerdings fehlt eine sozialwissenschaftliche Perspektive, und weder der Medienbegriff noch der omnipräsente Kommunikationsbegriff sind durch einen Beitrag, etwa zur visuellen Kommunikation, vertreten. Für die Medien- und Kommunikationswissenschaft ist der Sammelband somit kaum relevant, zumal wichtige Termini wie „Rezeption“ und „Wirkung“ von Bildern nicht reflektiert werden. Der Band enthält zahlreiche Abbildungen, einige davon in Farbe, sowie ein Personen- und Sachregister. Die Beantwortung der eingangs gestellten Fragen zu Bildverstehen und Bildverwenden bleiben die meisten Beiträge schuldig, vielleicht auch, weil diese „Ergebnis-Erwartung“ an einen gut redigierten Sammelband doch zu hoch gegriffen ist?

Marion G. Müller

Werner A. Meier / Heinz Bonfadelli / Josef Trappel (Hrsg.)

Gehen in den Leuchttürmen die Lichter aus?

Was aus den Schweizer Leitmedien wird

Wien/Münster: Lit, 2012. –336 S.

ISBN 978-3-643-80136-4

Die Medien in der Schweiz befinden sich offenbar in einem kritischen Zustand. Darin sind sich die Autorinnen und Autoren dieses Bandes einig. Eine Medienkrise, eine Tageszeitungskrise, eine Werbewirtschaftskrise, eine Publikumskrise, eine Finanzkrise, eine Krise des Informationsjournalismus, eine Krise des professionellen Journalismus, eine Krise der Leitmedien – all diese Krisen werden schon in den Überschriften der 15 Beiträge dieses Sammelbandes annonciert. In den Texten selbst werden weitere Krisen festgestellt.

Genau genommen sind es vor allem die Tageszeitungen als traditionelle regionale Leitmedien in der Schweiz, deren Funktionsfähigkeit

und wirtschaftliche Überlebensfähigkeit in Frage steht. Gratiszeitungen, Zeitschriften, Hörfunk, Fernsehen und Internet werden in diesem Band nur am Rande thematisiert, eher als Konkurrenten im Wettbewerb um Aufmerksamkeit und Zahlungsbereitschaft des Publikums denn als denkbare würdige Nachfolger hinsichtlich der politischen Funktion der Tageszeitungen. Der Band bildet eine Art Bestandsaufnahme zum Start eines größeren Forschungsprojekts, in dem Schweizer Forschungsteams die Medienkrise aus unterschiedlichen Perspektiven analysieren. Er erhellt Zusammenhänge und wirft Forschungsfragen auf, freilich ohne die im Untertitel verheißene Aufklärung, was aus den Schweizer Leitmedien werden wird.

Zum Einstieg diskutiert Werner A. Meier die Medienkrise als publizistikwissenschaftliche Herausforderung, erörtert den Krisenbegriff, konstatiert beiläufig eine Krise der Soziologie und referiert unterschiedliche Deutungen der Zeitungskrise: Ist es (nur) eine Krise der Verlagshäuser oder eine allgemeine Krise des Journalismus mit Folgeproblemen für die Demokratie, ist es ein Aufbrechen der überkommenen Hegemonie der Lokalpresse, oder entsteht durch das Internet eine ganz neue Medienwelt? Auch der Begriff der Leitmedien, der ja erst aufgekommen ist, als schon deutlich wurde, dass die gesellschaftliche Funktion der Tageszeitungen keine Selbstverständlichkeit mehr ist, wird eingehend diskutiert, wenn auch nicht präzise definiert. Schließlich gibt es einen Blick auf Reaktionen auf die Medienkrise: In der Zivilgesellschaft werden Alternativprojekte initiiert, und die Schweizer Bundespolitik ist sensibilisiert und lässt die Entwicklung beobachten.

Die weiteren Beiträge sind in vier Themenfelder gegliedert. Unter der Überschrift Medien und Journalismus in der Krise werden in fünf Beiträgen journalistisches Handeln und journalistische Leistungen im Spannungsfeld zwischen dem Warencharakter der Zeitung und ihrer politischen Funktion erörtert. Strukturveränderungen der journalistischen Arbeit lassen Qualitätsverluste befürchten (S. 69f.), Hoffnungen darauf, dass Amateure künftig die Vermittlungsleistungen des professionellen Journalismus übernehmen könnten, werden jedoch zerstreut (S. 56). Die Konzentration in der Regionalpresse der Schweiz ist weit fortgeschritten, andererseits dürfen auch die Verandelungen und Abhängigkeiten nicht verkannt werden, die mit der Kleinräumigkeit der Regionalberichterstattung verbunden ist: Sie ist „immer auch ein wenig Hofberichterstattung“ (S. 89). Eine verwandte Problematik wird von der Jour-

nalistin Helen Brügger zur Sprache gebracht: Dem Medienjournalismus „geht mit der Zunahme der Medienkonzentration ganz einfach der Stoff aus“ (S. 136).

Drei Beiträge sind der Krise des Geschäftsmodells der Tageszeitung gewidmet. Matthias Künzler erinnert daran, dass es in der Schweiz schon vor vierzig Jahren eine Zeitungskrise gab. Die Gesamtauflage allerdings ist trotz fortschreitender Pressekonzentration bis 1995 stetig gestiegen, und einschließlich der in der Schweiz erfolgreich eingeführten Gratiszeitungen hat die Auflage erst 2008 ihren Höhepunkt erreicht. Gabriele Siegert et al. beleuchten die Veränderungen der Werbewirtschaft als treibende Kraft eines Strukturwandels der Medienwirtschaft, in dem neue Geschäfts- und Erlösmodelle immer weniger mit der Bereitstellung redaktioneller und journalistischer Leistungen verknüpft sind. (Aus dieser Entwicklung hat jüngst die Axel Springer AG die unternehmerische Konsequenz gezogen, ihre regionalen Tageszeitungen sowie ihre Programmzeitschriften und Frauenzeitschriften an die Funcke-Gruppe zu verkaufen.) Ein weiterer Beitrag berichtet über eine Vorstudie zu neuen Geschäftsmodellen der Zeitungsverlage in der Westschweiz.

Gibt es für die Tageszeitungen auch eine „Publikumskrise“? Jesse Bächler und Heinz Bonfadelli behandeln die Fragmentierung des Publikums und machen darauf aufmerksam, dass Fragmentierung nicht nur als dysfunktionale Heterogenität, sondern auch als notwendige Voraussetzung für eine funktionale Diversität aufgefasst werden kann. Und sie erläutern, dass neben den Treibern auch Hemmer der Fragmentierung auszumachen sind, etwa das Inter-Media Agenda-Setting oder die Nachrichtenumgebung der am häufigsten genutzten Internetseiten, so dass „die Fragmentierung auf Nutzungs- und Wirkungsebene zumindest nicht so profund und umfassend ist, wie sie aufgrund des Fragmentierungsgrads des Angebots vermutet werden könnte“ (S. 219). Für die weitere Forschung zur Fragmentierung verweisen sie auf das Konzept des Medienrepertoires. Sven Engesser hält ein essayistisches Plädoyer dafür, mit sog. „Nachrichtenfallen“ im Umfeld aufmerksamkeitsträchtiger Meldungen die Mediennutzer auch auf Informationen aufmerksam zu machen, nach denen sie nicht suchen würden, die sie aber zur Kenntnis nehmen sollten. Das ist seit jeher eine gängige Strategie für die Werbung – warum sollte sie nicht auch für die politische Bildung anwendbar sein?

Der letzte Abschnitt umfasst vier Beiträge zum Thema Medienkrise und Medienpolitik.

Die Regierung blickt schon mit Sorge auf die Qualität des Regionaljournalismus, so dass es angezeigt ist, Konzepte zum Qualitätsmanagement zu entwickeln und mögliche Ansatzpunkte für politische Maßnahmen zur Förderung der Qualität im Journalismus aufzuzeigen, ohne dabei in die journalistische Autonomie einzugreifen.

Insgesamt macht der vorliegende Band die Ausgangspunkte für das inzwischen bewilligte Forschungsprojekt deutlich; oft werden auch die Fragestellungen klar umrissen. Das Projekt ist bewilligt, und damit erwartet die Beteiligten eine besondere Herausforderung: nicht nur einzelne Ergebnisse der Teilprojekte fein ziseliert herauszuarbeiten, sondern sie so zu einem Mosaik zusammenzufügen, dass die Zusammenhänge deutlich werden und das Ergebnis im Ganzen eine klare Gestalt gewinnen kann.

Hermann-Dieter Schröder

Klaus Meier / Christoph Neuberger (Hrsg.)

Journalismusforschung

Stand und Perspektiven

Baden-Baden: Nomos, 2013. – 245 S.

ISBN 978-3-8329-7542-5

Warum kauft der Amazon-Gründer Jeff Bezos für 250 Millionen Dollar die 80 Jahre alte *Washington Post*? Warum verkauft der Springer-Konzern ebenfalls traditionsreiche Blätter wie das *Hamburger Abendblatt*? Was bedeutet das für das Selbstverständnis der Journalisten und für die Zukunft des Journalismus? „Die öffentliche Debatte über den Journalismus enthält deutlich mehr Vermutungen und Visionen als bewährtes Wissen und belastbare Prognosen“, schreiben Klaus Meier und Christoph Neuberger in ihrer Einführung zu Stand und Perspektiven der Journalismusforschung (S. 7). Und was sagt die Forschung? Sie verlässt sich nicht auf „Augenblickeindrücke“, produziert keine kurzfristigen „Erfolgsrezepte“ oder gibt vor schnelle Antworten. Sie sucht nach dem wissenschaftlichen Beweis. Beweis wofür? Für den Niedergang oder den Aufschwung des Journalismus, forciert durch Milliardäre, die sich renommierte Zeitungen als Hobby zulegen?

Die Herausgeber Meier und Neuberger sowie Andrea Czepek, Ralf Hohlfeld, Frank Lobigs und Wiebke Loosen legen mit diesem Sammelband die erste Publikation in der neuen Schriftenreihe des Nomos Verlags „Aktuelle Studien zum Journalismus“ vor. Sie wollen gemeinsam mit weiteren in der wissenschaftlichen Gemeinschaft bekannten Autorinnen und Au-

toren „innehalten, thematische Zusammenhänge herstellen und damit einen aktuellen Überblick über Stand und Perspektiven der Journalismusforschung geben“ (S. 8). Dieses Versprechen wird eingehalten. Auf 245 Seiten gewinnt der Leser – angesprochen sind gleichermaßen Wissenschaftlerinnen und Studierende als auch Journalistinnen und andere Praktiker (?) – tatsächlich einen guten Einblick in die Forschung. Strukturiert ist der Band nicht nach Begriffen, Theorien und Methoden oder einem didaktischen Prinzip, sondern bearbeitet werden „Probleme“. Ein Problem ist im Alltagsverständnis eine schwierige, ungelöste Aufgabe oder Frage. Ob sie lösbar ist und schließlich gelöst wird, ist auch nach der Lektüre der insgesamt homogenen, aber doch relativ unverbundenen Beiträge weiter unklar. Die genannten Autorinnen sowie Klaus-Dieter Altmeyen, Regina Greck und Tanja Kössler, Klaus Arnold, Vinzenz Wyss, Susanne Fengler, Armin Scholl, Thomas Hantitzsch und Margreth Lünenborg bieten in ihren Beiträgen einen State-of-the-Art ihres jeweiligen Forschungsschwerpunktes. Sie tun dies systematisch und strukturiert, kritisch, verständlich und auf den Punkt gebracht. In vielen Texten allerdings dominiert der einführende Charakter. So erläutern Altmeyen, Greck und Kössler den mittlerweile hinlänglich konsentierten Unterschied zwischen Medien und Journalismus; Meier differenziert Begriffe wie Crossmedia und Konvergenz, Newsdesk und Newsroom.

Es fehlt etwas. Es fehlt der Mut, über die Normativität des Faktischen, über die bisweilen sehr definitorischen, normativen und idealtypischen Beschreibungen des Vergangenen und Gegenwärtigen hinauszugehen – ja, es fehlt der Mut, einmal auf dieser Basis in die Zukunft hinein zu spekulieren. Es steht viel geschrieben über den Stand der Journalismusforschung aus der Sicht der Qualität, der Freiheit, der Organisation, der Finanzierung und auch des Wandels. Es findet sich so Vieles, das – zurückhaltend formuliert – in den vergangenen Jahren mehrfach publiziert worden ist, zumeist von den Autorinnen selbst, in Fachzeitschriften und Buchbeiträgen. Aber es fehlen die im Titel angekündigten Perspektiven.

Diese kritische Anmerkung bezieht sich auf einen Maßstab, den die Herausgeber selbst wie folgt formulieren: „Nicht nur der Journalismus ist dabei, sich neu zu erfinden. Dies gilt nicht weniger für die Forschung, die sich ihm widmet. Auch sie muss ihren Standort neu bestimmen.“ (S. 9) Wird tatsächlich schon ein Standort dadurch neu bestimmt, dass sich die Journalistik, jahrzehntelang hauptsächlich verstanden