

Aufsätze zu Medienwirkungen setzen auf der Mikroebene an (Eilders, Scheufele), jene zur Organisationskommunikation auf der Mesoebene (Altmeyen, Donges, Wehmeier/Röttger) sowie jene zum Journalismus (Pörksen/Scholl) und zum Medienwandel (Görke) auf der Makroebene. In einigen Fällen waren von vornherein mehrere Ebenen angesprochen, wie im Fall des Mediensystemvergleichs (Esser/Hanitzsch), der Öffentlichkeit (Wimmer), des Terrorismus (Beck/Quandt) und der interkulturellen Kommunikation (Averbeck-Lietz).

Wie weit sind die Autoren von ihren unterschiedlichen Startpunkten aus gekommen? Die zurückgelegte *Wegstrecke* variiert erheblich: Teils gelingt es nur, die mögliche Erweiterung anzudeuten und die dafür notwendige allgemeine Theorie einzuführen. Teils werden Theorien auf den verschiedenen Ebenen referiert, aber noch nicht konsequent miteinander verbunden. Dass die Mehrebenen-Architektur nicht nur zu einer breiteren Beschreibung, sondern auch zu einer besseren *Erklärung* beitragen kann, wird in drei Beiträgen besonders gut herausgearbeitet:

Für die Ebenenverbindung sind nach Hartmut Esser Brückenhypothesen (Makro-Mikro) und Transformationsregeln (Mikro-Makro) notwendig. Essers Modell soziologischer Erklärung übernimmt *Bertram Scheufele*, um „Medienwirkungen jenseits des einzelnen Rezipienten“ zu analysieren. Gestützt auf eigene Forschungserfahrungen erläutert er an fünf Beispielen die Top down- und Bottom up-Verbindungen. Vor allem für das Spektrum möglicher Transformationsregeln, mit denen Medienwirkungen auf der Meso- und Makroebene erklärt werden können, liefert er wertvolle Hinweise: Neben der einfachen statistischen Aggregation unterscheidet er Gruppendynamiken, reziproke Effekte, Framing, den Prozess der Schweigespirale und die Medialisierung. Außerdem betrachtet er die Dynamik von Auf- und Abwärtsbewegungen. Damit ist der Blickwinkel geweitet für eine umfassende „Medienwirkungsforschung“, die Effekte nicht mehr nur beim individuellen Rezipienten sucht, sondern von Wechselwirkungen zwischen allen an der Öffentlichkeit beteiligten Akteuren ausgeht, und zwar auf der Mikro-, Meso- und Makroebene.

Einen anderen Weg schlägt *Christiane Eilders* ein: Sie will zeigen, wie Makroansätze systematisch in Mikromodelle zur Erklärung von Medienwirkungen einbezogen werden können. Sie wählt den dynamisch-transaktionalen Ansatz, den sie um vertikale Transaktionen ergänzt, d. h. um Brückenhypothesen. Die Theo-

rie der Schweigespirale und der Ansatz der Publikumsvorstellungen berücksichtigen gesellschaftliche „constraints“, die über die subjektive Wahrnehmung der Rezipienten vermittelt werden. Die Vorstellung von einem Mit-Publikum, d. h. Annahmen über die dort herrschende Bedeutung von Themen und Meinungen sowie über die gemeinsame Betroffenheit könnten, so die Hypothese der Autorin, die Rezeptionswirkung beeinflussen.

Frank Esser und *Thomas Hanitzsch* gehen der Frage nach, wie in der komparativen Forschung Einstellungen und Handeln von Journalisten auf der Mikroebene mit Hilfe von Makro- und Mesovariablen erklärt werden können. Dazu diskutieren sie unterschiedliche theoretische und methodische Zugänge. Während mit der Mehrebenenanalyse ein statistisches Verfahren zur Verfügung steht, sehen sie Defizite bei der theoretischen Explikation der Links zwischen den Ebenen.

Insgesamt liefert der Band wichtige Anstöße für eine breite Theoriedebatte. Ein wenig deutlicher hätte zutage treten können, was die Ergebnisse der Diskussionen im Forschernetzwerk waren. Selten werden Verbindungslinien zwischen den Beiträgen gezogen, auch ein übergreifendes Fazit wäre hilfreich gewesen. Die Mehrebenen-Heuristik erweist sich als eher loses Band, da die Ebenen in den Beiträgen recht unterschiedlich interpretiert wurden. Bemerkenswert ist schließlich auch, dass die Diskussion über integrative Ansätze und die Überwindung der Dualität von System- und Handlungstheorie in der deutschsprachigen Soziologie kaum einen Nachhall findet.

Christoph Neuberger

Jens Wolling, Andreas Will, Christian Schumann (Hrsg.)

Medieninnovationen

Wie Medienentwicklungen die Kommunikation in der Gesellschaft verändern
Konstanz: UVK, 2011. – 453 S.

(Schriftenreihe der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft; 38)

ISBN 978-3-86764-290-3

„Medieninnovationen“ stehen im Zentrum des Sammelbandes, der die Jahrestagung 2010 der Deutschen Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft (DGPK) in Ilmenau resümiert. Innovationen, von „novus = neu“ abgeleitet, sollten generell im Zentrum

wissenschaftlicher Forschung stehen; dies gilt gerade für die Kommunikationswissenschaft und den Medienbereich, in dem besonders viele Innovationen zu beobachten sind. Umso erstaunlicher ist es, dass die Beschäftigung mit Medieninnovationen so lange auf sich warten ließ – eine Tatsache, auf die im Vorfeld bereits aufmerksam gemacht wurde (Fengler/Kretzschmar 2009).

Impulsgeber im Bereich der Medieninnovationen sind oftmals technische Innovationen; sie haben vor allem Auswirkungen auf den Bereich der Konzeption, Produktion und Rezeption medialer Angebote. Diese Kausalbeziehung ist aber nicht einseitig zu verstehen; innovative mediale Inhalte oder auch Gestaltungsmöglichkeiten sind nicht alleine auf technische Innovationen zurückzuführen, sondern können auch auf innovativen Problemlösungsstrategien im Medienbereich basieren. Außerdem zeigt die Techniksoziologie, dass rein technisch begründete Innovationen sich nicht durchsetzen, wenn sich nicht zugleich die gesellschaftlichen Rahmenbedingungen verändern. Im Medienbereich heißt das, dass Nutzerakzeptanz und auch die Interessen unterschiedlicher gesellschaftlicher Akteure angemessen antizipiert werden müssen, damit Innovationen erfolgreich in den Alltagsgebrauch eingehen. Die Analyse dieses Wechselspiels zwischen Medien und Gesellschaft ist der Ausgangspunkt des vorliegenden Bandes.

Die Publikation ist in sieben Teile gegliedert und umfasst 23 Einzelbeiträge. Die Rezension greift deshalb beispielhaft nur einige Beiträge heraus, die das Spektrum andeuten können.

Teil I behandelt Medieninnovationen im Journalismus. Lars Rinsdorf und Bernd Blöbaum mit Mitarbeitern thematisieren aus unterschiedlichen Perspektiven die Einführung der Newsdesks und ihre Auswirkungen auf das journalistische Produkt (Rinsdorf) sowie auf journalistisches Handeln allgemein (Blöbaum et al.). Das Mehrmethodendesign von Blöbaum et al. erlaubt eine umfassende, multiperspektivische Analyse des journalistischen Handelns quer durch zahlreiche Medien – zum einen in ihrem Kernbereich, der journalistischen Arbeitsorganisation, zum anderen in Bezug auf ihre Auswirkungen auf die Berichterstattung. Hier setzt auch Rinsdorf an, der beispielhaft das kontrovers diskutierte Newsdesk-Modell der WAZ-Gruppe untersucht und dabei Defizite im Bereich der publizistischen Vielfalt, aber auch bei der Stabilität der Qualität einzelner journalistischer Titel konstatiert.

Stefan Bosshart und Philomen Schönhagen gehen der allseits formulierten Befürchtung

nach, dass *Citizen Journalism*, in diesem Fall WikiNews, den professionellen Journalismus ersetzen wird – um herauszufinden, dass sich mehr als 80 Prozent der Beiträge auf massenmediale Inhalte beziehen. Technische Innovationen, die WikiNews ermöglichen, sind also noch kein innovativer Journalismus. International vergleichend ist der abschließende Beitrag von Colin Porlezza, Stephan Ruß-Mohl und Marta Zanichelli, der innovative Ansätze im Bereich des *Correction Managements* zum Thema hat.

In Teil II stehen die Medieninnovationen im Bereich der politischen Kommunikation im Mittelpunkt. Interpersonal-öffentliche Kommunikation in Diskussionsforen wird von Alexander Haas und Hans-Bernd Brosius untersucht. Dabei stellen sie fest, dass Massenmedien, zumindest im Bereich politischer Themen, immer noch eine Funktion des Agenda-Settings ausüben und dass Diskussionsforen derzeit noch nicht zu einer relevanten Größe im Bereich der Medienwirkungsprozesse geworden sind. Die organisierte politische Kommunikation wird in der Regierungskommunikation untersucht. Wie erfolgreich sind innovative Elemente bei der Regierungskommunikation im Internet (Daniel Heine und Ansgar Zerfaß)? Wie kann der Web-Wahlkampf in Deutschland und Österreich mittels einer Strukturanalyse analysiert werden (Uta Rußmann)? Beide Beiträge zeigen methodisch fundierte Zugänge auf, durch die sich auch zukünftige Formen der internetbasierten politischen Kommunikation untersuchen lassen.

In Teil III sind Herausforderungen für die Medienregulierung und die Medienpädagogik zusammengefasst, die aufgrund von Innovationen im Medienbereich entstehen. Susanne Fengler et al. stellen hier erste Ergebnisse ihrer international vergleichenden Studie vor, in der sie unterschiedliche Formen der Medienselbstkontrolle analysieren. Sie haben ein Analyseraster entwickelt, in das sich sowohl neue als auch traditionelle Formen der Medienselbstkontrolle integrieren lassen. Im Bereich der Medienpädagogik behandeln Imke Hoppe et al. die Integration von Laptops in den Schulunterricht – ein Forschungsthema, das die Medienpädagogik der kommenden Jahre sicher noch umfangreich beschäftigen wird.

Dem Bereich der Medieninnovationen und der Medienökonomie ist der Teil IV des Sammelbandes gewidmet. Der Beitrag von Christopher Buschow et al. stellt das *Change Management* der Tageszeitungen in den Mittelpunkt, basierend auf Giddens' Strukturations- theorie. Damit gelingt es, zentrale Umstrukturi-

rierungsprozesse, die derzeit alle Tageszeitungen bundesweit betreffen, in ihrer prozessualen Dynamik zu erfassen. Medienkonvergenz und Digitalisierung sind Trends, die die Fernsehbranche kennzeichnen; Pamela Przybylski zeigt innovative Interaktionsstrukturen auf, bei denen unterschiedliche Akteure den Bereich der Bewegtbilddistribution besetzen. Damit setzt sie Forschungsstandards in einem Bereich, dessen dynamische Entwicklung gerade erst begonnen hat. Neuland betritt Katrin Tobies mit einer Studie zu Innovationskommunikation im Raum. Sie verknüpft Ansätze der Raumsoziologie und der Innovationskommunikation, um damit Kommunikation im Raum analysieren zu können, bei der Innovationen im Zentrum stehen, beispielsweise bei einer mobilen Roadshow eines Herstellers von Computerspielen. Die Neukonzeptionalisierung raumsoziologischer Ansätze für die Kommunikationswissenschaft schließt hier an die theoretische Fundierung der Mobilkommunikation an.

Innovationen im Bereich der Mediennutzung stehen im Zentrum von Teil V. Die Nutzung von Kommentarfunktionen auf Nachrichtenportalen (Nina Springer) wird ebenso untersucht wie die Diffusion von Online-Videos im Rahmen viraler Kommunikation (Timmy Hack und Christine Schumann). Innovative Formen der Fernsehnutzung werden aus unterschiedlichen Blickwinkeln beleuchtet: zum einen aus der qualitativ arbeitenden Perspektive, bei der die Domestizierung untersucht wird (Ursula Hüsig), zum anderen aus der quantitativ arbeitenden Perspektive, bei der eine repräsentative Bevölkerungsumfrage zur zeitversetzten Fernsehnutzung durchgeführt wird (Olaf Jandura und Lena Ziegler). In der Kombination beider Ansätze ergibt sich ein umfassendes Bild neuer Formen der Fernsehnutzung, die das Fernsehverhalten auch in Zukunft grundlegend verändern werden.

Die Verbindung von Medieninnovationen und ihren Auswirkungen auf soziale Beziehungen wird in Teil VI des Bandes untersucht. Mobile Erreichbarkeit wird anhand eines interdependenz- und persönlichkeits-theoretischen Modells untersucht (Sandra Pöschl und Nicola

Döring); mit einem Experimentaldesign wird hier die Integration von Kommunikationstechnologien in den Alltag aufgezeigt. Im Forschungsfeld der sozialen Netzwerke werden zum einen Selbstoffenbarung und Privatsphäre thematisiert (Monika Taddicken und Michael Schenk), zum anderen der Strukturwandel persönlicher Netzwerke durch die Web-2.0-Nutzung (Christine Uzler und Michael Schenk). Beide Studien arbeiten mit repräsentativen Befragungen im Internet und zeigen dabei auch innovative Untersuchungsdesigns auf.

Den Abschluss des Bandes bildet in Teil VII der theoretische Diskurs über Medieninnovationen. Martina Thiele untersucht in einem originellen Beitrag die Medienmanifeste und plädiert aufgrund einer zunehmenden Flut vor allem von Internetmanifesten für eine Eigenbegrenzung der Manifestschreiber. Ganz unterschiedliche theoretische Ansätze werden von den anschließenden Autoren behandelt: „Online Relations“ in Wissenschafts- und Kommunikationsberatung sind Thema von Friederike Schultz und Stefan Wehmeier, Cornelia Wallner und Marian Adolf untersuchen in einer Metastudie die Erklärungskraft von Öffentlichkeitstheorien, Jakob Jünger stellt die Frage, wie aktiv, interaktiv und hyperaktiv Nutzer in Diskursen zu medientechnischen Innovationen konzeptionalisiert werden.

Nach der Lektüre des Bandes bleiben viele neue, kreative Ansätze im Kopf, um den Innovationsgehalt medialer Angebote und ihrer Nutzung zu erkennen und mediale Innovationen theoretisch und methodisch neu zu untersuchen. Das Thema der Medieninnovationen erweist sich als äußerst inspirierend für den Diskurs zum Medienwandel. Der Tagungsband ist als Standardwerk zum Medienwandel zu sehen, der mehr als nur Schlaglichter einer Tagung, sondern richtungsweisende Studien versammelt.

Sonja Kretzschmar

Literatur

Fengler, Susanne; Kretzschmar, Sonja (Hrsg.) (2009): Innovationen für den Journalismus. Wiesbaden: VS.