

Besprechungen

Timothy Garton Ash

Redefreiheit

Prinzipien für eine vernetzte Welt

München: Carl Hanser Verlag, 2016. – 688 S.

ISBN 978-3-446-24494-8

Dies ist ein pralles, kluges, rechtzeitiges Buch. Timothy Garton Ash ist weithin bekannt und vielfach geehrt als streitbarer Historiker und scharfsinniger Publizist. Er hat sich mit diesem Buch ein hohes Ziel gesteckt und schlägt nicht weniger als „Prinzipien für eine vernetzte Welt“ vor. Sie sollen das normative Grundgerüst für unser öffentliches kommunikatives Handeln bilden. Das Buch will eine Landkarte sein für die Kosmopolis – eine Hilfe, wie man sich im globalen Gemeinwesen zurechtfindet und miteinander umgeht.

Solche Vorschläge sind dringend notwendig. Denn überall wird intensiv gesucht nach Orientierung in einer Kommunikationswelt, deren herkömmliche Grenzen sich aufgelöst haben und kaum noch erkennbar sind. Die altvertrauten Unterscheidungen zwischen öffentlich und privat, zwischen öffentlich und geheim, zwischen öffentlich relevant und irrelevant geben keine hinreichende Orientierung mehr.

Sein Polarstern, nach dem er navigiert, ist die Redefreiheit – verstanden als das Recht auf freie Meinungsäußerung. Dies wird flankiert von weiteren Fixsternen wie der Toleranz und der Wissenschaftsfreiheit. Damit stellt er sich in eine ehrwürdige liberale Tradition. Garton Ash will mit seinem Buch für das 21. Jahrhundert das erreichen, was John Milton mit der „Areopagitica“ für das 17. Jahrhundert und John Stuart Mill mit „On Liberty“ für das 19. Jahrhundert geschaffen hat. Sein Grundsatz: Die Redefreiheit sollte so wenig wie möglich gesetzlich beschränkt werden und so viel wie nötig durch (zivil-)gesellschaftliche Normen und Praktiken, etwa um Schäden zu begrenzen, die aus dem Gebrauch der Redefreiheit entstehen.

Das Buch ist gegliedert nach seinen zehn Prinzipien, also ebenbürtig mit den Zehn Geboten und weit oberhalb von Sieben Goldenen Regeln. Diese zehn komplementären Prinzipien mit universellem Anspruch sind: (1) Die Meinungs- und die Informationsfreiheit haben basale Bedeutung für alles andere („Der Lebenssaft“). (2) Man darf weder mit Gewalt drohen, noch sich durch Gewalt einschüchtern lassen („Veto des Mörders“). (3) Wissen muss ohne Tabus verbreitet werden können. (4) Vielfalt

und Vertrauenswürdigkeit des professionellen Journalismus sind Voraussetzungen für politische Entscheidungen und Teilhabe am öffentlichen Leben („Gütesiegel“). (5) „Robuste Zivilität“ ist die Devise für das Sprechen über die wachsenden Unterschiede zwischen Menschen. (6) Respekt vor allen Gläubigen ist geboten, nicht aber vor allen Glaubensinhalten. (7) Die Privatsphäre ist zu schützen – in Abwägung mit dem öffentlichen Interesse („Janus Anonymus“). (8) Einschränkungen der Informationsfreiheit aufgrund des Schutzes nationaler Sicherheit sind kritisch zu überprüfen („Wer wacht über die Wächter?“). (9) Das Internet ist gegen illegitime Eingriffe zu verteidigen („Ethische Algorithmen?“). (10) Es bedarf des Mutes zu eigenständigen Entscheidungen bei gleichzeitiger Verantwortung für die Konsequenzen („Zwei Geister der Freiheit: Mut und Toleranz“).

Die Ausführungen zu jedem dieser Prinzipien sind differenziert und ausgesprochen anregend, also lehrreich und hilfreich. Um nur einen Punkt exemplarisch herauszugreifen, und zwar „robuste Zivilität“: Das ist die „kühle Tugend“, an der sich überall in der Welt die öffentliche Kommunikation orientieren soll, um mit den scharfen Differenzen in Person, Position und Form bei Debatten umzugehen. Zivilität wird hier verstanden als die angemessene Form des offenen und respektvollen Umgangs mit der Vielzahl von Unterschieden in der Weltbürgergesellschaft. Darauf basieren abgestufte Regeln der Selbstkontrolle, wie Individuen, Organisationen und Gesellschaften die Redefreiheit nutzen und sich auseinandersetzen sollen. Jede der Ebenen entwickelt ihre eigene Art von Regulierung und ist somit bei der Zivilisierung gefordert.

Seine Argumentation zeigt einen einschüchternd weiten Horizont: In substanzieller Hinsicht werden Forschungen aus einer Vielzahl von Fachgebieten herangezogen; in räumlicher Hinsicht wird der Vergleich von sehr unterschiedlichen Staaten und Kulturen gesucht; in zeitlicher Hinsicht wird sehr lang zurückgeblickt und vorausgesehen. Sicherlich wird an einigen Stellen deutlich, dass Garton Ash die Verästelungen der Literatur in technologischer, sozialwissenschaftlicher, sprachphilosophischer oder rechtswissenschaftlicher Hinsicht nicht im Einzelnen nachzeichnen will. Er zeigt Mut zur Lücke. Gerade das macht das Buch zu einer Orientierungshilfe, denn aus der Froschperspektive lässt sich kein Überblick gewinnen.

Was vermisst der Leser und Sucher? Einige der derzeit diskutierten Grenzlinien werden nicht thematisiert, so die Auflösung der Grenze

zwischen öffentlich und intim. Dann vermisst man einen Beitrag zur Debatte darum, wie Ethos, Pathos und Logos, die Ecken des rhetorischen Dreiecks, heute neu ausbalanciert werden sollten. Insbesondere das Verhältnis von Emotionalität und Rationalität in der politischen Auseinandersetzung hätte ein eigenes Prinzip verdient. Und auch das Verhältnis von normativen Positionen, theoretischen Gesetzmäßigkeiten und empirischen Evidenzen hätte angeschnitten werden können: Wie funktioniert Überzeugung in der kosmopolitischen Debatte?

Aber auch ohne dem ist das Buch zu dick geraten: 560 Seiten Text, und das ohne Verzeichnisse, Literatur und Anmerkungen. Ein Trost: Außer Rezensenten dürfen und können alle das Buch selektiv lesen. Durch die Unmenge von Beispielen, Geschichten, individuellen Erfahrungen und Lesefrüchten liest es sich flüssig. Viel wichtiger als das Volumen ist: Das Buch ist als Teil einer Kommunikationswelt konzipiert und somit auch in der Form auf die vernetzte Welt zugeschnitten. Im Buch wird vielfach verwiesen auf weitergehendes Material auf einer mehrsprachigen Plattform (*freespeechdebate.com*), auf der schon lange vor Erscheinen intensiv diskutiert wurde. Und die Entstehung des Buches wurde flankiert durch eine Vielzahl von Vorträgen und Diskussionen online und offline. Und das Buch ist mit dem Erscheinen nicht abgeschlossen, sondern wird nicht nur auf der Plattform fortgeschrieben. Dies geschieht international und interkulturell und in einer Vielzahl von themenorientierten Gruppen. Insofern ist es ein Buch für die vernetzte Welt, ein Musterbeispiel für gelingende Hybrid-Kommunikation.

Es ist bereits folgenreich geworden. Es wird weithin beachtet, nicht nur in engen fachlichen Communities, sondern auch in einer breiteren Öffentlichkeit, wie viele Rezensionen und Zitate zeigen. Das Buch hat Aufsehen erregt, und es hat dieses Aufsehen verdient. Es ist ihm noch größere Wirksamkeit zu wünschen: Die Suche nach einem Gerüst für die Kommunikation in der vernetzten Welt ist damit nicht abgeschlossen, aber sie ist einen großen Schritt vorangekommen.

Gerhard Vowe

Kim Björn Becker

Politisches Skandalmanagement

Strategien der Selbstverteidigung in politischen Affären der Bundesrepublik Deutschland

Opladen: Barbara Budrich 2016. – 420 S.

(Reihe: Politik und Kommunikation; 4)

ISBN 978-3-8474-2019-4

Zugl. Trier: Univ., Diss., 2016

Kim Björn Becker untersucht in seiner Arbeit Strategien der Selbstverteidigung politischer Akteure in Skandalen. Als Fallbeispiele dienen ihm die Dienstwagenaffäre um Ulla Schmidt (2009), die Plagiatsaffäre Karl-Theodor zu Guttenbergs (2011), die Kredit- und Medienaffäre des früheren Bundespräsidenten Christian Wulff (2011/12) sowie die Drohnen-Affäre Thomas de Maizières (2013). Im Fokus der Dissertation steht der Kontrollverlust der Akteure und die Frage, inwieweit sich dieser im Kommunikationsmanagement der politischen Krisen widerspiegelt.

Eingangs skizziert Becker die Genese der vier untersuchten Affären und definiert den Skandalbegriff. Die eingängige und einleuchtende Struktur der Arbeit unterscheidet zwischen den Rahmenbedingungen der Skandalisierung (vormediales Geschehen, Einflüsse von Zeitdruck und Unsicherheit), den Rollen, die den Skandalisierten selbst und sog. supplementären Akteuren zukommen, den Einflüssen der Medienlogik auf das Skandalmanagement, den Reaktionsstrategien, der Sprache und dem Einfluss auf die Glaubwürdigkeit der Betroffenen. Dem Autor gelingt es, stringent anhand der von ihm ausgewählten Fallbeispiele die verschiedenen Ebenen des Skandals durchzudeklinieren und die unterschiedliche Beschaffenheit einzelner Affären herauszuarbeiten.

Die Differenzierung verdeutlicht, dass vor allem hinsichtlich der inhaltlichen Qualität eines Skandals unterschieden werden muss: Nimmt dieser seinen Ausgangspunkt in einem privaten, also rollenfernen, Fehlverhalten – wie im Falle der Plagiatsaffäre und im Falle der Kredit- und Medienaffäre? Oder wird ein originär politisches Fehlverhalten im Amt angeprangert – wie im Falle der Drohnen- und der Dienstwagenaffäre? Der Autor konzentriert sich auf die strukturellen Verläufe der Skandale, eine intensivere Auseinandersetzung mit der unterschiedlichen Qualität wäre wünschenswert gewesen. Erst im Fazit findet diese ihre Würdigung: Nicht zuletzt bestimmt (und limitiert) der Ausgangspunkt der Affäre die Handlungs-

optionen im Rahmen des Skandalmanagements.

Diese Unterscheidung tritt jedoch gegenüber einer sehr detaillierten und mitunter redundanten Schilderung der vier Fallbeispiele zurück. So werden einzelne Details unter den verschiedenen Analyseaspekten teils mehrfach beleuchtet, während das wünschenswerte holistische Bild etwas zu kurz gerät. Gerade die unterschiedlichen Verläufe der Affären, die in der Arbeit sehr gut herausgearbeitet werden, geben Auskunft über das Skandalisierungspotenzial einzelner Missstände und die Empörung, die sie hervorrufen. Kapitel 8, das sich mit der Sprache der Selbstverteidigung befasst, und Kapitel 9, das die Wirkung inhaltlicher Diskrepanzen beleuchtet, hätten von einer stärkeren Abstraktion und einer intensiveren Zusammenschau der einzelnen Affären profitiert.

Vergleichsweise knapp fällt die Auseinandersetzung mit dem Forschungsstand aus. Becker wählt eine „konstruktivistische Herangehensweise“ (S. 256), doch wird diese nicht stringent angewendet. Deutlich wird dies in der Analyse der Bedeutung der Medienberichterstattung über die Skandale sowie im Inszenierungsverständnis: Können Medien überhaupt als „bloß vermittelnde Instanzen wirken“ (S. 68), oder, mit anderen Worten, kommt ihnen nicht die Bedeutung zu, mediale Realität und damit Realität an sich zu konstruieren? Ist es nicht ihre Aufgabe, Missstände aufzudecken und damit in den „Kommunikationsprozess einzugreifen“ (S. 68)? Problematisch ist dies vor dem Hintergrund der begrifflichen Unterscheidung von politischen Skandalen und Medienskandalen. Hier hätte eine Problematisierung des Medienskandal-Begriffs und einer ausführlicheren Auseinandersetzung mit dem Forschungsstand bedurft, um vor dem Hintergrund der gewählten konstruktivistischen Herangehensweise stringent zu argumentieren.

Die Rolle der Medien, das sei abschließend erwähnt, hat sich noch einmal massiv vor dem Hintergrund der Digitalisierung gewandelt. Der Autor rekurriert auf die Bedeutung des digitalen Journalismus für die Beschleunigung des Skandalmanagements, allerdings wurden keine Online-Medien im Rahmen der Studie untersucht; und auch die Kommunikation der Akteure über die sozialen Medien wurde nicht mit einbezogen. Das „Reagieren unter Druck“ (Kapitel 4), das den politischen Skandal kennzeichnet, ist jedoch mehr denn je gekennzeichnet durch eine unmittelbare Konfrontation der Akteure mit den potenziellen Wählern – und deren Reaktionen auf den Missstand, der einem Skandal zugrunde liegt. Der im Titel erwähnte

Aspekt des Kontrollverlustes findet seine Würdigung erst und vor allem implizit im Schlusskapitel. Die sprachlich sehr lesenswerte Arbeit hätte von Zwischenfazit profitiert, die die einzelnen Unterasspekte mit Blick auf die Forschungsfrage zusammenzufassen.

Kim Björn Becker, der als Politikredakteur der „Süddeutschen Zeitung“ arbeitet, gelingt es in der Arbeit gut, die Genese der vier ausgewählten Skandale im Detail nachzuzeichnen und eine aufschlussreiche Typologie der Reaktionsstrategien zu entwickeln. Diese übersteht den „Praxistest“, also die Übertragung auf die Beispiele. Einer der entscheidenden Währungen in der Skandalkommunikation – die Glaubwürdigkeit – wird indes erst spät, nämlich als letztes inhaltliches Kapitel angeführt. Denn über das Dilemma – der drohende Kontrollverlust der politischen Akteure auf der einen Seite und die Kontrollfunktion der Medien auf der anderen – entscheidet am Ende vor allem die Glaubwürdigkeit eines Politikers: also die Frage, ob der Skandal das Vertrauen in einen politischen Akteur unmöglich gemacht bzw. wodurch er es zurücklangt hat. Dieser Aspekt könnte Anknüpfungspunkt sein für weitere Untersuchungen.

Barbara Hans

Thomas Birkner / Maria Löblich / Alina Laura Tiews / Hans-Ulrich Wagner (Hrsg.)

Neue Vielfalt

Medienpluralität und -konkurrenz in historischer Perspektive

Köln: Halem, 2016. – 336 S.

(Reihe: Öffentlichkeit und Geschichte)

ISBN 978-3-86962-204-0

Die Ausdifferenzierung des Medienensembles stellt die Medienforschung vor große Herausforderungen. Der Betrachtungsgegenstand gewinnt ein Vielfaches an Komplexität, sobald eine neue Mediengattung, ein neuer Akteur und neue Angebote auftreten. Denn diese erweitern in der Regel nicht einfach nur bestehende Medienkonstellationen, sondern erzeugen vielfältige Wechselwirkungen, die zu einer mehr oder weniger tiefgreifenden Neukonfiguration des Mediengefüges, zu einer neuen Pluralität führen. Um Wandlungsprozesse umfassend beschreiben und analysieren zu können, bedarf es deshalb eines Bewusstseins für die Vielfalt moderner Mediensysteme.

Die Aspekte Medienvielfalt und Pluralität bildeten die thematischen Bezugspunkte für die Jahrestagung der DGPUK-Fachgruppe Kom-

munikationsgeschichte, die 2015 anlässlich des 30-jährigen Bestehens des dualen Rundfunks nach Hamburg eingeladen hatte. Der vorliegende Tagungsband bietet in dreizehn Aufsätzen eine große Bandbreite an methodischen Analysezugängen und Forschungsthemen, die sich auf unterschiedliche und unterschiedlich starke Weise mit „Vielfalt“ befassen. Anstelle einer begrifflichen Schärfung stellen die Herausgeberinnen und Herausgeber in der knappen Einleitung kursorisch einige Vielfaltsbegriffe und deren Verwendung zusammen. Die Debatte um Pressekonzentration und -freiheit ist beispielsweise an die Vorstellung einer Außen- und Innenpluralität geknüpft: an die Vielfalt von Presseangeboten und die Vielfalt innerhalb eines Presseangebots. Darüber hinaus weisen die Herausgeberinnen und Herausgeber zu Recht darauf hin, dass der Vielfaltsbegriff häufig „zur Verfolgung partikularer Interessen und zur Legitimation medienstruktureller Entscheidungen“ (S. 10) instrumentalisiert wurde, ein Aspekt, den etliche der Beiträge belegen.

Die Aufsätze beziehen sich alle auf Deutschland und sind chronologisch angeordnet. Die ersten Beiträge nehmen Einzelmedien in den Blick. Patrick Merziger stellt am Beispiel der populären illustrierten Presse anschaulich dar, wie um die Wende zum 20. Jahrhundert eine neue Bilderwelt entstand. Pikante Witzblätter und Criminal-Illustrierte boten Raum für alternative Sichtweisen und brachten das Nicht-Sagbare über die Bildebene zum Ausdruck. Ironischerweise wurde diese Meinungsvielfalt durch die Etablierung eines neuen Mediums beschnitten: „die Dominanz des Fotos [schränkte] die erotische und fantastische Drastik ein, mit der Skandale und Katastrophen verfolgt werden konnten“ (S. 42).

Sigrun Lehnert untersucht die Konkurrenzsituation zwischen Kinowochenschau und Fernsehnachrichten. Während sich das Grundkonzept der Kinowochenschau – eine Mischung aus unterhaltsamen Beiträgen und der Präsentation von Ereignissen – kaum veränderte, entwickelten sich innerhalb der Fernsehnachrichten neue Darstellungsformen, die vor allem auf der Möglichkeit zur Aktualität beruhen.

Christoph Hilgert legt dar, wie der einem Kultur- und Bildungsanspruch verpflichtete öffentlich-rechtliche Hörfunk nach 1945 in eine Wettbewerbssituation mit dem privatkommerziellen Radio Luxemburg und den Stationen des AFN und BFN gedrängt wurde. Besonders die Nachfrage nach Pop-Musik führte in den 1960er Jahren dazu, dass die öffentlich-rechtlichen Sender vermehrt jugendzentrierte Forma-

te ausstrahlten und somit ihr Programm zumindest in Teilen denen der populären Konkurrenz anglichen.

Susanne Vollberg untersucht die Genese und die Effekte des 1969 eingeführten zweiten DDR-Fernsehprogramms, das beim Publikum zunächst als „langatmiger Wiederholungssender“ (S. 100) galt. Erst als die Programmacher in den 1980er Jahren das zweite Programm zur Übertragung großer Sportereignisse sowie zur Ausstrahlung westlicher Serien und Spielfilme nutzten, vergrößerte sich die Publikumsresonanz. Das Ziel, dem Sender „ein unverwechselbares Profil“ (S. 106) zu verleihen, konnte jedoch nie erreicht werden.

Christian Herzog, Anna-Lisa Neuenfeld und Thomas Birkner nehmen eine akteurszentrierte Perspektive ein und befassen sich mit medienpolitischen Entscheidern. Herzog beschreibt die Rolle des Wirtschaftswissenschaftlers Eberhard Witte sowie des CDU-Politikers und Postministers Christian Schwarz-Schilling, die seit Mitte der 1970er Jahre die Deregulierung des Rundfunks vorantrieben, worin Herzog vornehmlich ein „Nebenprodukt“ (S. 135) der von beiden Akteuren priorisierten Postreform sieht. Da Herzog die Motivationen seiner Subjekte in erster Linie auf Basis von Interviews und Veröffentlichungen Wittes und Schwarz-Schillings rekonstruiert, drängt sich der Verdacht auf, dass die Darstellung unvollständig und in Teilen stark gefärbt ist.

Neuenfeld kontrastiert die medienpolitischen Ansichten des SPD-Politikers Peter Glotz mit der sozialdemokratischen Medienpolitik, die geprägt war von machtpolitischen Erwägungen, der Hinwendung zum technologischen Fortschritt sowie Bedenken hinsichtlich der Kommerzialisierung. Unter maßgeblichem Einfluss von Peter Glotz fand die SPD eine medienpolitische Linie, mit der sie den Übergang zum dualen Rundfunk mitgestalten konnte.

Birkner beschreibt detailliert Helmut Schmidts ambivalentes Verhältnis zu den Medien. Schmidt brachte seine kulturkritischen Positionen in Schlagwörtern wie „Fernsehüberflutung“ (S. 170) oder in einem „Plädoyer für einen fernsehfreien Tag“ (S. 167) zum Ausdruck. Es wird deutlich, wie Schmidts Ansichten von seiner Mediensozialisation und seinem Medienkonsum, der medienpolitischen Parteilinie, von Schmidts publizistischer Tätigkeit sowie von der Medialisierung seines eigenen politischen Handelns geprägt wurden.

Die Beiträge von Jörg Hagenah und Steffen Kolb stützen sich auf die Auswertung quantitativer Datenerhebungen: auf die Nutzeranaly-

sen der Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse bzw. die Studien der Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten (ALM). Hagenah betrachtet die durch die Deregulierung angestoßene Transformation des Hörfunks zwischen 1977 und 2009. Die Öffnung des Rundfunkmarktes wurde von den Befürwortern gesellschaftspolitisch mit der Aussicht auf eine größere mediale Vielfalt begründet, jedoch lösten die neuen privaten Hörfunkstationen einen Formatierungstrend aus, in Folge dessen vor allem die Anzahl an „musikformatorientierten Begleitendern“ (S. 202) anstieg.

Kolb prüft ebenfalls das Vielfaltsversprechen. Er untersucht fernsehpublizistische Formate in der Zeit von 1998 bis 2011, deren gesteigerter Anteil am Gesamtprogramm er als „gesellschaftlich wünschenswert“ (S. 217) markiert. Solch normative Zuschreibungen bestimmen den gesamten Beitrag, doch mangels klarer Qualifizierungen büßt die abschließende Annahme, dass „das Ziel der (relevanten) Vielfaltssteigerung nicht erreicht werden konnte“ (S. 227), an Aussagekraft ein.

Die Beiträge von Nicole Gonser sowie Christian Schwarzenegger und Thorsten Naab richten ihr Augenmerk auf Fragen der Medienrezeption. Gonser analysiert anhand medienbiografischer Interviews unterschiedliche Dimensionen der Mediennutzung von Menschen, die in den 1920er Jahren geboren wurden. Sie schlussfolgert, dass die Einführung des privaten Rundfunks keine einschneidende Rolle spielte, sondern vielmehr persönliche, lebensgeschichtliche Umbrüche den Medienumgang der Interviewten beeinflussen. Zudem sei in Bezug auf die Bewertung der Mediennutzung, die als Müßiggang eingestuft werde, eine „kohortenspezifische Prägung“ (S. 250) festzustellen, wobei die Medieneinstellung nicht unbedingt mit der Mediennutzung korreliere. Zu diesem Ergebnis kommen auch Schwarzenegger und Naab. Einer Auswertung der Media-Analyse-Daten entnehmen sie, dass sich aus der Generationenzugehörigkeit keine aussagekräftigen Angaben über die Mediennutzung ableiten lassen, und schreiben „Umbrüche[n] in Lebensphasen (etwa der erste eigene Haushalt, Eingehen von Lebensgemeinschaften, Kinder, wechselnde Anforderungen in spezifischen Berufs- oder Freizeitkontexten, soziale Milieus und Neigungsgruppen, an denen man partizipiert)“ (S. 274) eine größere Relevanz für die Mediennutzung zu.

Maria Karidi untersucht die Veränderung von Nachrichteninhalten für die Zeit zwischen 1984 und 2014 mithilfe einer Meta-Analyse von Studien aus dem Bereich der Medieninhaltsfor-

schung. Die Ergebnisse bestätigen etliche gängige Annahmen und Bewertungen: Seit der Einführung des dualen Rundfunks ist ein erhöhter intermediärer Wettbewerb zu beobachten, infolge dessen eine „Aufmerksamkeitsspirale“ (S. 303) entstand. Diese führte zu einer verstärkten kommerziellen Ausrichtung des Mediensystems und nahm den „demokratietheoretische[n] Funktionen der Massenmedien“ (ebd.) an Bedeutung.

Der Sammelband schließt mit einem Beitrag von Jürgen Wilke, der zunächst herausstellt, dass Pluralisierung als „quantitative Vermehrung (des Gleichen)“ oder als „Steigerung der Varianz“ (S. 324) gedeutet werden könne. Wilke zeigt, wie technische, politische und rechtliche, ökonomische, gesellschaftliche sowie professionelle Determinanten die Presse seit ihrer Entstehung verändert haben. Wichtig ist der Hinweis darauf, dass die Medienpluralisierung durchaus von gegenläufigen Entwicklungen geprägt sein könne: Eine Vermehrung kann mit einer Steigerung von Varianz, aber auch mit der Reduzierung von Vielfalt im Sinne einer zunehmenden Konvergenz einhergehen. Anschließend an diesen Hinweis sowie mit Blick auf das breite Spektrum der Sammelband-Beiträge ist zu fragen, ob die Verwendung des Vielfaltsbegriffs tatsächlich weiterführende Perspektiven eröffnet oder nicht eher Missverständnisse begünstigt. Vor dem Hintergrund der starken politisch-normativen Aufladung von Begriffen wie „Vielfalt“ und „Pluralität“, die nicht zuletzt aus den Auseinandersetzungen um das duale Rundfunksystem hervorgegangen ist, kann jedenfalls geschlussfolgert werden, dass der Vielfaltsbegriff einer sorgfältigen Kontextualisierung und Erläuterung bedarf, da ihm keine eindeutige analytische Aussagekraft eingeschrieben ist.

Anna Jehle

Anne Grüne

Formatierte Weltkultur?

Zur Theorie und Praxis globalen Unterhaltungsfernsehens

Bielefeld: transcript, 2016 – 480 S.

(Edition Medienwissenschaft)

ISBN 978-3-8376-3301-6

Der weltweite Handel mit Fernsehformaten ist in den letzten zehn Jahren immer häufiger Gegenstand wissenschaftlicher Untersuchungen geworden, und mittlerweile existiert eine recht umfangreiche Literatur zum Thema. Grundlegendes Wissen über Geschichte, Strukturen

und Abläufe von Formathandel und Formadaption, über Akteure, Erfolgsformate und Unterschiede zwischen nationalen Versionen des gleichen Formats beispielsweise ist heute vorhanden, es mangelt vor allem an der – auch theoretischen – Integration der Beobachtungen und Befunde. Dieser Mangel zeigt sich u. a. daran, dass Schlagworte wie „Glokalisierung“ oder „Hybridisierung“ in der einschlägigen Literatur zwar omnipräsent sind, es aber oft unklar bleibt, was genau damit gemeint ist.

An dieser Forschungslücke setzt die gleichermaßen umfangreiche wie ambitionierte Dissertation von Anne Grüne an. Auf knapp 500 Seiten bietet die Druckfassung erstens eine komplexe theoretische Rahmung, die unterschiedlichste Ansätze verschiedener Disziplinen zu einem integrativen Modell grenzüberschreitender Unterhaltungskommunikation zusammenführt, sowie zweitens einen exemplarischen Vergleich zweier Versionen zweier international erfolgreicher Formate britischen Ursprungs. Beide Teile vermögen zu verblüffen, natürlich aus völlig anderen Gründen.

Im ersten Teil liegt dies zunächst am breiten Spektrum der verhandelten einschlägigen Theorieangebote zwischen Hall, Früh, Eco, Hügel, Geertz, Welsch, Straubhaar u. v. a. m., vor allem aber am Geschick, mit dem aus der Fülle der Ansätze ein überzeugendes Modell entwickelt wird, das sich in äußerster Verknappung als in Kernpunkten kritisierte, generalisierbare und erweiterte Stuart Hall („Encoding/Decoding“) beschreiben lässt. So vorbereitet, begibt sich Anne Grüne im zweiten Teil ihrer Arbeit auf die Suche nach transkulturellen Mustern der Unterhaltungskommunikation, differenziert nach Angebotsinhalt, Rezeption und Produktion unter Berücksichtigung von deren Beziehungen sowie relevanten Kontexten. Zum Einsatz kommen dabei die Methoden Inhaltsanalyse (Angebotsinhalt), Gruppendiskussion (Rezeption) und Experteninterview (zur Produktionsperspektive). Überraschend ist dabei nicht so sehr der erhebliche Aufwand, sondern der verwendete Gegenstand. Die berücksichtigten Formate sind zwar vertraut („Who Wants to be a Millionaire“ und „Got Talent“), nicht aber die zum Vergleich mit den deutschen Adaptionen („Wer wird Millionär“ bzw. „Das Supertalent“) herangezogenen Versionen. Bisherige Formatvergleiche operieren vorwiegend im angelsächsischen, französischen und spanischen Sprachraum, also in kultureller Nähe, hier wird jedoch das Konzept des „most different system design“ (S. 209) umgesetzt. Dank persönlicher Umstände war es Anne Grüne möglich, die pan-arabischen Fassungen

der Formate (produziert für das Middle East Broadcasting Center, MBC, ein saudiarabisches Medienunternehmen mit Sitz in Dubai) zu analysieren sowie deren Rezeption in Ägypten.

Natürlich hat die Studie explorativen Charakter und ließe sich leicht aus methodologischen Gründen kritisieren – eine nur national distribuierte Adaption eines Formats lässt sich nicht so einfach mit einer regional verbreiteten vergleichen, die Rezeption der Formatadaptionen in Deutschland und Ägypten durch SchülerInnen und StudentInnen lässt keine Schlüsse auf das Gesamtpublikum zu. Trotzdem bietet die Dissertation eine Fülle wichtiger Beobachtungen und Erkenntnisse, die dank eines geschickten Kunstgriffs in sehr übersichtlicher Form zusammengefasst werden: Am Ende aller Textabschnitte, die sich konkret mit dem Vergleich der Formatversionen und deren Nutzung beschäftigen, werden die wichtigsten Zwischenergebnisse in tabellarischer Form aufgeführt.

Was die Resultate der Untersuchung betrifft, sind vor allem Befunde zur Leitfrage nach dem Verhältnis von Lokalität und Transkulturalität beim Handel mit Fernsehformaten hervorzuheben: Formathandel verwendet global gleichen Input, verarbeitet ihn auf eine als „Glokalisierung“ benennbare Weise, das Ergebnis wird dann aber lokal und in lokalen Kontexten genutzt (S. 438ff.). Was vor allem verändert wird, ist das vor der Kamera auftretende Personal (Moderator, Kandidaten, Präsenzpublikum). So entsteht keineswegs eine global gleiche, deterritorialisierte Unterhaltungskultur, typisch für Formatadaptionen ist umgekehrt gerade die Reterritorialisierung global verbreiteter Konzepte.

Anregend ist auch die Beobachtung, dass die Adaption von Fernsehformaten keineswegs in erster Linie die Anpassung an vermutete „Nationalkulturen“ bezweckt, sondern die Adaption für spezifische ökonomische Kontexte, Medienlandschaften und Zielgruppen. An anderen Stellen deutet sich sogar an, dass die Vorstellung von „Nationalkultur“ generell problematisch ist – wenn etwa ägyptische Studierende einerseits an der Formatadaption „Arabs Got Talent“ kritisieren, dass zu wenige originär arabische Kulturleistungen performiert werden, andererseits aber arabische Lieder als allgemein „meaningless“ kritisieren (S. 337, S. 346 bzw. S. 348).

Anne Grüne ist mit diesem Buch ein wichtiger Forschungsbeitrag gelungen, dessen Lektüre allen dringend zu empfehlen ist, die sich allgemein mit der Globalisierung von Unterhal-

tungskommunikation oder speziell mit Fernsehformathandel beschäftigen.

Gerd Hallenberger

Sebastian Kubitschko / Anne Kaun (Hrsg.)

Innovative Methods in Media and Communication Research

Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2016. – 330 S.
ISBN 978-3-319-40699-2

Der Sammelband stellt in 14 Beiträgen Untersuchungen vor, bei denen Medien als Gegenstand oder als Mittel zur empirischen Analyse sozialer Phänomene im Zentrum stehen. Gerahmt werden die Texte von einer Einführung und einem Ausblick der Herausgebenden Sebastian Kubitschko und Anne Kaun. Ausgehend von der Annahme, dass in einer mediatisierten Gesellschaft Online- und Offline-Welt nicht mehr voneinander zu trennen sind, weil sie in multipler Weise konvergieren, präsentieren die AutorInnen des Bandes Verfahren, mit denen dieser Verwobenheit empirisch begegnet werden kann. Dabei kommen vor allem Forschende zu Wort, die am Anfang ihrer wissenschaftlichen Karriere stehen.

Den Herausgebenden zufolge sind die vorgestellten Methoden zur Analyse von Medien und Kommunikation neu, innovativ und zum Teil provokativ. Um diesem Anspruch gerecht zu werden, thematisiert der Band in erster Linie Methoden jenseits des qualitativen und quantitativen Methodenkanons. Ein weiteres Ziel ist es, einen methodologischen Werkzeugkasten zur Verfügung zu stellen, mit dem zeitgenössische Medien- und Kommunikationsphänomene untersucht werden können. Dieses Vorhaben gelingt insofern, als dass die AutorInnen jene Methoden, welche im Zentrum ihres Beitrags stehen, umfassend reflektieren sowie ihre Potenziale und Beschränkungen fein ausjustieren. Dabei wird eine kritische Haltung sowohl zu Methodeninnovationen als auch zum eigenen Vorgehen eingenommen. Aufgrund dieser Reflexionen vermittelt der Band einen guten Eindruck von der Leistungsfähigkeit der vorgestellten Verfahren und speziell von computergestützter empirischer Forschung sowie von Big Data. Sollte man jedoch auf der Suche nach konkreten Anleitungen zur methodischen Umsetzung der diskutierten Verfahren sein, so wird man nur bedingt fündig.

Der Sammelband gliedert sich in die vier Abschnitte „Materiality“, „Technology“, „Experience“ und „Visualization“. Sie beginnen alle mit einer Einführung durch einen Experten

bzw. eine Expertin, der bzw. die das Thema methodologisch einordnet, Traditionen aufzeigt, offene Fragen formuliert und Herausforderungen benennt. Diese Übersicht macht den Lesenden den Einstieg in die jeweiligen Unterkapitel leicht.

In „Materiality“ werden primär Beiträge präsentiert, die Zusammenhänge zwischen Medien und konkreten Orten herstellen. Besonders anregend ist der Beitrag von Jess Bains. Er macht deutlich, wie ein Wiki zur historischen Dokumentation der Aktivitäten sog. „radical printshops“ in Großbritannien und damit zur Konservierung kollektiver Erinnerungen genutzt werden kann. Der Abschnitt „Technology“ beinhaltet im Binnenvergleich die außergewöhnlichsten Methoden, die im Sammelband vorgestellt werden. Dieser Abschnitt fordert – wie von den Herausgebenden angekündigt – die Kommunikationswissenschaft am deutlichsten heraus. Vor allem Richard Huskeys Text zur Messung von kommunikativen Prozessen durch den Einsatz von Kernspintomographie-aufnahmen des Gehirns betritt methodisches Neuland. Sein Resümee: „It is exciting to imagine a future where the skills of communication scholars will bolster investigations into the human brain“ (S. 134), wirft die Frage auf, ob sich die ursprünglich sozialwissenschaftliche Kommunikationswissenschaft immer stärker auf physiologische Messmethoden einlassen sollte, die die Analyse komplexer Zusammenhänge auf individuelle Reaktionen reduziert. Genauso diskussionswürdig ist der Vorschlag des Lifelogging-Pionier Alberto Frigo zur Selbstvermessung von WissenschaftlerInnen.

Deutlich instruktiver gestaltet sich der dritte Abschnitt „Experience“, in dem drei ethnografische Studien vorgestellt werden – im Fall von Neha Kumars Beitrag mit dem besonderen Schwerpunkt auf den Einsatz von Interviews. Zwar beinhalten die methodischen Designs der Ethnografien keine radikalen Neuerungen; die Reflexion über die Implikationen des eigenen methodischen Vorgehens gelingt jedoch besonders gut. Alle Beiträge spiegeln zudem die hohe Relevanz, welche der Auseinandersetzung mit lebensweltlichen Kontexten zukommt, innerhalb derer (neue) Medien und Medientechnologien angeeignet werden. Wichtig sind auch die Hinweise auf blinde Flecken bei der Untersuchung von Medienumgebungen jenseits des globalen Nordens.

Der vierte Abschnitt „Visualization“ beginnt mit einer Analyse von Darstellungsformen in Schaubildern von Jonathan Gray, Liliana Bounegru, Stefania Milan und Paolo Ciuccarelli. Anschließend werden computergestützte

Verfahren zur Untersuchung von standortbezogenen Daten durch Luca Simeone und Paolo Patelli und eine Variante der automatisierten Inhaltsanalyse im Beitrag von Nicolas Baya-Lafitte und Jean-Philippe Cointet vorgestellt. Last, but not least, veranschaulicht Katharina Lobinger sehr anregend die Verwendung von Bildmaterialien und Zeichnungen in qualitativen Studien sowie in Bildsortierv Verfahren (S. 293-309).

Auf einer übergreifenden Ebene zeigen die Beiträge des Bandes, dass Medien nicht mehr als isoliertes Phänomen betrachtet werden können. Entsprechend stehen sie bei einem Teil der Studien nicht explizit im Zentrum, etwa im Beitrag von Emily LaDue, in dem Medien als Aspekt von Gentrifizierung diskutiert werden. Die medien- und kommunikationswissenschaftliche Herkunft der Studien, welche im Titel angekündigt wird, ist entsprechend nicht immer offensichtlich. Weil jedoch bedingt durch die Mediatisierung der Gesellschaft, so auch die Argumentation der Herausgebenden, disziplinäre Grenzen innerhalb der empirischen Sozialwissenschaften zunehmend verwischen, eröffnet der Sammelband aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht neben einer Auseinandersetzung mit eigenen methodischen Innovationen einen instruktiven Blick über den Tellerrand der Disziplin.

Kathrin Friederike Müller

Hallvard Moe / Hilde Van den Bulck (Hrsg.)

Teletext in Europe

From the Analog to the Digital Era

Göteborg: Nordicom, 2016. – 249 S.

ISBN 978-91-87957-20-8

Teletext, in Deutschland traditionell als Videotext bekannt, ist von der Medienforschung eher stiefmütterlich behandelt worden. Die Herausgeber erklären dies in ihrem einleitenden Kapitel mit mehreren Gründen: Es gab keine Kontroversen über Teletext, die Industrie hatte in dieser Hinsicht keine eigenen Interessen, die Inhalte sind nicht herausragend und sie sind schwer archivierbar und Nutzerzahlen wurden zwar erfasst, aber kaum analysiert. Umso wichtiger ist das Vorhaben, in diesem Sammelband die Entwicklungen des Teletexts in Europa zu beschreiben und zu analysieren.

Zwei Beiträge erörtern grundlegende Qualitäten von Teletext. Raquel Meyers macht darauf aufmerksam, dass er nicht nur für Text, sondern, trotz aller Beschränkungen, auch für künstlerisch gestaltete Inhalte nutzbar ist. Lars

Nyre unternimmt eine phänomenologische Beschreibung und weist nachdrücklich auf die vielen Begrenzungen der Darstellungsmöglichkeiten im Teletext hin.

In neun Länderbeiträgen wird dann die Entwicklung des Teletext-Dienstes in Flandern, in der Schweiz, in Finnland, Schweden, Island, Norwegen, Kroatien, Italien und Frankreich dargestellt. In den einzelnen Beiträgen wird vielfach auf Großbritannien verwiesen, wo die BBC den ersten Teletext-Dienst entwickelt und unter dem Namen Ceefax („see the facts“) 1974 eingeführt und 2012 mit dem Ende des analogen Sendebetriebs eingestellt hat. Ein eigener Beitrag über Großbritannien fehlt allerdings; auch die Entwicklung in Deutschland wird nicht thematisiert.

In Flandern hat die Rundfunkanstalt BRT (heute VRT) 1980 mit dem Teletext-Angebot begonnen, und auch das private Fernsehen hat Teletext genutzt. Es gab kaum rechtliche Restriktionen, so dass Teletext auch für Werbung genutzt werden konnte. Das Verhältnis zur belgischen Tagespresse war anfangs kooperativ, als die Zeitungen auf einer eigenen Seite ihre Schlagzeilen für den nächsten Tag bekannt machen konnten; mit dem Ausbau des Teletext-Nachrichtenangebots wurde aber der Wettbewerb stärker. Wegen der stark rückläufigen Nutzung ist das Teletext-Angebot in Flandern beim privaten Fernsehen 2014 und bei der Rundfunkanstalt VRT 2016 eingestellt worden. Über die beiden anderen Regionen Belgiens erfährt man leider nichts.

In der Schweiz wurde Teletext 1984 eingeführt. Er genießt immer noch große Popularität und wird auch als Werbeträger genutzt. Puppis, Studer und Schade liefern eine kompakte Politikfeldanalyse zum Verhältnis zwischen SRG und Presseunternehmen bei der (verzögerten) Einführung der Fernsehwerbung und bei der Einführung von Teletext, wo Versuchsbetrieb und gemeinsame Unternehmen als Übergangslösung den Konflikt entschärft haben, während bei Hybrid-TV und den Online-Aktivitäten der SRG die Verlage die Gefahren für ihr Geschäftsmodell nicht gleich erkannt und deshalb auch nicht gleich politisch interveniert haben.

In Finnland gibt es Teletext seit 1981, und er hat immer noch zahlreiche Nutzer am Fernsehgerät, am PC oder auf dem Smartphone. Ab 1998 unternahmen die Elektronikindustrie und die Medienunternehmen Finnlands einen Vorstoß, für das digitale Fernsehen mit der Multimedia Home Platform (MHP) einen neuen Teletext-Standard einzuführen, Superteletext genannt. Zunächst gab es aber kaum Empfangsgeräte, Superteletext erwies sich beim Publikum

als nicht ausgereift und MHP setzte sich am Markt nicht durch, so dass die Hersteller, die Superteletext hatten etablieren wollen, das Interesse verloren. So ist es beim früheren Teletext-Standard geblieben, bei allmählich rückläufiger Nutzung, besonders beim jüngeren Publikum. Da Teletext im Programmauftrag nicht ausdrücklich gefordert wird, ist auch in Finnland seine Zukunft nicht gesichert.

Der Beitrag über die Entwicklung in Schweden ist auf Superteletext fokussiert: Einerseits sollte er eine innovative Brückentechnik darstellen beim Übergang zu den digitalen Medien, andererseits erwies er sich als eine unausgereifte Technik mit fehlender Interaktivität, die zudem die in Schweden tradierte Ausrichtung auf Nachrichten vermissen ließ.

Die Entwicklung von Teletext in Island wird in drei Phasen beschrieben. Die Pionierphase begann 1991, als Zeitungen in Island nur an drei Tagen pro Woche erschienen, so dass Teletext die einzige wirklich aktuelle schriftliche Informationsquelle darstellte. Ab 1997 gewann das Internet in Island rasch an Bedeutung. Das Teletext-Angebot wurde hier das erste kostenlose isländische Nachrichtenangebot, und seine Nutzung stieg weiter an. Ab 2008 wurde ein Bedeutungsverlust verzeichnet, der sich auch darin ausdrückt, dass es seit 2005 keine aktuellen Daten mehr gibt über die Teletext-Nutzung. Auch redaktionell ist Teletext nicht mehr eine eigenständige Abteilung, sondern nur noch einer der Verbreitungswege, die von der zentralen Nachrichtenredaktion bedient werden.

In dem Beitrag über Norwegen werden anhand einer Langzeitstudie jährliche Befragungsdaten zur Teletext-Nutzung ab 1995 und zur Internet-Nutzung ab 2000 ausgewertet. Mit zunehmender Internet-Nutzung nimmt die Teletext-Nutzung beim jüngeren Publikum stark ab; beim älteren Publikum geht sie hingegen nur langsam zurück, Teletext wird also nicht durchgängig vom Internet verdrängt.

In Kroatien war die Entwicklung von Teletext von den politischen Umständen im früheren Jugoslawien und von der Unabhängigkeit Kroatiens geprägt. Für die redaktionellen Inhalte ist Teletext heute nachrangig, aber für die Nutzer und die Werbung ist er immer noch von Bedeutung. Hier wurden aufgrund einer Initiative von Nutzern verschiedene Apps zur Nutzung von Teletext mit dem Smartphone entwickelt.

Der Beitrag zur Entwicklung von Teletext in Italien markiert vier Phasen: von einem technischen Werkzeug, das der Regulierung bedarf, zu einem nützlichen Dienst, das der Werbung bedarf, hin zu einem journalistischen Medium

für schnelle und zuverlässige Information, bis er schließlich wieder seine Eigenständigkeit einbüßte und nur noch ein Verbreitungsweg für das Nachrichtenangebot wurde.

In Frankreich wurde Teletext mit einem eigenen technischen Standard entwickelt, der sich aber bei den Herstellern von Fernsehgeräten nicht als Standardausstattung durchsetzen konnte. Erfolgreich war hingegen Minitel, ein Online-System vergleichbar dem deutschen Bildschirmtext, das durch die kostenlose Bereitstellung der Terminals sehr erfolgreich war und das Interesse an Teletext gering hielt.

Insgesamt bietet dieser Band keine vergleichenden oder auch nur vergleichbaren Darstellungen der Entwicklung des Teletextes in Europa. Es werden vielmehr für die dargestellten Länder jene Aspekte präsentiert, die entsprechend der spezifischen Forschungsinteressen oder der verfügbaren Daten in sich schlüssige Geschichten ergeben. Das ist verdienstvoll, und der Band ist zudem auf der homepage der Nordicom als pdf-Datei frei zugänglich. Eine vergleichende Geschichte des Teletextes in Europa (und darüber hinaus) muss erst noch geschrieben werden. Dieser Sammelband macht deutlich, wie viele unterschiedliche Blickrichtungen dabei relevant sein können, und wie schwierig es sein dürfte, dafür vergleichende Daten zu bekommen.

Hermann-Dieter Schröder

Philipp Müller

Die Wahrnehmung des Medienwandels

Eine Exploration ihrer Dimensionen, Entstehungsbedingungen und Folgen

Wiesbaden: VS, 2016. – 423 S.

(Reihe: Research)

ISBN 978-3-658-12811-1

Zugl.: München: Univ., Diss., 2015

Verstärkt hat sich die kommunikationswissenschaftliche Forschung in den vergangenen Jahren mit Phänomenen beschäftigt, die sich in einem weiteren prozesshaften Sinne als Wandel von Medien subsumieren lassen. Je nach Perspektive ist unter einem solchen Wandel von Medien dabei Unterschiedliches zu fassen: So hebt dieser u. a. auf Veränderungen von Medieninstitutionen oder -systemen ab, beispielsweise, wenn wir an den Bereich des Journalismus denken. Er lässt sich aber gleichermaßen auch im Alltagsleben der Menschen feststellen, für die in ihrem Familien-, Arbeits- oder Ver-

einsleben zunehmend Medien eine zentrale Rolle spielen.

Ausdruck der intensiven kommunikations- und medienwissenschaftlichen Diskussion um solche Phänomene sind verschiedene Theorien bzw. Konzepte, wie der „Medienwandel“ (Kinnebrock et al. 2015), die „Medialisierung“ (Meyen 2009) oder die „Mediatisierung“ (Krotz 2001, 2007; Hepp/Krotz 2012; Lundby 2009, 2014) – deren empirische und theoretische (Weiter)Entwicklung sich von 2010 bis 2016 das DFG-Schwerpunktprogramm 1505 „Mediatisierte Welten“ zum Ziel gemacht hat.

Diese Entwicklungen des Forschungsfelds im Blick überrascht es umso mehr, dass sich bislang kaum empirische Arbeiten damit auseinandergesetzt haben, wie Menschen aus ihrer subjektiven Sicht den Wandel von Medien wahrnehmen. Eine solche Studie zur „Wahrnehmung des Medienwandels“ hat nun Philipp Müller vorgelegt. Vor dem Hintergrund bislang kaum vorhandener Forschung verfolgt er gleich mehrere Ziele: Von Relevanz ist für ihn nicht nur, „wie Mediennutzer einzelne Innovationen hinsichtlich ihrer Merkmale wahrnehmen, sondern explizit auch, wie sie die sich vollziehenden Veränderungsprozesse und deren Ursachen und Auswirkungen wahrnehmen“ (S. 19). Es geht Müller also auch darum, was die „Entstehungsbedingungen“ sowie die „Folgen“ (S. 21) einer solchen Wahrnehmung sind, womit nicht nur Handlungskonsequenzen, sondern auch Folgen für Medieninstitutionen und Gesellschaft gemeint sind.

Um das Phänomen in dieser Breite auszu-leuchten und das Feld zu erschließen, bietet Müller in seiner Studie zwei Zugänge: einen theoretischen sowie einen empirischen. Mithilfe von Ersterem gelingt es ihm, neue Einblicke bzw. Perspektiven auf bereits bestehende theoretische Bezüge sowie Forschungszusammenhänge unter dem Aspekt der Wahrnehmung des Medienwandels erhellend zusammenzuführen. Hierbei berücksichtigt Müller akribisch nicht nur Erkenntnisse anderer Felder und Disziplinen, die sich mit sozialem Wandel in einem weiteren Sinne beschäftigt haben, er verortet seinen Zugang u. a. auch unter Rückgriff auf die „subjektiven Theorien“ (S. 122–123), um Vorstellungen von Menschen über den Medienwandel theoretisch zu fassen. Was die Entstehungsbedingungen betrifft, so konzentriert sich Müller auf unterschiedliche Teilbereiche von Medien und Kommunikation, denen er Einfluss auf eine solche Wahrnehmung zuschreibt: Hierbei spielen bestimmte Haltungen bzw. Ansichten auf einzelne Medien gleichermaßen eine Rolle, wie Persönlichkeit bzw. Identität, das Alter, die

Medienbiografie, der sozioökonomische Status usw. Als Folgen sind für Müller einerseits Aspekte bedeutend, wie sie mit dem (veränderten) „Nutzerverhalten“ einhergehen, etwa die „Teilnahme am Medienwandel“ (S. 182), „Stress“ (S. 180) oder was die „Investition von finanziellen Mitteln in Medienangebote“ sowie die Investition „zeitlicher Ressourcen“ betrifft (S. 172). Andererseits fragt Müller auch nach der „Integrationsfunktion“ von Medien, und meint damit, wie der gesellschaftliche Zusammenhalt aus Sicht der Nutzerinnen und Nutzern von Medien sich im Zuge des Medienwandels verändert (S. 190).

Im zweiten Teil seiner Studie widmet sich Müller der empirischen Beantwortung dieser Fragen. Datengrundlage hierfür bilden (neben einer explorativen Vorstudie) insgesamt 424 knapp 20-minütige Interviews, die mittels einer standardisierten Telefonbefragung durchgeführt wurden. Grundsätzlich kann der Autor damit zeigen, dass die Interviewten Veränderungen im Bereich von Medien und Kommunikation mehr oder weniger stark wahrnehmen und in der Folge mehrheitlich als „Belastung“ empfinden (S. 352). Letzteres gilt laut Müller vor allem, wenn die Befragten sich durch eine große „Offenheit“ gegenüber innovativen Medientechnologien auszeichnen (S. 319).

Dennoch bleibt die Studie insbesondere in der Analyse der Zusammenhänge zwischen den vielfältigen, im Theoriefeld diskutierten Faktoren – und damit in ihrem zentralen Kern – eher abstrakt. Müller gelingt es zwar, eine Vielzahl relevanter Aspekte schlaglichtartig aufzuzeigen; sie werden jedoch in ihrer Tiefendimension nicht weiter ausdifferenziert. Dies gilt etwa für die Frage, als was der Medienwandel von den Befragten wahrgenommen wird: Die Befragten in Müllers Studie verstehen ihn entweder als technischen Wandel bzw. als Abfolge von Medieninnovationen, oder aber, mit Blick auf Inhalte, als Veränderung bestimmter (journalistischer) Medienangebote und sich daraus ergebender „Nutzungsoptionen“ (S. 355). Spannend, aber rar gesät, sind Passagen, an denen Müller aufzeigt, dass die Wahrnehmung des Medienwandels „mit komplexeren „Kausalketten“ verbunden ist. So kann der Autor bspw. greifbar machen, dass die von ihm Befragten durchaus etwa „Substitutionseffekte durch das Aufkommen neuer Trägermedien“ (S. 353) wahrnehmen.

Ähnlich verhält es sich mit den zentralen Fragen nach Entstehungsbedingungen und Folgen einer solchen Wahrnehmung. So ist etwa die Frage nach den Folgen wie Stress in Zeiten des „mediatisierte[n] Lebenswandel[s]“ (Vorderer,

2015) bzw. „mediatisierter Konnektivität“ (Steinmaurer, 2016) eine hochgradig relevante. Doch welche Konsequenzen sich für das Handeln der Befragten konkret in ihrem Alltag ergeben und wie sich diese gestalten, bleibt offen.

Die Lektüre des Buches zeigt somit, dass die subjektive Wahrnehmung des Medienwandels, ihre Entstehungsbedingungen und ihre Folgen ein komplexes Phänomen darstellen, bei dem eine weitergehende und vertiefte Auseinandersetzung lohnt. Vor diesem Hintergrund bietet das Buch den Leserinnen und Lesern im Fach eine Inspiration und einen Einstieg dafür, sich näher mit dem Thema zu beschäftigen und regt zu eigener Forschung an.

Cindy Roitsch

Literatur

- Hepp, A., Krotz, F. (2012): Mediatisierte Welten: Forschungsfelder und Beschreibungsansätze – Zur Einleitung. In: Hepp, A., Krotz, F. (Hrsg): *Mediatisierte Welten. Forschungsfelder und Beschreibungsansätze*. Wiesbaden: VS, 7–23.
- Kinnebrock, S., Schwarzenegger, C., Birkner, T. (Hrsg) (2015): *Theorien des Medienwandels – Konturen eines emergierenden Forschungsfeldes?* Köln: Halem.
- Krotz, F. (2001): *Die Mediatisierung kommunikativen Handelns: Der Wandel von Alltag und sozialen Beziehungen, Kultur und Gesellschaft durch die Medien*. Wiesbaden: Westdeutscher.
- Krotz, F. (2007): *Mediatisierung: Fallstudien zum Wandel von Kommunikation*. Wiesbaden: VS.
- Lundby, K. (Hrsg) (2009): *Mediatization: concept, changes, consequences*. New York: Peter Lang.
- Lundby, K. (Hrsg) (2014): *Mediatization of communication*. Berlin u. a.: De Gruyter.
- Meyen, M. (2009): *Medialisierung*. In: *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 57: 23–38.
- Steinmaurer, T. (2016): *Permanent vernetzt. Zur Theorie und Geschichte der Mediatisierung*. Wiesbaden: Springer VS.
- Vorderer, P. (2015): *Der mediatisierte Lebenswandel. Permanently online, permanently connected*. In: *Publizistik* 60(3): 259–276.

Daniel Pfurtscheller

Visuelle Zeitschriftengestaltung

Nachrichtenmagazine als multimodale Kommunikationsformen

Innsbruck: University Press, 2017. – 207 S.

(Germanistische Reihe; 86)

ISBN 978-3-901064-49-4

Rezensenten von Werken zur Presseforschung sind nicht verwöhnt. Umso erfreulicher, mal wieder einen lohnenden Neuzugang im Regal

begrüßen zu dürfen. Der Autor hat in Innsbruck am Institut für Germanistik promoviert, das Werk ist seine überarbeitete Dissertation.

Die Germanistik entdeckt die Zeitschriftenforschung für sich – eine erfreuliche jüngere Entwicklung. Und betrachtet diese zunächst aus ihrem ganz eigenen Blickwinkel in einer radikalen Konkretisierung, die gar eine (linguistische) Theorie der Zeitschrift als Gegenstandstheorie anstrebt (vgl. hierzu den Sammelband „Illustrierte Zeitschriften um 1900“ von Igl/Menzel 2016). Nicht alle Forscher verbleiben eng bei literaturwissenschaftlichen und medienlinguistischen Aspekten. Das Repertoire wird um medienwissenschaftliche Fragestellungen erweitert, kommunikationswissenschaftliche Erkenntnisse werden auf ihre Kompatibilität geprüft.

Zeitschriftengestaltung ist ein Thema, dem sich die kommunikationswissenschaftliche Presseforschung nur selten genähert hat. Eher schon waren es Designer, Kunsthistoriker oder Germanisten, die von Fall zu Fall Erkenntnisse veröffentlicht haben. Als allerding der Münsteraner Literaturwissenschaftler Winfried Nolting seine Überlegungen zum „Jargon der Bilder“ des STERN im September 1976 der versammelten STERN-Redaktion auf deren Bitte hin vortrug, war er froh, dass er „noch einmal heil, zumindest was seine Haut angeht, davonkam“ (Nolting 1981: 11). Soviel Sprengkraft kann Blattkritik mittels Methoden der Literaturanalyse haben.

Heute geht es in der Regel harmloser zu – die Wissenschaft stellt keine Praxis radikal infrage, sondern will deren Funktionsweise ergründen, analysieren auf theoretischer Grundlage erklären, mitunter auch Handlungsmöglichkeiten ableiten. Was nun treibt den Autor des zu rezensierenden Werkes an? „Die Entwicklung eines handlungstheoretischen Zugriffs auf multimodale Kommunikationsprozesse und dessen empirische Erprobung soll typologische Aussagen über charakteristische Merkmale der untersuchten Nachrichtenmagazine ermöglichen.“ (S. 12f.).

Entsprechend dieser Zielsetzung gliedert sich das Werk in die fünf Hauptkapitel: „Zeitschriften“ (34 Seiten), „Multimodalität“ (36 Seiten), „handlungstheoretische Rekonzeption“ (10 Seiten), „visuelle Zeitschriftengestaltung und kommunikativer Handlungsspielraum“ (20 Seiten) sowie in „Nachrichtenmagazine als multimodale Kommunikationsformen“ (56 Seiten).

Das Kapitel „Zeitschriften“ bilanziert kompakt und schlüssig den Stand der Forschung sowohl hinsichtlich der systematischen Klassifi-

zierung als auch hinsichtlich der seltenen Arbeiten über visuelle Gestaltungsmerkmale.

Als zentrales Defizit der visuellen Forschung benennt Pfurttscheller das Fehlen einer linguistisch-kommunikationsanalytischen Fundierung (S. 37). Diese sieht er im Konzept der Multimodalität. Es wurde vom englischen Sozialemiotiker Gunther Kress und dem australischen Linguisten Theo van Leeuwen Ende der 90er Jahre aus der Wahrnehmungspsychologie adaptiert und begreift Medien eben nicht einfach als Ausspielkanäle für Inhalte. Vielmehr prägt die je spezifische Kombination der angebotenen semiotischen Stimuli/Modi/Ressourcen entscheidend die Sinnzuweisungen ihrer Nutzer mit. Dabei gilt es, analytisch Medien als Texte und nicht als Objekte zu betrachten. Besonders Hans-Jürgen Bucher hat das Konzept in Deutschland aufgegriffen und in seinen Forschungen entfaltet. Pfurttscheller stellt den Begriff zunächst vor und befasst sich dann näher mit dem Aspekt des multimodalen Verstehens. Hierbei ist die Krux, dass sowohl das Produkt als auch die Disposition des Rezipierenden verstehensrelevante Bausteine aufweist – generelle Zuordnungen sich aber aufgrund des dynamischen Deutungsprozesses der beteiligten Modi verbieten. Daher suchen die Semiotiker nach Beziehungsregeln (Typen/Designs) zwischen den Modi.

Der im folgenden Kapitel präsentierte handlungstheoretische Rahmen ist allerdings kein sozialer (Habermas), sondern ein linguistischer (Fritz, Muckenhaupt). Dabei wird Kommunikation als Handlungsprozess gesehen, bei welchem der Produzent kommunikative Aufgaben bewältigt, der Rezipient Verstehensprobleme. Beides spannt einen kommunikativen Handlungsspielraum auf, den der Autor nun für Zeitschriftenausstattungen näher untersucht. Dazu systematisiert er die angewandten Elemente (Ausdrücke, Bilder, gestalterische Komponenten) als Bausteine der Zeitschriften. Für die Schrift-, Bild- und Seitengestaltung (Editorial Design) sowie den Heftaufbau werden vielfältige Elemente aufgefächert und auch exemplarisch visualisiert.

Das auf diese Weise entstandene Bausteinsortiment erprobt der Autor anschließend exemplarisch an vier Nachrichtenmagazinen der Jahre 2013 und 2014. Typische Bausteine werden auf Beitragsebene identifiziert und unter die Funktionen Personen-, Orts-, Zeit- und Textbezug einsortiert. Anschließend werden visuelle Bausteine (Kompositionen) übergreifend analysiert. Diese Analysen und ihre Wiedergabe führen aufgrund des ausgeführten Ansatzes inhaltsanalytisch zu erfrischend innova-

tiven Wegen. Eine derartige Sortimentsbildung ist sicherlich auch für inhaltsanalytische Vorhaben ein Gewinn, die ansonsten dem theoretischen Ansatz nicht folgen wollen. Sie könnte der Grundstock für ein neues methodisches Instrumentarium werden. Für die Vermessung der Zeitschriftenlandschaft wären Folgearbeiten auch in anderen Pressesegmenten wünschenswert.

Die Arbeit ist sprachlich sehr klar und verständlich formuliert, vorbildliche Einleitungen und Zusammenfassungen unterstützen den Gedankengang. Das Werk dokumentiert freilich zugleich, wie lang und steinig der Weg zu einer umfassenden semiotischen multimodalen Analyse sein dürfte, betrachtet es doch zunächst „nur“ die Bausteine der Produzentenseite. Welche Rolle daher dieser semiotische Zugang zukünftig in der Praxis der Rezeptionsforschung spielen kann, ist damit auch eine Frage der zur Verfügung stehenden Forschungsressourcen.

Andreas Vogel

Literatur

- Igl, Natalia; Menzel, Julia (Hrsg.) (2016): Illustrierte Zeitschriften um 1900. Mediale Eigenlogik, Multimodalität und Metaisierung. Bielefeld: Transcript.
Nolting, Winfried (1981): Jargon der Bilder. Die Photos in der Illustrierten „Stern“ 40 (1976). Osnabrück: Oidipus.

Kjetil Sandvik / Anne Mette Thorhauge / Bjarki Valtýsson (Hrsg.)

The Media and the Mundane

Communication across Media in Everyday Life
Göteborg: Nordicom, 2016. – 159 S.

ISBN 978-91-87957-38-3

Bei diesem Sammelband handelt es sich um die Abschlusspublikation des dänischen Verbundforschungsprojekts „Meaning Across Media – Cross-Media Communication and Co-Creation“. Seinen integrativen Moment – so die Herausgeber Kjetil Sandvik, Anne Mette Thorhauge und Bjarki Valtýsson einleitend – bilden die drei Konzepte Alltag, Handlungsraum und crossmediale Kommunikation. Dabei ist das übergeordnete Anliegen, den Terminus der Crossmedialität, der überwiegend im Zusammenhang mit der Produktionsseite Verwendung findet, auch auf Kontexte der Mediennutzung zu beziehen.

Den ersten Teil des Buches bildet ein Block aus drei Theoriebeiträgen, der von Leslie Haddon eingeleitet wird. Das mag daran liegen, dass Haddon als einer der Protagonisten des Do-

mestizierungsansatzes für den wohl konstantesten theoretischen Bezugspunkt des Sammelbandes steht. Haddons Beitrag liest sich als Plädoyer für die nach wie vor bestehende Relevanz der ursprünglich auf die Sphäre des Haushalts fokussierten Domestizierungsperspektive – trotz des beschleunigten medialen Wandels, zunehmend komplexerer Medienrepertoires und ortsunabhängiger Kommunikationstechnologien.

Gewissermaßen als Kontrapunkt dazu kann der Beitrag von Rasmus Helles verstanden werden: Zu stark, so argumentiert der Autor, konzentriere sich die aktuelle Kommunikationsforschung auf routinisierte, gewohnheitsmäßige Nutzungsmuster, was dem fortlaufenden Wandel sozialer Strukturen nicht länger gerecht werde. Margaret Archer folgend argumentiert Helles, dass die Reflexivität des Individuums zunehmend an Bedeutung gewinne. Medien – vor allem mobile – stellten in diesem Zusammenhang die passenden Instrumente dar, um die Handlungsoptionen des Individuums übersituativ zu erweitern. Theoretisch am dichtesten ist der Beitrag von Maria Bakardjieva, in dem sie Schütz' Alltagswelt um Bezüge zur Technikphänomenologie erweitert. Vor diesem Hintergrund nimmt sie die Trias Individuum–Technik–Anderer ins Zentrum ihrer Betrachtungen und entwickelt mit kommunikativer, ethischer und kritischer Handlungsmacht drei Typen von User-Agency.

Den Auftakt des empirisch orientierten Teils des Sammelbandes bilden zwei qualitative Studien zur Smartphone-Nutzung. Während Anne Mette Thorhauge Muster alltäglicher Smartphone-Nutzung u. a. auf unterschiedliche Biografiephasen zurückführt, analysiert Stine Lomborg Motive und Praktiken crossmedial gestützten Lauftrainings.

Die folgenden beiden Beiträge eint eine Auseinandersetzung mit gemeinhin als außeralltäglich geltenden Lebenssituationen: Troels Fibæk Bertel erforscht geschlossene Facebookgruppen, in denen sich chronisch Kranke organisieren und ihre Probleme mit dem dänischen Wohlfahrtssystem verhandeln. Dabei gelingt es Bertel, Potenziale, Grenzen wie auch Risiken digitaler Medien für marginalisierte Gruppen aufzuzeigen, ohne aber wesentliche Anknüpfungspunkte an Crossmedialität als zentrale Thematik des Bandes zu bieten. Dorthé Refslund Christensen und Kjetil Sandvik setzen sich mit den crossmedialen Praktiken von Eltern verstorbener Kinder auseinander. Zentral ist dabei die Umdeutung des Trauerprozesses zur kommunikativen Integration der Verstor-

benen in den Alltag u. a. mittels verstetigter medialer Praktiken.

Forschungsgegenstand von Bjarki Valtýsson ist die Digitalisierung kulturellen Erbes am Beispiel der „Danish Cultural Heritage“-Plattform. In dem vorliegenden Artikel behandelt der Autor die rezipientenseitige Wahrnehmung der Onlineplattform hinsichtlich ihrer Nutzerführung, der crossmedialen Integration der Inhalte auf Facebook oder Instagram sowie des Alltagsverständnisses von kulturellem Erbe.

Im letzten empirischen Beitrag decken Sofia Larsson und Tobias Olsson zwei unterschiedliche Muster von alltäglicher Online-Partizipation auf: Der Typus des „Broadcasters“ orientiert sein Schaffen vor allem an den etablierten Massenmedien und verfolgt gewissermaßen eine Strategie der journalistischen Professionalisierung. Demgegenüber verfügen „Networker“ sowohl über breitere Repertoires digitaler Medien als auch eine Vielzahl kommunikativer Praktiken, die u. a. auf Wissensvermittlung, Kollaboration, Diskurs und die Erweiterung persönlicher wie politischer Netzwerke abzielen.

Der zentrale Kritikpunkt an diesem Sammelband bezieht sich vor allem auf die vielen offenen bzw. nicht voll ausgeschöpften Anknüpfungspunkte des Konzepts crossmedialer Alltagskommunikation aus Nutzerperspektive: Auf „Polymedialität“ (Madianou & Miller 2012), „Medienrepertoires“ (Hasebrink & Domeyer 2010) oder „mediale Mannigfaltigkeit“ (Couldry 2012) wird lediglich am Rande verwiesen, ohne dass dabei ein erkennbarer Mehrwert entsteht. Dass ferner Intensität und Einheitlichkeit bei der Verwendung der zentralen Konzepte einen wunden Punkt darstellen, mag man dem Sammelband nachsehen – die Herausgeber machen keinen Hehl daraus. Gleichwohl bleiben es Sandvik, Thorhauge und Valtýsson im Schlusskapitel schuldig, die losen Fäden auf einem theoretisch höheren Niveau zusammenzuführen.

Die Stärken des Bandes liegen einerseits in einzelnen, inspirierenden Momenten auf theoretischer Ebene wie bspw. das Spannungsverhältnis zwischen den Beiträgen von Helles und Haddon. Andererseits unterstreichen vor allem die empirischen Beiträge in ihrer Zentrierung auf die Nutzerinnen und Nutzer bzw. deren kommunikative Alltagspraktiken die immer weiter fortschreitende Auflösung der traditionellen Trennung zwischen massenmedialer und interpersonaler Medienkommunikation. Ferner wird deutlich, dass ein Verständnis von Medien als alltägliche Handlungsräume eben auch impliziert, dass in unterschiedlichen Kontexten

und vor dem Hintergrund verschiedener cross-medialer Nutzungsmuster ein und dasselbe Medium verschiedene Bedeutungen aufweisen kann. Wie so oft liegt der Mehrwert auch dieses Sammelbands nicht unbedingt in einer durchgehenden Lektüre. Vielmehr besteht seine Stärke in einer unaufgeregten Behandlung teils innovativer, teils wichtiger, aber randständiger Themenbereiche aus eben einem individuumsbezogenen, auf den Alltag ausgerichteten Blickwinkel.

Matthias Berg

Literatur

- Couldry, Nick (2012): *Media, Society, World: Social Theory and Digital Media Practice*. Cambridge, Oxford: Polity Press.
- Hasebrink, Uwe/Domeyer, Hanna (2010): Zum Wandel von Informationsrepertoires in konvergierenden Medienumgebungen. In: Hepp, Andreas/Hartmann, Maren (Hrsg.): *Die Mediatisierung der Alltagswelt*. Wiesbaden: VS, 49–64.
- Madianou, Mirca/Miller, Daniel (2012): *Migration and New Media: Transnational Families and Polymedia*. London, New York: Routledge.

Christina Schachtner

Das narrative Subjekt

Erzählen im Zeitalter des Internets

Bielefeld: transcript, 2016. –230 S.

ISBN 978-3-8376-2917-0

Christina Schachtner legt mit ihrer Monographie „Das narrative Subjekt. Erzählen im Zeitalter des Internets“ eine Analyse von Geschichten in und von digitalen Medien vor, bei denen Jugendliche und junge Netzakteur*innen und Blogger*innen aus insgesamt elf Ländern zu Erzähler*innen ihrer Lebenswelten werden. Als Sekundärauswertung der Studie „Kommunikative Öffentlichkeit im Cyberspace“ verfolgt die Autorin mit sozialwissenschaftlichen Forschungsmethoden und unter Berücksichtigung von kulturwissenschaftlichen Theoretiker*innen wie Paul Ricœur, Michel Foucault, Judith Butler und Homi K. Bhabha einen interdisziplinären Ansatz. Das Buch lässt sich somit an der Schnittstelle zwischen Kommunikations- und Medienwissenschaft als Beitrag zu den medienwissenschaftlichen Cultural Studies verstehen, wenn auch insbesondere im Kapitel 1 „Erzählen als Kultur- und Lebensraum“ medienwissenschaftliche Erzähltheorien keine nennenswerte Berücksichtigung finden. Hier wäre eine breitere Theoriediskussion wünschenswert gewesen, vor allem, weil die Aus-

führungen der Autorin sinnvoll rückzubinden wären an bereits existierende Ansätze, die sich in ähnlicher Weise mit Fragen von Raum- und Zeitkonstruktion (digitaler) Medien beschäftigen.

Die Stärke des Buches liegt vielmehr in der Auseinandersetzung mit der Komplexität zeitgenössischer Subjektkonstruktion in einer globalen digitalen Welt. Unter Rückbezug auf Theoretiker*innen wie Michel Foucault und Judith Butler interpretiert Schachtner die Erzählungen der Befragten als transnationale Machtkonstruktionen in einem globalen Netzwerk von Interaktionen und Interpretationen, die die erzählenden Subjekte im Spannungsfeld zwischen Kohärenz und Wandel (vgl. S. 61) einordnen. Netzakteur*innen und Blogger*innen sind demnach in einer „doppelten mentalen Beziehung“ (S. 53) zu verstehen, da sie kontinuierlich sich selbst wie auch ihr Verhältnis zu anderen antizipieren und reflektieren und damit die „Anderen“ Teil des narrativen Selbst werden, womit sich das Erzählen – so das Fazit des Kapitels „Erzählen als Kultur- und Lebensform“ – „sowohl als Ermöglichungs- als auch als Unterwerfungstechnologie“ (S. 71) erweist.

In einem zweiten Schritt setzt sich Schachtner dann mit dem „Erzählraum Internet“ auseinander und arbeitet hier die narrativen Besonderheiten digitaler Erzählungen unter Berücksichtigung von Vernetzung, Interaktivität, Globalität, Multimedialität und Virtualität heraus. Im Gegensatz zum ersten Kapitel zeigt sich hier nun die breite Lektüre und Diskussion von Ansätzen beispielsweise zur Reziprozität, Heterogenität sowie Offenheit und Dynamik von vernetzten Gesellschaften, zur Transkulturalität und Hybridisierung von Erzählungen, zur Medialität von Schrift und Bild und zu digitalen Heterotopien. Schachtner gelingt in diesem Kapitel eine multiperspektivische Theoretisierung des Erzählraums Internet, indem sie geschickt verschiedene Konzepte aktualisiert und zusammenführt, um die Erzählungen der Befragten als „Technologien der Selbstkonstruktion“ (S. 27) herauszustellen.

Im dritten Kapitel folgt dann der Analyseteil des Buchs, in dem Schachtner die dominierenden Geschichten ihrer Interviewpartner*innen einer ausführlichen Auswertung unterzieht und dabei insgesamt sechs Typen von Geschichten herausarbeitet. Während die *Vernetzungsgeschichten* vor allem durch die Orientierung nach außen und den kommunikativen Austausch geprägt sind (vgl. S. 114ff.), zeichnen sich *Selbstinszenierungsgeschichten* durch die Fokussierung auf das Selbst (vgl. S. 119ff.) und *Verkäufer*innen- und Händler*innenge-*

schichten durch die Inszenierung von Produkten (vgl. S. 127ff.) aus. *Grenzmanagementgeschichten* wiederum zeigen, wie Erzählungen im Internet einerseits durch eine (vermeintliche) Aufhebung regionaler oder nationaler Grenzen geweitet und gleichzeitig durch gesellschaftlich-kulturelle oder auch innere Grenzen beschränkt werden können (vgl. S. 132ff.). *Verwandlungsgeschichten* finden sich vor allem bei den jüngsten Befragten, die durch den altersbedingten Wandel in besonderem Maße mit Fragen der Identität konfrontiert sind (vgl. S. 141).

Als letzten Erzähltyp beschreibt Schachtner die *Auf- und Ausbruchsgeschichten*, die durch die Konfrontation mit gesellschaftlichen, politischen oder auch Identitätsumbrüchen entstehen und die durch ein zukunftsorientiertes Denken und Handeln geprägt sind (vgl. S. 151ff.). Die Geschichtstypen, die jeweils durch Bezüge zu den Interviews konkretisiert werden, zeigen die vielfältigen Aushandlungsprozesse in der digitalen Kommunikation.

Im vierten Kapitel folgt dann eine „Theoretische Nachlese“, in der Schachtner die Geschichtstypen kontextualisiert und unter Berücksichtigung der zeitlichen wie auch gesellschaftlich-kulturellen Umstände auf die doppelte Rolle der Befragten als Erzähler*innen wie auch Protagonist*innen hinweist. Sie geht dabei vor allem auf die eingangs beleuchteten theoretischen Konzepte von Zeit, Raum, Selbst und digitalen Medien ein, um dann im fünften Kapitel das „Erzählen als Antwort auf gesellschaftlich-kulturelle Herausforderungen“ (vgl. S. 197ff.) herauszuarbeiten. Hier rückt Schachtner das Verhältnis zwischen den erzählenden Subjekten mit ihren narrativen Praktiken und dem gesellschaftlichen Wandel (vgl. S. 198) ins Zentrum ihrer Ausführungen und geht insbesondere auf Aspekte der Globalisierung ein. Diese Kontextualisierung der individuellen Erzählungen im globalen digitalen Erzählraum erweist sich als die besonders hervorzuhebende Stärke des Buches, da durch die multiplen Blicke auf Gesellschaft, Erzählsubjekt und sozio-kulturelle Entwicklungen die Komplexität der Identitätsbildung im Spannungsfeld zwischen gesellschaftlichem Sinn und individueller Aneignung deutlich wird.

Als Fazit betont Schachtner den grenzüberschreitenden Charakter neuer Kulturformen, die zunehmend kultureller Übersetzungen bedürfen (vgl. S. 219), was zu einem „translational turn“ führe (vgl. S. 222). Ob nun die Ausrufung eines weiteren Turns in den Kulturwissenschaften tatsächlich zielführend ist, um die komplexen Zusammenhänge von Individuum, Globa-

lisierung und digitalen Medien zu beschreiben, sei dahingestellt. Wichtig ist jedoch, dass Schachtners Arbeit die Frage hegemonialer Kulturformen ebenso kritisch diskutiert wie die pluralen Möglichkeiten individueller Sinnkonstruktionen, die maßgeblich durch die Diversität digitaler Medien bedingt sind.

Kathrin Rothemund

Katrin Schlör

Medienkulturen in Familien in belasteten Lebenslagen

Eine Langzeitstudie zu medienbezogenem Doing Family als Bewältigungsressource
München: kopaed, 2016. – 375 S.

(Schriftenreihe Medienpädagogische Praxisforschung, Bd. 11)

ISBN 978-3-86736-370-9

Zugl.: Ludwigsburg: PH, Diss., 2015

Medien durchdringen zunehmend den Alltag nahezu aller Menschen, sowohl in verschiedenen Altersstufen als auch in verschiedenen sozialen Lagen. Zugleich verweisen zahlreiche Studien auf eine zunehmende Kluft in der Gesellschaft, bedingt durch mangelnde finanzielle Ressourcen – gerade in insgesamt wohlhabenden Ländern wie Deutschland. Es besteht die Gefahr, dass sozial Benachteiligte weiter an den Rand der Gesellschaft gedrängt werden, da ihr Zugang zu bzw. der Gebrauch von (Online-)Medien eingeschränkt ist und Beteiligungsmöglichkeiten auf der Strecke bleiben (vgl. auch S. 155ff.; S. 170ff.). Insofern legt Katrin Schlör mit ihrer Arbeit zu „Medienkulturen in Familien in belasteten Lebenslagen. Eine Langzeitstudie zu medienbezogenem Doing Family als Bewältigungsressource“ eine aktuelle und relevante Studie vor, die in der Lage scheint, den wissenschaftlichen Diskurs zu bereichern. Zugleich wendet sie sich mit „Handlungsimpulsen“ (S. 351) auf sechs Seiten an die „(medien)pädagogische Praxis“ (ebd.) und versucht so, einen zusätzlichen Mehrwert zu bieten.

In 15 Kapiteln will die Autorin mit auf eine „Reise durch das Thema“ (S. 23) bzw. auf „Entdeckungsreise“ (S. 41) nehmen, ganz im Sinne der Grounded Theory, die dem Forschungsprozess zugrunde liegt. Die „A Einführung“ (Kap. 1-3) umfasst einen knappen Forschungsstand, ihr folgt ein umfangreicher Abschnitt zur „B Forschungsmethodologie der Studie“ (Kap. 4-7): Schlör stellt ihre Stichprobe mittels „Theoretischem Sampling“ zusammen und

wählt Familien „gezielt aufgrund bestimmter Merkmale“ (S. 43f.) aus. Dabei arbeitet sie stark Literatur basiert (vgl. S. 45-54) und ist somit in der Lage, ein recht umfassendes Bild von *Familie heute* zu zeichnen. In Kapitel 5.4 (S. 60-71) stellt Schlör die beteiligten Familien sowie deren Konstellationen vor und legt transparent und nachvollziehbar offen, wie und warum diese ausgewählt wurden. „Theoretische Sättigung“ (S. 45) gilt dann aber bereits bei sieben Familien als erreicht, da in der Analyse von Familie *Sailer* „diverse Erkenntnisse bestätigt wurden, und die Auswertung nur noch marginal neue Ergebnisse generieren konnte“ (S. 71). Trotz des Hinweises auf mögliche Einschränkungen durch mangelnde Ressourcen (S. 45) erscheinen zusätzliche Erkenntnisse durch weitere Fälle, gerade auch im Zeitverlauf, dennoch zumindest als sehr wahrscheinlich.

Zwischen der umfangreichen Diskussion aller Erhebungsmethoden der Forschungsphase I (gemeinsames Erzählen, teilnehmende Beobachtung – Beobachtungsprotokolle und Selbstreflexion, Mediengrundriss-Zeichnungen, zielgruppenspezifische Fragebögen, Daten aus dem Feld) und der Forschungsphase II mit lediglich zwei ausgewählten Familien (medienbiographisch orientierte Gespräche und Medien Erinnerungstagebücher, themenzentrierte narrative Gespräche, fotografisch und filmisch dokumentierte Medientagebücher, Alltags- und Abschlussgespräche) sowie der äußerst knappen Darstellung des Vorgehens bei der Auswertung auf lediglich sechs Seiten besteht ein deutliches Ungleichgewicht. Trotz der enormen Dichte der Darstellung wäre es gerade für methodologisch interessierte Publika aufklärend, noch genauer zu erfahren, wie Schlör ganz konkret im Prozess des „Kodieren[s]“ (S. 102) der sehr heterogenen Daten vorgegangen ist. Teil „C Ergebnispräsentation ‚Grounded Theory‘“ (Kap. 8-9) befasst sich maßgeblich mit den Resultaten der ersten Forschungsphase, in der alle sieben Familien der Stichprobe einmalig untersucht wurden. Dabei gelingt es der Autorin, die „Medienwelten von Familien“ nachzuzeichnen und – wie auch in anderen Studien – einen „engen Bezug zu deren lebensweltlichen Bedingungen“ nachzuweisen (S. 345).

In Teil „D Einzelfallanalysen“ (Kap. 10-12) widmet sich Schlör dagegen den Ergebnissen der Forschungsphase II und somit nur den beiden Familien *Cullen* und *Covo*, die als Fallbeispiele ausgewählt und über einen Zeitraum von zwei Jahren (vier Jahre inkl. einer Vorerhebung) begleitet wurden (vgl. S. 88f.). Darauf bezieht sich die Kennzeichnung der Studie als „Lang-

zeitstudie“. Die Auswahl der Familien für Forschungsphase II beruht auf dem „Merkmal der vertrauensvollen Beziehung“ mit der Forscherin, der Gemeinsamkeit „Ein-Eltern-Familie“ und dem Gegensatzpaar „medienaffin“ (*Cullen*) und „medienkritische Züge“ (*Covo*) (S. 265). Dies wirft die Frage nach der kritischen Distanz zur Untersuchungspopulation auf, die im Sinne guter wissenschaftlicher Praxis auch in einem für die Forscherin herausfordernden Feld gewahrt bleiben sollte. Zudem irritiert der Faktor der „Ein-Eltern-Familie“, zumal in beiden Familien ein regelmäßiger Kontakt zu den leiblichen Vätern besteht und auch neue Lebenspartner der Mütter existieren, die Elternaufgaben übernehmen und zumindest teilweise mit den Familien zusammenleben (vgl. S. 61f.; S. 64ff.).

Teil „E Schlussbetrachtungen“ (Kap. 13-15) rundet die Arbeit ab und umfasst neben einer sehr kurzen Reflexion des Vorgehens und der abschließenden Diskussion der Ergebnisse auch die bereits erwähnten „Handlungsimpulse“ (S. 351).

Fraglos baut gute Forschung – auch auf Basis der Grounded Theory (s. S. 41) – darauf auf, an den bestehenden Forschungsstand anzuknüpfen. Katrin Schlör betreibt *Mediensozialisationsforschung* und bezeichnet den Forschungsgegenstand als „Mediensozialisation und Medienerziehung in Familien in sozial strukturell benachteiligten Lebenslagen“ (S. 32). Insofern überrascht es, dass, der umfangreichen Literaturliste zum Trotz, ganz zentrale Werke aus diesem eng abgegrenzten Bereich nicht wahrgenommen bzw. kaum reflektiert wurden. So findet Benjamin Krämers 2013 vorgelegte und vielbeachtete Studie zur „Mediensozialisations“ als „Erwerb medienbezogener Dispositionen“ keine Erwähnung. Ingrid Paus-Hasebrinks einschlägige Arbeit in diesem Feld wird zwar in Teilen genannt, aber in der Verortung nicht reflektiert. So identifiziert Schlör Desiderate in der Forschung abseits von „objektive(n) Faktoren wie Bildung und Einkommen“ sowie der Fragestellung „Welche Bedeutung nehmen Medien in einem von Problemen durchdrungenen Alltag ein?“ (S. 22) und bei Arbeiten, die über „rezeptionsorientierte Mediennutzungsformen“ (S. 28) hinausgehen. Ausdrücklich erwähnt wird auch Forschung mit der „Zielgruppe der sozialstrukturell benachteiligten Familien“ (S. 30) ganz allgemein sowie im Besonderen zur „familialen Medienbildung (...) im Hinblick auf soziostrukturell benachteiligte Milieus“ (S. 28).

Aber es sind genau diese Punkte, an denen die Langzeitstudie von Paus-Hasebrink seit 2005

ansetzt. Gerade die Verknüpfung von sozio-ökonomischen und sozio-emotionalen Aspekten im Kontext familialer Lebensführung und sozialer Benachteiligung hat die Mediensozialisationsforschung in den vergangenen Jahren vorangebracht, wobei die Theorieentwicklung als Basis für die Empirie nicht außer Acht gelassen werden darf. Der theoretische Rahmen verdeutlicht die Nähe zwischen diesen beiden Forschungsprojekten, denn wie Paus-Hasebrink beruft sich auch Schlör auf die „ganzheitliche Beschreibung von Mediensozialisations- und Medienerziehungsbedingungen (...) vor dem Hintergrund Pierre Bourdieus Habitus- und Kapitaltheorie“ (S. 30) und betont die Bedeutung „einer praxeologischen Sichtweise“ (S. 346). Daher erstaunt es, dass auf die Reflexion des für die eigene theoretische Fundierung so einschlägigen theoretischen Zugangs der *Praxeologischen Mediensozialisationsforschung*, der von Bourdieus Theorien der sozialen Praxis und dem Zusammenhang von sozialem Milieu und Habitus ausgeht, gänzlich verzichtet wurde.

So hinterlässt diese an sich überaus lesenswerte Arbeit einen ambivalenten Nachgeschmack.

Philip Sinner

Literatur

- Krämer, Benjamin (2013): Mediensozialisation. Theorie und Empirie zum Erwerb medienbezogener Dispositionen. Wiesbaden: Springer VS.
- Paus-Hasebrink, Ingrid/ Kulterer, Jasmin (2014): Praxeologische Mediensozialisationsforschung. Langzeitstudie zu sozial benachteiligten Heranwachsenden. Unter Mitarbeit von Philip Sinner. Baden-Baden: Nomos.

Anna Schnauber

Medienselektion im Alltag

Die Rolle von Gewohnheiten im Selektionsprozess

Wiesbaden, Springer VS, 2016. – 387 S.

ISBN 987-3-658-15440-0

Gewohnheiten im Alltag sind überwiegend funktional. Sie entlasten uns von aufwendigen Entscheidungsprozessen. Schütz und Luckmann (1979/2003, S. 37) sprechen von einer „routinemäßigen Abfolge unproblematischer Erfahrungen“, die wir auf Basis unseres Wissensvorrats bewältigen, ohne dass dies in unser Bewusstsein gelangt. In ihrer Dissertation geht Anna Schnauber der Frage nach, welchen Einfluss Gewohnheiten auf die Medienselektion

haben. Dabei fokussiert sie auf die Wahl der Mediengattungen Fernsehen, Computer, Tablet und Smartphone (da sich diese nach selektionsrelevanten Merkmalen wie z. B. Zeit- und Ortsabhängigkeit unterscheiden) in der präkommunikativen Phase. Es geht nicht um die Selektion von konkreten Inhalten, sondern um die *angebotsunspezifische* Selektion (S. 56), wobei mögliche angebotsspezifische Einflüsse berücksichtigt werden. Nach Schnauber sind sowohl Faktoren auf personaler als auch auf situativer Ebene sowie deren Interaktion für die Auslösung von Gewohnheiten bei der Mediennutzung verantwortlich.

Eine psychologische Erklärungsgrundlage für die Auslösung von Mediengewohnheiten findet Schnauber im *Reflektiv-Impulsiv-Modell*, das eine Trennung von reflektivem (auf Verknüpfung von Informationen, Intentionen und Urteilen basierendes Verhalten) und impulsivem (auf Skripten basierendes, automatisch ausgelöstes Verhalten) System unterstellt (S. 47). Vermutet wird, dass bei der Medienselektion häufig das impulsive System dominant ist, da sie leicht reversibel ist, mit geringer Motivation und kognitivem Aufwand einhergeht und es somit eher zu einer automatisierten Auswahl kommt (S. 57).

Der Gewohnheitsbegriff wird sozialpsychologisch fundiert: Gewohnheit ist das Ergebnis von Lernen durch Wiederholung in stabilen Kontexten und basiert auf in Skripten organisierten Wissensstrukturen, die in wiederkehrenden Situationen automatisch ausgelöst werden (S. 62; vgl. Verplanken & Aarts, 1999). Gewohnheiten sind demnach dem impulsiven System zuzuordnen, im Gegensatz zu routinierten Entscheidungen, die im reflektiven System verortet sind. Es bleibt offen, wie diese beiden Verhaltensmodelle empirisch zu trennen sind. Darüber hinaus greift Schnauber Erkenntnisse u. a. zu Fernsehgewohnheiten (Naab, 2013) und zur Spezifität von Mediengewohnheiten (Koch, 2010) der eher psychologisch fundierten Mediengewohnheitsforschung auf. Auf Personenebene wird vermutet, dass vor allem Einstellungen, generalisierte Gratifikationserwartungen, subjektive Normen und Kompetenzerwartungen die Gewohnheitsstärke der Mediennutzung beeinflussen. Auf Situationsebene können Schnauber zufolge interne (Motivation, kognitive Fähigkeit) und externe Faktoren (Kontextstabilität, Kontextwechsel) Gewohnheiten auslösen.

Methodisch wird die theoretisch postulierte Mehrebenenlogik durch die Kombination von Befragung und Tagebuch konsequent umgesetzt. Die Messung der Gewohnheitsstärke er-

folgt explizit durch den Self-Report Habit-Index und implizit durch das Response-Frequency Measure of Media Habit.

Trotz einer einführenden, exemplarischen Darstellung der Analyse bleibt die Durchdringung des Ergebnisteils eine Herausforderung für den – mit logistischen Mehrebenenanalysen wenig vertrauten – Leser. Die Ergebnisse zeigen, dass Mediengewohnheiten weitgehend im Einklang mit Einstellungen, Selbstkonzept und Gratifikationserwartungen stehen. Sie erhöhen die Selektionswahrscheinlichkeit und verringern den kognitiven Selektionsaufwand. Der Einfluss interner und externer Kontextfaktoren ist bei den Mediengattungen unterschiedlich ausgeprägt. Interaktionseffekte zeigen sich insbesondere bei der Fernsehnutzung: Hier wirkt neben internen Zielen der externe Kontext gewohnheitsfördernd. Bei Smartphone und Tablet wirken interne Ziele als Gewohnheitsauslöser. Bezüglich der Computernutzung bieten die Modelle eine geringere Erklärungskraft. Es bleibt offen, ob das daran liegt, dass sich hinter der Computernutzung in ihrer Gewohnheitsstärke gegenläufige Aktivitäten verbergen, etwa gezielte Informationssuche und Computerspielen.

Die Arbeit eignet sich zum einen als grundlegende Lektüre zum Konzept Mediengewohnheit. Zum anderen liefert sie der Medienselektions- bzw. Mediengewohnheitsforschung neue Erkenntnisse zu zwei unterschiedlich stark erprobten Operationalisierungen von Mediengewohnheiten und methodischen Herausforderungen bei der Anwendung dieser Messinstrumente auf verschiedene Mediengattungen. Die Ergebnisse der Studie offenbaren weiteres Forschungspotenzial zur Einbettung von Mediennutzungsgewohnheiten in zeitliche Routinen (Umbrüche im Tagesablauf). Somit bieten sich Anknüpfungspunkte zur Untersuchung der zeitlich strukturierenden Funktionen von Mediengewohnheiten (Schnauber & Mangold, 2017) sowie zu einer zeitallokativen Perspektive, die den Einfluss von Zeitverfügbarkeit und langfristig stabilen Medienpräferenzen auf die Medienselektion berücksichtigt (Seufert & Wilhelm, 2014).

Claudia Wilhelm

Literatur

- Koch, T. (2010): Macht der Gewohnheit? Der Einfluss der Habitualisierung auf die Fernsehnutzung. Wiesbaden: VS.
- Naab, T. K. (2013): Gewohnheiten und Rituale der Fernsehnutzung: Theoretische Konzepte und methodische Perspektiven. Baden-Baden: Nomos.
- Schnauber, A.; Mangold, F. (2017): From Temporal to Social Rhythms. Day-to-Day Media Platform Usage and its Meaning for Society. Full-Paper, 67. Jahrestagung der International Communication Association (ICA), San Diego, CA, 25.–29. Mai 2017.
- Schütz, A.; Luckmann, T. (1979/2003): Strukturen der Lebenswelt. Konstanz: UVK.
- Seufert, W.; Wilhelm, C. (2014): Mediennutzung als Zeitallokation. Zum Einfluss der verfügbaren Zeit auf die Medienauswahl. Baden-Baden: Nomos.
- Verplanken, B.; Aarts, H. (1999): Habit, Attitude, and Planned Behavior: Is Habit an Empty Construct or an Interesting Case of Goal-directed Automaticity? *European Review of Social Psychology*, 10(1), 101–134.
- Christian Schwarzenegger**
Transnationale Lebenswelten
 Europa als Kommunikationsraum
 Köln: Halem, 2017. – 351 S.
 ISBN 978-3-86962-226-2
- Seit Mitte der 1990er Jahre bemüht sich die auf Europa bzw. im Kern die Europäische Union (EU) bezogene Öffentlichkeitsforschung um Antworten auf die wahrgenommenen Mängel demokratischer Legitimation, Europäischer Öffentlichkeit und gemeinsamer Identifikationen der europäischen Bürger. Aus dieser Defizitperspektive ergibt sich eine Fokussierung der Forschung auf (massenmediale) politische Öffentlichkeit. Aus Kritik an einer damit verbundenen Elitenperspektive auf Europa setzt sich die Arbeit von Schwarzenegger zum Ziel, die „Bedeutung Europa[s] für und in Lebenswelten von Menschen, in der von ihnen erleben und erfahrenen Alltagswelt“ (S. 20) zu erkunden. Denn obwohl es durchaus Studien gibt, welche auf die Rolle der EU in den Lebenswelten der Bürger abzielen (z. B. von Hepp und Kolleginnen, vgl. S. 57), mangelt es Schwarzenegger zufolge an einer kommunikationswissenschaftlichen Betrachtung des Verständnisses von Europa, welches sich aus kommunikativen Lebenswelten extrahieren lasse. Es geht dem Autor um nicht weniger als eine „Perspektivverschiebung“ (S. 20), für die in dieser interdisziplinären Arbeit insbesondere soziologische, kulturwissenschaftliche und kommunikationswissenschaftliche Konzepte und Argumente zusammengeführt werden.
- Um das Thema für die Kommunikationswissenschaft, die sich ja im Kern mit öffentlicher massenmedial vermittelter Kommunikation beschäftigt, anschlussfähig zu machen, werden Alltag und Lebenswelt als „hochgradig kommunikativ (konstruiert)“ (S. 21) angesehen.

Kommunikation gilt als strukturierendes und begrenzendes Element der sozialen Welten bzw. der kleinen Lebens-Welten des Individuums. Mit der sozialen Ausdifferenzierung geht, so die Argumentation des Autors, nicht nur eine Pluralisierung von Lebenswelten einher. Durch die Zunahme von kommunikativen Möglichkeiten sei auch eine Erweiterung der unterschiedlich skalierten räumlichen Bezüge der Lebenswelt zu erwarten. Das führt den Autor zur Frage, inwieweit Europa im Sinne eines „gelebten Europa“ als Bezugspunkt bzw. zur Grenzziehung sozialer Welten Bedeutung zukommt.

Als theoretische Grundlage dient dem Autor hier vor allem das Mediatisierungskonzept, mit dem sich davon ausgehen lässt, dass die verschiedensten Bereiche der alltäglichen Lebensführung zunehmend von Formen der Medienkommunikation durchdrungen werden. Akribisch werden verschiedene Stränge der Mediatisierungsforschung ausführlich abgehandelt, ein Plädoyer für die Perspektivenvielfalt dieser Forschung gehalten und gleich noch diskutiert, ob mit der Mediatisierungsdebatte ein Paradigmenwechsel für die Kommunikationswissenschaft eingeläutet werde – bevor es zum Kern der eigentlichen Arbeit zurückgeht. Für diese ist zentral, dass das persönliche Medienhandeln, private interpersonale Kommunikation und die Teilhabe an öffentlicher Kommunikation nicht als voneinander losgelöste Aktivitäten zu sehen sind, sondern als sich wechselseitig bedingende Praktiken, welche die Lebenswelt beeinflussen (vgl. S. 118). Die Frage ist, welche Folgen sich daraus für die Reichweite von Lebenswelten, insbesondere für die Herausbildung transnationaler Lebenswelten ergeben?

Das theoretische Kernstück der Arbeit bildet das von Schwarzenegger entwickelte Konzept des Kommunikationsraumes. Dieses greift die im Fach geleistete Kommunikationsraumforschung auf, grenzt sich aber von dem in der frühen Forschung dominierenden Container-Verständnis ab und argumentiert insbesondere gegen eine Fokussierung auf Massenkommunikation. Kommunikationsraum wird als plurales Konzept verstanden, in Anlehnung an Arbeiten von Klaus Beck multidimensional konzipiert und insofern als individuenbestimmt angelegt, als Kommunikationsräume im (medienbasierten) kommunikativen Alltagshandeln der Menschen entstehen. Zentral ist für Schwarzenegger zudem, die Erforschung von Kommunikationsräumen in einer nicht medienzentrierten Perspektive zu verfolgen, d. h. Medienkommunikation soll im Kontext der alltäglichen Lebensführung und nicht medienbezogener

Handlungen analysiert werden. Konkret wird der Kommunikationsraum als a) vom Individuum ausgehend und verschiedene kommunikative Welten verbindend, b) durch politische, rechtliche, kulturelle, infrastrukturelle und medientechnologische Rahmenbedingungen beeinflusst, c) durch das Spektrum persönlicher Erfahrungen und kommunikativer Beziehungen und d) durch deren Stabilität, Dauerhaftigkeit und Wandel gestaltet. Er umfasst e) private und öffentliche, interpersonale und medienvermittelte Kommunikationsformen und bezieht sich f) auf geografisch-physische Räume als auch symbolische Orte und Medienräume (vgl. S. 194).

Auch Schwarzenegger liefert also keine Theorie des Kommunikationsraumes, deren Annahmen auf ihre Erklärungskraft hin überprüft werden könnten, sondern eine Annäherung und weitere sinnvolle Bausteine für eine entsprechende Theoretisierung. Die Herausforderung angesichts eines solchen umfassenden Konzeptes liegt freilich in seiner empirischen Messbarkeit. So scheint es nur folgerichtig, dass der Autor hier nur von exemplarischen oder explorativen „Annäherungen an spezifische Situationen und Konstellationen“ (S. 195), die im Rahmen entsprechender Kommunikationsraumstudien möglich seien, spricht. Generalisierungen sind, wie der Autor auch selbst einschränkt, nicht möglich.

In seinen „Empirischen Erkundungen“ (S. 203ff.) kann es denn auch weniger um eine tatsächliche Beantwortung der Frage nach den Bedeutungen Europas für Lebenswelten gehen als vielmehr darum, die Erkenntnismöglichkeiten einer so gedachten Kommunikationsraumforschung zu illustrieren. Den im Kern an der Rolle Europas interessierten Leser mag dies, angesichts des breiten theoretischen „Überbaus“, möglicherweise nicht befriedigen. In der ersten, territorial definierten Fallstudie wird die Bedeutung Europas für die Konstruktion kommunikativer Lebenswelten in der Euregio Maas-Rhein untersucht. In der zweiten, nicht an einem Territorium orientierten Fallstudie werden die Praktiken der Vergemeinschaftung von Mitgliedern der Couchsurfing Community analysiert. Beide Studien arbeiten primär mit qualitativen Forschungsmethoden (Leitfadeninterviews, Gruppendiskussionen), die durch standardisierte Befragungen ergänzt wurden.

Das Beispiel der Euregio Maas-Rhein steht für eine Miniaturvariante Europas, die für eine Analyse der Alltagsbedeutung Europas als vielversprechend erschien. Folgt man dieser Überlegung, sind die Befunde eher ernüchternd. Transnationale Mediennutzung zeigte sich be-

sonders durch Sprache und Angebotsstrukturen bedingt. Europa an sich oder europäische Gründe spielten als Motive für eine transnationale Ausdehnung der Kommunikationsräume hingegen keine Rolle. Auch Identifikationen im Alltag zeigten sich in dieser spezifischen Europa-Region nicht in besonderer Weise durch Europa geprägt. Vielmehr legen die Befunde nahe, dass Zugehörigkeiten situativ definiert werden, und dass dann, wenn Identifikationen mit Europa vollzogen werden, damit unterschiedliche Europavorstellungen verbunden sind. Für die Vergemeinschaftung in der Couchsurfing Community spielt Europa bzw. europäisch zu sein kaum eine Rolle. Es sind also weniger europäische Kommunikationsräume, die hier vermessen werden, sondern transnationale Räume einer spezifischen Community, die sich auch über Community-spezifische Werte als solche konstituiert.

Während die Fallstudien interessante Einblicke in spezifische Lebenswelten und Vergemeinschaftungen geben, bleiben die Fragen nach deren Folgen für transnationale Öffentlichkeiten und gemeinsame Identifikationen in Europa und nach den Verbindungen eines Europa „von oben“ mit dem Europa „von unten“ noch zu beantworten.

Annett Heft

Literatur

- Hepp, Andreas; Elsler, Monika; Lingenberg, Swantje; Mollen, Anne; Möller, Johanna; Offerhaus, Anke (2016): *The Communicative Construction of Europe. Cultures of Political Discourse, Public Sphere, and the Euro Crisis*. Houndmills, Basingstoke/Hampshire, New York: Palgrave MacMillan.
- Beck, Klaus (2003): *No Sense of Place? Das Internet und der Wandel von Kommunikationsräumen*. In: Funken, Christiane; Löw, Martina (Hrsg.): *Raum – Zeit – Medialität. Interdisziplinäre Studien zu neuen Kommunikationstechnologien*. Opladen: Leske + Budrich, S. 119–137.

Wolfgang Schweiger

Der (des)informierte Bürger im Netz

Wie soziale Medien die Meinungsbildung verändern

Wiesbaden: Springer, 2017 – 214 S.

ISBN 978-3-658-16058-6

In den letzten Jahren sorgten unter anderem die Debatten um Flüchtlingspolitik und die Geschehnisse in der Kölner Silvesternacht 2015/2016, aber auch die für viele Beobachter/innen überraschenden Ausgänge des Brexit-Re-

ferendums und der US-amerikanischen Präsidentschaftswahl für ein enormes Interesse an der Rolle, die soziale Medien mittlerweile im Gefüge der politischen Öffentlichkeit eingenommen haben. Neben solchen äußeren Anlässen motivierten wohl auch die hartnäckigen Nachfragen von Fachkollegen Wolfgang Schweiger dazu, die Überlegungen seiner Hohenheimer Antrittsvorlesung vom Januar 2015 weiterzudenken und zu einem gestandenen Buch auszuarbeiten. Von Seiten des Rezensenten vielen Dank für diesen kollegialen Druck, denn das Werk kommt, soviel kann dem Fazit schon vorgegriffen werden, zur richtigen Zeit – auch wenn es damit leben muss, dass manche Passagen angesichts der rasanten technischen und gesellschaftlichen Entwicklung wie auch der hoch dynamischen Forschungslage quasi mit Erscheinen schon wieder veraltet sind.

Schweiger beginnt seine Ausführungen mit der Diagnose, dass wir derzeit sowohl einen Bedeutungsverlust journalistischer Nachrichten als auch einen Aufstieg sozialer Medien beobachten können. Unabhängig davon, ob dies nur zeitliche Koinzidenz oder tatsächlich kausaler Zusammenhang ist: „Das schwächt die politische Informiertheit und die Diskursfähigkeit der Bevölkerung und verstärkt die Polarisierung der Gesellschaft“ (S. VIII f.), so die Ausgangsthese des Buches. Sie wird in sechs Kapiteln unter Bezug auf verschiedene Stränge kommunikationswissenschaftlicher Forschung ausgeführt und „unterfüttert“: Von allgemeinen demokratietheoretischen Überlegungen zur Rolle des (Nachrichten-)Journalismus und der informierten Bürger über Studien zum nachrichtenbezogenen Informationsverhalten bis hin zu Konzepten der Meinungsbildung und der Meinungsklimawahrnehmung. Aus Platzgründen will ich nur auf zwei Aspekte eingehen, die Schweigers Anliegen und Argumentation m. E. gut verdeutlichen können, nämlich das Konzept des „granularisierten Nachrichtenkontakts“ sowie der Fokus auf die „politisierte Bildungsmitte“.

Die Organisationsprinzipien sozialer Medien begünstigen der Analyse zufolge den „granularisierten Nachrichtenkontakt“: Sie lösen Nachrichten und Meldungen aus dem Kontext publizistischer Angebote und betten sie ein in den personalisierten, ständig aktualisierten Strom von Neuigkeiten in der Timeline von Twitter oder dem Facebook-Newsfeed. Dort stehen journalistische Nachrichten neben privat-persönlichen Updates aus dem Freundeskreis und der persuasiven Kommunikation von Marken oder politischen Parteien.

Von dieser Beobachtung ist es nur ein kurzer Schritt hin zur „Filterblasen“-These, die postuliert, dass psychologische und soziologische Mechanismen des Informationsmanagements durch technisch-algorithmische Selektion verstärkt würden, was die Vielfalt der empfangenen Informationen senke. Schweiger weist zu Recht daraufhin, dass auch die entgegengesetzte Annahme – die Erweiterung persönlicher Online-Netzwerke steigere die Chance, mit heterogenen Informationen konfrontiert zu werden – plausibel sei; der aktuelle Forschungsstand jedenfalls lasse noch keine klare und abschließende Beurteilung der Personalisierungseffekte von sozialen Medien zu.

Doch eine andere Wirkungskette sieht Schweiger als bedrohlicher an: Der granularisierte Nachrichtenkontakt in sozialen Medien verhindere einen umfassenden Nachrichtenüberblick und begünstige die Konfrontation mit „Fälschungen, Lügen und Halbwahrheiten“ (S. 112). So könne es zu einer Negativspirale „aus sinkendem Nachrichtenüberblick und Journalismusvertrauen sowie zurückgehender Nachrichtennutzung vieler Bürger“ (S. 81) kommen. Diese Entwicklungen blieben wiederum nicht folgenlos für die Meinungsbildung, die dem demokratietheoretischen Ideal zufolge informierte Bürgerinnen und Bürger voraussetzt, die Kenntnisse von Fakten wie auch von konkurrierenden Haltungen und Meinungen zu politischen Anliegen haben.

In Kapitel 5 legt Schweiger einen Schwerpunkt auf die „politisierte Bildungsmitte“, wie er „stark politisierte(.) Bürger mit durchschnittlicher formaler Bildung, die sich über soziale und alternative Medien informieren“ (S. 7) bezeichnet. Anhand dieser Bevölkerungsgruppe, aus der sich auch viele Anhänger von (rechts)populistischen Bewegungen speisen, entwickelt er ein Wirkungsmodell, das die Veränderungen auf Seiten der online verfügbaren Informationen mit individuellen Faktoren zusammenbringt. Politisch stark involvierte Menschen mit geringem politischen Vorwissen und gering ausgeprägter Medienkompetenz seien, so die Annahme, von der Vielfalt der online verfügbaren Informationen nicht nur inhaltlich überfordert, sondern insbesondere auch anfällig für Einstellungs- und Wissensseffekte wie Pseudo-Informiertheit, Polarisierung und verzerrte Meinungsklimawahrnehmung, die die sozialen Medien begünstigen können. Insoweit diese „Wutbürger“ auch redebereiter und politisch aktiver sind, können sie über ihre Teilnahme an öffentlicher Bürgerkommunikation in den sozialen Medien die Sichtbarkeit ihrer Mei-

nungen überproportional erhöhen und andere Menschen mobilisieren.

Dementsprechend warnt Schweiger im Fazit auch: Dass sich ein Teil der Bevölkerung von journalistischen Nachrichtenmedien abwende und in den sozialen Medien – aber nicht nur da, siehe den Zulauf zu Pegida-Demonstrationen – formieren und den demokratischen Diskurs unterhöhlen könne, bedrohe grundlegend den gesellschaftlichen Zusammenhalt. Dem gegenzusteuern sei Aufgabe der Bildungspolitik (Stichwort: Medienkompetenz für die digitale Gesellschaft), vor allem aber auch der Medienpolitik, die zum einen die großen Plattformen gerade in Hinblick auf Hasskommentare und gezielt irreführende Informationen stärker regulieren, zum anderen die Rahmenbedingungen für journalistische Qualität verbessern müsse.

Schweigers Buch ist gelungen, auch und gerade weil es zeigt, dass wir Kommunikationswissenschaftler/innen Stellung zu gesellschaftlichen Entwicklungen beziehen können (und sollten), die nicht nur den Kern unseres Faches, sondern auch das Herz der demokratischen Öffentlichkeit berühren. Er konzediert selbst, dass nicht jede Annahme gleichermaßen durch empirische Befunde zweifelsfrei abgesichert sei, er sich aber am Leitbild der „kumulativen Evidenz“ orientiere. Jede Leserin und jeder Leser wird daher vermutlich einzelne Stellen finden, die er oder sie weniger überzeugend findet. Mir etwa sei (pro domo) der Hinweis auf eine Lücke im Forschungsstand zur Nachrichtennutzung erlaubt, die durchaus folgenreich ist: Die deutsche Teilstudie des „Reuters Institute Digital News Survey“ liefert bereits seit 2012 repräsentative Daten zur Nachrichtennutzung, die sich noch dazu mit der Lage in mittlerweile 36 Ländern vergleichen lassen. Sie kann zeigen, dass in Deutschland die Nutzung sozialer Medien generell und für nachrichtliche Zwecke im Speziellen im Lauf der Jahre zwar zugenommen hat. Aber der Anteil derjenigen, die soziale Medien als Haupt- oder gar als einzige Nachrichtenquelle verwenden, ist gerade im internationalen Vergleich nach wie vor recht klein. Man darf also nicht nur die Internetnutzung betrachten, sondern muss andere Mediengattungen mit einbeziehen, weil diese nach wie vor für viele Menschen wichtige Informationsquellen sind. Dies wiederum kann bedeuten, dass manche der Annahmen und Wirkungsketten, die Schweiger entfaltet, gar nicht für die Gesellschaft als Ganzes zutreffen, sondern möglicherweise nur für die „Social Media only“-Gruppe Gültigkeit haben.

Doch auch wenn man diesen Einwand für gravierend hält, muss das den Wert des Buches nicht grundlegend schmälern. Es bietet viele Anknüpfungspunkte für die weitere kommunikationswissenschaftliche Forschung, die in den nächsten Jahren Schweigers Annahmen

und Wirkungsmodelle prüfen und, wo nötig, verbessern wird. Wenn es unser Fach dann auch schafft, dieses Wissen in die Politik und breitere Öffentlichkeit zu tragen, wäre viel gewonnen.

Jan-Hinrik Schmidt

Filmdistribution in Deutschland: eine Standardeinführung in Theorie und Praxis!



Filmdistribution in Deutschland

Die Zukunft des TV-Marktes im Zeitalter
der Digitalisierung am Fallbeispiel Netflix

Von Laura Glockseisen

2017, ca. 147 S., brosch., ca. 29,- €

ISBN 978-3-8487-4151-9

eISBN 978-3-8452-8371-5

(Now Media, Bd. 2)

Erscheint ca. Oktober 2017

nomos-shop.de/29672

Das Buch erklärt verständlich und kompetent den digitalen Wandel der Filmdistribution und kann als Standard zur Einführung in Theorie und Praxis gelten. Aktuelle und zukünftige Rollen sowie strategische Ansätze für ein langfristiges Bestehen unterschiedlicher Akteure im Markt werden beleuchtet.



Unser Wissenschaftsprogramm ist auch online verfügbar unter:
www.nomos-elibrary.de

Portofreie Buch-Bestellungen unter
www.nomos-shop.de

Alle Preise inkl. Mehrwertsteuer



Nomos