

Heinz Bonfadelli
Medieninhaltsforschung

Grundlagen, Methoden, Anwendungen

Konstanz: UVK, 2002. – 212 S.

ISBN 3-8252-2354-X

Das Buch ist in acht Kapitel gegliedert. Nach zwei einführenden Kapiteln, die (1) Medien bzw. Medieninhalte als Untersuchungsgegenstand eingrenzen und (2) einen Überblick über grundlegende theoretische Perspektiven und damit zusammenhängende Analyseinstrumente geben, folgen fünf Kapitel zu verschiedenen Verfahren bzw. Verfahrensperspektiven: von der eigentlichen Inhaltsanalyse (Kapitel 3) über Medienqualität (Kapitel 4), Mediendiskurse und Semiotik (Kapitel 5 und 6) bis hin zur Medienresonanzanalyse (Kapitel 7) und zur rezipientenorientierten Evaluation von Medienprodukten (Kapitel 8). Jedem Kapitel ist die verwendete und zusätzliche Literatur zum Thema angefügt. Im Anhang finden sich ein Glossar mit kurzen Erklärungen ausgewählter Fachbegriffe sowie ein Sachregister als Nachschlagehilfe. Wie Heinz Bonfadelli im Vorwort schreibt, ist das Buch im Zusammenhang mit einer Vorlesung entstanden und soll „eine *Einführung in verschiedene theoretische Perspektiven* und eine *Übersicht der wichtigsten Instrumente* der Medieninhaltsforschung liefern (...)“ (Vorwort, S. 10, Herv. I. O.). Die vorherrschende Perspektive ist dabei die der sozialwissenschaftlichen, in diesem Kontext vorwiegend empirisch ausgerichteten Kommunikations- und Publizistikwissenschaft. Es werden jedoch auch Perspektiven und Verfahren aus der Literatur- und Sprachwissenschaft, die hier als medienwissenschaftlich bezeichnet werden, mitbehandelt und besprochen.

Die ersten zwei einführenden Kapitel sind eindeutig der publizistikwissenschaftlichen Perspektive zuzuordnen. Die Abgrenzung des kommunikationswissenschaftlichen Medienbegriffs als Massenmedium von technischen und metaphorischen Verwendungen steht ganz klar in dieser Tradition und die Beschreibung und Ableitung der Forschungsperspektiven und Fragestellungen im zweiten Kapitel sind auf die Forschungstradition der angloamerikanischen *Content Analysis* abgestellt, wie sie auch seit dem letzten Jahrhundert in der deutschsprachigen Massenkommunikationsforschung als *Inhaltsanalyse* betrieben wird. In Abschnitt 2.3 entwickelt der Autor schließlich

eine Systematik zur Klassifizierung der Analyseinstrumente und -perspektiven für Medieninhalte, die den Aufbau der restlichen Kapitel bestimmt und damit grundlegend für das Verständnis des Buches ist. Dabei teilt Bonfadelli auf der einen Seite in quantifizierende Instrumente, unter die er vor allem die „klassische Inhaltsanalyse“ (S. 53) und andere standardisierte und „eher quantifizierende Instrumente“ (S. 54) subsumiert, und auf der anderen Seite qualitative Verfahren der Textanalyse, die im Kontext von Semiotik, Linguistik und Cultural Studies angewandt werden.

Der Systematik des Autors folgend ist dann auch das umfassendste Kapitel 3 im Zentrum des Buches der „klassischen“ Inhaltsanalyse – hier als quantitative, in der Regel standardisierte Inhaltsanalyse verstanden – gewidmet. Neben den frühen Basiskonzepten, der methodischen Operationalisierung und Durchführung werden vor allem Anwendungsbeispiele und Studien vorgestellt, die typische Untersuchungsanlagen solcher quantifizierenden Inhaltsanalysen verdeutlichen sollen. Im Literaturteil finden sich Basistexte, weiterführende Literatur und publizierte Einzelstudien. Eine Darstellung qualitativer Verfahren wird im Rahmen dieses Kapitels nicht vorgenommen, sondern in die nachfolgenden Kapitel verlegt. Damit werden solche Verfahren allerdings fast vollständig aus dem Kanon der sozialwissenschaftlichen, inhaltsanalytischen Methoden herausgenommen und unter die sprachwissenschaftliche Perspektive untergeordnet. Eine methodologische Verortung der inhaltsanalytischen Verfahren vor dem Hintergrund der wissenschaftstheoretischen Qualitätsstandards für empirische Studien in den Sozialwissenschaften findet nicht statt. So werden etwa Kriterien wie Validität und Reliabilität ausschließlich im Zusammenhang mit den Methoden der „klassischen Inhaltsanalyse“ in diesem Kapitel besprochen, nicht aber in Bezug auf alle vorgestellten Methoden und Perspektiven angewandt.

In den anschließenden Kapiteln 4 bis 8 ist die Perspektive der Darstellung im Vergleich zum ersten Teil des Buches dagegen sehr unterschiedlich und vergleichsweise uneinheitlich. Kapitel 4 ist der öffentlichen und wissenschaftlichen Debatte um Medienqualität (vor allem im Fernsehen) gewidmet und wird als Anwendungsfeld der in Kapitel 3 dargestellten inhaltsanalytischen Methoden theoretisch und empirisch

risch ausführlich besprochen. Kapitel 5 ist dagegen eine Sammlung sehr unterschiedlicher Methoden, die sich mit der Analyse der „Mediensprache“ in Diskursen, Ritualen und Mythen und Medien-Frames beschäftigen. Von der klassischen Diskursanalyse über filmanalytische, traditionell linguistische Methoden bis hin zur publizistikwissenschaftlichen Framing-Analyse. Vor allem im Hinblick auf den Untersuchungsgegenstand Mediensprache ist dann Kapitel 6 wieder eher in der linguistischen Tradition verankert. Es enthält eine knappe Darstellung der theoretischen Perspektiven der Semiotik, ihres Verhältnisses zur Publizistikwissenschaft und ihrer Bedeutung für das Forschungsfeld der Cultural Studies. Als Beispielstudien werden in diesem Teil des Buches vor allem „semiotische Analysen“ vorgestellt. Kapitel 7 ist dann wieder einer spezifischen Anwendung publizistikwissenschaftlicher, inhaltsanalytischer Methoden zur Evaluation von PR-Kampagnen gewidmet: der Medienresonanzanalyse, die sich auf unterschiedlichen Ebenen mit dem Input (in das journalistische System) und dem Output (Abdrucke, Qualität der Resonanz) beschäftigt. Kapitel 8 schließlich enthält die Darstellung von evaluationsorientierten Methoden für Medieninhalte, die nicht an Medienprodukten inhaltsanalytisch gemessen werden, sondern durch Befragung bei Rezipienten oder Produzenten dieser Produkte erhoben werden und somit eigentlich kaum noch dem Feld der Medieninhalts- als viel mehr der Mediennutzungsforschung zuzurechnen sind.

Die Durchsicht der Kapitel macht deutlich, dass es sich bei dem Lehrbuch von Heinz Bonfadelli um ein sehr heterogenes Werk handelt. Die lockere Verbindung zwischen den Kapiteln des Buches ist der *materielle Gegenstand* der Forschungsperspektiven und -methoden: *Medieninhalte*. Vor diesem Hintergrund eignet sich es besonders als schnelles Nachschlagewerk und Literaturquelle für die unterschiedlichsten Perspektiven, aus denen man sich interdisziplinär – sprachwissenschaftlich und kommunikationswissenschaftlich – mit massenmedialen Inhalten beschäftigt. Dabei kann es vor allem für diejenigen Studierenden fruchtbar sein, die sich bereits mit den wissenschaftstheoretischen und methodologischen Grundlagen der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft beschäftigt haben. Für Anfänger ohne Kenntnis der – z. T. sehr unter-

schiedlichen – methodologischen Grundprinzipien der Sprachwissenschaft auf der einen und der Publizistikwissenschaft auf der anderen Seite besteht die Gefahr von Missverständnissen bei der Einordnung der verschiedenen Methoden in den fachspezifischen Wissensbestand. Als studienbegleitendes Lehrbuch – etwa zu den vertiefenden Lehrveranstaltungen im Bereich der kommunikationswissenschaftlichen Methodenausbildung – ist es sehr empfehlenswert.

Joachim Trebbe

Ralph Weiß / Jo Groebel (Hrsg.) Privatheit im öffentlichen Raum

Medienhandeln zwischen Individualisierung und Entgrenzung

Opladen: Leske + Budrich, 2002. – 628 S.

(Schriftenreihe Medienforschung der LfR; 43)

ISBN 3-8100-3579-3

Vor über zwanzig Jahren hat Richard Sennett die Diagnose von der „Tyrannei der Intimität“ gestellt. Seine historische Analyse kommt zu dem Schluss, dass die klassisch bürgerliche Öffentlichkeit im Medienzeitalter zunehmend verschwunden sei. An deren Stelle sei eine auf intime und narzisstische Bekenntnisse fixierte Gesellschaft getreten, in der der öffentliche Raum zerfalle und die für zivilisierten gesellschaftlichen Verkehr erforderliche Trennung von sozialem Handeln und Innerlichkeit aufgehoben sei. „Big Brother“, Daily Talks oder private Homepages scheinen sich auf den ersten Blick nahtlos in Sennetts kritisch gemeinte soziologische Interpretation der Moderne einzufügen, in der er auch verloren gegangene historische Alternativen aufzeigt. Die hier zu rezensierende aktuelle Forschungsdokumentation „Privatheit im öffentlichen Raum“ ist jedoch nicht an einer kritischen Theorie mit diagnostischen Qualitäten interessiert, die problematische Tendenzen der Gegenwart hervorhebt. So findet sich in dem Band eine explizite Abgrenzung von Sennetts soziologischem Klassiker (S. 50ff.), dem ein „Mangel an gesellschaftstheoretischer Einbettung“ vorgeworfen wird. Den Autoren und Autorinnen geht es primär um eine umfassende, differenzierte und perspektivenreiche Bestandsaufnahme zum Thema, die auch die neuen medialen Möglichkeiten herausarbeiten und vor allem eine solide