

xeologie x Grundformen visueller Wahrnehmung) >< kommunikative Gattungen/“). An dieser Stelle ist im Übrigen eine der überraschendsten Argumentationswendungen zu finden: Die Psychologie Hegels wird gegen die Psychoanalyse ins Feld geführt und gewinnt überlegen. Hegels Psychologie zeichne sich – so Weiß – gerade dadurch aus, die Einheit der Subjektivität durch die verschiedenen Modi psychischer Bewegung hindurch begreifbar zu machen. Die entworfenen Grundformen des Fern-Sehens sind entsprechend als verschiedene Methoden subjektiver Vergegenwärtigung des in den Medienangeboten symbolisch repräsentierten Sinns zu verstehen. Im weiteren Gang greift Weiß erneut die von ihm gefundene generative Formel für das Fern-Sehen auf und versucht sie auf der Grundlage einer „Auslese und theoretischen Reorganisation von Funden aus der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft sowie aus den Cultural Studies zu substantiiieren“: Es gilt im Einzelnen zu beschreiben, was das Fern-Sehen für die Bewegung des praktischen Sinns bedeuten kann. Unter der (Teil-)Kapitelüberschrift „Praxisfelder, Bewusstseinsformen und symbolisches Handeln“ werden die Aspekte „Der soziale Alltag – fern-gesehen“, „Welt-Anschauung durch den Bildschirm“, „Traumbilder für das private Glück“ behandelt. Das letzte Teilkapitel „Symbolisches Handeln und Identität“ setzt sich mit dem Zusammenhang von Selbstwahrnehmung und Medienerfahrung auseinander. In Kapitel 5 („Schluss“) werden eine Zusammenfassung und ein Ausblick gegeben.

Die Originaltitel und hauptsächlichen Referenzautoren finden hier Erwähnung, um zumindest tendenziell einen Eindruck von der bestehenden, manchmal jedoch auch überwältigend großen Tiefe und Breite der Argumentation zu vermitteln. Es ist schlechterdings im Rahmen einer solchen Rezension unmöglich, auch nur in Ansätzen die vielen Aspektualisierungen der Diskussion nachzuzeichnen, die in dem Text manches Mal ermüdend genau, manches Mal erfrischend kreativ dargestellt werden. Liegt der Hauptakzent der Arbeit sicher auf dem Versuch, theoriegeleitet gleichsam zu Basisregeln der Medienrezeption zu gelangen, so wie das Ethnomethodologen und Sprachsoziologen schon länger für den Bereich der Face-to-Face-Kommunikation versuchen – diese Assoziation kam mir bei der Lektüre des Buches –, so darf nicht unerwähnt bleiben, dass

Weiß en passant viele häufig diskutierte und auch über den eigentlichen Bereich der Medienkommunikation hinaus relevante Fragen ausführlich und sehr interessant behandelt, wie beispielsweise folgende: Warum sind Arbeiter und Angestellte auf ihre „stupiden“ Arbeitsverrichtungen stolz? Wie erlebt „der kleine Mann“ die Politik in den Medien? Oder: Welche Anziehungskraft entfalten Boulevardmagazine und welche Funktionen kommen ihnen bei der symbolischen Selbstverortung von Akteuren zu? Die Reihe dieser überaus interessanten Seitengedanken und „Exkurse“ ließe sich leicht verlängern.

Dem Buch ist eine große Resonanz in der Fachöffentlichkeit zu wünschen: Es gibt zahlreiche wichtige Anstöße für die Fortführung der am Ende des viel zitierten Holzweges der 70er Jahre begonnenen theorieorientierten Diskussion medien- und kommunikationswissenschaftlicher Fragen und Probleme. Sie erschließen sich allerdings nur durch eine sehr arbeitsintensive Auseinandersetzung mit dem Text. Die entworfene Diskussion würdigt ausdrücklich unsere sozialphilosophischen und geisteswissenschaftlichen Denkwurzeln und zeigt deren produktive Relevanz für die gegenwärtige kommunikationswissenschaftliche Theoriebildung auf, die mit Weiß transdisziplinär ausgerichtet ist – auch das ist anerkennend hervorzuheben. Man darf gespannt sein, wie die Diskussion von Weiß selbst fortgeführt wird: Das eingangs angesprochene Problem der Integration des psychoanalytischen Theorie-modells steht noch aus und auch die empirische Fruchtbarkeit der Weiß'schen Praxeologie gilt es weiter auszuloten – man darf gespannt sein.

Klaus Neumann-Braun

Gunnar Roters / Walter Klingler / Maria Gerhards (Hrsg.)

Information und Informationsrezeption / Unterhaltung und Unterhaltungsrezeption/ Sport und Sportrezeption

Baden-Baden: Nomos, 1999/2000/2001. – 266/230/214 S.

(Forum Medienrezeption; 3/4/5)

ISBN 3-7890-6184-0 / 3-7890-6735-0 / 3-7890-7380-6

Mit der Nutzung und Wirkung von Medienangeboten beschäftigt sich die Kommunikations-

wissenschaft traditionell höchst intensiv. Neben den Tagungen der Fachgruppe Rezeptionsforschung in der DGPuK hat sich hierzu in jüngerer Zeit besonders das „Forum Medienrezeption“ zu einer wichtigen Plattform entwickelt. Federführend verantwortet von der SWR-Medienforschung (in Kooperation mit mehreren Landesrundfunkanstalten, Stiftungen und weiteren Forschungseinrichtungen) treffen sich einmal pro Jahr Wissenschaftler, Medienpraktiker und Experten zu einem Schwerpunktthema. Flankiert wird dieses Event durch eine anspruchsvolle Website, Fernsehaufzeichnungen und regelmäßige Tagungsdokumentationen. Drei dieser Bände zu den Bereichen Information, Unterhaltung und Sport werden anschließend näher vorgestellt, ein weiterer Reader zum Thema Humor (Genstand der Tagung 2002) ist in Vorbereitung.

Dem schon klassischen Begriffspaar Information und Unterhaltung widmeten sich zwei Foren im Jahr 1999. Gleich 20 Beiträge in sechs Abteilungen behandeln die erstere, „seriöser“ der beiden Perspektiven, wobei der Rahmen mit (medien-)politischen Positionen und Wandlungsprozessen der Informationsgesellschaft zunächst weit gesteckt wird. Aus historischer Perspektive zeigt Jürgen Wilke fünf (letztlich kaum überraschende) langfristige Trends in Angebot und Nutzung auf, während Oscar Gabriel sich – ebenfalls aus einer Längsschnitt-Perspektive – dem viel diskutierten Zusammenhang zwischen Mediennutzung und politischer Partizipation widmet. Zwei weitere empirische Beiträge dieser Abteilung können dagegen weniger überzeugen: Sie liefern auf deskriptiver Ebene nicht mehr als bekannte Strukturdaten, und die Ergebnisse der durchaus interessanten KomRegio-Studie sind in ihrer Vielfalt auf begrenztem Raum kaum darstellbar, sie dienen bestenfalls als Appetizer für die weiteren Veröffentlichungen der Forscher.

Die vier übrigen Teile des Buches zur Gestaltung von Informationsformaten in Print, Fernsehen und Rundfunk, zum Informations- bzw. politischen Journalismus und zur Informationsvermittlung durch Literatur sind aus Sicht der Rezeptionsforschung wenig ergiebig. Oft handelt es sich dabei um kurze Statements, Diskussionsbeiträge, Berichte aus der Praxis oder die bekannten Argumente von Machern des öffentlich-rechtlichen und privaten Rundfunks, die anwaltschaftlich für die eigene Sache werben („Abstimmung mit der Fernbedie-

nung“). Eine positive Ausnahme repräsentiert der Beitrag von Erich Schön, der zwar anhand von literarischen Texten argumentiert, aber interessante Hinweise auf das Lesen als klassischen informationsorientierten Rezeptionsmodus und seinen lustvollen Einsatz zu Zerstreuungszwecken gibt. Seine Differenzierung von kognitiv-informatorischen Wissensklüften und emotiv bzw. sozial interaktiven „social competence gaps“ schlägt bereits eine Brücke zum Unterhaltungsthema der nachfolgenden Tagung.

Deren (etwas schmäler geratener) Reader folgt einem vergleichbaren Konzept und enthält demzufolge wieder einleitende Positionen zur Bedeutung von Unterhaltung, wieder mit den üblichen Scharmützeln der Fernsehmacher beider Lager, wieder Anmerkungen aus der Praxis von Unterhaltungsgestaltern, wieder das Transkript einer Podiumsdiskussion, diesmal mit zitierfähigen Bon mots u.a. von Oliver Kaliske zu Erfolgskriterien der Unterhaltungsproduktion – und wieder eine Übersicht deskriptiver Daten zur Unterhaltungsnutzung als Sekundäranalyse der üblichen Markt-Media-Studien. Dagegen wirkt die auch hier enthaltene Abteilung zur Lese- und Rezeptionsforschung – der „Stiftung Lesen“ als Mitorganisator des Forums geschuldet – reichlich deplatziert.

Wissenschaftlich Substanzielleres entnimmt der Leser deswegen gerne dem Beitrag von Peter Winterhoff-Spurk, der sich mit den „Angstpanoramen“ von „Apokalyptikern“ auseinander setzt, die eine zunehmende Unterhaltungsorientierung des Publikums als Auslöser für eine ganze Reihe unerwünschter Effekte (vom Realitätsverlust bis zur Fernsehsucht) ansehen. Als empirisches Pendant zu dieser anregenden Theoriereflexion berichtet Roland Mangold über den Zusammenhang von Unterhaltung und Emotionen bei der Rezeption von Fernsehnachrichten. Anhand von Daten auf der Mikroebene, der individuellen Messung von Erleben und Mimik, wird dabei die Kategorie Unterhaltung erneut in Beziehung zur Informationsnutzung gesetzt.

Da Sport als Genre quasi idealtypisch die Balance aus informativen und unterhaltenden Komponenten verkörpert, scheint es nur logisch, dass sich die nachfolgende Tagung (im Olympialahr!) mit der Wahrnehmung entsprechender Angebote in elektronischen Medien befasste. Da die kommunikationswissenschaftliche Forschung zu dieser Mediensparte bislang

eher dünn gesät ist, enthält in diesem Band auch die Abteilung „Positionen“ aufschlussreiche Hinweise. Als gesellschaftliches Massenphänomen kann die Bedeutung von Sport als Gegenstand von Anschlusskommunikation realer Sporterlebnisse, von Massenkommunikation und von Anschlusskommunikation über mediale Sport-Events kaum überschätzt werden. Parallelen zwischen Sport- und Medienentwicklung im gesellschaftlichen Modernisierungsprozess scheinen unübersehbar, und viele Aspekte der Mediatisierung von Sport erinnern an ähnliche Beobachtungen zum Verhältnis von Medien und Politik. Symbiotischen Charakter besitzt speziell die (medien-)ökonomische Dimension, wenn Sport als Faktor im Medienmarkt hochrelevant wird (man denke an die öffentliche Diskussion zur Vergabe von Fußball-Übertragungsrechten) und Medien gleichzeitig das Regelwerk ganzer Disziplinen bestimmen.

Zwei empirische Inhaltsanalysen geben interessante Hinweise auf die Medienrepräsentation von konkreten Sportereignissen, deren Ergebnisse (im informatorischen Sinne) zwar vergleichsweise exakt definiert werden können, die in ihrer Interpretation aber beträchtliche Freiheitsgrade aufweisen, weil sich die enthaltenen Bewertungen an den vorherigen Erwartungen orientieren. Neben der Attributionstheorie, die Hans-Jörg Stiehler und Mirko Marr zur Erklärung solcher Phänomene bei der Kommentierung von Turnierauftritten der deutschen Fußball-Nationalmannschaft heranziehen, lässt sich auch die Nachrichtenwertforschung fruchtbar machen: Wiebke Loosens Untersuchung identifiziert mit der Simplizität, dem Nationalbezug, dem Personenbezug und der eben erwähnten Wertigkeit vier durchaus plausible Nachrichtenfaktoren.

Jeder der drei von Gunnar Roters, Walter Klingler und Maria Gerhards herausgegebenen Tagungsbände hinterlässt beim Leser den für Sammelwerke typischen, ambivalenten Eindruck. Die Beiträge sind wissenschaftlich von unterschiedlichem Niveau, unterschiedlicher Relevanz und unterschiedlicher Präzision. Manche Texte erinnern an abgetippte Redemanuskripte, andere dagegen sind voll ausformulierte Papers, die auch eine analytische Dimension jenseits anekdotischer Erfahrungsberichte besitzen. In der Gesamtschau allerdings – und nur so kann man vermutlich dem Konzept „Forum Medienrezeption“ gerecht werden – sum-

mieren sich die Einzelwerke zu einem bedeutsamen Literaturkorpus: nämlich zu einem der wenigen Ansätze, das unübersichtliche Feld der Rezeptionsforschung systematisch zu bearbeiten. Betont sei dabei die Transferfunktion, die Tagung, Berichtsband und andere begleitende Materialien erfüllen. Wenn allseits die mangelnde Sichtbarkeit kommunikationswissenschaftlicher Forschung im öffentlichen Diskurs beklagt wird – dem Forum Medienrezeption gelingt zumindest der Dialog zwischen Machern und Beobachtern. Wesentliche Impulse gibt inzwischen die Website (www.medienrezeption.de), deren Mehrwert nicht nur die archivierten Vorträge und entsprechende Druckfassungen ausmacht, sondern die auch die Recherche in einer umfangreichen Literaturdatenbank zum Thema ermöglicht.

Patrick Rössler

Dagmar Hoffmann

Attraktion und Faszination Medien

Jugendliche Sozialisation im Kontext von Modernisierung und Individualisierung

Münster: Lit, 2002. – 279 S.

ISBN 3-8258-6042-6

(zugl.: Chemnitz, TU Chemnitz, Diss., 2002)

Diese Dissertation (TU Chemnitz) befasst sich in einer empirischen Vergleichsuntersuchung mit den Medienpräferenzen und mit der Mediennutzung Chemnitzer und Oldenburger Jugendlicher. Der theoretische Bezugsrahmen greift Desiderate der Jugend- und Medienforschung auf. Die Jugendphase wird unter der Perspektive der „Individualisierung“ und der „Modernisierung“ diskutiert. Unter der Überschrift „Individualisierung und Instanzen der Sozialisation“ setzt sich die Autorin mit den Themen „Familie, Schule und Peergruppe“ auseinander: Die vorliegenden Forschungsergebnisse zum Vergleich von Jugendlichen in Ost und West hätten weniger gravierende Unterschiede zu Tage gefördert, als angenommen wurde. Es fehle hier an „überzeugenden Belegen“ für die theoretischen Annahmen. (S. 69) Mit dieser Arbeit will die Autorin eine „soziologische Erklärung“ für die offenen Fragen finden.

Ihre These ist, dass es zwei verschiedene Sozialisationstraditionen in Ost und West gebe. Diese unterschiedlichen Sozialisationskontexte