

für die staatlichen Medien, in denen politischer Druck ausgeübt wird, sondern auch für den Herausgebereinfluss in privatwirtschaftlich organisierten Medien. Daran seien die Rezipienten jedoch gewöhnt, und entsprechend würden Informationen vor allem danach interpretiert, „für wen sie von Nutzen sind“ (S. 49). Im dritten Teil des Bandes wird diese Haltung dann noch genauer analysiert von Ellen Mickiewicz, die über eine Fokusgruppenstudie Frames bei der Rezeption staatlicher Fernsehnachrichten untersucht hat.

Silvio Weisbord beschäftigt sich im ersten Teil des Bandes zudem mit der Glaubwürdigkeit von politischer Medienberichterstattung in Lateinamerika, die in seinem Ansatz nicht nur wie in üblichen Professionalitätsmodellen über die journalistische Leistung determiniert ist, sondern auch über Publikumserwartungen. Natalya Krasnoboka und Kees Brants analysieren die Qualität der Wahlberichterstattung im Jahr 2002 in der Ukraine sowohl in klassischen als auch in Online-Medien nach Themenselektion, Berichterstattungsframes und Ausgewogenheit der Berichterstattung.

Im zweiten Teil des Bands werden Wahlkampfstrategien und Medienberichterstattung der letzten Jahre untersucht. In Argentinien, Chile und Uruguay vergleicht Roberto Espíndola diese in den Wahlen von 1998 und 2002. Er stellt fest, dass zwar professionelle Wahlkampftechniken eingeführt wurden, traditionelle, personalintensive Mobilisierungsstrategien durch die Parteien aber weiterhin eine wichtige Rolle spielten. Gary Rawnsley beobachtet auch in Taiwan eine Professionalisierungstendenz der Wahlkampfkommunikation zu den Wahlen 2002, wobei sich die politische Kommunikationskultur erst wenig geändert hat und in traditionellen Klientelbeziehungen verhaftet bleibt. Sarah Oates beobachtet eine negative Tendenz bezüglich des Informationsgehalts in der Wahlkampfberichterstattung der russischen Fernsehsender zwischen 1993 und 2003. Der letzte Beitrag beschäftigt sich mit der Entwicklung von E-Government und dessen Nutzungsmustern in Taiwan (Ming-Ying Lee).

Neben der schon erwähnten Studie zu Nutzungsmustern von Nachrichtensendungen in Russland beschäftigen sich im letzten Teil des Tagungsbandes zwei Studien mit dem Informations- und Wahlverhalten in verschiedenen Ländern. Stephen White und Ian McAllister stellen in ihrer Untersuchung Russlands mittels quan-

titativer Befragung und qualitativen Fokusgruppeninterviews fest, dass in den Wahlen von 1999 und 2003 die Berichterstattung der staatlichen Fernsehsender einen signifikanten und selektiven Einfluss auf die Wahlentscheidungen für Kremlbefürworter aber auch -gegner hatte. Laut der Autoren lässt sich insgesamt seit 1999 eine negative Entwicklung beobachten, weil die Einflussmöglichkeiten der Regierung auf die Medien zugenommen haben, während ein Anspruch auf freie und faire Wahlkampfberichterstattung sowohl in den Medien als auch in der Bevölkerung nach wie vor fehlt. In einem Vierländervergleich zu Chile, Uruguay, Bulgarien und Ungarn führen Katrin Voltmer und Rüdiger Schmitt-Beck eine multivariate Analyse der politischen Kultur durch bezüglich der Rolle von Medien für das Vertrauen in politische Institutionen und die politische Mobilisierung in Transformationsstaaten.

Der Tagungsband ist aufgrund der Fülle empirischer Daten und detaillierten Analysen ein aufschlussreiches Kompendium für die Beschäftigung mit dem Verhältnis von Medien und Politik in Transformationsstaaten. Bis auf Bulgarien und Ungarn ist allerdings kein mittel- und osteuropäisches EU-Beitrittsland in den Analysen vertreten, so dass ein Vergleich mit den dort aufgrund der weitgehend stabilen politischen Landschaft möglicherweise erfolgreicher Demokratisierungspfaden der politischen Kommunikation leider ausbleiben muss.

Indira Dupuis

Bernd Klammer

Empirische Sozialforschung

Eine Einführung für Kommunikationswissenschaftler und Journalisten

Konstanz: UVK, 2005. – 346 S.

ISBN 3-8252-2642-5

Man kann darüber geteilter Meinung sein, ob es sinnvoll ist, Methoden der empirischen Sozialforschung fachspezifisch zu behandeln. Notwendig ist es sicher nicht, denn die methodischen Aspekte empirischer Instrumente unterscheiden sich nur wenig in der fachspezifischen Anwendung. Unbestritten ist dagegen, dass der direkte Bezug auf fachspezifische Probleme insbesondere bei der Einführung in empirische Methoden didaktische Vorteile be-

sitzt und ebenso, dass den Erhebungsverfahren in verschiedenen Disziplinen ein unterschiedliches Gewicht zukommt. Eine Einführung in die empirische Sozialforschung, die sich dezidiert an „Kommunikationswissenschaftler und Journalisten“ wendet, ist insofern legitim. Genau genommen ist die Abgrenzung der Zielgruppe schon zu weit gefasst, denn die beiden Gruppen haben durchaus unterschiedliche Anforderungen, was methodische Kenntnisse betrifft – das vorliegende Buch wendet sich bei genauer Überprüfung eigentlich nur an die letztere.

Das Anliegen des Autors geht über eine zielgruppenadäquate Einführung in empirische Methoden hinaus, er problematisiert das Verhältnis der epistemologischen und methodischen Vorgehensweise des Sozialforschers und Journalisten. Und damit fangen die Probleme an. Die These, dass sowohl Sozialforscher als auch Journalisten Realität mittels spezifischer Methoden erfassen und darüber berichten, ist nachvollziehbar. Die Parallelen und Differenzen zwischen diesen Realitätsbeschreibungen sind aber zu vielschichtig, um sie im Rahmen einer Methodeneinführung abzuhandeln. Durch die für einen Einführungstext notwendige Vereinfachung der Argumentation gehen die Nuancen, die zur adäquaten Behandlung des Problems notwendig sind, verloren. Zum Beispiel der Begriff „empirische Sozialforschung“: Deren ätiologisch orientierte, „quantitative“ Spielart wird gerne synechdotisch als Begriff für den gesamten Bereich empirischer Sozialforschung verwendet. In einer Methodeneinführung ist das halbwegs akzeptabel, im Rahmen der Problematisierung des Verhältnisses von Journalismus und Sozialforschung muss der faktische Ausschluss der breit gefächerten Tradition interpretativer Forschung aber als grobe Vereinfachung erscheinen. Ein besonders prägnantes Beispiel für die wenig plausiblen Schlussfolgerungen, die aus dem Versuch entstehen, Handlungsanweisungen für den Journalismus aus der Methodik der Sozialforschung abzuleiten, ist die Behandlung wissenschaftlichen und journalistischen Vorgehens unter der Perspektive des kritischen Rationalismus (S. 56ff.): Klammer führt hier aus, dass aus dessen Sicht die journalistische Vorgehensweise, Fakten zu verifizieren, nicht zu einer „Wirklichkeitsannäherung“ führen würde. Er übersieht dabei, dass Journalismus äußerst selten die Aufgabe hat, „Allsätze“ im Sinne Poppers zu formulieren, die über eine

Falsifikation abzusichern wären, sondern in der Regel Existenzaussagen macht, die natürlich verifiziert werden müssen. Die gebotene Skepsis bei der Verifikation von Aussagen hat mit Falsifikation nichts zu tun.

Die Kapitel zur Messung, deskriptiven und schließenden Statistik und zum Aufbau der Statistik machen einen solideren Eindruck und geben einen guten Einblick in die Thematik. Im Kapitel „Aufbau der Statistik“ werden amtliche und nichtamtliche Quellen von Statistik behandelt sowie die Rahmenbedingungen, unter denen sie veröffentlicht werden – eine nützliche Handreichung für Journalisten, die mit diesen Quellen arbeiten müssen. Ebenfalls von Nutzen für die journalistische Praxis ist das Kapitel über den richtigen Umgang mit Zahlen – unabhängig davon, ob diese das Resultat statistischer Erhebungen sind.

Die nächsten Kapitel beschäftigen sich mit den traditionellen Bereichen quantitativer Forschung: Stichprobenbildung und Erhebungsverfahren. Die wichtigsten Stichprobenverfahren werden vorgestellt und an Anwendungsbeispielen diskutiert. Für ein Buch, das sich an den Praktiker richtet, wird der Problematik „Quotenauswahl und Repräsentativität“ allerdings etwas wenig Beachtung geschenkt. Die behandelten Erhebungsverfahren sind – wie üblich – Beobachtung, Befragung und Inhaltsanalyse. Um auch nur als Einführungstexte für Kommunikationswissenschaftler brauchbar zu sein, sind diese Ausführungen zu oberflächlich gehalten. Auch hier wird die Frage des Verhältnisses von sozialwissenschaftlicher und journalistischer Vorgehensweise aufgegriffen: Die Beschreibungen der „wissenschaftlichen“ und „journalistischen“ Praxis stehen aber relativ isoliert nebeneinander, als entfernt verwandte Modi empirischer Wahrnehmung, die mit verschiedener Zielsetzung in unterschiedlichen Kontexten ablaufen.

Im Kapitel über das Experiment wird ein grober Überblick über die Grundzüge experimenteller Forschung gegeben. Leider folgt das Buch der weit verbreiteten Praxis, die Trennlinie zwischen Erhebungsverfahren und Forschungsdesigns zu verischen und die Existenz anderer Forschungsdesigns (z. B. Panel- und Zeitreihenstudien, die häufig Grundlage für den Diskurs gesellschaftlicher und politischer Veränderungen sind) zu ignorieren. Die Aussagen über experimentelle Forschung sind grob vereinfachend, Varianten experimenteller De-

signs – insbesondere multifaktorielle – werden ignoriert. Auch hier erfolgt wieder der Versuch, Parallelen zwischen Forschung und journalistischer Praxis zu ziehen, und auch hier scheitert er. Die Beispiele für journalistische „Experimente“ erinnern nicht ohne Grund an Garfinkel'sche Krisenexperimente – eine klassische Methode interpretativer Sozialforschung – und weisen keinen nennenswerten Bezug zu den hier beschriebenen Forschungsstrategien auf.

Als Beispiel für „angewandte Sozialforschung“ dient ein Kapitel zur Wahlforschung – angemessen für die Zielgruppe der Journalisten, verfehlt für die der Kommunikationswissenschaftler. Leider beschränken sich die Ausführungen auf eine Aufzählung von gängigen Praktiken angewandter Forschung.

Die abschließenden Betrachtungen zur „Qualität der Berichterstattung über empirische Sozialforschung“ sind als Leitfaden für die journalistische Arbeit gedacht und sind als solche mit Einschränkungen brauchbar. Denn hier geht es nicht um Sozialforschung im Allgemeinen, sondern um kommerzielle Umfrageforschung. Dabei werden die üblichen Spannungsfelder problematisiert: zu wenig Informationen über die Umfragen, fragwürdiges Interesse des Publikums an methodischen Details. Die angeführten Beispiele verdeutlichen, wo das Problem tatsächlich liegt: Die angewandte Umfrageforschung kennt genügend Möglichkeiten, trotz Qualitätsstandards Ergebnisse zu veröffentlichen, deren „Objektivität“ mehr als zweifelhaft ist, weil die Praxis der medialen Berichterstattung keine adäquate Überprüfung zulässt.

Fazit: Die Nützlichkeit des Buchs als Einführung in die empirische Sozialforschung für Journalisten leidet unter dem wenig überzeugenden Versuch, wissenschaftliche und journalistische Zugänge zur Realität in Beziehung zu setzen.

Wolfgang Eichhorn

Margreth Lünenborg

Journalismus als kultureller Prozess

Zur Bedeutung von Journalismus in der Mediengesellschaft – ein Entwurf

Wiesbaden: VS, 2005. – 238 S.

ISBN 3-531-14462-6

Die Klärung der Rolle und Bedeutung von Jour-

nalismus in der modernen Mediengesellschaft ist eine Frage, die es mit Blick auf die aktuell stattfindenden Transformationsprozesse immer wieder neu zu beantworten gilt. Eine kulturtheoretische Perspektive kann hierzu ohne Zweifel einen wichtigen Beitrag leisten, da sie der Veränderungsdynamik und steten Neupositionierung von Journalismus Rechnung trägt. Margreth Lünenborg hat sich diesem Projekt bereits seit mehreren Jahren verschrieben – insofern ist ihre Habilitationsschrift die konsequente Fortführung eines langfristig angelegten Forschungsprogramms.

Das Ziel der Arbeit definiert die Autorin mit der Erarbeitung eines theoretischen Konzepts für die Beschreibung der Bedeutung von Journalismus in der Gesellschaft aus kulturtheoretischer Sicht. Bei der Analyse von Journalismus als dem zentralen Ort der kulturellen Selbstverständigung der Mediengesellschaft plädiert Lünenborg für ein integratives Konzept der Journalistik: Die zentrale These lautet, dass sich die gesellschaftliche Bedeutung von Journalismus nur im Zusammenwirken von Medienproduktion, Medientext und Medienrezeption erschließt. Denn Sinn, so die Autorin weiter, wird nicht auf Basis der Kommunikationsabsichten von Journalisten geschaffen, sondern entsteht auf der Grundlage der Bedeutungsuweisungen durch das Publikum. Durch die Betonung der Rezeptionsdimension grenzt Lünenborg ihren Ansatz einer kulturtheoretisch orientierten Journalistik von anderen, eher kommunikatorzentrierten Konzepten ab. Damit wird der 238 Seiten starke Band zweifellos auf das Interesse nicht nur von Journalismusforschern stoßen.

Das Buch ist übersichtlich in insgesamt drei Teile und acht Kapitel gegliedert. Im ersten Kapitel beschäftigt sich Lünenborg kritisch mit der Exklusion des Publikums in der aktuellen Journalismusforschung. Diesen Mangel hat die Autorin auch in früheren Arbeiten problematisiert, etwa in einer Kontroverse, die vor sieben Jahren in dieser Zeitschrift ausgetragen wurde. Konkret bemängelt Lünenborg den einseitigen Fokus auf Kommunikatoren und Inhalte und fordert, die „Arbeitsteilung“ zwischen Journalismusforschung und Publikums- und Wirkungsforschung durch einen integrativen Ansatz zu überwinden. Darüber hinaus attestiert sie der traditionellen Journalismusforschung einen verengten Journalismusbegriff: Journalismus lasse sich nicht auf Formen des (poli-