

Texte sind drei Sektionen zugeordnet. Im ersten Teil „Global Discourses“ wird zunächst von Kunelius mit dem Editorial eine dezidiert kommentierende und meinungsbasierte journalistische Darstellungsform thematisiert. Saleh behandelt journalistische Praktiken der Berichterstattung über Klimawandel in Afrika. Darauf folgt ein Kapitel zum globalisierten Nachrichtenfluss (Nossek & Kunelius). In den letzten beiden Kapiteln des ersten Teils werden unterschiedliche Perspektiven in der Berichterstattung in Geber- und Nehmerländern angesprochen, zunächst am Beispiel der norwegischen Klima- und Wald-Initiative in Brasilien und Indonesien (Eide), gefolgt von imaginierten Zukunftsszenarien in der Durban-Berichterstattung in Bangladesch und Finnland (Kumpu & Rhaman). Der zweite Teil „Professional Issues“ adressiert konkreter die professionellen Herausforderungen und Spannungen, mit denen sich Journalisten bei der Klimaberichterstattung auseinandersetzen müssen, und beginnt mit einem Text von Eide über ein Editorial der Herausgeber des britischen *Guardian*, das in 56 Tageszeitungen weltweit während COP15 in Kopenhagen verbreitet wurde. Der darauf folgende Aufsatz von Rhaman fokussiert am Beispiel von Bangladesch Advocacy in der Klimaberichterstattung auf das Verhältnis von Politik und Journalismus. Die „Climate-gate“-Affaire, bei der gehackte E-Mails von Klimawissenschaftlern veröffentlicht wurden, ist Anlass für die Thematisierung von Unsicherheit und Skeptizismus im Klimajournalismus (Duarte & Yagodin). Chubb hingegen behandelt in seinem Text den Einfluss der australischen „Carbon-Lobby“ auf die Medien. Die Verbindung von neuen und traditionellen Medien wird im letzten Text des zweiten Teils behandelt (Russell, Tegelberg, Yagodin, Kumpu & Rhaman). Der dritte Teil „Actor-Relations/Representations“ beginnt mit der Analyse der Visualisierung des abstrakten Phänomens Klimawandel (Hahn, Eide & Ali), gefolgt von einem Text zu Bürgeraktivismus und Hegemonie (Yitterstad & Russell). Sodann werden Qualitäts- und populäre Zeitungen in Südafrika und Brasilien verglichen (Orgeret & d’Essen), gefolgt von der Untersuchung von Gender-Aspekten bzw. der Marginalisierung der Interessen von Frauen in der Klimaberichterstattung (Sarwono, Ali & Eide). In Kapitel 16 wird die Darstellung von Einheimischen (speziell Ureinwohner der Arktis) analysiert (Roosvall & Tegelberg). In Kapitel 17 werden die Ergebnisse der übergreifenden Inhaltsanalyse zusammengefasst (Kumpu & Kunelius). Abgerundet wird das Buch von einem Epilog der Herausgeber.

Das Buch „Media Meets Climate“ ist eine umfassende Zwischenbilanz der Arbeit des transnationalen Forschungsnetzwerks Media-Climate. Hier wird auf beeindruckende Weise gezeigt, wie nachhaltig und ergiebig transnationale Forschung sein kann, wenn sie vom persönlichen Engagement der Beteiligten und ihrer Identifikation mit dem Thema getragen wird! Doch genau diese Identifikation ist eine kleine Schwachstelle des Buches. Einige Texte atmen mehr den Geist der kommunikationswissenschaftlichen Advocacy denn der Analyse. Jedoch ist – wie auch die Herausgeber in der Einleitung betonen – Klimawandel eine post-normale Wissenschaft, in der die Rollen der Akteure (Wissenschaftler, Politiker, Aktivisten etc.) verschwimmen, so dass ein gewisser Aktivismus schon fast als Grundbedingung der wissenschaftlichen Analyse angesehen werden kann. „Media Meets Climate“ ist ein spannendes Lesebuch und ein wichtiges Dokument der grenzüberschreitenden Berichterstattung über den Klimawandel.

Corinna Lüthje

Literatur:

- Dayan, D.; Katz, E. (1992): *Media Events: The Live Broadcasting of History*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Eide, E.; Kunelius, R.; Kumpu, (V.) (Hrsg.) (2010): *Global Climate, Local Journalisms. A Transnational Study of how Media make Sense of Climate Summits*. Bochum/Freiburg: Projekt Verlag.

Maya Götz / Dafna Lemish (Hrsg.)
Sexy Girls, Heroes and Funny Losers
Gender Representations in Children’s TV around the World
New York u. a.: Lang, 2012. – 207 S.
ISBN 978-3-631-63319-9

Die beiden Herausgeberinnen Maya Götz und Dafna Lemish widmen sich dem Thema der Darstellungen von Jungen und Mädchen bzw. der Darstellungen von männlich und weiblich angelegten Mediencharakteren im Kinderfernsehen auf Grundlage eines internationalen Vergleichs. Im Sammelband werden Studien vorgestellt, die sich mit der Analyse von Rollenbildern und Geschlechterrepräsentationen im Kinderfernsehen auseinandersetzen und diese länderübergreifend gegenüberstellen. Dabei liegt der Fokus nicht auf einzelnen Sendungen oder Programmen, sondern es geht um die Analyse der Repräsentationen von Geschlecht im Kinderfernsehen und welche Projektionsfolien

diese bieten. Der Band ist in englischer Sprache verfasst und trägt somit dem Anspruch Rechnung, internationale Aufmerksamkeit zu erlangen. Hervorgegangen ist das Buch aus einem Netzwerk von Forscherinnen und Forschern aus 24 Ländern, auf dessen Grundlage Inhalts- bzw. Medienanalysen der täglichen Sendungen und Formate im Kinderfernsehen vorgenommen wurden. Damit treten die Herausgeberinnen im Vorwort ganz selbstbewusst mit der Aussage an: „The result of this process is the largest international media analysis of children's television worldwide performed to date.“ (S. VII). Dies lässt einiges erwarten und man ist gespannt, wie sich die Kategorie Geschlecht in den unterschiedlichsten Ländern im Kinderfernsehen zeigt und welche Anknüpfungspunkte hierdurch angeboten werden.

In ihrer Einführung gehen die Herausgeberinnen von der Annahme aus, dass Geschlechterrepräsentationen im Fernsehen eine wesentliche Rolle für die Entwicklung und Herausbildung einer Identität für Kinder spielen. „More specifically, studies of the influence of gender images on television suggest they play a significant role in children's development of their gender identity. Children learn what are considered to be appropriate gendered norms of behavior and personality characteristics, and internalize expectations regarding gender roles“ (S. 1). Hierbei geht es um die Frage, welche Bedeutung die Mediencharaktere im Hinblick auf Identifikationsprozesse, parasoziale Interaktionen mit den Figuren, Imitationen ihrer Handlungen und ihres Verhaltens spielen und wie sich Kinder mit diesen Charakteren messen. In einer ersten Vorstellung werden in der Einführung bereits sechs Typen identifiziert, die als Rollenmodelle dem Kinderfernsehen zugrunde liegen. Unterschieden wird hier der Egozentriker vom Kommunikator, der Verantwortungsbewusste vom Widerständler und der ahnungslose vom hilflosen Charakter. Wenig überraschend ist die Feststellung, dass die überwiegende Anzahl der Hauptcharaktere im Kinderfernsehen in den untersuchten Ländern männlich (74,3 %) ist, nur ein Viertel ist weiblich (25,7 %). Überraschend ist eher, dass sich beide Geschlechter in allen Typen wiederfinden lassen.

Der Einführung folgen neun Beiträge mit unterschiedlichen Perspektiven auf das Kinderfernsehen. Der erste Artikel stellt die Ergebnisse einer Studie über die 24 beteiligten Nationen vor. Deutlich wird hierdurch, welche Programme in welchen Ländern ausgestrahlt und international vermarktet werden und somit zur Medienbekanntheit von globalen Charakteren

führen. Hier wird ein deskriptiver Überblick über das weltweite Kinderfernsehen geliefert, wobei der Fokus insbesondere auf dem äußeren Erscheinungsbild und die Verteilung in den einzelnen Ländern liegt. Der zweite Beitrag untersucht körperliche Ausmaße von animierten Medienfiguren im Kinderfernsehen. Hier wird der weibliche wie der männliche (Medien-)Körper vermessen und vor dem Hintergrund „normaler“ Körperproportionen diskutiert. Der dritte und der vierte Artikel setzen sich mit der Frage nach einer sexualisierten und geschlechternormierten Kindheit auseinander. Gefragt wird hier nach den Einflüssen geschlechtsnormalierter, sexualisierter Körper in Kinderformaten und japanischen Cartoons bzw. Mangas und welche Angebote hierdurch geschaffen werden. „Heroes, Planners and Funny Losers“ (Beitrag 5) beschreibt unterschiedliche Darstellungen von Männlichkeit bei männlichen Hauptcharakteren. Interessant ist hier, welche Figuren, bspw. SpongeBob, welchem Typ am ehesten entsprechen und wie sich dies im Vergleich zu weiblichen Hauptfiguren, wie bspw. Bibi Blocksberg, darstellt. Der sechste Artikel widmet sich den Superheroes, Hexen und anderen Figuren vor dem Hintergrund ihrer ethnischen Diversität in einem globalisierten Kinderfernsehen. Im Mittelpunkt des siebten Beitrags steht die Repräsentation von Familie bzw. Familienbildern. Untersucht werden hier allerdings nur englischsprachige Produktionen. Im achten Artikel geht es vor allem um Konsumgüter und deren Einbindung im Kinderfernsehen. Denn viele Marken nutzen Mediencharaktere zur Vermarktung ihrer Produkte, so gibt es Hannah Montana-Spielzeug, -Kleidung, -Schulartikel etc., die Kinder zum Kauf animieren sollen.

Die vorgestellten Studien unterliegen durchgängig einem quantitativen Forschungssetting und zeigen somit insbesondere Häufigkeitsverteilungen und daran geknüpfte Typen- bzw. Kategorienbildungen auf. Das Buch liefert hiermit einen guten Überblick über global agierende Kindermediencharaktere und welche Angebote hierdurch geschaffen werden, aber die Reflexion und Analyse im Hinblick bspw. auf die Bedeutung von Identifikationsprozessen und parasozialen Interaktionen, wie eingangs angesprochen, verbleibt eher an der Oberfläche. Die Anlage der Untersuchungen unterliegt zumeist auch einer differenztheoretischen Perspektive, so dass der Ausgangspunkt immer eine Gegenüberstellung von männlich/weiblich ist. Interessant wäre jedoch auch ein Blick auf einzelne Facetten gewesen, die Mediencharaktere wie Helden, Hexen, funny loser und sexy girls aus-

machen. Denn Kinder orientieren sich nicht unbedingt nur an einer Figur in Gänze, sondern favorisieren einzelne Facetten ihrer Lieblingsfiguren und bauen sich hierdurch ihre eigenen Projektionsflächen. Daher ist insbesondere der letzte Beitrag des Bandes interessant, in dem verschiedene Kinderzeichnungen mit Kommentaren abgebildet und vorgestellt werden in Bezug auf die Frage, was den Zeichnenden an Jungen- und Mädchen darstellungen im Kinderfernsehen gefällt bzw. ärgert. Dies fördert eine erstaunliche Reflexion vieler Kinder aus 21 Ländern und unterschiedlichsten Alters zutage.

Martina Schuegraf

Olaf Jandura / Andreas Fahr / Hans-Bernd Brosius (Hrsg.)

Theorieanpassungen in der digitalen Medienwelt

Baden-Baden: Nomos, 2012. – 267 S.

(Reihe Rezeptionsforschung; 25)

ISBN 978-3-8329-7770-2

Zwei Jahrzehnte ist das WWW nun alt. Dass die bisherigen Begriffe und Theorien der Kommunikationswissenschaft an die „digitale Medienwelt“ angepasst werden müssen, ist im Jahr 2013 keine bahnbrechende Erkenntnis mehr. Mehr erstaunt es, dass die schon lange angemahnten Revisionen so selten in Angriff genommen werden. Diesem Vorhaben ist ein Sammelband gewidmet, in dem klassische Ansätze der Rezeptions- und Wirkungsforschung übertragen werden. Der Band dokumentiert die Vorträge einer Tagung der gleichnamigen DG-PuK-Fachgruppe.

Der Internetforschung wird ja gerne (und nicht selten zu Recht) vorgeworfen, das Alte vorschnell „über Bord zu werfen“ und so zu tun, als verlangten neue Medien und Formate stets auch neue Vorgehensweisen. Ein anderer, jedenfalls soliderer Weg wird im vorliegenden Band eingeschlagen: Hier folgen die Autorinnen und Autoren der 14 Beiträge den bewährten Bahnen der Theorien mittlerer Reichweite, die sich in der Wirkungs- und Nutzungsforchung etabliert haben. Jeweils die Hälfte ist ausschließlich der Theoriearbeit gewidmet oder enthält (auch) eine empirische Studie. Einige Aufsätze werden hier ausgeklammert: Sie stellen aufschlussreiche Befunde zu Fallbeispielen (Peter; Müller/Scherer/Fast) und zur Quellen-glaubwürdigkeit (Koch/Lindemann) vor, gehen jedoch nicht näher auf digitale Medien als Kontext ein.

Besonders plausibel lässt sich die Theorieanpassung dort bewerkstelligen, wo es um die Selbstbeobachtung des Publikums geht, dessen Sichtbarkeit sich im Internet entscheidend verbessert hat. Dies gilt zum einen für den „Third-Person“-Effekt, dem ja eine fehlerhafte Einschätzung der Wirkung von Medien auf Dritte zugrunde liegt, die im Internet korrigierbar erscheint. Entsprechend nehmen Dohle/Vowe an, dass der Effekt insgesamt geringer und positiver ist als in den traditionellen Massenmedien. Außerdem soll die wahrgenommene soziale Distanz einen geringeren Einfluss darauf haben. Diese Hypothesen bewähren sich in einer nicht-repräsentativen Befragung. Hofer/Sommer belegen experimentell, dass relativierende Kommentare zu einem redaktionellen Inhalt den „Third-Person“-Effekt online zumindest bei einigen Themen reduzieren können.

Zum anderen erleichtert der „Durchblick“ auf das Publikum auch die Wahrnehmung des Meinungsklimas. Rössler/Schulz/Mewes werden mit ihrer Anpassung der Theorie der Schweigespirale dem Anspruch des Bandes sicherlich am besten gerecht: Sie kombinieren drei Varianten der selektiven Zuwendung (konsonant, dissonant, plural) mit drei Varianten der Meinungsklimawahrnehmung (quasistatistische Wahrnehmung, „Looking-Glass“-, „Hostile-Media“-Effekt). Daraus ergibt sich eine Reihe von Hypothesen für die künftige Forschung. Eine hemmende Wirkung auf den Spiralprozess ist z. B. dann zu vermuten, wenn nur konsonant selektiert wird, weil dies die Redebereitschaft hebt. Falls plural selektiert wird, dürfte das Ergebnis von weiteren Randbedingungen (Reichweite der Medien, eindeutige Interpretierbarkeit der Angebote, Anonymität) abhängen.

Wie für das Internet typische Rezeptionsmodi den „Agenda-Setting“-Effekt beeinflussen, erörtern Bulkow/Schweiger: Beiläufige Effekte durch das Scannen der Teaser auf der Startseite (im Unterschied zum intendierten Aufruf von Seiten) gewinnen online an Bedeutung. Experimentell zeigt sich, dass Nicht-Leser (mit geringem Themen-Involvement) die Wichtigkeit von Aufmacher-Themen höher einschätzen als jene von Kurzberichten. Solche peripheren Gestaltungshinweise bestimmen dagegen erwartungsgemäß nicht die Salienz bei den hoch involvierten Lesern.

Pfaff-Rüdiger/Meyen wollen das Theoriedefizit des „Uses-and-Gratifications“-Ansatz mit einer gesellschaftstheoretischen Fundierung durch Bourdieus Feldtheorie beheben. Unterstellt wird dabei, dass mit dem Kampf um die verschiedenen Kapitalsorten und dem Streben