

## Besprechungen

**Henrik G. Bastiansen / Rolf Werenskjold (Hrsg.)**

**The Nordic Media and the Cold War**

Göteborg: Nordicom, 2015 – 366 S.

ISBN 978-91-87957-15-4

Im Ukrainekonflikt wird heute von „Medien-“ oder „Informationskrieg“ gesprochen und in der sog. Flüchtlingskrise werden kulturelle Feindbilder konstruiert. Vor diesem Hintergrund könnte die Relevanz des vorliegenden Bandes kaum höher sein. „The Nordic Media and the Cold War“, herausgegeben von Henrik G. Bastiansen und Rolf Werenskjold aus Volda, zeichnet ein mannigfältiges Bild der Korrelationen zwischen Mediengeschichte und politischer Geschichte in den nordischen Ländern während des Kalten Krieges (1945–1990), ein Krieg der *kalt* blieb – er fand in Köpfen und in den Medien statt.

Die Synthese von Mediengeschichtsschreibung und Historiographie des Kalten Krieges ist eine Forschungslücke für die nordischen Länder. Ziel des Bands ist es deshalb, gegenseitige Implikationen von Massenmedien und politischen Ereignissen im Kalten Krieg auszuloten. Die Geopolitik der nordischen Region ist ideal für die Verfolgung der Forschungsfrage: Einerseits werden vier Länder mit grundsätzlich verschiedenen Sicherheitskonzepten während des Kalten Krieges betrachtet, doch andererseits „stable social democratic welfare states with many commonalities, and with a common Nordic identity“ (S. 9).

In 17 Beiträgen, meist Fallstudien, wird aus verschiedenen Perspektiven auf diese Fragen eingegangen. Dem eigenen Anspruch gerecht (S. 14) präsentiert der Band Analysen aus vier Ländern (Island fehlt) zu verschiedenen Medien und über den gesamten Zeitraum hinweg. Drei chronologische Abschnitte („Soviet Influence?“; „Space, Sports and Spies“; „Towards the End“) bilden in Fallstudien zu Schlüsselergebnissen die verschiedenen Phasen des Kalten Kriegs und dessen Höhepunkte ab.

Leider werden die Themen in den vier Ländern mit unterschiedlicher Verteilung untersucht. Ein klarer Fokus liegt auf Norwegen (10 Beiträge), danach Schweden (4 Beiträge), Finnland (3 Beiträge, komplett in Abschnitt 1) und leider nur ein Beitrag zu Dänemark (Palle Jos-lyng-Jensen mit einer Framing-Analyse der dänischen Presseberichterstattung zum Nato-Doppelbeschluss 1979/80). Auch die Diversität

der untersuchten Medien ist relativ gering. Die Vorliebe von Historiker/inne/n für gedruckte Quellen scheint hier durch: 12 Beiträge (davon 2 mit einem anderen Medium) analysieren Printmedien. Radio, Fernsehen und Film stehen jeweils in zwei Artikeln im Fokus, obwohl die Herausgeber in der Einleitung (S. 14) auf die hohe Relevanz audiovisueller Medien im Untersuchungszeitraum hinweisen. Umgekehrt zeigt sowohl diese Verteilung als auch die im Folgenden zusammengefasste Vielfalt an Ansätzen für die Fallstudien die offenen Forschungslücken für eine umfassende nordische Mediengeschichte des Kalten Kriegs. Auch der Beitrag von Marie Cronqvist, ein Überblick der Historiographie des Kalten Kriegs in Schweden, weist auf Forschungslücken hin und macht konkrete Vorschläge – ein Kapitel mit Einleitungsqualität, das leider für die anderen Länder fehlt.

Der methodologische Zuschnitt der Fallstudien ist divers und die Ergebnisse variieren in der Qualität. Besonders überzeugend lesen sich die Beiträge, die von Grund auf eine medien- und kommunikationswissenschaftliche Perspektive anwenden. So legt Laura Saarenmaa eine überzeugende Analyse politischer Inhalte in finnischen Männermagazinen der 1970er als Form von Gegenöffentlichkeit im finnlandisierten Finnland vor und stellt für den Band einen wertvollen Beitrag aus populärkultureller Sicht dar. Auch die intermediale Analyse von Patrik Åkar zur TV- und Presseberichterstattung des „Space Races“ als Medienereignis, das die Rolle des Mediums Fernsehen als Zugang zu Realität mitgeprägt habe, überzeugt klar. Rolf Werenskjold und Erling Sivertsen bereichern den Band um eine visuelle Perspektive mit einer Framing-Analyse von politischen Karikaturen von amerikanischen und sowjetischen Regierungschefs in der norwegischen Zeitung *Aftenposten*.

Einige Beiträge beschränken sich auf eine reine Analyse von Berichterstattung (meist Print) zu einem bestimmten Ereignis im Kalten Krieg mit Quellenkritik und qualitativer Auswertung von Artikeln: Oddbjørn Melle zum Olympiaboykott Norwegens 1980, Peter Dahlén und Tobias Stark zur Eishockey-WM 1969, Terje Rasmussen zur norwegischen Debatte über den Nato-Doppelbeschluss 1979, Henrik G. Bastiansen zur Darstellung Gorbatschows in der norwegischen Presse vor Glasnost. Hans Fredrik Dahls konziser Überblick über den Fall Raoul Wallenberg bezieht leider keine Medien in die Analyse ein. Andere Artikel hingegen fokussieren sich stärker auf Institutionengeschichte eines bestimmten Mediums: Morten

Jentoft zur frühen Propaganda von Radio Moskau in Norwegen, Raimo Salokangas mit einer Analyse über Selbstzensur beim finnischen Rundfunk YLE, ebenso Lotta Lounasmeri zu Selbstzensur in der finnischen Presse, Birgitte Kjos Fonn zur norwegischen Oppositionspresse als Wurzel der Neuen Linken, Paul Bjerke zur Professionalisierung des norwegischen Parteipressesystems anhand eines Spionageskandals 1977.

Zum Schluss geben Bjørn Sørensen und Jon Raundalen dem Band eine bereichernde Perspektive auf das Medium Film: ersterer mit Blick auf die Erinnerung des Kalten Kriegs, doch eher zusammenfassend, zu zwei Filmen von Knut Erik Jensen; letzterer zur norwegischen Rezeption dreier Filme über den atomaren Weltuntergang.

Die Lektüre macht deutlich, wie ergiebig eine medien- und kommunikationswissenschaftliche Perspektive auf den Kalten Krieg als „Medienkrieg“ sein kann und trägt dadurch bereichernd zur existierenden kulturhistorischen Bearbeitung des Kalten Kriegs in den nordischen Ländern bei. Da es kein Schlusskapitel gibt, bleibt der Band jedoch bei einzelnen, unterschiedlich angelegten Fallstudien. So stellt sich z. B. die Frage, ob überhaupt von einer „common Nordic identity“ (S. 9) gesprochen werden kann. Die Beiträge, stets national angelegt, zeigen letztlich Beispiele von „national framing“ bestimmter Ereignisse, d. h. eine an unterschiedliche politische Realitäten adaptierte, nationale Perspektive. Auch bleibt die Frage nach möglichen Verflechtungen und transnationalen Gemeinsamkeiten der sonst vermeintlich homogenen Ländergruppe, die man sich unter „Nordic Media“ im Titel vorstellen könnte, leider offen. Letztlich zeigt der Band trotz der genannten Ungleichgewichtungen und einer fehlenden letzten Layout-Prüfung einen fruchtbaren Weg zu einer nordischen Mediengeschichte des Kalten Krieges auf. Ohne Medien kann Zeitgeschichte wohl nicht mehr geschrieben werden.

Philip Seuferling

**Helena Bilandzic / Holger Schramm / Jörg Matthes**

**Medienrezeptionsforschung**

Konstanz, München: UVK, 2015. – 284 S.

ISBN 978-3-8252-4003-5

Zur Emanzipation eines Forschungsfelds gehören neben entsprechender Forschungstätigkeit selbstverständlich auch ein Kanon an Lehran-

geboten und ein diese ergänzendes Angebot an Lehrbüchern, die Studierende und angehende Forscherinnen und Forscher über die zentralen Konzepte des Fachbereichs überblicksartig aufklären und ihnen mit diesem Überblick gleichzeitig eine Strukturierung des Fachbereichs anbieten. Lehrbücher befähigen angehende Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler zur informierten Weiterlektüre und tragen damit letztlich zu deren eigenen wissenschaftlichen Emanzipation bei. Lange Zeit hat die Medienrezeptionsforschung diesbezüglich eher ein Schattensein geführt. Der Forschungsbereich ist – wenn überhaupt – bestenfalls in einem Kapitel in einer allgemeinen Einführung in die Publizistikwissenschaft abgehandelt worden. Im angloamerikanischen Raum wird die Rezeptionsforschung (Reception Studies) entweder von den interpretativ und ethnographisch ausgerichteten Cultural Studies besetzt oder „aber als inhaltlich abgegrenzte Unterbereiche, etwa Unterhaltung [...], separat behandelt“ (S. 25). Mit dem „Handbuch Medienrezeption“ (Wünsch, Schramm, Gehrau & Bilandzic, 2013) liegt zwar seit 2013 ein überaus lehrreiches und nicht minder lesenswertes Handbuch vor; es ist aber eben kein Lehrbuch. Helena Bilandzic, Holger Schramm und Jörg Matthes haben nun mit dem Lehrbuch „Medienrezeptionsforschung“ ein weiteres Puzzlestück im Emanzipationsprozess der Medienrezeptionsforschung ergänzt.

Das Lehrbuch ist in 13 Kapitel gegliedert, die thematisch und begrifflich aufeinander aufbauen. Jedes Kapitel widmet sich einem bestimmten Bereich der Rezeptionsforschung. Besonders nützlich – sowohl für Lehrende als auch für Lernende – erscheinen einerseits die Formulierung der kapitelspezifischen Lernziele gleich zu Beginn und andererseits die Zusammenfassung und die abschließenden Übungsaufgaben. Schließlich finden Interessierte am Ende jedes Kapitels jeweils drei bis vier kommentierte Literaturangaben zum Weiterlesen (auf <http://www.utb-shop.de/medienrezeptionsforschung-7499.html> steht zudem eine thematisch sortierte Literaturliste bereit).

Kapitel 1 führt in die grundlegenden Begriffe der Medienrezeptionsforschung und in die von ihr untersuchten Phänomene ein. Dabei wird zunächst definiert, was Medienrezeption bedeutet, nämlich die *Verarbeitung* und das *Erleben* von Medien und medienvermittelten Inhalten. Die Autoren gehen danach detailliert auf die Begriffe *Medium*, *Massenkommunikation* und selbstverständlich auch auf den Begriff des *Publikums* ein und legen damit die nötigen Grundlagen für das Verständnis aller weiteren

Kapitel. Nach einem gelungenen Überblick über Theorie und Forschung zur kognitiven Verarbeitung von Medieninhalten (Kapitel 2) widmet sich Kapitel 3 dem Thema „Selektivität und Gratifikationen“ und wirft dabei u. a. einen sehr zu begrüßenden kritischen Blick auf den Nutzen- und Belohnungsansatz. Kapitel 4 liefert eine längst überfällige Systematisierung des inflationär gebrauchten und hoch ambigen Begriffs der Interaktivität. Im darauffolgenden Überblick zu Involvement (Kapitel 5) tritt eine weitere Stärke des Lehrbuchs zutage: Man wird als LeserIn nämlich nicht nur mit theoretischen Konzepten, sondern auch mit methodischen Überlegungen und konkreten Beispielen empirischer Studien vertraut gemacht, indem einzelne Messinstrumente kritisch unter die Lupe genommen oder einzelne Studien im Detail besprochen werden. Weitere Kapitel widmen sich etwa den Themen „Emotion und Stimmung“ (Kapitel 6) oder der „Wahrnehmung von Medienfiguren“ (Kapitel 8, in dem parasoziale Interaktion und parasoziale Beziehungen mit Medienfiguren ausführlich besprochen werden). Im letzten Kapitel (Kapitel 13) werden die Autoren einer kulturwissenschaftlich interpretativen Forschungstradition gerecht und führen die Rezipienten in kulturelle und interkulturelle Dimensionen der Medienrezeption ein, „um die in diesem Buch vertretene eher psychologische Sichtweise auf Rezeption zu ergänzen“ (S. 221) – ein lobenswerter Schritt, hat man doch oft das Gefühl, psychologisch und kulturwissenschaftlich orientierte Forschung würden unvereinbar nebeneinander stehen.

Ein Lehrbuch übernimmt „auch die Funktion, das Feld zu strukturieren und eine Orientierung in der weitläufigen Forschungslandschaft zu bieten“ (S. 8). Damit haben die Autoren zweifellos Recht. Unter diesem Aspekt könnte allerdings kritisch angemerkt werden, dass man die Struktur des Buches vielleicht etwas anders hätte aufbauen und vor allem Bezüge und Abgrenzungen zwischen einzelnen Kapiteln deutlicher herausstreichen sollen. Beispielsweise lässt sich eine unverkennbare Verbindung zwischen den Kapiteln „Stimmung und Emotion“ (Kapitel 6) und „Unterhaltung und Rezeptionsvergnügen“ (Kapitel 10) ausmachen: So wird Unterhaltung unter anderem als Meta- oder als Makro-*Emotion* betrachtet und das Sad Film-Paradoxon beschreibt die paradoxe Situation des (mehr oder weniger) gleichzeitigen Vorhandenseins negativer (Traurigkeit, Belastung) und positiver (Unterhaltung, Vergnügen) Gemütszustände während der Filmrezeption. Und lässt sich mit der *Affective Disposition Theory* (Zillmann, 1996)

nicht letztlich auch Unterhaltungserleben erklären? Hier wäre m. E. ein bisschen mehr Orientierung für die unerfahrene Leserschaft angebracht gewesen: Wie passt das, was in Kapitel 6 gesagt wird, mit den Inhalten von Kapitel 10 genau zusammen? Ähnlich verhält es sich mit den Kapiteln „Narratives Erleben und Präsenz“ (Kapitel 7) und „Realitätsbezug und empfundener Realismus“ (Kapitel 9): Akzeptiert man die medienvermittelte Umgebung nicht als real, wenn man Präsenz erlebt? Wenn ja, wo liegen denn nun die Unterschiede und Gemeinsamkeiten zwischen Präsenzerleben und empfundem Realismus? Vereinzelt findet man solche hilfreichen Einordnungen, wie zum Beispiel im „Exkurs: Abgrenzung narratives Erleben und Involvement“ (S. 120-121), aber insgesamt hätte man sich mehr davon gewünscht.

Diese Kritik muss allerdings unter der Rubrik „Klagen auf hohem Niveau“ verbucht werden, denn insgesamt stellt das Lehrbuch „Medienrezeptionsforschung“ ein überaus gelungenes Werk dar, dessen Rezeption sich sowohl für Studierende als auch für Dozierende als außerordentlich hilfreich erweisen und das maßgeblich zur Emanzipation des Forschungsbereichs Medienrezeption beitragen wird.

Matthias Hofer

## Literatur

- Wünsch, C., Schramm, H., Gehrau, V., & Bilandzic, H. (Hrsg.) (2013). *Handbuch Medienrezeption*. Baden-Baden: Nomos.  
 Zillmann, D. (1996). The psychology of suspense in dramatic exposition. In P. Vorderer, H. J. Wulff & M. Friedrichsen (Hrsg.), *Suspense. Conceptualizations, theoretical analyses, and empirical explorations* (S. 199–231). Mahwah, NJ: Erlbaum.

## Marcus Burkhardt

### Digitale Datenbanken

Eine Medientheorie im Zeitalter von Big Data  
 Bielefeld: transcript, 2015. – 388 S.  
 ISBN 978-3-8376-3028-2

Der Titel des Buches verspricht eine Medientheorie der Datenbanken im Zeitalter von Big Data. Marcus Burkhardt löst dieses Versprechen auch zum großen Teil ein, denn er entwickelt eine um die Eigenlogik von Daten erweiterte Medientheorie des Computers. Dazu unterzieht er vor allem Manovichs Idee der Datenbank als symbolischer Form der digitalen Gegenwartskulturen einer fundierten Kritik

und versieht sie mit einem medien- und begriffstheoretischen Update. Dieses Update bezieht sich jedoch in weiten Teilen auf die Spannungsfelder Oberfläche/Tiefe und Materielles/Immaterielles, in denen sich alle digitalen Datenbanken befinden. Weniger werden die neuen Herausforderungen beachtet, die durch die derzeit stattfindende „Datenrevolution“ auch an Datenbankkonzepte herangetragen werden. Als Beispiele seien neue Analysemethoden aus den Bereichen Big Data und Data Science oder die Rückkehr zu Unsicherheit und Ungenauigkeit – mit der einer größeren Dynamik der Abfragen begegnet wird – genannt. Diese Punkte werden zwar angerissen, jedoch nur ansatzweise systematisch in die Medientheorie integriert, so dass die vorgestellte Theorie zwar als Grundlage einer Analyse von Datenbanken im Zeitalter vom Big Data dienen kann, jedoch selbst keine Analyse von Big Data leistet. Die Verwirrung über die Zielsetzung des Buches liegt sicher zu einem großen Teil im Untertitel begründet. Die Lektüre ist trotzdem empfehlenswert, denn das Buch schließt eine wichtige Lücke derzeitiger soziologischer und mediawissenschaftlicher Auseinandersetzungen mit Technologie, adressiert es doch den Mangel an einem Vokabular für Daten, ob big oder small: „Infolgedessen erweist sich die Anerkennung der Eigenlogik von Daten als notwendige Erweiterung einer Medientheorie des Computers“ (S. 95).

Zu oft verschwinden im wissenschaftlichen Diskurs „die Daten“ hinter länger tradierten Begriffsdiskussionen zu Technik, Computer oder Medium. Auch Burkhardt beginnt mit einer Analyse ebendieser Begriffe, allerdings mit dem Ziel, eine theoretische Grundlage für die Betrachtung von Datenbanken zu legen. Die ersten drei von sieben Kapiteln enthalten umfangreiche und kritische Darstellungen von Diskurs und Geschichte der Medien, Computer und Datenbanken. Detailliert wird u. a. unter Bezug auf Luhmann, Kittler, Husserl, Wiesing beleuchtet „...was praktisch alles als Medium bezeichnet wird“ mit dem Ziel „auch theoretisch darüber nachzudenken, was der Medienbegriff bedeutet und wie dieser gebraucht werden sollte“ (S. 72). Burkhardt stellt Oberfläche und Tiefe als zwei konkurrierende Perspektiven auf digitale Medien vor; Oberfläche bezieht sich dabei auf die phänomenale oder semantische Ebene der Kommunikation, die Tiefe meint die materiell-technischen Aspekte. Nach Luhmann ist keine der beiden Perspektiven allein hinreichend, um die Medialität des Computers zu thematisieren. Computer-Anwen-

dungen sind viel mehr als phänomeno-technische Konfiguration zu beschreiben.

Die im Anschluss vorgelegte Geschichte der Datenbanken illustriert die Arbeiten eines Datenbankpioniers der 70er Jahre, Charles Bachmann, der Managementsysteme und verschiedene Standards für Datenbanken mit entwickelte. Zusätzlich wird auf die Verhaftung der Datenbank in verschiedenen Traditionen des Sammelns eingegangen. Digitale Datenbanken übersetzen die traditionellen Sammlungen in einen anderen medientechnischen Kontext und remediatisieren sie in neuer medialer Konfiguration (S. 118-119). Die Datenbank als Sammlung strukturierter Informationen sperrt sich dabei gegen eine privilegierte Anordnung der in ihr gespeicherten Informationen.

Im Vordergrund der Diskussion steht jedoch Manovichs (2001) Definition der Datenbank als symbolische Form der digitalen Medienkultur, welche die Erzählung als dominante Form des kulturellen Ausdrucks ablöst. Bei Manovich dient die Datenbank jedoch mehr als Projektionsfläche für allgemeine Betrachtungen sich vollziehender medialer Transformationsprozesse und „was das spezifische der Datenbank als symbolische Form ist, bleibt daher weitestgehend unklar“ (S. 146). Manovichs Interesse gilt schließlich nicht der Vielfalt unterschiedlicher Datenbanktechnologien und medialer Praktiken mit Datenbanken, sondern der Beschreibung medialer Transformationen auf der Makroebene der Kultur, die er mit den Datenbanken als einer Logik in Verbindung bringt. Die materielle Seite der Datenbanken bleibt somit unterbelichtet (S. 147). Burkhardt rückt genau die Heterogenität digitaler Medienkulturen, auch in Bezug auf partikulare Datenbanktechnologien und deren Materialität, in den Vordergrund – auch wenn er im vorliegenden Buch die Betrachtung tatsächlicher situativer Kontingenzen nur theoretisch vorbereiten kann.

Im Kapitel „Banken, Basen, Reservoirs“ werden verschiedene Arten von Datenbanken in Bezug auf ihre Bedeutung als symbolische Formen oder soziokulturelle Phänomene betrachtet. Schließlich folgen die drei innovativsten Kapitel des Buches, die sich auch mit aktuellen Herausforderungen für Datenbanken befassen: erst eine Techno-Logik der Datenbanken, dann eine Phänomeno-Logik der Datenbanken und schließlich ein kurzes Plädoyer für eine kritische Datenbankkultur. Die Techno-Logik beleuchtet Apparaturen, Architekturen und Verfahren im Spannungsfeld von Materiellem und Immateriellem. Im Vordergrund steht beispielhaft die ANSI/X3/SPARC-Da-

tenbankarchitektur. Im Gegensatz zu Manovichs Konzeptualisierung der Datenbank als symbolischer Form der digitalen Medienkultur, welche sich weitestgehend auf die Oberflächen verschiedener Benutzerinterfaces beschränkt, erlaubt es eine Betrachtung konkreter Datenbankarchitekturen, den Prozess symbolischer Formung in den Blick zu nehmen. Symbolische Formen sind dabei nach Cassirer auch Weisen der Sichtbarmachung und Erschließung der Welt: „Informationsmodelle, auf denen Datenbanken beruhen, sind kein Abbild der objektiven Realität. Sie fügen dem, worüber sie informieren, etwas hinzu, indem sie festschreiben, was im Rahmen der Datenbank als Entität gilt (...) und welche Attribute diese Entität auszeichnen“ (S. 240).

Im Kapitel zur Phänomeno-Logik werden anschließend an die unterschiedlichen Technologiken verschiedene mediale Praktiken im Umgang mit Datenbanken diskutiert. Versuche aus dem Bereich Big Data, mit der automatischen Auswertung großer Informationssammlungen in den verschiedensten Bereichen zu neuen Erkenntnissen zu kommen, werden kurz vorgestellt. An dieser Stelle im Buch hätte darauf eingegangen werden können, dass Big Data nicht nur die reine Menge an Informationen meint, sondern auch neue Strukturen und Eigenschaften von umfassenderen, detaillierteren Daten aus neuen Bereichen bezeichnet. Big Data bedeutet auch neue Methoden und zeitgleiche Analysen von emergenten Phänomenen in situ. Burkhardt weist zwar darauf hin, dass viele aktuelle Datenbanken unscharfe Datenbanken sind. Datenbankanfragen sind oft nicht mehr verlässlich sondern individuell und situativ: Einzelnen Nutzern werden verschiedene Instanzen einer Datenbank zur Verfügung gestellt. Welche genauen Auswirkungen diese jüngsten Veränderungen in der medientechnischen Infrastruktur von Informationssystemen auf die digitale Medienkultur haben werden, die sich in ihrem Rahmen etabliert, lässt sich, so Burkhardt, jedoch noch nicht absehen.

Das letzte Kapitel nennt drei wichtige Ausgangspunkte für eine Untersuchung digitaler Datenbankkulturen: Erstens wird eine Dekonstruktion der Fiktion benötigt, nach der Datenbanken als ein vollständiges Reservoir digitaler Informationen und ihre Inhalte als transzendentale Signifikate gesehen werden. Es muss das Potenzial der Heterogenität von Informationsbeständen für die Nutzer erfahrbar gemacht werden. Zweitens muss die Kurzlebigkeit und Veränderbarkeit digitaler Information, die deren Archivierung erschwert, adressiert werden. Und drittens gilt es, sich einer Fetischisierung

des Quantitativen entgegenzustellen. Digitale Datenbanken befördern die Quantifizierung aller Bereiche unserer Lebenswelt; die Auswirkungen dieser Entwicklung zu beobachten und mögliche Alternativen zu erkunden, sieht Burkhardt als eine Aufgabe auf dem Weg hin zu einer kritischen Datenbankkultur. Vielleicht hätte eine tiefergehende Analyse eines aktuelleren Modells als der diskutierten ANSI/X3/SPARC-Datenbankarchitektur es erlaubt, früher im Buch neue Trends der sich verändernden Internetkulturen in den Blick zu nehmen, und die Analyse von den Ursprüngen der Informatik auf aktuell in dieser noch immer sehr dynamischen Disziplin verhandelte Themen verschoben, die so nur angerissen werden können. Die Auseinandersetzung mit Datenbanken, wie sie im Buch geschieht, und das Update von Manovichs Datenbank-Begriff legt jedoch die dringend benötigte Grundlage für genau diese Auseinandersetzung mit Datenbanken.

Katharina Kinder-Kurlanda

## Literatur

- Bachmann, Charles (1973). Summary of the Current Work ANSI/X3/SPARC/Study Group: Database Systems. In: ACM SIGMOD Record 6(3): 16-39.
- Husserl, Edmund (1996). Die Krise der europäischen Wissenschaften und die transzendentale Phänomenologie: Eine Einleitung in die phänomenologische Philosophie. Hrsg. Von Elisabeth Ströker. Hamburg: Meiner.
- Kittler, Friedrich (1986). Grammophon, Film, Typewriter. Berlin: Brinkmann & Bose.
- Luhmann, Niklas (1996): Die Realität der Massenmedien. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Manovich, Lev (2001): The Language of New Media. Cambridge: MIT Press.
- Wiesing, Lambert (2005). Was sind Medien? In: Artifizielle Präsenz: Studien zur Philosophie des Bildes. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 149-162.

## Ralf Dewenter / Jürgen Rösch

### Einführung in die neue Ökonomie der Medienmärkte

Eine wettbewerbsökonomische Betrachtung aus Sicht der Theorie der zweiseitigen Märkte  
Wiesbaden: Springer Gabler, 2015. – 267 S.

ISBN 978-3-658-04735-1

Der Band von Dewenter und Rösch füllt eine Lücke im Lehrbuchangebot im Feld der Medienökonomie und des Medienmanagements. Mittlerweile gibt es eine Vielzahl von Einführungen in diesem Bereich, die alle ihre Stärken und Schwächen haben und auch jeweils eine be-

stimmte Zielgruppe ansprechen. Ein Lehrbuch, das sich explizit an VWL- und BWL-Studierende richtet und den Fokus auf Wettbewerbspolitik richtet, gab es bislang nicht. Damit werden nun vielleicht Leser, für die die Medienökonomie lediglich eine Veranstaltung im Rahmen eines allgemeinen kommunikationswissenschaftlichen Studiengangs darstellt, denken, das Buch komme für sie nicht in Frage – doch dem ist durchaus nicht so:

Die Relevanz des Wettbewerbs im Medienbereich wird auch von Kommunikationswissenschaftlern anerkannt. Auch dass der Meinungswettbewerb nicht unabhängig vom ökonomischen Wettbewerb ist und dass die unterschiedlichen Märkte (Publikum und Werbung) irgendwie zusammenhängen, ist Teil von kommunikationswissenschaftlichen Einführungsbüchern. Häufig fehlt jedoch das Handwerkzeug, wie diese Zusammenhänge beschrieben und analysiert werden können. Noch immer wird etwa das Konzept der Anzeigen-Auflagen-Spirale bemüht, auch wenn es einen schwer begründbaren Umweg über die Qualität nimmt und offensichtlich schlecht geeignet ist, die Verhältnisse in gesättigten Märkten wie dem Zeitungsmarkt in Deutschland zu beschreiben. Insofern lohnt die Lektüre auch für Nicht-Ökonomen, die eine schlüssige und verallgemeinbare Beschreibung des Zusammenhangs der unterschiedlichen Märkte der Medien suchen. Diesen Lesern können insbesondere die Kapitel 2 und 5 empfohlen werden, in denen die Besonderheiten von Medienmärkten beschrieben und das Konzept der zweiseitigen Märkte allgemein verständlich vorgestellt wird. Andere Kapitel setzen doch ein wirtschaftswissenschaftliches Grundverständnis und die Bereitschaft und Fähigkeit, einen Text mit vielen Formeln zu rezipieren, voraus, was in den meisten kommunikationswissenschaftlichen Studiengängen nicht der Fall sein dürfte.

Doch jenseits der Eignung für die Lehre in KoWi-Studiengängen, was bietet das Buch? Der Aufbau ist sehr schlüssig: Zunächst werden die Besonderheiten von Medienmärkten beschrieben, dann jeweils kompakt die Grundlagen der Industrieökonomik und der Wettbewerbspolitik vermittelt. Anschließend wird das Konzept der zweiseitigen Märkte zunächst allgemein und dann formal vorgestellt. Schließlich wird das Konzept beispielhaft auf zwei Aspekte der Medienökonomik angewendet, indem Geschäftsmodelle in zweiseitigen Medienmärkten modelliert und Probleme des Wettbewerbs und der Regulierung in Medienmärkten formal dargestellt werden. Das Buch schließt mit Implikationen für den Wettbewerb und seine Regu-

lierung. Die Autoren erklären, das Buch sei über die Jahre aus Vorlesungsskripten weiterentwickelt worden. Das merkt man dem Buch auch an. Einerseits durch die Sprache, die zum Teil fast wie wörtliche Rede wirkt und damit leicht zugänglich ist, und eingängige und geschliffene Beispiele, andererseits entstehen so doch einige Redundanzen und der Einsatz von Merksätzen etc. bleibt uneinheitlich.

Aus wirtschaftswissenschaftlicher Sicht ist das Buch eine sehr gelungene Einführung in die Theorie der zweiseitigen Märkte am Beispiel von Medienmärkten. Im Grundlagenkapitel werden dabei die Besonderheiten von Medienmärkten herausgestellt und richtig bemerkt, dass die einzelnen Eigenschaften jeweils auch auf anderen Märkten anzutreffen wären, die Kombination jedoch besonders wäre. Leider wird diese Besonderheit im Verlauf des Buches nicht mehr so explizit gemacht. Kapitel 5.5, etwa wendet das Konzept der zweiseitigen Märkte einfach nur auf Medienmärkte an und beschreibt sie als „typische Beispiele für zweiseitige Märkte“. Damit stellt sich die Frage, worin denn dann die Besonderheit der Eigenschaftskombination von Medienmärkten besteht. Oder anders formuliert, wenn das allgemeine Konzept angewendet werden kann, warum braucht es dann eine spezielle Betrachtung von Medienmärkten. An dieser Stelle dürften kommunikationswissenschaftlich geprägte Leser mit der rein ökonomischen Brille auf die Realität Mühe haben. Die gesellschaftliche Relevanz von Medien kommt im Buch praktisch nur über die reduzierten Aufrechtschwellen für Medienunternehmen im Kartellrecht vor. Eine kommunikationswissenschaftlich geprägte Medienökonomie sieht aber die Besonderheit von Medien auch darin, dass eben nicht allein ökonomische Wohlfahrt optimiert werden sollte, sondern daneben auch ein Beitrag zur Deliberation und gesellschaftlichen Willensbildung geleistet werden soll. Der in diesem Kontext relevante Begriff der Meritorik wird jedoch von den Autoren als grundsätzlich paternalistisch verworfen und in der weiteren Betrachtung ausgeklammert. Dieser Parernalismusvorwurf wird aber nicht von jedem geteilt, wie etwa Beiträge aus dem Fach in den vergangenen Jahren zeigten (z. B. Lobigs 2005 und Kops 2005).

Insgesamt stellt sich das Lehrbuch als hilfreiche und in ihrer Zielsetzung gelungene Einführung dar. Für die Zukunft würde man sich nun noch Aufklärung darüber wünschen, welche Auswirkungen doppelte indirekte Netzwerkeffekte auch jenseits der ökonomischen Wohlfahrt haben.

M. Bjørn von Rimscha

## Literatur

- Lobigs, Frank (2005): Medienmarkt und Medienmetrik. Beiträge zur ökonomischen Theorie der Medien. Dissertation. Universität Zürich, Zürich
- Kops, Manfred (2005): Soll der öffentlich-rechtliche Rundfunk die Nachfrage seiner Zuhörer und Zuschauer korrigieren? In Christa-Maria Ridder, Wolfgang R. Langenbucher, Ulrich Saxer & Christian Steininger (Hrsg.): Bausteine einer Theorie des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, Festschrift für Marie Luise Kiefer, S. 341-366. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften

**Mike Friedrichsen / Johanna Grübbauer / Peter Haric**

### Strategisches Management von Medienunternehmen

Einführung in die Medienwirtschaft mit Case-Studies

2. aktual. Aufl.

Wiesbaden: Springer Gabler, 2015 – 226 S.

ISBN 978-3-658-09500-0

Es gibt inzwischen schon seit knapp 20 Jahren unterschiedliche Darstellungen zum Thema Medienökonomie, Medienwirtschaft und Medienmanagement, die sich mit unterschiedlichen systematischen und inhaltlichen Ansätzen der Entwicklung und Gestaltung von institutionellen Akteuren in Medienmärkten befassen. Der Ansatz des Autorentrios Mike Friedrichsen, Johanna Grübbauer und Peter Haric unterscheidet sich von anderen in der Systematik, die sich stark auf die Einbeziehung konkreter Fallstudien stützt. Dies hat bei einem Lehrbuch, und um das handelt es sich bei diesem Titel, Vor- und Nachteile, da einerseits ein höherer Update-Bedarf entsteht als dies bei einem rein systematisch-strukturellen Lehrbuch der Fall ist. Andererseits entstehen jedoch auch neue motivierende Möglichkeiten für Lernende und Lehrende, da zu jedem theoretischen Thema auch ein aktueller praktischer Bezug geschaffen werden kann.

Inhaltlich startet das Lehrbuch mit den medienökonomischen Grundlagen, die anschaulich beschrieben werden und beim Thema der Gütereigenschaften von Medienprodukten die Basis dafür liefern, dass Lernende in der Lage sind, grundsätzliche Wechselwirkungen zwischen Märkten und Gütern zu interpretieren, die im Zuge der Digitalisierung eine Aufmerksamkeit erfahren, die über die reinen Medienmärkte hinausgeht. Im dritten Kapitel wird dieses Thema wieder aufgegriffen, wenn die Teil-

märkte der Medienbranche analysiert und in ihren Marktmechanismen dargestellt werden. In diesen beiden grundlegenden Kapiteln ist der aktuelle praktische Bezug, der als Grundlage für motivierendes und motiviertes Lernen dienen kann, eher auf statistisches Material (beispielsweise Rankings) begrenzt. Kapitel 4 ist der Nachfrage nach Mediengütern gewidmet und beschreibt damit einen wichtigen Punkt bei der Entwicklung von Strategien im Medienunternehmen, die bewusste Herausarbeitung des Produktnutzens für unterschiedliche Zielgruppen und Teilmärkte (z. B. Rezipienten- und Werbemarkt).

Den Übergang zum strategischen Medienmanagement leistet Kapitel 5, das in die Grundprinzipien des strategischen Managements einführt und zahlreiche aktuelle Beispiele aus der Medienbranche beisteuert und damit nicht nur zur Veranschaulichung der Inhalte beiträgt, sondern auch für eine ausreichende Motivation bei der Zielgruppe der mediinteressierten Studierenden sorgen dürfte. So bleibt in diesem zentralen Kapitel genug Raum für die Aufführung der gängigsten strategischen Analyseverfahren, aber auch für konkrete Umsetzungen, wie etwa das Beispiel aus dem Hause Axel Springer. Einige der Medienmanagement-Basics aus Kapitel 5 hätten grundsätzlich auch sinnvoll in die vorausgehenden Kapitel integriert werden können, was die Kapitelumfänge gleichgewichtiger gemacht hätte. Die gewählte Eingruppierung in das fünfte Kapitel als zentraler Part des Buchs ist jedoch für die Leser/-innen ebenfalls eine sehr schlüssige Variante.

Kapitel 6 und 7 liefern die im Untertitel angekündigte Anwendung der Theorie auf aktuelle Beispiele und Fallstudien. Dabei sind die Fälle im sechsten Kapitel den „traditionellen Medienunternehmen“ und die Fälle im siebten Kapitel vorrangig der Musikindustrie gewidmet. Unabhängig von der Frage, ob diese Einteilung der Fallstudien für junge Lernende eine Hilfe ist, handelt es sich um zwei anschauliche Kapitel, die einen wesentlichen Anteil am Nutzen des Buches haben. Allenfalls kleine Flüchtigkeitsfehler (so wird der Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger – BDZV – in diesem Buch konsequent in „BDVZ“ umbenannt) trüben hier den insgesamt positiven Eindruck. Der Ansatz, erlernte Theorie anhand von Fallstudien zu vertiefen und anzuwenden, dürfte im Sinne einer echten Lehrbuchkonzeption bei diesem Buch für die meisten Lehr- und Lernsituationen ein großer Vorteil sein. In Situationen, in denen Lernende manchmal den Einstieg in die Theorie scheuen oder den Nutzen der

Theorie für das praktische Wirken nicht erkennen (wollen), ist dieser Titel durch die Fallstudien und die damit mögliche Verbindung von Theorie und Praxis ein wertvolles Werkzeug.

Das Buch gibt eine sehr gute und anschauliche Einführung in das Thema des strategischen Medienmanagements und ist damit ein gut nutzbares Komplementärprodukt zu den bestehenden etablierten Titeln rund um Medienmanagement und Medienwirtschaft. Es ersetzt jedoch die bestehenden, anders strukturierten Fachbücher nicht. Das war jedoch – wenn man das Vorwort des Autorenteams als Maßstab nimmt – auch nicht die Intention des Titels, sodass man auch die zweite Auflage des Werks als gelungenen betrachten kann. Eine Besonderheit ist der Fokus auf praktische Beispiele, der auch damit zusammenhängt, dass die Autorinnen und Autoren aus der Welt der Hochschulen für Angewandte Wissenschaften/Fachhochschulen stammen. Die nicht korrekten Angaben auf dem Umschlag des Buchs, bei dem Mitglieder des Autorenteams zum Inhaber eines „Lehrstuhls“ mutieren und damit einen universitären Kontext nahelegen, führen in diesem Zusammenhang eher in die Irre. Denn die klare Positionierung des Buchs als Teil der praxisorientierten und aktuellen Lehre ist sicher einer der USPs des Titels.

Thomas Breyer-Mayländer

### David Gauntlett

#### Making Media Studies

The Creativity Turn in Media and Communication Studies

New York u. a.: Peter Lang, 2015. – 171 S.

ISBN 978-1-4539-1471-7 (e-book)

ISBN 978-1-4331-2334-4 (paperback)

(Digital Formations, Bd. 93)

David Gauntletts Buch stellt keine wissenschaftliche Studie im engeren Sinne dar, sondern einen Versuch, das Fach der Medien- und Kommunikationswissenschaft „kreativer“ zu machen (S. 13). Obwohl das Buch im Englischen den Begriff „Media Studies“ im Titel nutzt, wird im Gesamttext auch von „media and communication studies“ gesprochen. Da in der englischsprachigen Wissenschaft die beiden Bereiche nicht getrennt sind, wird hier „media studies“ mit Medien- und Kommunikationswissenschaft übersetzt.

Gauntlett schreibt in dem Buch über den, wie er es nennt, „creativity turn“ der Medien- und Kommunikationswissenschaft, der in seinen

Augen allerdings nicht notwendigerweise schon passiert ist (S. 5). In dem Buch geht es darum, die gestalterische Dimension der Medien- und Kommunikationswissenschaft zu beleuchten und sich einer neuen Entwicklung des Faches zuzuwenden: Nämlich die Menschen in den Vordergrund zu stellen, die Medien nutzen, um über Gestalten und Kreativität ermächtigt zu werden (S. 2). Gauntletts Buch ist ein Plädoyer für eine Medien- und Kommunikationswissenschaft, in der es darum geht, mit Medien etwas zu gestalten, zum (Um-)Denken anzuregen und Veränderungen herbeizuführen (S. 3 und S. 7). Dabei steht der Begriff des „making“ im Fokus, der zum einen anzeigen soll, dass etwas produziert, also etwas gestaltet wird, aber auch, dass sich dadurch Dinge verändern können, allem voran das Denken, aber auch Gesellschaft und Kultur. Die Übersetzung von „making“ mit „Gestalten“ betont im Sinne Gauntletts also die gesellschaftliche und auch wissenschaftliche Reichweite des Gestaltens von Dingen.

Das Buch gliedert sich in vier Teile und zehn Kapitel. Kapitel 1 führt mit eben genannten Zielen und Forschungsfragen in das Thema ein. In Kapitel 2 ist der Aufsatz „Media Studies 2.0“ abgedruckt, den Gauntlett im Jahr 2007 veröffentlichte und der den Ausgangspunkt des vorliegenden Buches darstellt. In Kapitel 3 sind weiterführende Gedanken zum Thema „Media Studies 2.0“ festgehalten. Dabei ist insbesondere die These von Gauntlett hervorzuheben, dass es die Medien- und Kommunikationswissenschaft versäumt habe, gesellschaftliche Auswirkungen zu erzeugen und Lösungen für Probleme anzubieten (S. 34 und 37).

In Kapitel 4 ist ein schriftlicher Dialog mit Henry Jenkins aus dem Jahr 2011 zu finden. Jenkins und Gauntlett führen eine Konversation über partizipative Kultur und ihre unterschiedlichen Sichtweisen auf das Gestalten von Dingen im Rahmen einer kulturellen Produktion und Zirkulation (S. 49-50). Kapitel 5 stellt ein sog. „crowdsourced“ Interview dar, welches aus Fragen besteht, die über Gauntletts Blog oder Twitter-Account eingesandt wurden, und die er beantwortet. In Kapitel 6 präsentiert Gauntlett drei Fallstudien, die eine wissenschaftlich-industrielle Zusammenarbeit darstellen und in denen Kreativität auf digitalen Plattformen gefördert werden sollte. Aus diesen Erfahrungen leitet Gauntlett acht Prinzipien der erfolgreichen Förderung der Kreativität von Menschen auf digitalen Plattformen ab (S. 80).

Das Kapitel 7 stellt m. E. das Herzstück des Buches dar. Hier wird das LEGO-System als

ein Instrument für Denken, Kreativität und Veränderung vorgestellt. Gauntlett beschreibt ein Modell kreativer Kulturen, in denen die vier Dimensionen des Habens, des Tuns, des Seins und des Wissens und die vier Prozesse des Spiegels, Teilens, Gestaltens und Denkens in einer „Windmühle der kontinuierlichen kulturellen Gestaltung“ zusammenwirken (S. 104). In Anlehnung an Ivan Illich (1973) stellt Gauntlett heraus, dass ein solches Modell positive Auswirkungen auf die Gesellschaft hat. Produkte wie LEGO ermöglichen es den Menschen, etwas zu gestalten und nicht nur zu konsumieren. Damit wohnt diesen Produkten ein transformatives Moment inne, das Veränderungen in der Welt ermöglicht (S. 110).

In Kapitel 8 nutzt Gauntlett das Modell der disruptiven Technologien nach Clayton Christensen (1997) um zu zeigen, wie das Internet bzw. die Nutzung des Internets durch Menschen Praktiken der Medienindustrie und der akademischen Wissenschaft zerstört hat (S. 115). Das Kapitel zeigt, wie kreative Materialien und Ideen, die über das Internet geteilt und diskutiert werden, den Status Quo hinterfragen können – nicht notwendigerweise das Alte mit Neuem ersetzen, jedoch aber neue Elemente in das traditionelle Ökosystem der Medien einbringen und etwas verändern (S. 128).

Kapitel 9 beginnt mit der These, dass das Internet für solche Menschen als ermächtigend anzusehen ist, die gerne Dinge gestalten, Ideen teilen und zusammen lernen wollen. Der Autor stützt diese These mit sechs weiteren Unterthesen, in denen er zeigt, dass das Internet Dinge – auch zum positiven – geändert hat (S. 146). Wie durch das ganze Buch hindurch betont wird, möchte der Autor eine optimistische Sicht auf neue Medien einnehmen und so zeigt er immer wieder auf, dass auch kleine Schritte die Welt verändern können – hin zu einer Welt, in der es weniger um Konsum, sondern mehr um Konservativismus, Dialog und Kreativität geht (ebd.). Das Kapitel 10 bringt in einer Zusammenfassung die Argumente Gauntletts auf den Punkt: Die Medien- und Kommunikationswissenschaft sollte sich verändern und sich an die Veränderungen des Ökosystems der Medien anpassen, indem wir alle gemeinsam das Fach (mit-)gestalten („Making Media Studies“).

Gauntletts Buch ist insgesamt gut zu lesen und aufgrund seines lockeren, eher umgangssprachlichen Schreibstils auch für weniger geübte Englischleser\*innen gut geeignet. Das Buch beinhaltet viele konkrete Handlungsempfehlungen für die Gestaltung erfolgreicher digitaler Plattformen, die Kreativität und Kollaboration ermöglichen sollen und ist deshalb

auch für Medienpraktiker\*innen zu empfehlen. Durch die vielen Abdrucke bereits veröffentlichter Artikel und den starken Bezug zu früheren Publikationen ist der Neuigkeitswert des Buches etwas gering; nichtsdestotrotz erscheint das Buch gerade für das Fach der Medien- und Kommunikationswissenschaft gewinnbringend. Gauntletts Plädoyer an die Menschen im Fach, kreativer zu werden und sich für mehr Auswirkungen des Faches auf Kultur und Gesellschaft einzusetzen, erscheint mir auch und gerade in Deutschland von großer Bedeutung.

Der von Gauntlett gelegte Fokus auf das LEGO-System mag etwas ungewöhnlich und umstritten sein, jedoch beschreibt Gauntlett m. E. sehr gut, wofür LEGO in seinen Überlegungen steht – nämlich für ein System, das nicht nur auf Objekte konzentriert ist, sondern auf das, was Menschen mit diesen Objekten tun (S. 98). Überraschend finde ich allerdings, dass weder ein Bezug zu dem Konzept der Produsage (Bruns 2006) hergestellt wird, noch eine explizite Benennung der Tradition der Cultural Studies gegeben ist, da auch diese schon früh die kreative Seite von Rezipierenden und Nutzer\*innen betont haben.

Miriam Stehling

## Literatur

- Bruns, Axel (2006): Towards Produsage: Futures for User-Led Content Production. In: Sudweeks, Fay/ Hrachovec, Herbert/Ess, Charles (Hrsg.): Proceedings Cultural Attitudes towards Communication and Technology, Tartu, 275-284. [http://eprints.qut.edu.au/4863/1/4863\\_1.pdf](http://eprints.qut.edu.au/4863/1/4863_1.pdf) [20.02.2016].
- Christensen, Clayton M. (1997): The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail. Boston: Harvard Business School.
- Gauntlett, David (2011): Making is Connecting. The Social Meaning of Creativity, from DIY to Knitting to YouTube and Web 2.0. Cambridge, UK ; Malden, MA: John Wiley & Sons.
- Illich, Ivan (1973): Tools for Creativity. London: Calder & Boyars.

Michael Haas

### Religion und Neue Medien

Eine Untersuchung über (quasi-)religiöses Verhalten von Jugendlichen in ihrem gegenwärtigen Mediengebrauch  
München: kopaed, 2015. – 369 S.  
ISBN 978-3-86736-307-5  
(Zugl.: Köln, Univ., Diss., 2013)

Michael Haas bearbeitet in seiner Dissertationsschrift „Religion und Neue Medien“ (Universität Köln 2013, begleitet durch Kersten Reich) unter anderem die Frage, ob Neue Medien deshalb bei Jugendlichen so populär sind, weil sie häufig religiöse Funktionen übernehmen. Außerdem erörtert er, ob Religionen in der (Post-)Moderne durch die Hintertür der Neuen Medien wieder verstärkt Einzug in die Alltagswirklichkeit von jungen Menschen erhalten. „Wenn dies der Fall ist, dann könnte von einer Allianz zwischen Religion und Medien gesprochen werden, in der beide ‚Seiten‘ von einander profitierten.“ (4) Als Erziehungswissenschaftler und Medienpädagoge interessiert ihn deshalb auch, ob es eine religiöse Mediensozialisation gibt, wie diese aufgezeigt werden und welche Auswirkungen sie auf Heranwachsende haben könnte.

Um das Ergebnis vorweg zu nehmen, religiöse Mediensozialisation wird als ein noch wenig beforschter, aber zunehmend sozial und kulturell bedeutsam werdender Aspekt von Sozialisation ausgewiesen. Dies ist eine sehr zutreffende Charakterisierung des Themas und ebenso wichtig wie die Arbeit an dem Verständnis dessen, dass das, was unter religiöser Mediensozialisation zu verstehen ist, je nach sozialer und religiöser Herkunft und Kontext der Jugendlichen sehr stark differiert. So ist ein Hauptanliegen von Haas auszuweisen, wie weniger kirchlich orientierte und auch weniger intrinsisch religiös motivierte Jugendliche mit verschiedenen religiösen Dimensionen ihrer Mediennutzung umgehen. Vor allem im Kontext der Säkularisierungsdebatte zeigt dieses Forschungsinteresse seine Bedeutung. Es gibt – mit Haas gesprochen – eine große Anzahl von Jugendlichen, die durchaus interessiert mit Religion im Kontext medialer Kommunikationen umgehen, auch und gerade wenn in den weiteren klassischen Bereichen von Sozialisation Religion(en) bzw. Religiosität keine explizite Rolle in ihrem Leben spielt. Denn Religion und Religiosität ist nicht immer für alle Jugendliche sofort als solche erkennbar. Insofern wird es zu einer pädagogischen Herausforderung, gerade hier Wahrnehmungs- sowie Beurteilungskom-

petenzen zu medialen Produktionen von Religion(en) bzw. Religiosität zu fördern.

Mit seinem Beitrag will Haas einen Beitrag zur Grundlagenforschung zu einer religionskritischen und medienkritischen Religionsdidaktik liefern, was durchaus gelungen ist. Wenngleich der Kontext, in den hinein er schreibt, bereits reichhaltiger gefüllt ist, als er innerhalb seiner Arbeit zeigt. Denn die Arbeit nimmt neuere, etwa aus den letzten fünf bis zehn Jahren stammende religiöspädagogische Untersuchungen auf diesem Gebiet kaum wahr. Man merkt der Dissertationsschrift auch an, dass sie weniger in der Religionspädagogik als vielmehr in allgemeinpädagogischen bzw. erziehungswissenschaftlichen und dann innerhalb der Theologie eher in religionswissenschaftlichen Diskursen beheimatet ist. Dies ist aber insgesamt kein Hinderungsgrund, sie doch durchaus der Lektüre zum Thema zu empfehlen, denn z. B. ist die Erarbeitung der grundlegenden Verständnisse von Religion(en) und Medien gut gelungen und insbesondere für einführende Seminarlektüre geeignet. Wie indes die These von einer Allianz von Religion und Neuen Medien zu verstehen sein könnte, ist ein eigenes Thema, das keineswegs primär anhand von empirischen Untersuchungen zu erörtern wäre, sondern bereits im Rahmen des konstruktivistischen Ansatzes seinen Platz findet. Religion(en) und Religiosität sind von ihren Anfängen her auf Medien und mediale Kommunikationen zur Artikulation angewiesen. Sie werden nur mediatisiert Teil von Wirklichkeiten und treten nur mediatisiert in die Wahrnehmungen von Realität. Insofern ist klar, dass Medien und Religion(en) vieldimensionale Beziehungen unterhalten; dasselbe gilt für Medienkritik und Religionskritik. Es ist also Haas zustimmen, dass (Neue) Medien für Religionen und religiöse Kommunikationen generell ein aufgrund ihrer eigenen Geschichte hoch interessantes Forschungs- und Praxisfeld bieten. Es eröffnet gesamtgesellschaftlich und für die religiösen Player innerhalb der Gesellschaft im Besonderen Chancen für eine Ausdifferenzierung religiöser Kulturen.

Zu den Einzelkapiteln der Studie lässt sich sagen, dass diese eine umfassende Bearbeitung des Themas intendieren. Haas beginnt bei der hermeneutischen Klärung seines Ansatzes des interaktionistischen Konstruktivismus (Kapitel 1) und bietet zum Abschluss auch didaktische Konsequenzen an (Kapitel 8-9). Dazwischen liegt ein Kapitel (2), in dem jugendkulturelle Modernisierungsaspekte im Fokus von Sozialisationstheorien thematisiert werden. Leider fehlt hier Literatur zur Diskussion um Medi-

ensozialisation. Religion und Religiosität (Kapitel 3) wird im Fokus ihrer Medialität zunächst anhand der Unterscheidung zwischen substantiellen und funktionalen Religionsbegriffen erläutert, um dann ihre Beziehung zum „Markt der Religionen“ im Internet zu thematisieren (Kapitel 4-5). Insbesondere die Auseinandersetzung mit den „Neuen Medien“ schließt noch sehr an die Diskussion um Religion(en) im Film an, einige bereits vorhandene Arbeiten zu Religion und Social Media sind noch nicht berücksichtigt. Dennoch legt Haas für dieses Segment Beiträge vor, die interessante Fokussierungen aufweisen. Im religionspädagogischen Feld ist so z. B. noch nicht in dieser Ausführlichkeit von Joseph Campbells These der Heldenreise die Rede gewesen und sie bestimmt ja nachweislich viele mediale Narrationen, die auf dem Markt der Medienproduktionen erfolg- und wirkungsreich sind (vgl. 5.1). Nach einer Hypothesenbildung (Kapitel 6) folgt die Dokumentation einer empirisch-quantitativen Schüler- und Schülerinnenbefragung, an der 679 Schülerinnen und Schüler aus fünf verschiedenen Kölner Schulen teilgenommen haben. Innerhalb des Fragebogens sind hier auch gezielt Items aufgenommen worden, die Social Media thematisieren. Insbesondere hier zeigt sich Haas Anspruch eingelöst, zur Grundlagenforschung in diesem Feld einen Beitrag zu leisten.

Die empirische Erforschung der Einflüsse von Religiosität auf die Auswahl und Wahrnehmung von Medien bei Jugendlichen sowie umgekehrt der Einflüsse von Medien auf die Wahrnehmung und Gestaltung von Religiosität unter Jugendlichen ist ein großes und noch kaum bearbeitetes Feld. Es hat hohe Bedeutung nicht nur für die Organisationen verfasster Religion(en), sondern auch für die Entwicklung von Gesellschaften, deren Lebenswelten mediatisiert werden.

Ilona Nord

### Anke Hagedorn

#### Die Deutsche Welle und die Politik

Deutscher Auslandsrundfunk 1953 – 2013  
Konstanz, München: UVK, 2016. – 554 S.  
ISBN 978-3-86764-625-3

Am 17. Dezember 1960 trat das „Gesetz über die Errichtung von Rundfunkanstalten des Bundesrechts“ in Kraft. Es gab zwei neue Rundfunkanstalten: zum einen den *Deutschlandfunk (DLF)* mit Sendungen „für Deutschland und das europäische Ausland“, zum anderen die *Deutsche Welle (DW)*, die den „Rund-

funkteilnehmern im Ausland ein umfassendes Bild des politischen, kulturellen und wirtschaftlichen Lebens in Deutschland“ vermitteln und ihnen die „deutsche Auffassung zu wichtigen Fragen“ darstellen und erläutern sollte. Was bei der DW so innovativ klang, war schon neun Jahre alt: Seit dem 3. Mai 1953 gab es diese „Deutsche Welle“. Sie sendete allerdings nicht als „Rundfunkanstalt des Bundesrechts“, sondern im Auftrage der Rundfunkanstalten der Bundesrepublik. Und die waren von den Alliierten als Anstalten des öffentlichen Rechts eingerichtet worden. Damit war ein Zustand geschaffen worden, den Bundeskanzler Adenauer für unerträglich hielt. Seiner Meinung nach musste der Rundfunk „politisches Führungs-mittel der jeweiligen Bundesregierung“ sein. Im September 1952 erteilte er daher Innenminister Lehr den Auftrag, „rechtzeitig vor den Wahlen [im September 1953] die Neuordnung des deut-schen Rundfunks herbeizuführen“. Der dann erfolgte erste Angriff auf die bestehende Rund-funkordnung konnte 1953 durch eine Koalition der Länder abgewehrt werden, der zweite mit dem „Adenauer-Fernsehen“ landete auf Antrag der SPD-regierten Länder vor dem Bundesverfassungsgericht und endete mit dem berühmten Fernsehurteil im Februar 1961. Aus der Konkursmasse des „Gesetzes über den Rundfunk“ entstand die neue Deutsche Welle und der Deutschlandfunk.

Die komplizierte Vorgeschichte beider Sender und die rundfunkpolitischen Vorstellungen von Adenauer und der CDU/CSU sind längstens bekannt. (Steininger 1972, 1973a, 1973b, 1977) Im ersten Kapitel beschreibt Anke Hagedorn aber noch einmal die „schwere Geburt der DW“.

Viel interessanter, lesenswert und stellenweise nachgerade spannend ist das folgende Kapitel über die DW als „Kind des Kalten Krieges“. Wie schon zuvor Frank Capellan für den DLF (Capellan 1993) liefert die Autorin eine aus den Quellen gearbeitete Innenansicht eines Senders, den man in Deutschland gar nicht hören konnte, der aber für Deutschland eine enorme Bedeutung hatte. Sie zeigt dabei die im Gesetz angelegten Probleme der DW auf, in erster Linie die unzureichend gesicherte Finanzierung. Das Innenministerium ist zuständig, aber es gab und gibt keinen Globalhaushalt; je nach politischer Wetterlage entscheidet der Haushaltsausschuss des Bundestages: langfristige Planung nicht möglich. Bei der Darstellung deutscher Politik und ihrer Grundsätze im Ausland fühlten sich Auswärtiges Amt und das Bundesministerium zuständig; nicht selten versuchten sie, Einfluss auf die DW zu nehmen – obwohl sie keine

Weisungsbefugnis hatten. Dagegen betrachtete so mancher Vertreter der politischen Parteien in den Gremien die DW als seine politische Spielwiese und als Instrument der jeweiligen Bundesregierung: mit jedem Regierungswechsel wurde auch bei der DW ein neues Kapitel aufgeschlagen.

Ein weiteres Problem war die im Gesetz unklar formulierte Aufgabenverteilung für die beiden Rundfunkanstalten. Schloss „Ausland“ auch z. B. Osteuropa mit ein? Oder war das für den DLF reserviert? Ab Herbst 1962 strahlte die DW Sendungen in Russisch, Polnisch, Tschechisch, Slowakisch, Ungarisch, Serbisch und Kroatisch aus. Es ging darum, den „Zerrbildern der kommunistischen Propaganda von der ‚revanchistischen und militaristischen Bundesrepublik‘ ein wirklichkeitsnahe Bild vom Westen Deutschlands, der friedlichen Arbeit seiner Menschen und dem Friedenswillen seiner Regierung“ entgegenzusetzen. Mit diesen Sendungen war der Konflikt mit dem DLF vorprogrammiert und wurde dann auch nur oberflächlich beigelegt.

Dabei war auch klar, dass sich die DW als „Dolmetscher der Bundesrepublik Deutschland“ verstand und bis zur Ostpolitik der Regierung Brandt den von den jeweiligen Regierungen vertretenen Alleinvertretungsanspruch Bonns in ihren Sendungen vertrat. Das Ost- und Südosteuropa-Programm war „sicherlich das Herzstück der Fremdsprachen“, so die Autorin (289). Wohl auch darum, da sich dort die DW mit den Redaktionsleitern Botho Kirsch und Carl Gustaf Ströhm massiv einmischte. Sie waren Gegner der neuen Ostpolitik. Was Anke Hagedorn über die entsprechenden Reaktionen in Moskau und Bonn auf deren Sendungen beschreibt, ist einfach spannend. Mindestens so spannend auch die Politik der Deutschen Welle gegenüber der Militärjunta in Griechenland seit 1967 und dem gewaltigen Ende des „Prager Frühlings“ 1968.

Wende und Wiedervereinigung 1989/90 bedeuteten auch für die DW weitreichende Veränderungen. Radio Berlin International (RBI) – der Auslandssender der DDR – wurde „abgewickelt“: die Deutsche Welle übernahm 30 RBI-Frequenzen (und 21 von 121 Mitarbeitern) und konnte damit ihre Situation gegenüber anderen Auslandssendern nachhaltig verbessern. Zum andern gelang der DW die Übernahme der Fernsehsparte des RIAS – mit der Konsequenz, so Hagedorn, dass aus Kostengründen das erfolgreiche Radioprogramm reduziert wurde.

Abschließend versucht sich die Autorin an der Frage: „Hat die DW eine Zukunft?“ In der

Frage an sich liegt schon das Problem: Es gibt nach wie vor keine längerfristige Finanzierungsgrundlage; die DW bleibt „finanziell erpressbar“ und abhängig von der jeweiligen parteipolitischen Konstellation sowie den jeweiligen außenpolitischen Prioritäten der Regierung“ (485). Neben dem Fernsehen setzt die DW für die Zukunft vornehmlich auf das Internet als Verbreitungsweg (Video, Audio, online), was die Autorin nicht unbedingt überzeugt, denn „Fernsehen und Internet bieten nicht die Flexibilität eines Transistorradios, das ohne großen technischen Aufwand an jedem Ort betrieben werden kann, und nicht zuletzt kann die Ausstrahlung bzw. der Empfang von Kurzwellenprogrammen schlechter kontrolliert werden als Fernsehhausstrahlungen oder der Zugang zum Internet“ (514f.).

Fazit: Trotz kleiner Fehler (1965 ist Erhard Kanzler, nicht Adenauer, S. 207; und Heinemann ist Bundespräsident, nicht Staatspräsident, S. 361) eine höchst spannende, interessante und anregende Arbeit über den deutschen Auslandsrundfunk, die gleichrangig neben der Arbeit von Capellan über den Deutschlandfunk steht.

Rolf Steininger

## Literatur

- Frank Capellan (1993): Für Deutschland und Europa: Der Deutschlandfunk. Rundfunkanstalt mit besonderem Auftrag, München u.a. 1993, 492 S. (Rezension in: *Rundfunk und Geschichte* 1993).
- Steininger, Rolf (1972): Langer Streit um Kurze Welle. Der Auslandsrundfunk in den Anfängen der Bundesrepublik 1950 – 1953, Berlin 1972, 189 S.
- Steininger, Rolf (1973a): Rundfunkpolitik im ersten Kabinett Adenauer, in: *Vierteljahrsschriften für Zeitgeschichte* 21 (1973), S. 388 – 434, abrufbar unter [www.ifz-muenchen.de](http://www.ifz-muenchen.de).
- Steininger, Rolf (1973b): Der deutsche Langwellensender 1950 – 1960: Instrument gesamtdeutscher Politik, in: *Rundfunk und Fernsehen* 21 (1973/4), S. 406 – 428.
- Steininger, Rolf (1977): Deutschlandfunk- die Vorgeschichte einer Rundfunkanstalt 1949 – 1961: Ein Beitrag zur Innenpolitik der Bundesrepublik Deutschland, Berlin 1977, 248 S.

**Andreas Hepp / Friedrich Krotz / Swantje Lingenberg / Jeffrey Wimmer (Hrsg.)**  
**Handbuch Cultural Studies und Medienanalyse**  
Wiesbaden: Springer VS, 2015. – 461 S.  
ISBN 978-3-531-18347-3  
(Medien – Kultur – Kommunikation)

Die Cultural Studies haben sich in den vergangenen 20 Jahren zu einem etablierten Ansatz in der deutschsprachigen Kommunikationswissenschaft entwickelt. Entsprechend gibt es heute eine Bandbreite an Einführungen, die Einsteigern zentrale Theorien und Begriffe des Ansatzes nahe bringen. Bis dato fehlt jedoch eine Übersicht, welchen Beitrag die Cultural Studies vor dem Hintergrund des Gesellschafts- und Medienwandels zu aktuellen Fragen der Medienanalyse leisten. Diese Lücke schließt die „Handbuch Cultural Studies und Medienanalyse“, indem es die Denktradition der Cultural Studies umfassend und gut verständlich vorstellt und damit einen fundierten Überblick über die Medienkulturforschung gibt. Gleichzeitig lenkt es den Blick auf gegenwärtige Fragen und Leerstellen. Damit kommen die Autorinnen und Autoren dem in der Einleitung formulierten Anspruch der Herausgebenden, „Ansatzpunkte“ für die „aktuelle Entwicklung“ (S. 11) der Cultural Studies aufzuzeigen, äußerst gelungen nach.

Das Handbuch ist in acht Themenfelder unterteilt, die jeweils eine geschlossene thematische Einheit bilden und gewissermaßen Bücher im Buch darstellen. Jedem dieser Themenfelder ist ein Artikel vorangestellt, der eine kurze Einführung in das Feld gibt, zentrale Begriffe miteinander in Beziehung setzt und hilfreich für eine Übersicht und Orientierung innerhalb des Abschnitts ist. Diese Struktur erleichtert es, das Buch themenorientiert zu nutzen.

Das erste Kapitel „Theoretische Basisorientierungen“ greift zentrale Theorien der Cultural Studies auf und gibt einen gut verständlichen Überblick über die Grundpfeiler des Ansatzes. Gleichzeitig spiegelt es die größte Herausforderung wider, die sich bezüglich einer Systematisierung der Cultural Studies stellt: Grundsätzlich ist es schwierig zuzuordnen, welche Aspekte die Basis und welche eine thematische Spezifizierung des Ansatzes darstellen. So hätten zum Beispiel weitere zentrale Aspekte wie „Rasse“, „Populärkultur“ und „Vergnügen“ in der Basisorientierung vorgestellt werden können, denn auch sie sind grundlegend für ein Verständnis der Cultural Studies. Hier mussten die Herausgebenden notwendigerweise eine

Entscheidung treffen, die zugunsten der thematischen Schwerpunkte ausgefallen ist und es Neueinsteigern etwas schwerer macht, sich ausgehend vom ersten Kapitel inhaltlich zu orientieren. Insgesamt hat das Abstecken von Themenfeldern jedoch den Vorteil, dass den für die Medienanalyse zentralen Themen und Theorien der Cultural Studies eine klare und nachvollziehbare Struktur gegeben wird, ohne den Ansatz zu beschneiden.

Das erste Themenfeld „Diskurs und Repräsentation“ ist eine dichte Einführung in macht-kritische Positionen und hilft, ein Verständnis für die Analyse von Medientexten zu entwickeln. Das zweite Themenfeld „Aneignung und Alltagswelt“ veranschaulicht die kontextorientierte Sicht der Cultural Studies auf die Medienrezeption. Besonders anregend ist das dritte Themenfeld zu „Politik und Partizipation“. Die Beiträge arbeiten einerseits aktuelle Debatten um die Beteiligung der Mediennutzenden an Politik auf. Gleichzeitig reflektieren sie kritisch, wie die Cultural Studies zum Beispiel die Rolle sozialer Medien für die politische Meinungsbildung bewerten. Somit kann sich der Lesende ein differenziertes Bild über die Chancen und Desiderate der Diskussion machen. Das vierte Themenfeld „Populärkultur und Vergnügen“ führt in weitere wichtige Begriffe ein und ergänzt mit seiner profunden Erklärung von Aneignungsphänomenen zudem sinnvoll das zweite Themenfeld. Das gilt auch für das komplexe fünfte Themenfeld „Identität und Subjekt“, innerhalb dessen das Verhältnis von Subjekt und Medien vertiefend dargelegt wird. Das sechste Themenfeld „Ethnizität und Transkulturalität“ zeigt sich vor dem Hintergrund der aktuellen Debatten um die Rolle der Medien in der Flüchtlingskrise als äußerst anregend. Vorausschauend zeichnen sich in den Arbeiten der Cultural Studies zentrale Themen wie Xenophobie oder die Abwehrhaltung gegenüber dem Fremden im Orientalismus ab. Instruktive Impulse für die Zukunft der Cultural Studies gibt das siebte Themenfeld „Technologie und Kultur“. Angesichts des Bedeutungszuwachses digitaler Medientechnologien ist diese Debatte von großer Wichtigkeit für die weitere Entwicklung des Ansatzes. Das achte Themenfeld „Wandlungsprozesse“ schließt mit Beiträgen zu zentralen Meta-Theorien wie der Individualisierung, Globalisierung und Mediatisierung. Damit wird eindrücklich verdeutlicht, dass die Cultural Studies als Gesellschaftstheorie trotz ihres Interesses an der Mikro-Ebene anschlussfähig an die übergreifenden Debatten sind, die sich auf der Makroebene mit den Phänomenen des Gesellschaftswandels befassen.

In den einzelnen Beiträgen zeigen die Autoren und Autorinnen zudem auf, wie die Cultural Studies die Kommunikationswissenschaft erweitert haben. Diese Perspektive hilft einerseits, die innovativen Momente des Ansatzes zu erkennen, andererseits eröffnet sie den Lesenden die Möglichkeit, sich mit dem Fach selbst auseinanderzusetzen. Ein weiterer positiver inhaltlicher Aspekt sind die zahlreichen Verweise zwischen den Texten. Sie erlauben es auf eine unkomplizierte Weise, Themen zu vertiefen und Zusammenhänge zwischen den Beiträgen herzustellen.

Auf einer übergreifenden Ebene liest sich das Handbuch als Aufforderung, die Entwicklung der Medien kritisch zu reflektieren. Es zeigt, dass empirische Untersuchungen differenzierte Prozesse nicht auf einfache Ursache-Wirkungs-Zusammenhänge reduzieren müssen, sondern dass es möglich ist, sie kontextorientiert, unverkürzt und damit adäquat zu erfassen. Diese Botschaft ist vor dem Hintergrund der aktuellen Komplexitätssteigerung, die aufgrund des Medienwandels entstanden ist, wichtig für die kommunikationswissenschaftliche Forschung.

Kathrin Müller

**Felix Reer / Klaus Sachs-Hombach / Schamma Schahadat (Hrsg.)**  
**Krieg und Konflikt in den Medien**  
 Multidisziplinäre Perspektiven auf mediale Kriegsdarstellungen und deren Wirkungen  
 Köln: Halem, 2015. – 397 S.  
 ISBN 978-3-86962-101-2

Kriege sind ein Thema, dass die meisten Menschen nicht aus eigener Erfahrung, sondern ausschließlich durch die Medien kennen. Im neuen Buch *Krieg und Konflikt in den Medien. Multidisziplinäre Perspektiven auf mediale Kriegsdarstellungen und deren Wirkungen* wird dies zum Anlass genommen, um über die mediale Kriegsberichterstattung und deren Folgen zu berichten. Die unterschiedlichen Forschungsschwerpunkte der Herausgeber Felix Reer (Medienpsychologie), Klaus Sachs-Hombach (Medienwissenschaften/visuelle Kommunikation) und Schamma Schahadat (Slawistik/Kulturwissenschaften) erklären bereits die interdisziplinäre Herangehensweise an das Thema.

Das Buch ist in drei Abschnitte aufgeteilt: Krieg und Konflikt in Fotografie und Print, in Film und Fernsehen und schließlich in den neuen Medien. Pro Abschnitt wird der jeweilige Schwerpunkt in vier bis fünf Artikeln thematisiert. Besonders der Aspekt Visualisierung des

Krieges und die daraus resultierende Wirkung zieht sich jedoch wie ein roter Faden durch den Band.

Im ersten Abschnitt analysiert Ulrich Hägle zunächst, wie aus Fotografien des Kriegsendes Ikonen werden können und welche Rolle diese im kollektiven Gedächtnis spielen. Bernd Stiegler vergleicht Kriegsfotografien vom Amerikanischen und Spanischen Bürgerkrieg mit jenen aus dem Bosnienkrieg. Sebastian Gerth hat sich in einer Interviewstudie mit den Emotionen auseinandergesetzt, die durch Kriegsfotografien entstehen können. Zum ersten Teil des Buches zählt auch Romy Fröhlichs Beitrag, der das leider oft vernachlässigte Thema Frauen in der Kriegsberichterstattung behandelt. In einer Langzeitstudie (1989 bis 2000) hat sie in der SZ und FAZ untersucht, in welchen Rollen Frauen in der Berichterstattung über Kriege (Sicherheits- und Verteidigungspolitik) vorkommen. Fröhlich kommt zu dem Ergebnis, dass Frauen in dieser Berichterstattung so marginalisiert werden, dass sie nicht einmal mehr die Hauptrolle als Opfer spielen, was in bisherigen Studien zumeist so festgestellt wurde. Inzwischen würden auch Männer fast genauso häufig als Opfer des Krieges in Erscheinung treten. Die einzige Rolle, in der Frauen noch häufiger als Männer vorkämen, sei in der Form eines „warnenden Gewissens“ und in der einer „Angestammten von Hilfsorganisationen“. Daniel Hornuff rundet den ersten Teil des Buches ab mit einem Artikel über die Berichterstattung in deutschen Zeitungen über die Anschläge in Norwegen 2011. Er beschreibt das Dilemma der Medien in Bezug auf den Umgang mit Terrorismus.

Der zweite Abschnitt des Buches beginnt mit zwei filmwissenschaftlichen Beiträgen. Thomas Elsässer beschäftigt sich mit der filmischen Verarbeitung von Postkonfliktsituationen und dem Einfluss von Filmen in der Erinnerungskultur. Hans J. Wulff thematisiert die Verwendung von Schockbildern in Hitchcocks Filmen, aber auch die moralische Wirkung von Schockbildern in Kriegsfilmen. Der Beitrag von Anne Ulrich zur „Feldherrnherrlichkeit“ geht schließlich auf die visuelle Kriegsberichterstattung in Fernsehnachrichten ein. Am Beispiel der CNN-Berichterstattung über den Irakkrieg 2003 erklärt Ulrich das Problem, dass die große Gefahr des Fernsehjournalismus darin besteht, sich zum Teil einer Sache zu machen, über die man eigentlich distanziert, neutral und sachlich berichten sollte. Sie beklagt eine mangelnde Distanz der CNN-Berichterstattung zum Militär, die sich in der Sprache der Journalisten, aber auch besonders in der Visualisierung der

Kriegshandlungen durch etwa künstliche Computer-Animationen ausdrücken würde. Diese Virtualisierung würde zu einer „Derealisierung“ und „Verharmlosung“ der Berichterstattung über Kriegsgeschehen führen. Ulrich lobt schließlich im Vergleich die damalige Berichterstattung von ARD und RTL. Eine spannende Untersuchung über innovative visuelle Möglichkeiten in der Kriegsberichterstattung und deren potentielle Wirkung, die heute, fast 13 Jahre später, vielleicht noch einmal mit aktuellem Material wiederholt werden sollte. Thomas Knieper und Ibrahim Saleh haben die audiovisuelle Medienberichterstattung über das Massaker von Marikana im Jahr 2012 untersucht. Im Internet archivierte Beiträge von den Sendern eNCA, ARD, ITN, Al-Jazeera und CNN wurden hierfür einer kritischen visuellen Diskurs-Analyse unterzogen. Timelines und Einstellungsbeschreibungen sowie Abbildungen verdeutlichen ihr Vorgehen. Knieper und Saleh kritisieren, dass eine einseitige und verzerrte Berichterstattung stattgefunden habe. Die Fernsehsender hätten es nicht geschafft, ein objektiveres Bild der Lage zu präsentieren. Die Minenarbeiter seien nicht zu Wort gekommen, die Ursache der Arbeitsunruhen sei nicht klar geworden (Kampf gegen soziale Ungerechtigkeit) und auch visuell sei die Berichterstattung zu sehr auf der Seite der Polizei gewesen. Knieper und Saleh schlussfolgern, dass sich TV-Anstalten oftmals zum Komplizen einer Konfliktpartei machen lassen und somit die Rolle als neutraler Beobachter und Vermittler aufgeben.

Der dritte Teil des Buches beginnt mit einer Bestandsaufnahme der Auslands- und Krisenberichterstattung deutscher Medien unter digitalen Vorzeichen von Stephan Weichert. Die erfrischende Abwechslung hierbei ist, dass Weichert sich auf den jeweiligen Vorteil der Medien Fernsehen, Radio, Presse und Internet bezieht und sich nicht auf deren Defizite fokussiert. Für seine Analyse hat er eine Berichterstattungswoche 2012 untersucht mit den Auslands-Themen des Amoklaufs an einer US-Grundschule in Newton und dem anhaltenden Bürgerkrieg in Syrien. Die Ergebnisse der Untersuchung werden jedoch nur stichwortartig am Rande erwähnt und eine detaillierte Beschreibung der jeweiligen Unterschiede in den vier Mediengattungen kommt nicht vor. Das lässt den Leser interessiert und etwas neugierig zurück. Johanna Roering bietet einen kurzen Abriss über die Geschichte der Military Blogs und analysiert im Anschluss qualitativ den Blog eines US-amerikanischen Soldaten im Irak, der aus seiner persönlichen Perspektive die Agenda der Bush-Administration vertreten hat. Den

Abschluss des Buches bilden zwei Beiträge über Computerspiele, die sich mit der Darstellung von Kriegen im Spiel „Call of Duty: Modern Warfare“ (Georg Valtin und Peter Ohler) und der Nutzung und Wirkung von First-Person-Shootern (Felix Reer und Nicole C. Krämer) auseinandersetzen.

Insgesamt ist der Band eine gelungene Bestandsaufnahme zur Forschung über aktuelle Kriegsberichterstattung. Neue Medien, Aspekte der Visualisierung, Genderfragen und Überlegungen zur Medienwirkung werden thematisiert und bieten ebenso spannende Anregungen für zukünftige Forschung. Der Band ist daher eine gewinnbringende Lektüre für jeden, der sich in der Praxis und der Theorie mit Kriegsberichterstattung beschäftigt. Aufgrund der Relevanz der Thematik ist das Buch jedoch auch für ein nicht-wissenschaftliches Publikum geeignet.

Eva Boller

### Julia Serong

#### Medienqualität und Publikum

Zur Entwicklung einer integrativen Qualitätsforschung

Konstanz: UVK, 2015. – 334 S.

(Forschungsfeld Kommunikation; Bd. 36)

ISBN 978-3-86764-616-1

(Zugl.: Berlin, Univ., Diss., 2014)

Die an der FU Berlin eingereichte Dissertation von Julia Serong reiht sich ein in diejenigen Arbeiten, die das Publikum stärker in die Debatte um die Qualität der Medien zu integrieren versuchen. Damit bewegt sich die Arbeit in eine Richtung, die von der Forschung beispielsweise von Klaus Arnold, Christoph Neuberger und Uwe Hasebrink vorgespurt wurde (alle werden prominent erwähnt). „Das“ Publikum, so eine der zentralen Aussagen der Arbeit, gibt es nicht, und auch die Unterscheidung zwischen Medienerzipienten als Konsumenten (führt zu „Quote“) und als Bürger (führt zu „Qualität“) greift zu kurz. Vielmehr plädiert Serong für ein Verständnis, nach dem die Individuen nicht bloß in ihre primären Publikumsrollen (bei Serong v. a. anhand der Konsumentenrolle diskutiert), sondern vor allem auch in ihre sekundären Publikumsrollen eingebunden sind. Letztere sind im Zuge einer funktionalen Differenzierung entscheidend, und Serong weist darauf hin, dass ein jedes Individuum mitsamt seinen verschiedenen Rollen (als Lehrerin, als Dermatologe etc.) immer auch teilsystemisch spezifi-

sche Bewertungsmaßstäbe an die Medien anlegt (S. 259). Was die Qualität der Medien betrifft, so liest Serong deren Orientierung an solchen divergenten Bewertungsmaßstäben gerade nicht als übermäßige Beeinflussung der Medien durch die Funktionssysteme, sondern hält es für entscheidend, dass Medien diese „Mehrsystemrelevanz“ (Vinzenz Wyss) befördern und so zum „Citizen Value“ beitragen, weil Individuen als Bürger eben immer auch an ihre teilsystemisch spezifischen Rollen rückgebunden sind.

Dass Serong den Einbezug des Publikums vorwiegend grundlagentheoretisch aufbereitet und mit einer differenzierten Diskussion über den heterogenen Qualitätsdiskurs verbindet, ist die Stärke dieser Arbeit. Serong konzipiert in ihrer Theoriearbeit die Frage nach der Medienqualität gleichsam als Querschnitt-Thema und hält sie sogar für die „Gretchenfrage“ der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (S. 21). Die Autorin erklärt bewusst, dass sie damit die ganz großen (und im Rahmen einer Dissertation freilich nicht zu beantwortenden) Fragen nach der sozialen Ordnung stellt, und es ist der Autorin beizupflichten, dass eine theoretisch fundierte Diskussion zielführender ist als eine „un-ideologische“, pragmatische Sicht auf Medienqualität ohne starke Rückbindungen an die Theorie (S. 21). Dies ist ein positives Signal für das größer werdende Feld der Qualitätsforschung, in der zunehmend integrative Konzepte verwendet werden, in denen sowohl das Publikum einbezogen wird als auch die normativen Grundpositionen ausgeflaggt und theoretisch hergeleitet werden (Weiß et al. 2016).

Die Verbindung der Stränge und die Orientierung an großen Fragen zeigen sich an der Kapitelstruktur. Kapitel 1 beleuchtet den „Qualitätsdiskurs“, der sich in verschiedenen Foren zeigt und von je spezifischen Logiken geprägt ist; Kapitel 2 erklärt die systemtheoretischen Grundlagen und die „Semantik funktionaler Differenzierung im Qualitätsdiskurs“ („Ausdifferenzierung und Integration der öffentlichen Kommunikation“) und Kapitel 3 fokussiert auf die „Probleme und Perspektiven der Qualitätsforschung“, bei denen Serong vor allem die Trennung in system- und akteurszentrierte Ansätze respektive in Journalismusforschung und Nutzungsforschung bemängelt. Kapitel 4 und 5 lassen sich als Scharnierkapitel lesen, da sie zwischen den „Qualitäts“-Kapiteln und dem eigentlichen Hauptkapitel 6 („Das Publikum der Öffentlichkeit“) zwei wichtige Bausteine einfügen. Kapitel 4 („Individualisierung und Integration in der modernen Gesell-

schaft“) wirft das Inklusionsproblem moderner, funktional differenzierter Gesellschaften auf, während Kapitel 5 den „Gemeinsinn“ (Michael Anderheiden) der Mediennutzer als wichtige Ressource für den Qualitätsdiskurs und damit letztlich für die Integration der Gesellschaft konzipiert („res publica“: Öffentlichkeit und Gemeinwohl“). Auf dieser Grundlage wird im Kapitel 6 das Publikum „im Spannungsfeld von Eigennutz und Gemeinwohl in der Mediennutzung“ (S. 253) verortet, wobei hier Begriffe wie „Zivilgesellschaft“ und „Partizipation“ wichtige Elemente darstellen und auch in die (knapp gehaltenen) Beispiele zur Beteiligung des Publikums im Social Web einfließen (Beispiel Wikipedia). Die Arbeit schließt mit einer knappen, aber lesenswerten Schlussbetrachtung, die vor allem die früheren Kapitel nochmals gut zusammenfasst.

Serongs Monographie versteht sich als Beitrag zu einem „integrativen Theorierahmen“, der zwischen system- und handlungstheoretischen Ansätzen vermitteln soll, um die Rolle des Publikums adäquat zu beschreiben. Allerdings wird doch deutlich, dass der wahre Dreh- und Angelpunkt die Systemtheorie ist. Dies merkt man auch insofern, als die Beschäftigung mit der Systemtheorie deutlich differenzierter ist, während die Auseinandersetzung mit den handlungstheoretischen Ansätzen und deren (möglichen) Anknüpfungspunkten für das Integrationsproblem moderner Gesellschaften viel knapper ausfällt und sich im Hauptkapitel fast ausschließlich auf die „Gemeinwohl“-respektive „Gemeinsinn“-Konzepte von Anderheiden abstützt. Eine Einbettung von weiteren „integrativen“ grundlagentheoretischen Arbeiten (u. a. Giddens) und von kulturosoziologischen Ansätzen, die exakt das Verhältnis von Systemen und Zivilgesellschaft im Rahmen der Öffentlichkeit theoretisch differenziert beschreiben (u. a. Alexander 2006), würde die Arbeit aufwerten. Im Prinzip geht es der Arbeit wohl darum, innerhalb des Theoriekorsets der Systemtheorie dieselbe „aus dem Blickwinkel des Einzelnen zu reformulieren“ (S. 299) und diese – so lassen sich die Passagen zum zivilgesellschaftlichen Engagement von Mediennutzern lesen – ein Stück weit für „Gerechtigkeitsfragen“ zu öffnen. Weil die Frage nach der Stratifizierung (und auch der Segmentierung) in der Systemtheorie bislang nicht annähernd dieselbe Bedeutung erlangt hat wie die Frage nach der funktionalen Differenzierung, muss offen bleiben, wie realistisch eine solche Öffnung im Rahmen der Systemtheorie ist. Die Frage jedenfalls nach dem „angemessenen Verhältnis von Werturteilsfreiheit und Wertbezogenheit“

(S. 291), das Serong einfordert, lässt sich für die hier vorliegende Antwort vielleicht wie folgt beantworten: Systemtheoretiker mögen in Serongs Arbeit bereits schon zu viel Normativität erkennen, während andere eher vermissen werden, warum Serong es nicht versucht hat, abgesehen von der „Mehrsystemrelevanz“ einige normativ begründete Qualitäts-Indikatoren explizit zu benennen. Es sei der reflektierten Arbeit aber zu gönnen, wenn sie die Integration des Qualitätsdiskurses ein Stück weit voranzutreiben vermag.

Linards Udris

## Literatur

Alexander, J. C. (2006). *The Civil Sphere*. Oxford and New York: Oxford University Press.

Weiß, R., Magin, M., Hasebrink, U., Jandura, O., Seethaler, J., & Stark, B. (2016, i.E.). Publizistische Qualität im medialen Wandel – eine normativ begründete Standortbestimmung. In P. Werner, L. Rinsdorf, T. Pleil, & K.-D. Altmeppen (Hg.), *Verantwortung – Gerechtigkeit – Öffentlichkeit. Normative Perspektiven auf Kommunikation*. Konstanz, München: UVK.

## Miriam Stehling

### Die Aneignung von Fernsehformaten im transkulturellen Vergleich

Eine Studie am Beispiel des *Topmodel*-Formats  
Wiesbaden: Springer VS, 2015. – 401 S.

ISBN 978-3-658-09350-1

(Zugl.: Bremen, Univ., Diss., 2014)

Wie verhandeln junge Frauen die dargebotenen Frauenbilder im *Top Model*-Format? Wie stehen sie zu den neo-liberalen Werten, welche die Sendung kolportiert? Und lässt sich die globale Faszination des Formats eher mit universellen oder mit lokalen Strategien erklären? Miriam Stehling greift in ihrer empirischen Studie zur Aneignung der deutschen und amerikanischen Version des *Top Model*-Formats gleich mehrere Themen auf, die sowohl in der textuellen Struktur als auch in der Logik des global gehandelten Formats eingeschrieben sind. Sie bezieht sich damit zum einen auf die Forschung zu Reality-TV und Casting-Formaten, die oft eine feministisch-kritische Haltung einnehmen, und andererseits auf transkulturelle bzw. transnationale Rezeptionsforschung.

Dabei stellt die Autorin einführend klar, dass nicht ein Kulturvergleich Ziel der Arbeit ist, sondern dass die vorliegende Untersuchung vielmehr einen transkulturellen Charakter in-

tendiert. Vor dem Hintergrund der zunehmenden Bedeutung transnationaler und -kultureller Studien sollte sich diese Erklärung eigentlich erübrigen, doch merkt die Autorin zu recht an, dass transkulturelle Forschung eben doch immer wieder in typologisierende Vergleiche münden und der Fokus so eher auf Differenzen anstatt auf Gemeinsamkeiten gelegt wird. Umso erfreulicher, dass hier eine konsequent gedachte transkulturelle Studie vorliegt, die nicht in die Vergleichsfalle tappt.

Doch die Frage, wie sich „junge Zuschauerinnen in Deutschland und den USA das global gehandelte Fernsehformat *Top Model* in der jeweiligen Länderversion“ ansehen, ist nicht die singulär treibende Frage. Vielmehr geht es der Autorin um einen konkreten sozialen und ideologischen Kontext der Sendung und ihrer Rezeption, nämlich deren „Anrufung an eine „Unternehmerin ihrer selbst““ (S. 156). Mit dem Konzept der „Unternehmerin ihrer selbst“ bezieht sich Miriam Stehling auf das neo-liberale Paradigma, das bereits in anderen Studien beschrieben wurde und Werte wie Selbstverantwortung, Flexibilität und Wettbewerb mit einer spezifischen Auslegung von Weiblichkeit, dem „leistungsfähigen Subjekt“, verknüpft, was nach Angela McRobbie zu einer „erneuten Institutionalisierung von Geschlechterungleichheiten und einer Restabilisierung von Geschlechterhierarchien“ führt. (S. 100). Hierin finden sich zwei theoretische Konzepte wieder, welche die empirische Studie ausführlich räumen und strukturieren: Zum einen der postfeministische Diskurs, wie er insbesondere von McRobbie kritisch verhandelt wird, und zum anderen das Konzept der Gouvernementalität, das an Foucaults Gouvernementalitätsbegriff anschließt und um Aspekte des Neoliberalismus erweitert wird. Das *Top Model*-Format, so die theoretische Argumentation, gibt jungen Frauen zwar eine gewünschte Sichtbarkeit, diese Sichtbarkeit ist aber in sexistische Praktiken eingewoben. Darüber hinaus kann als Dreh- und Angelpunkt des Formats dessen neoliberalen Subjektivierung der Zuschauer\_innen betrachtet werden (Stichwort: Leistungsprinzip), das durch eine „fremdkontrollierte Selbstbestimmung“ (S. 168) im Wettbewerb der Kandidatinnen zum Tragen kommt.

Das *Top Model*-Format stellt somit „ein transkulturelles Medienangebot dar, das über verschiedene kulturelle Kontexte hinweg (d. h. transkulturell) Modelle für postfeministische (vergeschlechtlichte) und neoliberalen Subjektivierung(en) bereitstellt und von den Zuschauer\_innen in verschiedenen Kontexten angeignet werden kann“ (S. 101).

Mittels 12 Gruppendiskussionen in Deutschland und den USA mit insgesamt 50 Teilnehmerinnen zwischen 17 und 28 Jahren überprüft die Autorin nicht nur die beschriebenen Geschlechts- und Gouvernementalitätseinschreibungen, sondern geht auch dem transkulturellen Charakter des Formats auf den Grund. Es verwundert nicht, dass die Ergebnisse sehr differenziert ausfallen. Die Zuschauerinnen übernehmen in der Regel die spezifischen „Anrufungen“ des Formats nicht vollkommen kritiklos. Wichtig erscheint hier, dass es eine Rolle spielt, auf welche Sphäre – privat oder beruflich – sich ein Thema bezieht. Während berufliches eher konform mit der ideologischen Prämisse des Formats geschen wird, gilt das gleiche nicht, wenn die Zuschauerinnen dieses mit ihrem Privatleben in Verbindung bringen. Ebenso wenig akzeptieren sie die Logik der Selbst-Ökonomisierung um jeden Preis, die im Format durch die Aufgaben der Jury und deren anschließende Bewertung eingeschrieben sind. Für die Zuschauerinnen gibt es hier Grenzen und Strategien, mit denen sie sich der Fremdkontrolle entziehen. Die gemeinsamen Bezugspunkte der amerikanischen und deutschen Zuschauerinnen überwiegen dabei. Unterschiede zeigen sich, so die Autorin, meist dort, wo auch das Format Unterschiede aufweist – etwa bezüglich der größeren Diversität (z. B. „plus-sized“ Kandidatinnen) der amerikanischen Kandidatinnen. Damit kommt die Autorin zu dem Schluss, dass es sich bei dem *Top Model*-Format um ein transkulturelles Format handelt, da es „eine transkulturelle Rezeption basierend auf gemeinsamen Genrenkenntnissen, Wertvorstellungen und Themen“ ermöglicht (S. 366). Damit definiert sich Transkulturalität nicht nur als Forschungsperspektive, sondern als mediale Diskurspraxis.

Miriam Stehling leistet mit ihrer Studie einen wichtigen Beitrag zur transkulturellen Rezeptionsforschung internationaler Fernsehformate. Zwar hätte sich die Leserin eine deutlichere Betonung der von der Autorin reklamierten Bedeutsamkeit der inhaltlichen und ästhetischen Form des Formats selbst gewünscht, doch fließt dies in ihrer Betrachtung an vielen Stellen nebenbei mit ein. Insgesamt handelt es sich aber um eine Studie, die sowohl den (post-)feministischen als auch den transkulturellen Diskurs in vielerlei Hinsicht bereichert und unbedingt lebenswert ist.

Susanne Eichner

Benjamin Stodt / Elisa Wegmann / Matthias Brand

### Geschickt geklickt?!

Zum Zusammenhang von Internetnutzungskompetenzen, Internetsucht und Cybermobbing bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen

Leipzig: Vistas, 2015. – 159 S.

ISBN 978-3-89158-618-1

(LfM-Schriftenreihe Medienforschung, Bd. 78)

Dass negative Erfahrungen im Internet häufig auch von Personen gemacht werden, die über eine hohe „Onlinekompetenz“ verfügen, konnte bereits in einigen Untersuchungen gezeigt werden. Stodt, Wegmann und Brand bieten nun jedoch ein differenzierteres Bild unterschiedlicher Facetten einer Internetnutzungskompetenz sowie deren Rolle hinsichtlich einer dysfunktionalen Internetnutzung am Beispiel von Internetsucht und Cybermobbing. Ihre Ergebnisse unterstreichen die Notwendigkeit eines differenzierten und vielschichtigen Kompetenzkonzepts, dessen jeweilige Dimensionen sich einerseits präventiv auf eine dysfunktionale Nutzung des Internets auswirken, andererseits aber auch bestimmte negative Verhaltensweisen zu fördern scheinen.

Einleitend verweisen die Autoren zunächst auf die zentrale Bedeutung des Internets, speziell von Social Networking Sites (SNS) im Leben von Jugendlichen und jungen Erwachsenen sowie mögliche Risiken, die eine dysfunktionale Nutzung dieser mit sich bringen kann. Als drei große Säulen der Arbeit werden neben der Internetnutzungskompetenz, die Internetsucht sowie Cybermobbing vorgestellt. Warum die Autoren sich speziell für Internetsucht und Cybermobbing als Beispiele dysfunktionaler Verhaltensweisen entschieden haben und wie diese Aspekte miteinander in Verbindung stehen, wird hier wie auch im weiteren Verlauf der Arbeit nicht explizit ausgeführt. Als theoretischer Zugang wird der „Uses-and-Gratifications“-Ansatz gewählt, der speziell auf das Konstrukt der Internetsucht angewendet wird, während entsprechende theoretische Überlegungen im Kontext von Cybermobbing nicht weiter konkretisiert werden.

Generell erscheint das Kapitel zur Internetsucht als Herzstück der vorliegenden Arbeit, in der aktuelle Diskussionen, relevante Klassifikationsansätze und (v. a. neuropsychologische) Korrelate zusammengetragen werden. Die Überlegungen münden in drei unterschiedliche Modelle zur Erklärung einer funktionalen so-

wie dysfunktionalen Nutzung des Internets. Dieses wird dabei als Werkzeug beschrieben, wobei Besonderheiten des Mediums, speziell der Onlinekommunikation, nur am Rande thematisiert werden.

Im nächsten Kapitel folgen eine kurze Erläuterung des traditionellen Mobbings sowie anschließend eine Diskussion der (veränderten) Definitionskriterien und Rollen im Kontext von Cybermobbing, wobei einige Befunde neuerer Studien nicht berücksichtigt wurden (z. B. die starke, nahezu immer auftretende Kongruenz von Täter- und Opfererfahrungen). Basierend auf bisherigen Resultaten und Modellen der Medien- und Internetkompetenz sowie daraus resultierenden Kritikpunkten entwickeln die Autoren schließlich ein Modell der Internetnutzungskompetenz. Dabei verweisen sie kurz auf eine notwendige Differenzierung von Wissen, Motivation und Handeln, wobei diese Einteilung in ihrem eigenen Modell sowie in der nachfolgenden Operationalisierung nicht explizit umgesetzt wird. Generell enden die Überlegungen im theoretischen Teil der Arbeit abrupt, ohne dass die wichtigsten Erkenntnisse sowie übergeordnete Fragestellungen (und Hypothesen) zusammenfassend herausgearbeitet werden.

Im empirischen Teil der Arbeit stellen die Autoren zwei Teilstudien vor, in denen trotz eines unterschiedlichen Untersuchungsdesigns (experimentelle Laborstudie, Online-Befragung) zum Teil identische Fragebögen eingesetzt und gemeinsam verwertet wurden. Über die eigene Universität sowie weitere Mailinglisten wurde eine Stichprobe von insgesamt 825 Jugendlichen und jungen Erwachsenen zwischen 14 und 29 Jahren rekrutiert. Die einzelnen Messinstrumente werden sehr knapp beschrieben, wobei vor allem zum Verständnis der zentralen Konstrukte (v. a. Internetnutzungskompetenz) weitere Informationen wünschenswert gewesen wären (z. B. Beispiel-Items für jede Dimension). Dies gilt auch für die im Fragebogen verwendete Definition von Cybermobbing, da speziell die Messung dieses Konstrukt seit Jahren stark diskutiert wird. Die von den Autoren gewählte Klassifizierung einer einmaligen Erfahrung innerhalb eines unbegrenzten Zeitraums erscheint fraglich und sollte zumindest differenzierter begründet sein. Neben inhaltlichen Informationen fehlen zur Beurteilung der einzelnen Skalen auch wichtige statistische Kennwerte (z. B. Angaben zur Reliabilität). Zudem wird aus den Ausführungen nicht ersichtlich, ob die einzelnen postulierten Dimensionen in den jeweiligen Konstrukten auch statistisch nachgewiesen werden konnten.

Ein großer Nutzen der Arbeit ist die differenzielle Betrachtung der verschiedenen Dimensionen von Internetnutzungskompetenz sowie deren unterschiedliche Einflusspotentiale auf dysfunktionale Verhaltensweisen im Internet. So können Fähigkeiten zur Selbstregulation und Reflexion als präventive Faktoren in Hinblick auf eine Internetsucht und Cybermobbing bestätigt werden. Im Gegensatz dazu zeigen die Ergebnisse, dass stärker ausgeprägte Produktions- und Interaktionsfähigkeiten (teils auch eine höhere technische Expertise) dysfunktionale Verhaltensweisen positiv zu beeinflussen scheinen. Einschränkend muss jedoch nochmals vermerkt werden, dass die konkreten Inhalte sowie die Güte dieser Dimensionen aufgrund fehlender Informationen nicht endgültig beurteilt werden können. Mit Hilfe von weiteren Mediations- und Moderationsanalysen konnten die Autoren zudem zeigen, dass auch bestimmte Persönlichkeitsmerkmale im Zusammenhang mit verstärkenden und vermeidenden Internetnutzungserwartungen sowie bestimmten kognitionspsychologischen Mechanismen (v. a. ein riskantes Entscheidungsverhalten) dysfunktionale Verhaltensweisen verstärken. Kritisch angemerkt werden müssen hier zum einen die teils schlechten Modellwerte (siehe Mediationsanalyse, S. 97), zum anderen die nicht immer klare und konsistente Verwendung von Mediations- und Moderationsanalysen.

In ihrer abschließenden Diskussion verweisen die Autoren vor allem auf den Wert einer differentiellen Erhebung der Internetnutzungskompetenz, die über eine reine Vermittlung von Wissen hinausgeht und speziell Aspekte der Reflexion und Selbstregulierung des eigenen Verhaltens in den Vordergrund stellt. Ausgespart wird dabei leider die Diskussion von inhaltlichen und methodischen Herausforderungen hinsichtlich einer Messung von Medien- und Internetkompetenz, auch vor dem Hintergrund möglicher Schwächen und Restriktionen des eigenen Modells.

Als Fazit kann demnach festgehalten werden, dass das vorliegende Buch von Stodt, Wegmann und Brand einen weiteren Beitrag zur Entwicklung eines geeigneten Modells von Internetkompetenz leistet und zugleich auch Einblicke in die präventive Rolle dieser Fähigkeiten bezüglich einer dysfunktionalen Nutzung des Internets bietet. Dennoch bleiben gerade hinsichtlich des Kompetenzkonzepts auch einige zentrale, konzeptionelle Fragen unbeantwortet und müssen weiter elaboriert werden.

Ruth Festl

Florian Süssenguth (Hrsg.)

### Die Gesellschaft der Daten

Über die digitale Transformation der sozialen  
Ordnung

Bielefeld: transcript, 2015 – 285 S.

(Sozialtheorie)

ISBN 978-3-8376-2764-0

Der Diskurs um die mit der Informatisierung der Gesellschaft anwachsenden Datenfluten gärt bereits seit vielen Jahrzehnten – von Alvin Tofflers These eines „information overload“ (1970) über John Masheys Präsentation „Big Data and the Next Wave of InfraStress“ (1998) bis hin zu Tim O'Reillys Initialartikel zum Hype um das „Web 2.0“ (2005), der den Umgang mit Daten als das Grundproblem der Digitalisierung markiert hat. Noch einmal weitaus eindeutiger als zuvor rückt indes seit 2010 „Big Data“ als begriffliches Kondensat für Datensmassen und deren Auswertung in den Fokus der öffentlichen Diskussion. Und ähnlich wie im Falle des „Web 2.0“ provozieren die Utopien und Dystopien um „Big Data“ heute in fast allen gesellschaftlichen Bereichen den Eindruck eines disruptiven Umbruchs, auf den unmittelbar reagiert werden muss.

Genau an diesem Punkt setzt der vorliegende Sammelband an, der – anders als es sein Titel suggeriert – „die vielfältigen Effekte der Digitalisierung [...] nicht auf eine eindeutige Zeitdiagnose“ reduzieren (S. 7), sondern zur „Rekonstruktion der Weltzügänge“ beitragen will, die „digitale Medien, Daten und die begleitenden Chiffren jeweils eröffnen“ (S. 8). Ausgehend von dem Befund, dass Sozialwissenschaftler dazu neigten, ohnehin flottierende Digitalisierungssemantiken wie „Big Data“ oder „Web 2.0“ zu „naturalisieren“ und als „quasi-soziologische Fachbegriffe“ einzusetzen, fordert Florian Süssenguth als Herausgeber des Bandes, „auf eine Beobachtung zweiter Ordnung umzustellen“ und dementsprechend nicht nach der Wirklichkeitskongruenz der Begrifflichkeiten, sondern nach ihren Effekten und Funktionen in den jeweiligen Verwendungskontexten zu fragen (S. 99). Diesem Ansinnen nähert sich das Buch in zwei voneinander abgesetzten Abschnitten an, die eine Grundsystematik in die durchaus beeindruckende Bandbreite an Texten aus unterschiedlichen Disziplinen bringen.

Der *erste Teil* versammelt Beiträge, welche „die Frage nach der Gesellschaft der Daten als theoretisches Projekt“ adressieren (S. 10): Bruno Latour und Kollegen folgern aus ihren Erfahrungen in der Analyse digitaler Daten, dass die sozialwissenschaftliche Unterscheidung

von Mikro- und Makroebene „immer weniger glaubwürdig“ werde (S. 34); Gesa Lindemann nimmt die zunehmende Verschränkung von leiblicher Erfahrung und mathematisch erfassbarer „digitaler Raumzeit“ (S. 42) in den Blick und leitet daraus eine schleichende „Gefährdung von funktionaler Differenzierung“ ab (S. 64); Elke Wagner und Martin Stempfhuber hinterfragen die seit Marshall McLuhan prominente These von der Unsichtbarkeit der Medien für ihre Nutzer und sprechen digitalen Medien ein „dekonstruktives Potential“ für „soziologische Grundunterscheidungen“ zu (S. 86); Florian Süssenguth führt entlang dreier Fallstudien vor, dass die Narrative von einem radikalen technikinduzierten Wandel klassische Organisationen zwar in ihrer Selbstbeobachtung gravierend irritieren, sie aber ein „robustes Strukturmoment der Gesellschaft“ bleiben (S. 116); Mikkel Flyverbom und Anders Madsen beschreiben „Big Data“ als „boundary object that is constantly re-framed“ und entwickeln aus ihren empirischen Arbeiten heraus eine Typologie „to unpack this framing“ (S. 141).

Der *zweite Teil* des Bandes fokussiert auf das Zusammenspiel von informationstechnischen Strukturen und sozialen Ordnungsmustern in spezifischen Funktionssphären: Karin Knorr Cetina und Werner Reichmann zeigen am Beispiel des Finanzmarktes auf, „that even highly informational situations include and are embedded in physical practices“ (S. 168); Christoph Biebers Beitrag bietet einen bündigen Abriss zum Umgang der bundesdeutschen Politik mit der „Datafizierung“ (S. 173) der Gesellschaft seit 1970; Christoph Neuberger und Christian Nuernbergh diskutieren die Folgen der „Verdatung des Journalismus“ für die gesellschaftliche Selbstbeschreibung und vermuten, dass es künftig „weniger um Konkurrenz zwischen Profession, Technik und Partizipation“ gehen werde, sondern eher um eine „komplementäre und integrative Beziehung“ (S. 216); Karl-Heinz Ladeur diagnostiziert aus rechtswissenschaftlicher Perspektive, dass sich „die Institutionen der Informationsgesellschaft auf die Logik dieses neuen (Daten-)Verkehrs“ erst noch einstellen müssten (S. 247); Berthold H. Haustein schließlich eruiert die Desiderata des Datenschutzrechts und kommt zu dem Schluss, dass es diesem „de lege lata nicht an Schärfe und Härte fehlt, sondern an Effektivität, Zielgenauigkeit und Akzeptanz“ (S. 276).

Insgesamt versammelt der interdisziplinär angelegte Band, der seinen Ausgangspunkt in der 1. Summer School der Ludwig-Maximilians-Universität München 2013 findet, eine Vielzahl fundierter Analysen zur Digitalisie-

rung und „Big Data“ als Herausforderungslandschaft sowohl für die thematisierten gesellschaftlichen Teilebereiche als auch für die sozialwissenschaftliche Forschung. Da allerdings die einzelnen Beiträge nur selten aufeinander Bezug nehmen und innerhalb der beiden Teile des Buches ohne weitere einordnende Rahmenung nebeneinanderstehen, dominiert stellenweise der Eindruck einer eher situationsgeschuldeten Zusammenstellung, zumal einige Texte deutlich hinter den Anspruch einer organisierten Rekonstruktion der heterogenen Digitalisierungssemantiken zurückfallen. Nichtsdestotrotz bietet der Sammelband einen aufschlussreichen Überblick darüber, wie die „Gesellschaft der Daten“ in den unterschiedlichen sozialwissenschaftlichen Bereichen reflektiert wird. Wie Florian Süssenguth in seinem instruktiven Beitrag zur Funktion von Digitalisierungssemantiken anmerkt, steht das „Projekt der angemessenen Beschreibung des digitalen Wandels“ aber nach wie vor am Anfang. Es besteht in seinen Worten darin, „empirisch zu zeigen, wie [...] der durch digitale Medien eröffnete Möglichkeitsraum in Experimente mit konkreten Praktiken und schließlich wieder in stabile [...] Erwartungsstrukturen überführt wird“ (S. 116).

Jan-Felix Schrape

### **Martina Thiele**

#### **Medien und Stereotype**

Konturen eines Forschungsfeldes

Bielefeld: transcript, 2015. – 501 S.

ISBN 978-3-8376-2724-4

(Critical Media Studies)

Stereotype Darstellungen häufig sogenannter Randgruppen sind uns allen bekannt und ziehen sich durch alle Medien, von Presse bis zum Fernsehen oder Kinofilm. Und wissenschaftliche Veröffentlichungen zu diesem Thema gibt es ebenfalls zahlreiche, meist jedoch aus anderen wissenschaftlichen Disziplinen als der Medien- und Kommunikationswissenschaft. Stereotype werden zwar immer wieder erwähnt oder als Fallbeispiel herangezogen, aber die wenigsten Autoren widmen sich der historischen Forschung oder den interdisziplinären Zusammenhängen oder gar einer Theorieentwicklung, wie Stereotype Medien beeinflussen. Martina Thiele, selbst Professorin für Kommunikationswissenschaft an der Salzburger Universität, ändert dies mit ihrem Beitrag zur Reihe *Critical Media Studies*.

Dem Stereotyp nähert Martina Thiele sich zunächst über eine Abgrenzung zum Kategoriebegriff. Hilfreiche Einteilungen seien Kategorien, sie machen erst menschliches Lernen und Verstehen möglich. Deshalb stehe am Beginn jeder empirischen Forschung auch die Einteilung in verschiedene Kategorien (S. 24), so lautet ihre Begründung für diese exponierte Darstellung der Kategorie. Ihre Argumentation, Kategorisierungen seien der erste Schritt im Prozess der Stereotypisierungen, stützt sie auf folgende Basis: Die Einteilung in nicht neutrale Kategorien ermöglicht erst, mehreren Personen oder Gegenständen mittels Attribuierung eine bestimmte Eigenschaft zuzuschreiben.

Die sehr umfassende Erklärung zum Ursprung des Begriffs Stereotyp sowie einen gut dargelegten Bezug zur Soziolinguistik und anderen Wissenschaften, unter Andeutung der Besonderheit von visuellen Stereotypen, wie sie für die Medien eine erhebliche Rolle spielen, runden die Einführung ab. Leider bleibt ihre Unterscheidung zwischen Visiotyp und visuellen Stereotypen etwas einseitig; Die Erläuterung für Visiotyp fehlt an dieser Stelle.

Die folgende Abgrenzung zu Klischee, Vorurteil, Feindbild sowie Bild und Image runden das erste Kapitel perfekt ab. Gewissermaßen als Resümee versucht die Autorin in ihrer eigenen grafischen Darstellung, alle Begriffe miteinander in Beziehung zu setzen, ohne dabei auf das Verhältnis zwischen Realität und den Bildern von der Realität zu verzichten. Die Dimensionen der verschiedenen Begriffe und die fließenden Übergänge, sowie die wertende Tendenz der mit Stereotypen verbundenen Attribuierungen (S.49) werden ebenfalls visualisiert. Thiele betont selbst die möglichen Einwände gegen eine solche grafische Vereinfachung, verweist aber auch auf die Orientierungs- und Verständigungsfunktion – wie ich finde, ist dieser Versuch sehr überzeugend gelungen.

Ihre Darstellung von Tradierung sowie Funktionen und Arten von Stereotypen vermitteln dem Leser einen guten Überblick über den aktuellen Stand der Forschung. Nicht nur der Vollständigkeit halber, sondern auch gewissermaßen als Arbeitsbasis für die folgenden Kapitel formuliert Martina Thiele ihre eigene Definition von Stereotypen: „Eigenschaften und Qualitäten, die als verbunden mit Kategorisierungen von Personen, Gegenständen, Situationen oder auch abstrakten Dingen und Ideen wahrgenommen werden.“ (S. 96) Sie weist allerdings selbst darauf hin, dass diese Definition noch ergänzungswürdig ist, da bisher weder auf die Genese, Tradierung und Stabilität

oder Wandelbarkeit noch auf die Funktion von Stereotypen eingegangen wird. (S.96)

Im zweiten großen Kapitel gibt die Professorin einen umfangreichen Überblick über die Historie der Wissenschaft von Vorurteils- und Stereotypenforschung in den USA im 20. Jahrhundert und den Forschungsstand der medien- und kommunikationswissenschaftlichen Beschäftigung mit Stereotypen in Deutschland. Zahlreiche Arbeiten bekannter Autoren aus der Soziologie, Psychologie und den Sozialwissenschaften werden in einem prägnanten und gut strukturierten Überblick zusammengestellt. Ergänzt wird diese Aufstellung mit den ersten Anfängen der medien- und kommunikationswissenschaftlichen Stereotypenforschung der frühen 1960er Jahre.

Welche Beiträge im deutschsprachigen Raum seit 1945 zu Medien und Stereotypen geleistet wurden, stellt Martina Thiele im Weiteren vor. Anhand von zwei Metaanalysen werden zum einen systematische Analysen von Beiträgen in medienwissenschaftlichen Fachmagazinen durchgeführt und zum zweiten werden ausgewählte deutschsprachige Publikationen, die das Stereotyp und seine Darstellung als Mediennbild thematisieren, analysiert. Diese zweite Untersuchung ist auf keine disziplinäre Herkunft der Veröffentlichungen beschränkt und hat daher auch keinen Vollständigkeitsanspruch, wie Thiele selbst konstatiert.

Die Ergebnisse beider Metaanalysen werden unterteilt nach Stereotypen von Nationen, Religionen, Geschlechtern, Alter und Berufen. Während Nationen- und Geschlechterstereotype häufig thematisiert werden, sind religiöse oder alters- und körperspezifische Stereotype nur in geringem Umfang nachweisbar. Die Häufigkeit von Berufsstereotypen liegt in der Mitte zwischen den beiden anderen Ergebnissen. (S. 376) Obwohl die Metaanalysen sehr sorgfältig erklärt und ausgewertet werden, kann es natürlich nur beispielhaft für die sechs zugrunde gelegten Stereotype stehen. Weitere Stereotypenarten bleiben daher leider völlig unberücksichtigt.

In ihrem Fazit, kommt Thiele unter anderem zu dem Schluss, dass es sich bei der Stereotypenforschung um ein offenes und am ehesten transdisziplinäres Forschungsfeld handelt, das mit folgenden drei Forschungsaufgaben konfrontiert ist: die Entstehung von Stereotypen, das Ergebnis von Stereotypisierungen, nämlich die eigentlichen Stereotype und ihren Gebrauch, und drittens die individuellen und sozialen Folgen von Stereotypisierungen zu analysieren. (S. 395) Es werden Ansätze und Theorien, nicht nur aus der Medien- und Kommuni-

kationswissenschaft, gebraucht, die den Prozess der Kategorisierung und der anschließenden Stereotypisierung deutlich hinterfragen und „Stereotype als soziale Konstrukte begreifen, an deren Konstruktion Medien unmittelbar beteiligt sind“. (S. 395)

Zusammenfassend bleibt festzuhalten, dass sich der Beitrag von Martina Thiele auf jeden Fall durch seine akribische Detailarbeit, sei es bei der Auswertung der Analysen oder in der Zusammenstellung der vorhandenen Literatur, auszeichnet. So verzeiht man auch den einen oder anderen beschriebenen Mangel und findet in diesem Buch einen ausgezeichneten aktuellen Forschungsüberblick und einen nicht minder ausführlichen Ausblick auf die Zukunft der Stereotypenforschung. Gute Forschungsfragen und -aufgaben, unterstützt durch die transdisziplinäre Verortung der Stereotypenforschung, geben diesem Buch seinen gerechtfertigten Stellenwert in der aktuellen Wissenschaftsliteratur.

Iris Westermann

### Claudia Wilhelm

#### Digitales Spielen als Handeln in Geschlechterrollen

Eine Untersuchung zu Selektion, Motiven, Genrepräferenzen und Spielverhalten  
Wiesbaden: Springer VS, 2015. – 274 S.

ISBN 978-3-658-07971-0

(Zugl.: Jena, Univ., Diss., 2012)

Die quantitative Studie fragt nach dem Zusammenhang von Geschlechterrollen und digitalem Spielen. Hierzu wird erörtert, warum digitales Spielen überhaupt als Freizeitaktivität im jeweiligen sozialen Kontext gewählt wird. Zudem wird die Ebene des Spielverhaltens untersucht, wobei Interaktionsprozesse und Handlungsmotive im Mittelpunkt stehen.

Die Autorin Dr. Claudia Wilhelm hat das Thema 2012 zunächst als Dissertation verfasst und nun publiziert. Sie arbeitet als akademische Rätin am Seminar für Medien- und Kommunikationswissenschaft der Universität Erfurt.

Das Buch beginnt mit einer theoretischen Herleitung und geht dann zur Operationalisierung und Auswertung über. Claudia Wilhelm stellt zunächst fest, dass digitale Spiele zunehmend Teil unserer Gesellschaft sind, die ebenso wie andere Medien bewusst selektiert und genutzt werden. Diese soziale Handlung ist an sozialen Rollen (u. a. Gender) orientiert (Kap. 2). Die Nutzungsintensität wird, wie durch aktuelle Studien belegt, durch verschiedene Faktoren beeinflusst: Persönlichkeitseigenschaf-

ten, das soziale Umfeld und strukturelle Merkmale wie Alter, Bildung und ökonomische Ressourcen. Digitales Spielen sei deshalb im sozialen Kontext zu betrachten (Kap. 3).

In Kapitel 4 definiert Wilhelm Geschlecht als soziales Handeln in Rollen, das sich in Abhängigkeit vom biologischen Geschlecht entfaltet; dies bedingt ihrer Ansicht nach geschlechtstypisches Mediennutzungsverhalten auch im Bereich von digitalen Spielen. Wilhelm merkt kritisch an, dass eine bipolare Vereinfachung der Unterschiede (Mann/Frau) ebenso schwierig sei wie eine vollständige Vernachlässigung von Geschlechterunterschieden in der Forschung. Sie übernimmt die Geschlechter-Theorie eines biosozialen Modells (Wood/Eagly 2002), das eine Beziehung zwischen biologischem und psychosozialem Geschlecht (Gender) impliziert. Zusätzlich bindet sie Alter und Bildungshintergrund als Variablen in ihre Untersuchung ein.

Nach Herleitung dieser theoretischen Züge folgen Modellannahmen, Operationalisierungen und die aus den Forschungsfragen abgeleiteten Hypothesen (Kap. 5). Als Untersuchungsinstrument ist eine quantitative Online-Befragung gewählt, diese ist über Foren v. a. in Online-Spieleportalen beworben worden (n=321, davon 48 % Frauen). Die zuvor aufgestellten Hypothesen werden detailreich und kritisch ausgewertet. Dabei werden Annahmen zu geschlechtstypischem Handeln und die vermutete Relevanz insbesondere des (angenommenen) biologischen Geschlechts bewertet (u. a. S. 195). Häufig seien Bildung und Alter – auch in Kombination mit entsprechend unterschiedlichen Vorstellungen von Femininität und Maskulinität – ein relevanter Einfluss bzw. moderieren den Zusammenhang derselben (u. a. S. 213). Wilhelm entwickelt als Ergebnis ihrer Studien ein Modell zur Erklärung der Nutzung digitaler Spiele (S. 235), betont allerdings, dass ihre Ergebnisse nicht verallgemeinert werden können.

Im abschließenden Kapitel 8 zieht sie fachspezifische Schlussfolgerungen für die Geschlechterforschung und betrachtet kommunationswissenschaftliche und handlungstheoretische Konsequenzen.

Das Buch umfasst eine Vielzahl von theoretischen Ansätzen, die auch dank eines flüssigen Schreibstils eingängig dargestellt werden und eine gute Übersicht über den Forschungsstand bieten. Besonders gelungen ist u. a. die Einführung in die quantitativen Forschungsschritte, in der die Autorin auch Grenzen ihrer Forschung transparent macht.

Auffällig ist, dass Claudia Wilhelm bei ihrer Fragestellung Spielende als Gesamtgruppe im Blick hat, den männlichen Spieler als Standard-Annahme also nicht übernimmt. Nicht nachvollziehbar ist jedoch, dass sie die Perspektive aktueller Geschlechterforschung ignoriert und weiterhin von einem binären Geschlechtermodell ausgeht, wobei sie dem biologischen Geschlecht auch noch einen direkten Einfluss u. a. auf die Nutzungsmotive und das Spielverhalten zugestehrt. Besonders frappierend ist dies angesichts der Tatsache, dass sie ihre geschlechtsbezogenen bipolar formulierten Hypothesen nicht bestätigen kann (vgl. u. a. S. 241).

Auch werden einige zentrale gendertheoretische Publikationen aus der digitalen Spieleforschung vernachlässigt (so u. a. Krause 2010) und Texte als Zitiergrundlage angegeben, aber inhaltlich ignoriert, die den Forschungsergebnissen von Wilhelm eher widersprechen würden (insbesondere Jenson/de Castell 2010, aber auch Shaw 2012). Dabei reihen sich ihre zentralen Ergebnisse – nämlich, dass „Männer“ und „Frauen“ gar nicht so anders sind, wenn man Vielspielende im ähnlichen Alter betrachtet – in bestehende Forschungserkenntnisse ein. So stellte schon Yee in Bezug auf die ebenfalls von Wilhelm untersuchten Massive-Multiplayer-Online-Spiele fest: „The reality is that those men and women who currently play online games are overwhelmingly similar in terms of what they like to do with them. And stereotypical assumptions of gender motivations are either nonsignificant (i.e., Socializing) or are dwarfed by differences in age (as in the case of the Achievement motivation).“ (Yee 2008: 94f.) Insofern widerlegt zwar auch Wilhelms Studie das gängige Vorurteil, dass Frauen nur ein Genre spielen, Gewalt und kompetitives Verhalten in digitalen Spielen per se ablehnen oder sowieso nicht spielen würden – verfällt aber in ein binäres Geschlechtermodell und verfestigt dadurch Stereotype.

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass die Studie Teil einer soziokulturellen Forschungstradition ist und einen quantitativen Beitrag für die weitere Frage leisten könnte, welche Rolle Geschlecht in und um digitale Spiel(welten) besitzt. Deutlich werden dabei die Grenzen quantitativer Ansätze in diesem Bereich, z. B. in der mangelnden Möglichkeit, heterogenes Interesse an verschiedenen Spielkategorien differenziert zu beantworten, was z. B. einen längeren Verlauf von vielfältigem Spielinteresse (mit möglichem Wandel z. B. durch verfügbare Zeitkontingente) ausblendet. Daher ignoriert die Studie wechselnde Nutzungsmotive oder Interaktionsarten. Hinzu kommt die

schon von Wilhelm selber angemerkte problematische Stichprobe, die eine Verallgemeinerung der Ergebnisse nicht zulässt.

Die eigentliche Frage nach dem Einfluss von sozialem Kontext (und insofern auch Gender) auf das digitale Spielen ist wichtig und sollte erforscht werden. Leider bietet die Studie nur erste Hinweise für weitere Untersuchungen und verfehlt das titelgebende Ziel, digitales Spielen als Handeln in Geschlechterrollen zu erörtern. Durch den Fokus auf das biologische Geschlecht gehen die insbesondere im medialen Bereich spannenden Fragen von Performanz und Performativität völlig verloren (vgl. Lünenborg/Maier 2013). Ebenso wenig werden Fragen nach (strukturellen) Limitierungen von sich als weiblich identifizierenden und/oder identifizierten Personen thematisiert. Wilhelm beantwortet nicht, warum digitales Spielen Handeln in Geschlechterrollen ist oder welche Rolle die Spiele dabei selbst innehaben, die Studie verbleibt auf einer eher deskriptiven Ebene.

Maike Groen

## Literatur

- Jenson, J. / de Castell, S. (2010): Gender, Simulation, and Gaming: Research Review and Redirections. In: *Simulation Gaming*, Vol. 41 No. 1, S. 51-71.
- Lünenborg, M. / Maier, T. (2013): Gender Media Studies. Eine Einführung. Konstanz und München: UVK Verlagsgesellschaft mbH.
- Krause, M. (2010): Weibliche Nutzer von Computerspielen – Differenzierte Betrachtung und Erklärung der Motive und Verhaltensweise weiblicher Nutzer von Computerspielen. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Shaw, A. (2012): Do You Identify as a Gamer? Gender, Race, Sexuality, and Gamer Identity. In: *New Media & Society*, Vol. 14 No. 1, S. 28-44.
- Wood, W. / Eagly, A. (2002): A Cross-Cultural Analysis of the Behavior of Women and Men. Implications for the Origins of Sex Differences. In: *Psychological Bulletin*, 128, Jg., S. 699-727.
- Yee, N. (2008): Maps of Digital Desires: Exploring the Topography of Gender and Play in Online Games. In: Y. Kafai, C. Heeter, J. Denner & J. Sun (Eds.), *Beyond Barbie and Mortal Kombat: New Perspectives on Gender and Gaming*. Cambridge: MIT Press, S. 83-96.

**Werner Wirth / Katharina Sommer / Martin Wettstein / Jörg Matthes (Hrsg.)**

**Qualitätskriterien in der Inhaltsanalyse**

Köln: Halem, 2015. – 289 S.

ISBN 978-3-86962-150-0

(Methoden und Forschungslogik der Kommunikationswissenschaft; Bd. 12)

Während die meisten Fachzeitschriften den Sprung in die digitale Zukunft geschafft haben und Papier dem Untergang geweiht zu sein scheint, blüht in Deutschland der Nischenmarkt von kommunikationswissenschaftlichen Sammelbänden. Für Nachschub sorgen vor allem DGfK-Fachgruppentagungen. Die 2012 abgehaltene Tagung „Fortschritte in der Inhaltsanalyse“ hat nach dem Sammelband „Automatisierung in der Inhaltsanalyse“ auch noch den hier zu besprechenden Titel zu den Qualitätskriterien der Inhaltsanalyse mit Beiträgen versorgt. Dem Inhaltsverzeichnis ist es nicht direkt zu entnehmen, aber das Buch ist inhaltlich klar geordnet, in meiner Besprechung werde ich darum dem linearen Aufbau folgen.

Eröffnet wird der Band mit einem sehr informativen, die Inhaltsanalyse einordnenden Beitrag vom Altmeister Werner Früh und seiner Tochter Hannah Früh. In dem mit über 60 Seiten mit Abstand umfangreichsten Beitrag analysieren sie die Darstellung der Inhaltsanalyse in ausgewählten Fachzeitschriften 2000 bis 2009. Werner und Hannah Früh konstatieren bezüglich der Dokumentation der Qualitätsstandards, dass explizite Überlegungen zur Validität eine große Ausnahme sind und Angaben zur Reliabilität insgesamt zu selten und wenn vorhanden, dann häufig unsystematisch beschrieben. Zu hoffen bleibt, dass die Autoren der analysierten Zeitschriftenbeiträge es nicht der Mühe wert fanden, näher auf Validität und Reliabilität einzugehen und nicht etwa die Validität und Reliabilität der Ergebnisse bezweifelt werden muss. Noch erschreckender ist, dass auch der Peer Review-Prozess von high ranked Journals wie dem *Public Opinion Quarterly* oder dem *Journal of Communication* keine Garantie dafür bieten, dass Validität und Reliabilität ausreichend dokumentiert werden. Aber wie sicher können wir eigentlich sein, dass die hier von Werner und Hannah Früh berichteten Defizite zutreffen? Diesbezüglich gehen beide mit gutem Vorbild voran und liefern neben einer Beschreibung der Methode auch das Codebuch in der Beilage mit. Die entscheidende Frage wird im Ausblick leider nicht gestellt: Was muss geschehen, um bei einer Replikation der Studie zum Ergebnis zu kommen, dass die

Qualitätskriterien besser dokumentiert sind und deren Einhaltung durch Forscher zumindest reflektiert wird? Zuallererst sind aus meiner Sicht Standards für die Dokumentation von Validität und Reliabilität notwendig. Zusammen mit anderen Handbüchern zur Inhaltsanalyse bietet der vorliegende Band genügend Kriterien, um die Einhaltung der Standards zu beurteilen. Es ist dann die Verantwortlichkeit der Herausgeber von Fachzeitschriften, dafür Sorge zu tragen, dass die Standards eingehalten werden.

Die Autoren der nachfolgenden fünf Beiträge beschäftigen sich näher mit dem Codierer. Zunächst wundert sich Martin Degen in seinem Beitrag zu Codierer-Effekten in der Inhaltsanalyse, dass der Codierer in Anbetracht seines „allgegenwärtigen Fehlerpotentials“ bisher kaum erforscht wurde. Werner Wirth, Martin Wettstein, Rinaldo Kühne und Katrin Reichel untersuchen in einem lesenswerten Beitrag die personellen und situativen Einflussfaktoren auf Qualität und Quantität des Codierens in der Inhaltsanalyse. Damit widmen sie sich dem forschungspraktischen Problem, wie Codierer effektiv und reliabel Texte codieren können. Ich notiere mir für die Rekrutierung von Codierern den Gut&Günstig-Tipp der Autoren: Motivierte Codierer mit schwacher schematisch-heuristischer Codierweise steigern die Reliabilität. Dass Codierer jedoch nachts erheblich schneller codieren als morgens, scheint mir angesichts des Einsatzes von Studenten nur begrenzt auf andere Bevölkerungsgruppen übertragbar. Der im darauffolgenden Beitrag angekündigte empirisch fundierte Maßnahmenkatalog zur Qualitätssicherung in Inhaltsanalysen von Oliver Gruber und Melanie Magin enttäuscht zu hohe Erwartungen und erweist sich lediglich als Erfahrungsbericht aus einem Forschungsprojekt. Zwei Beiträge schließen die Betrachtungen des Codierers im Inhaltsanalyseprozess ab. Zunächst geht Elke Kronewald auf die Bedeutung der Arbeitsmotivation von Codierern für die Effektivität und Effizienz des Codierprozesses ein. Ihre Leitfadeninterviews mit Experten zeigen, dass die Codierer – anders als häufig angenommen – sowohl in- als auch extrinsisch motiviert sind. Ines Engelmann und Michael Sülflow untersuchen den Einfluss der Reihenfolge präsentierter Aussagetendenzen auf die Codierung von Beitragstendenzen. In

zwei Experimenten haben die Autoren weder Primacy- noch Recency-Effekte nachweisen können.

Die verbleibenden fünf Beiträge thematisieren unterschiedliche methodische Aspekte der Inhaltsanalyse. Benjamin Fretwurst beschreibt praxisnah den Gebrauch des Reliabilitätskoeffizienten „Lotus“ und ermuntert zu dessen Berechnung mit SPSS: „Selbst Studierende im ersten Semester hatten mit der Anwendung keine Probleme.“ Michael Scharkow und Jens Vogelgesang schlagen für den Fall, dass bei der Auswertung inhaltsanalytisch gewonnener Daten eine Messfehlerkorrektur vorgenommen werden soll, den Einsatz des SIMEX-Verfahrens vor. Reliabilitätstests bekommen dadurch doppelten Nutzen, sie weisen nicht nur negativ auf Messfehler, sondern dienen positiv als Input, um den Messfehler zu korrigieren. Danach beschäftigen sich Martin Wettstein, Werner Wirth und Katrin Reichel mit der forschungssökonomischen Frage, ob alle Akteure in einem Beitrag codiert werden sollten oder ob man nicht schon an drei Akteuren genug hat. Sie zeigen, dass die pragmatische Begrenzung auf drei Akteure zu verzerrten Verteilungen führen kann, können aber nur einen schwachen Effekt auf die externe Validität messen. Der Band wird abgeschlossen mit je einem Beitrag zur Erfassung visueller Inhalte von Stephanie Geise und Patrick Rössler und einem Beitrag zur Verknüpfung von Inhaltsanalysen mit Befragungsdaten von Jörg Hagenah.

Obwohl ich ein erklärter Gegner von Sammelbänden bin, da diese üblicherweise keinen peer review-Prozess durchlaufen und häufig den Fachzeitschriften die Beiträge wegfischen und somit den potentiellen Leserkreis begrenzen, muss ich attestieren, dass dieser Band zurecht herausgegeben wurde und seinem Anspruch, die Qualitätskriterien der Inhaltsanalyse zu beleuchten, durchaus gerecht wird, wobei sich die Leuchtkraft der einzelnen Beiträge erheblich unterscheidet. Den Herausgebern ist es gelungen, einen Band zusammenzustellen, der wegen seiner inhaltlichen Struktur für den an der Inhaltsanalyse interessierten Leser mehr ist als die Summe seiner Teile. Dazu trägt nicht zuletzt der einleitende Beitrag von Früh und Früh bei, der einen (noch) weiteren Leserkreis verdient hätte.

Edmund Lauf