

erarbeiteter Interaktionsrolle (hier kommt das Bourdieusche „kulturelle Kapital“ ins Spiel) – sehr verschieden aussehen können.

Erstaunlich ist: Trotz aller Spaltungen und Differenzen in den interaktiv konstruierten kollektiven Identitäten findet sich dennoch ein „nationales Wir“, immerhin insoweit, als sich eine Mehrheit der Interagierenden darin einig ist, „Nation und nationale Zugehörigkeit zu einem der zentralen Bezugspunkte der Bedeutungsproduktion und Interpretation zu machen“ (S. 397f.). Man scheint die Kategorie zu brauchen, auch wenn man im Detail nicht übereinstimmt oder ihr sogar misstraut. Trotz aller Konstruiertheit, Widersprüchlichkeit und Fluidität erscheint das „Nationale“ nach den Analysen der Autorin doch recht stabil: „Die Akteure handeln in einem fest verankerten Netz von Strukturen, Regeln, Bedeutungen und Interpretationen, an dem täglich weiter geknüpft wird. Dies macht deutlich, dass der Begriff der ‚Konstruktion‘ von Nation, nationaler Identität und Gemeinschaft befreit werden muss von Vorstellungen der unmittelbaren Veränderbarkeit des Konstruierten.“ (S. 401) Schlimmer noch: „Im Kontext der doppelten Staatsbürgerschaft ist es der CDU/CSU gelungen, u. a. auch in Talkshows Deutungshegemonie hinsichtlich der Vorstellungen einer nationalen „Wir“-Gemeinschaft als zu schützendes „Gut“ zu gewinnen.“ (S. 103)

In der Tat: Vom Multi-Kulti-Konzept, das selbst Heiner Geissler favorisierte, ist kaum noch etwas zu hören. Stattdessen scheint niemand mehr an der Idee von ‚Integration‘ vorbeizukommen, die – Europa hin, Globalisierung her – doch mehr nach Homogenisierung und Assimilation klingt. Vielleicht ist es aber auch so, dass man sich nationale Identitäten durchaus gefahrlos leisten könnte, solange man auch andere Identitäten pflegte, regionale, supranationale, und solange man statt Integration ‚gute Nachbarschaft‘ zwischen Nationalitäten konzeptualisierte, seien sie durch äußere Grenzen getrennt oder nur durch mentale im Innern von Gesellschaften.

Tanja Thomas hat gezeigt, wie man auch die zukünftigen Debatten im Fernsehen wird beschreiben können.

Werner Holly

Klaus Plake

Handbuch Fernsehforschung

Befunde und Perspektiven

Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften, 2004. – 404 S.

ISBN 3-531-14153-8

Es ist noch gar nicht so lange her, dass zwei umfangreiche Bände zur Fernsehforschung in Deutschland erschienen sind. Die Medienforschung des Südwestrundfunks bat seinerzeit mehr als 80 Autoren um kompakte Darstellungen zu Teilgebieten der Fernsehforschung in Deutschland. Diese waren teils historisch angelegt, teils nahmen sie auf aktuelle Themen und Daten Bezug, häufig aber auch mit einem explizit methodischen Fokus, der die Medienforschungspraxis in den Vordergrund stellte. Obwohl sich so viele Autoren an dieser Publikation beteiligt haben, wird man kaum zu dem Ergebnis kommen können, dass allen Bereichen, die im weiteren Sinne der Fernsehforschung zugerechnet werden können, in gleicher und adäquater Weise Rechnung getragen werden konnte. Der Mut zur Lücke ist angesichts der Entwicklung der Kommunikationswissenschaft notwendig. Er stellt sich aber gleichsam wie von selbst ein.

Wer heute über Fernsehforschung spricht, denkt zunächst einmal an jenes Feld der systematischen Beobachtung, das Skeptiker solcher Verfahrensweisen gelegentlich auch als administrative Forschung bezeichnen. Die Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) liefert uns quasi parallel zum Leben eine permanente Reflexion darüber, was wir mit einem Teil unserer Zeit tun. Was hier tagtäglich an Daten produziert wird, könnte ohne Weiteres mehr als 80 Forscher mit einer Vielzahl von Aufgaben versorgen. Das mag auch ein Grund dafür sein, dass das von Klaus Plake vorgelegte „Handbuch Fernsehforschung“ nicht in Zahlen verliert, sondern eine Aufarbeitung der Forschung präsentieren möchte, die er selbst als fernsehspezifisch (S. 10) bezeichnet. Der Praktiker aus der Medienforschung wird daher eher zu dem Ergebnis kommen, ein „Handbuch Fernsehtheorien“ in der Hand zu halten.

Im Vorwort wird der Anspruch des Buches kurz skizziert. Der Hinweis, dass nicht alle wichtigen Arbeiten berücksichtigt werden können, überrascht in diesem Zusammenhang kaum. Er ist mehr als verständlich. Weiter heißt

es dann: „Jeder, der bei seinen wissenschaftlichen Recherchen eine breite Perspektive wählt, wird sich auf Strukturen beschränken müssen. Für ein wissenschaftliches Lehrbuch ist ein Vorgehen erforderlich, das den Zugang zu einem Wissensgebiet erleichtert, das also Erkenntnis- und Wissensbestände nach eigenen Kriterien zusammenfasst, womit Lesbarkeit und Verständlichkeit sowie die Gewinnung eines Überblicks im Vordergrund stehen sollten. Der Selektionsmodus, der sich in dieser Rekonstruktion der Fernsehforschung ausdrückt, ist somit kein Bewertungsmodus.“ (S. 9)

Diese eigenen Kriterien, von denen der Verfasser spricht, werden aber nicht wirklich expliziert. Man mag zwar nachvollziehen können, dass der Verfasser auf Grund der von ihm als notwendig erachteten Integration der historischen Perspektive mit einem Kapitel zur Geschichte des Fernsehens beginnt, aber zur Fernsehforschung gehört dies wohl nur im weiteren Sinne. Warum die Rechts- und Organisationsgrundlagen des Fernsehens im vorletzten Kapitel behandelt werden, und warum bspw. Fragen der Medienökonomie so gut wie keine Rolle spielen, das alles erschließt sich nicht von selbst aus dem Aufbau des Buches.

Von einem Handbuch erwartet man zumindest die Nähe zu einer lexikalischen Aufbereitung der Thematik. Die Kapitel, insgesamt zwölf, die in diesem Buch präsentiert werden, scheinen keiner systematischen Reihung bzw. Ordnung zu folgen. Zumindest wird auf der ersten inhaltlichen Seite sofort von der geordneten Sendeantenne von Marconi berichtet, ohne dass man zuvor eine systematische Übersicht über die Konzeption und die vom Verfasser ja im Vorwort angesprochenen Strukturen erhält. Nach welchen Kriterien hier zusammengefasst wird, muss somit vom Leser entdeckt werden. Da das Kapitel zur Geschichte des Fernsehens mit der Einführung des dualen Systems in Deutschland endet, wäre es beispielsweise nahe liegend gewesen, den institutionengeschichtlichen Aspekt (vgl. S. 18) mit einer detaillierteren Darstellung der Rechts- und Organisationsgrundlage zu ergänzen, die dann aber erst in Kapitel 11 präsentiert wird. Da insgesamt aber ein roter Faden nicht erkennbar ist, liegt die Schlussfolgerung nahe, dass es sich im Falle dieser zwölf Kapitel um mehr oder weniger abgeschlossene Einzeldarstellungen handelt, die eher lose miteinander gekoppelt sind. Es fällt darüber hinaus auf, dass bestimmten Aspekten

eine besonders ausführliche Thematisierung zukommt, zum Beispiel den fiktiven und Unterhaltungselementen im Bereich des Fernsehens oder auch der Rolle, die das Fernsehen für die politische Kommunikation einnimmt. Auf der anderen Seite werden aber gerade jene Bereiche, die in der eingangs erwähnten Publikation aus dem Jahr 1998 (Fernsehforschung in Deutschland, hrsg. von Walter Klingler, Gunnar Roters und Oliver Zöllner) eine große Rolle spielen, nur in Kapitel 7 explizit aufgegriffen. Die Überschrift „Das Fernsehen und sein Publikum“ lässt beispielsweise erwarten, dass den Regelmäßigkeiten und Unregelmäßigkeiten der Nutzung eines nach wie vor Leitmedium-Qualitäten aufweisenden Angebots besondere Beachtung zukommt. Man denke an Sendertreue, Fluktuationen, Vererbungseffekte usw.

Die Auswahl der präsentierten Tabellen wirkt beliebig. Die Fernsehdauer steigt nicht erst seit 1992, was der Kommentar zu Tab. 1 („Durchschnittliche Sehdauer pro Tag in Deutschland 1992–2002“) auf S. 190 zumindest suggerieren könnte. Es wird viel präsentiert, aber wenig systematisiert. Schließlich greift man zu einem Handbuch, um auch schnell einmal nachzuschlagen, was das Eine oder Andere bedeuten könnte. Insgesamt fehlt diesem Handbuch daher: der eigenständige Zuschnitt, die Handschrift des Autors und die Strukturierung eines sehr komplexen und in manchen Bereichen unübersichtlich gewordenen Forschungsfeldes nach transparenten Kriterien.

Nur an einer Stelle ist die Absicht erkennbar, dass der Verfasser auf der Basis einer offensichtlich selbst entwickelten Typologie verschiedene Formen der Wirklichkeitsdarstellung im Fernsehen zu systematisieren versucht. Gemeint ist eine Typologie der Programme nach Wirklichkeitsbezug, die auf S. 94 präsentiert wird, deren Herleitung aber nicht expliziert wird. Eingebettet wird diese Darstellung in eine mittlerweile selbst sehr unübersichtlich gewordene Diskussion über die Wirklichkeit der Medien und Versuche ihrer konstruktivistischen Aufklärung. Ob der Differenzierungsvorschlag, der hier unterbreitet wird, Akzeptanz findet, wird sich zeigen. Im Rahmen seiner Theorie der Programme schlägt der Autor vor, zwischen Fiktion, Wiedergabe der Wirklichkeit und Eigenwirklichkeit zu unterscheiden. Fiktion meint dabei beispielsweise „[a]lle Sendungen und Programme, deren Inhalt im Hinblick auf zentrale Elemente, zum Beispiel

Schauplätze, Personen und Handlungen, erfunden, das heißt von Autoren und Programm-machern nach eigenem Gutdünken zusammen-gestellt werden [...].“ (S. 93) Die Eigenwirklich-keit dagegen will zeigen, „was außerhalb des Fernsehens passiert, und zwar weder in der Realität noch in der Narration. Es handelt sich um Sendungen mit Spiel- und Showcharakter.“ (ebenda) Über die Trennschärfe solcher Vor-schläge wird gegebenenfalls noch zu diskutie-ren sein. Es ist aber in diesem Gesamtrahmen der einzige erkennbare Eigenvorschlag zur Sys-tematisierung eines bestimmten Teilgebiets, hier der Programmattungsforschung, der sei-tens des Autors des „Handbuchs Fernsehfor-schung“ vorgelegt wird.

Positiv hervorzuheben sind die am Ende je-des Kapitels vorgenommenen Zusammenfas-sungen, die aber letztlich nicht die Struktur er-setzen können, die von einem Handbuch er-wartet wird. Die kommentierten Literaturhin-weise sind Teil einer solchen Konzeption. Es sollte dennoch selbst entschieden werden, ob die jeweils vorgeschlagenen Lektüreempfeh-lungen eine sinnvolle Ergänzung des inhaltli-chen Abschnitts sind. Es werden letztlich sehr viele Informationen verarbeitet, aber zugleich wird dadurch eine sehr weite Vorstellung einer Handbuch-Konzeption realisiert. Für diese Buchbesprechung ist daher letztlich der vom Autor favorisierte Selektionsmodus doch ent-scheidend für den Bewertungsmodus gewesen.

Michael Jäckel

Oliver Quiring

Wirtschaftsberichterstattung und Wahlen

Konstanz: UVK, 2004. – 300 S.

ISBN 3-89669-437-5

Zugl. Erlangen-Nürnberg: Univ., Diss., 2003

„Die Wirtschaftsberichterstattung der Fern-seh-nachrichten hatte weitreichende politische Folgen.“ So lautet eine der Schlussfolgerungen von Oliver Quiring in seiner empirisch fun-dierte Untersuchung von Einflüssen der Wirt-schaftsberichterstattung der Medien auf die Bundestagswahl 1998. Genau genommen ana-lysiert er die „komplexen Interaktionen zwis-chen wirtschaftlichen Entwicklungen, der Wirtschaftsberichterstattung der Medien und wahlrelevanten Vorstellungen der Bevölke-rung“ (16). Sein Zentrales Anliegen dabei: Cha-

rakteristika der Wirtschaftsberichterstattung herauszuarbeiten, mögliche Einflusswege auf wahlrelevante Vorstellungen nachzuvollziehen und vorhandene direkte und indirekte Medien-wirkungen zu identifizieren (vgl. 17). Um die-sem anspruchsvollen Forschungsvorhaben ge-recht zu werden, entwickelt der Autor auf Ba-sis einer interdisziplinären Variablenidentifi-zierung und Annäherung an das komplexe Thema (Kap. 2 bis 4) seine Untersuchungsan-lage (Kap. 5).

Zunächst erhält der Leser einen Überblick über den Stand kommunikationswissenschaf-licher Forschung mit vergleichbarer Problem-stellung. Im Vordergrund stehen britische und US-amerikanische Studien sowie eine deutsche Untersuchung von Wolfgang Donsbach (1999). In einer kritischen Würdigung der vorgestell-ten, durch „Heterogenität“ gekennzeichneten Konzepte (30) kommt der Verfasser zu dem Schluss, dass es sinnvoll sei, „die Wirtschafts-berichterstattung in einen allgemeineren Kon-text der Wahlforschung zu stellen.“ (33) Zu diesem Zweck bezieht er zwei politikwissen-schaftliche Modelle des Wahlverhaltens in die Betrachtung mit ein: das „Economic-Voting-Konzept“ und das „sozialpsychologische Mo-dell des Wahlverhaltens“, womit zugleich einige (medienexterne) Einflussfaktoren auf die wahlrelevanten Vorstellungen der Bevölkerung eingeführt werden. Zu nennen sind hierbei vor allem die „Parteiidentifikation“, die „Kandida-tenorientierung“, die „Problemlösungskompe-tenz der Parteien“ und die subjektive „Ein-schätzung der allgemeinen wirtschaftlichen Lage“. Im letzten Schritt, bei der Grundlegung seiner Untersuchungsanlage, nimmt der Ver-fasser mögliche Quellen für Wirtschaftsinfo-mationen unter die jetzt wieder kommunikati-onswissenschaftliche Lupe. Nach Diskussion der untereinander interagierenden Informati-onsquellen „persönliche Erfahrung“, „soziales Umfeld“ (interpersonale Kommunikation) und „Massenmedien“, folgert er tendenziell, dass die Bevölkerung ihr Wissen zu wirtschaftlichen Belangen zunehmend und vorrangig aus den Massenmedien bezieht. Dabei genieße das Fernsehen und hier wahrscheinlich vor allem die Fernseh-nachrichten eine Vorrangstellung unter allen möglichen medialen Quellen für Wirtschaftsinformationen (vgl. 55ff.).

Auf Basis der vorangegangenen Variablen-identifizierung wird im fünften Kapitel eine komplexe Untersuchungsanlage entfaltet. Aus-