schau gewonnenen Ergebnisse mit Referenzanalysen zur generellen empirischen Forschungspraxis in der Kommunikations- und Medienwissenschaft verglichen. Die Inhalte der insgesamt 286 Artikel, die Lobinger differenziert mittels standardisierter Inhaltsanalyse analysiert hat, lassen sich einerseits als wichtige Indikatoren für die theoretische und methodische Entwicklung des Fachs lesen; andererseits verrät bereits die „Publikationskultur", die Lobinger in ihrer Arbeit seziert, viel über die Tradition des Forschungsbereichs. So lässt sich die bis heute geringe Institutionalisierung Visueller Kommunikation nicht zuletzt an der Verortung der fachwissenschaftlichen Diskurse ablesen, die bis heute primär auf entsprechenden nationalen und internationalen Fachtagungen ausgetragen werden bzw., wie Lobingers Analyse aufzeigt, auf verschiedene interdisziplinäre Publikationsorgane verteilt veröffentlicht werden.

Da eine zentrale Methodenkritik an der Visuellen Kommunikationsforschung das *Verfahren der Bildinhaltsanalyse* betrifft, wertet Lobinger die meta-analytischen Befunde zum Forschungsstand gesondert aus und konzentriert sich in den Kapiteln 10, 11 und 12 auf den Methodenstand der bildinhaltsanalytischen Verfahren. Ausgehend von dem Methodeneinsatz diskutiert sie methodische Aspekte sowie Potenziale und Leistungen der standardisierten und der nicht-standardisierter Bild-Inhaltsanalyse sowie auch deren Verknüpfung und reflektiert auch die Aussagekraft visueller Inhaltsforschung kritisch. Dieser Abschnitt verdeutlicht besonders den wissenschaftlichen Mehrwert der Arbeit: Die von Lobinger systematisch konzipierte „Stärken-Schwächen-Chancen-Herausforderungen-Analyse" dürfte als Basis einer Weiterentwicklung des Fachs nicht zu unterschätzen sein.

Man mag hierbei einräumen, dass die Autorin zur Systematisierung des Forschungsstandes keine „echte" Meta-Analyse realisiert – tatsächlich steht die statistische Synthese standardisiert erfasster Indikatoren (etwa zur Ermittlung einer Effektgrößeneinschätzung der Wirkungspotenziale Visueller Kommunikation) nicht im Zentrum ihres Analyse- und Erkenntnisinteresses. Von entscheidender Bedeutung ist für Katharina Lobinger stattdessen – und darin liegt der entscheidende und hoch relevante Mehrwehrt ihrer Arbeit –, die Entwicklung der Visuellen Kommunikationsforschung systematisch nachzuzeichnen und dabei die Häufigkeit und Verbreitung zentraler Forschungsgebiete, wissenschaftlicher Herangehensweisen, Beitragsarten, Methoden und Datenerhebungsverfahren herauszuarbeiten. Die Arbeit leistet damit nicht nur einen wesentlichen Beitrag zur Selbstreflexion des Faches, sie gibt auch einen hoch aktuellen und differenzierten inhaltlichen Überblick über die zentralen Forschungsperspektiven, Forschungsströmungen und Forschungsgebiete der Visuellen Kommunikationsforschung. Im Ergebnis erhält der Leser eine Arbeit, die einerseits für einen Einstieg und als Forschungsüberblick sehr gut geeignet ist, und die sich andererseits bei aufmerksamer Lektüre als eine wahre Fundgrube an Ideen für weitere Forschungsvorhaben und insbesondere für theoretische und methodische Weiterentwicklungen im Feld der Visuellen Kommunikationsforschung entpuppt.

Stephanie Geise

**Wiebke Loosen / Armin Scholl (Hrsg.)**
**Methodenkombinationen in der Kommunikationswissenschaft**

Methodologische Herausforderungen und empirische Praxis.

Köln: Halem, 2012. – 395 S.

(Methoden und Forschungslogik der Kommunikationswissenschaft; 7)

ISBN 978-3-86962-011-4

Die Kombination mehrerer Methoden hat in der Kommunikationswissenschaft den letzten Jahren immens an Bedeutung gewonnen. Vermutlich ist es mittlerweile sogar ein Wagnis, einen DFG-Antrag mit einer einfachen Befragung oder Inhaltsanalyse zu stellen. Das ist durchaus erfreulich, denn die meisten Untersuchungsgegenstände und Forschungsfragen unseres Faches lassen sich von mehreren Seiten und auf mehreren Ebenen betrachten und erfordern somit unterschiedliche methodische Zugriffe.

Es wurde also Zeit für einen dezidiert kommunikationswissenschaftlichen Blick auf Methodenkombinationen. Und dass die Initiative mit Wiebke Loosen und Armin Scholl von zwei Münsteranern kam, passt. Denn bekanntlich befasst sich das dortige Institut fast schon traditionell mit Kommunikator- und Medienwirkungsthemen zwischen Struktur, Programm und Rolle bzw. zwischen Mikro-, Meso- und Makro-Ebene.

Der Sammelband vereint nahezu alle bekannten Methodiker des Faches – die M&K-Redaktion wandte sich fast schon hilfesuchend an den Rezensenten als einen der wenigen nicht beteiligten Methodiker. Das Ergebnis entspricht den Erwartungen. Der Leser findet auf



https://doi.org/10.5771/1615-634x-2013-2-261 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

knapp 400 Seiten in 20 Beiträgen ein Füllhorn an methodologischen Reflexionen, Systematiken und methodischen Umsetzungen. So gut wie jede Methodenkombination wird thematisiert, einige gleich in mehreren Beiträgen.

Der Klassiker ist zweifellos die Verknüpfung von Inhaltsanalyse und Befragung, um die Nutzung von Medieninhalten und etwaige Effekte zu analysieren; entsprechend ähnlich sind sich die beiden Beiträge von *Wolling & Wirth* und *Maurer*. In eine andere Richtung gehen *Döring & Pöschl*, die eine Studie zur Nutzung von Handy-Klingeltönen und Logos methodisch diskutieren. Ebenfalls gewisse Redundanzen weisen zwei Beiträge auf, die jeweils über die Entwicklung einer mehrdimensionalen Skala mittels qualitativer und quantitativer Befragung berichten; bei *Kohring & Matthes* geht es um eine Vertrauensskala (von 2004), und bei *Quiring & Leiner* um eine Skala zur Wahrnehmung interaktiver Medien. *Baumann* berichtet, wie sie mittels qualitativer und quantitativer Befragung das überaus sensible Wirkungsforschungsthema „Medien und Essstörungen" in den Griff bekommen hat. Über die Kombination qualitativer und quantitativer Methoden in einem Forschungsprojekt schreiben ferner *Christmann & Jandura*.

Weitere Beiträge befassen sich mit der Kombination von Befragung und Tagebuch (*Kuhlmann*), Beobachtung und Lautem Denken (*Bilandzic*), Logfile-Daten und Online-Befragung in Selective-Exposure-Experimenten (*Hastall & Knobloch-Westerwick*) sowie Netzwerkanalyse und Inhaltsanalyse (*Nuernbergk*). Sogar die Frage, wie man die Befunde von Medieninhaltsanalysen und Experimenten – auf interpretativer Ebene, leider nicht auf datenanalytischer Ebene – verknüpfen kann, wird von *Brosius & Rossmann* diskutiert. Sie gewinnen auf jeden Fall den Preis für die exotischste Methodenkombination des Bandes (jaja, ich weiß, das Experiment ist ein Design, keine Methode!).

Im letzten Abschnitt des Bandes diskutieren *Perrin, Karthaus, Summ & Bonk, Rössler & Legrand* sowie *Karnowski, von Pape & Wirth* eigene Studien mit komplexen und leistungsfähigen Mehrmethodendesigns. Die Lektüre dieser Beiträge ist inspirierend und demonstriert den derzeitigen State of the Art.

Die meisten Texte reflektieren das methodische Vorgehen bei eigenen Projekten. Sie leiten daraus methoden- und teilweise auch erkenntnispraktische Erfahrungen ab, die für Forscher mit ähnlich gelagerten Studien bzw. Designs äußerst hilfreich sein können. Daneben gibt es einige Beiträge, die eine Methodenkombination oder ein Untersuchungsfeld grundsätzlich und systematisch erschließen. Hier ist der Einführungsbeitrag der Herausgeber zu nennen, die neben einer lesenswerten Grundlegung des Generalthemas extra eine Inhaltsanalyse der Beiträge in Publizistik und M&K aus den Jahren 1990 bis 2010 hinsichtlich der dort verwendeten Methoden(kombinationen) vorlegen. Den Beitrag von *Baumann & Scherer* zur „Quali-Quanti-Debatte" kann man guten Gewissens als Einführungslektüre empfehlen. Positiv aus dem Rahmen fallen außerdem – ohne den Wert der anderen Beiträge zu schmälern – die Beiträge von *Fahr & H. Früh*, die Rezeptionsprozesse und ihre Wirkungen gleichermaßen theoretisch wie methodisch angehen, sowie der systematische Überblick über den erkenntnispraktischen Wert von und methodischen Umgang mit Extra-Media-Daten von *Haas & Scheufele*.

Zum Schluss ein wenig Kritik: Die Herausgabe und Organisation dieses Bandes ist zweifellos ein großes Verdienst, und die Beiträge sind für sich genommen alle relevant und hilfreich. Dennoch wäre eine „strengere Hand" der Herausgeber hinsichtlich Vereinheitlichung und Redundanzen wünschenswert gewesen. Beispielsweise liest man mehrfach, dass qualitative Verfahren der Exploration dienen und in einem zweiten Schritt von qualitativen Erhebungen ergänzt werden sollten. Und wenn man sich schon die Mühe macht, einen derart umfassenden Band zu veröffentlichen, den wohl nur wenige von Anfang bis Ende lesen werden, sollte man den gezielten Zugriff auf bestimmte Inhalte durch Abstracts, Keywords und/oder einen Index erleichtern. Diese Kritik wiegt allerdings nicht sehr schwer – der geübte Leser findet auch so recht schnell, wonach er sucht.

Wolfgang Schweiger

**Margreth Lünenborg / Jutta Röser (Hrsg.)**
**Ungleich mächtig**

Das Gendering von Führungspersonen aus Politik, Wirtschaft und Wissenschaft in der Medienkommunikation

Bielefeld: transcript, 2012. – 270 S.

ISBN 978-3-8376-1692-7

Die kommunikations- und medienwissenschaftliche Geschlechterforschung beschäftigt sich u. a. mit der Konstruktion von Geschlechterbildern in der Medienproduktion, den Medienangeboten und der Rezeption. Die von Margreth Lünenborg und Jutta Röser herausgegebene Publikation betrachtet alle drei Ebenen: Sie untersucht Geschlechterkonstruktionen von Spitzenkräften aus Politik, Wirtschaft



https://doi.org/10.5771/1615-634x-2013-2-261 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY