

on“ strukturieren lassen. In der vorliegenden Form wirkt die Sammlung eher beliebig und wenig strukturiert. Dabei stößt man durchaus auf interessante Einzelfunde. So der Beitrag von Jürgen Mittag und Georg Ismar über das Verhältnis von Politik, Fußball und Medien, in dem die Autoren fragen, „ob sich Fußball grundsätzlich für eine persönlichkeitsorientierte Politikvermittlung eignet“ (S. 169). Leider führt ihre Diskussion interessanter Einzelphänomene, wie dem Urteil über Transfersummen für Fußballer, dem Streit um Übertragungsrechte oder den Politikertypen Berlusconi und Tapie, nicht zur Beantwortung der eingangs formulierten Frage. Mit dem Begriff der „Fußballisierung“ der Politik ist jedoch ein neuer Begriff in die Verhandlung des Verhältnisses von Unterhaltung, Politik und Medien geworfen.

Bleibt das Rätsel des Titelfotos: Sieht so das Ende der Spaßgesellschaft aus? Oder ist der Pool, in dem Rudolf Scharping baden ging, jetzt endgültig geschlossen? Der Vorhang ist längst gefallen und viele Fragen bleiben offen.

Margreth Lünenborg

Literatur

Dörner, Andreas (2001): Politainment. Politik in der medialen Erlebnisgesellschaft. Frankfurt a. M.

Schorb, Bernd; Theunert, Helga (Hrsg.) (2000): „Ein bisschen wählen gehen dürfen ...“ Jugend – Politik – Fernsehinformation. Eine Untersuchung zur Rezeption von Fernsehinformationen durch 12- bis 17-Jährige. München.

Nathalie Ivanyi / Jo Reichertz Liebe (wie) im Fernsehen

Eine wissenssoziologische Analyse

Opladen: Leske + Budrich, 2002. – 308 S.

(Reihe Erlebniswelten; 5)

ISBN 3-8100-3594-7

In ihrem Band „Liebe (wie) im Fernsehen“ legen die Essener Soziologen Ivanyi und Reichertz eine Reihe von wissenssoziologischen Analysen der performativen Beziehungsshows *Traumbhochzeit* und *Nur die Liebe zählt* vor. Diese Analysen, die Ergebnisse des DFG-geförderten Forschungsprojekts „Mediale (Re)Präsentation von Liebe“ (1998-2001) vor-

stellen, untersuchten im Kern die Frage der Medialisierung des Alltagshandelns. Liebe als „inneres“ Gefühl, so lautet die Ausgangshypothese des Projekts, bedarf prinzipiell der Darstellung, wenn sie im Alltag oder anlässlich von sozialen Ritualen bezeugt werden soll. Ohne die Einkleidung durch eine sozial kodifizierte Darstellung kann ein solches Gefühl nicht gezeigt und wahrgenommen und also auch nicht kommuniziert werden. Die im vorliegenden Band versammelten Essays konzentrieren sich deshalb auf die Fragen, (1.) wie „Liebe“ in den zwei Fernsehshows dargestellt, dramatisiert und theatraalisiert wird und (2.) ob „Austauschprozesse“ zwischen Formen der medialen Repräsentation von Liebe und alltäglicher Lebenspraxis festzustellen sind. Obgleich die zweite Frage sicherlich die in mediensoziologischer Perspektive spannendere ist, richten sich vor allem die Beiträge von Ivanyi in diesem Band auf die erste – gleichsam als Voraussetzung für die Beantwortung der zweiten. Die versammelten Studien stützen sich dabei auf je zwölf Folgen der beiden Sendungen *Traumbhochzeit* und *Nur die Liebe zählt*, die im Zeitraum von 1992 bis 2000 aufgezeichnet worden sind und hinsichtlich der Handlungen vor der Kamera (verbal und nonverbal) wie hinsichtlich der „Kamerahandlung“ transkribiert worden sind. Nicht überzeugen kann dabei die Wahl des analytischen Begriffs „Kamerahandlung“, der alle Handlungen der Inszenierung durch beteiligte Laien und den professionellen Inszenierungsapparat bezeichnet. Erstens ist dieser Begriff durch medienwissenschaftliche Formanalysen der filmischen Inszenierung zu eindeutig belegt; zweitens hat Wulff in seinen Überlegungen zur „Situationalität“ ein Konzept zur Showanalyse bereitgestellt, das ebenfalls von handlungstheoretischen Prämissen ausgeht, zugleich aber einen weiterreichenden Fluchtpunkt setzt als die Maxime der hermeneutischen Wissenssoziologie, wie Ivanyi und Reichertz diese für ihre Studien formulieren: „Das Handeln von Akteuren gilt erst dann als verstanden, wenn der Interpret in der Lage ist, dieses Handeln in Bezug zu den vorgegebenen und für den jeweiligen Handlungstypus relevanten Bezugsrahmen zu setzen und es in dieser Weise für diese Situation als eine (für die Akteure) sinn-machende (also nicht unbedingt gültige!) „Lösung“ eines Handlungsproblems nachzuzeichnen.“ (S. 15, Herv. im Orig.). In der medienwissenschaftlichen Diskursanalyse

desselben Phänomens stünde nicht die „sinnmachende ‚Lösung‘ eines Handlungsproblems“ im Zentrum, sondern der gesellschaftliche Bezugsrahmen, der ein Phänomen zum Problem werden lässt, eine „Lösung“ als Lösung erscheinen lässt, sowie die Formen und Genres, in denen ein solcher Diskurs medial artikuliert ist.

Was in dieser theoretischen Akzentverschiebung recht spitzfindig klingen mag, zeitigt in der konkreten Analyse deutliche Konsequenzen. Während Reichertz in einem historisierenden Beitrag zur „Theatralisierung der Liebe in Beziehungsshows“ und einer kontextualisierenden Fallstudie zur „Theatralisierung der standesamtlichen Trauung“, in der er die *Traumhochzeit* als „Messgröße“ (S. 246) der Ausgestaltung von deutschen Hochzeiten im 21. Jahrhundert ausmacht, richtet Ivanyi sich in ihren Mikroanalysen von „Liebes-Szenen“ in Fernsehshows wie in außermédialen Kontexten vor allem auf die Detailanalyse der theatralen Inszenierung eben des Gefühls, das beansprucht, authentisch zu sein und darum *per definitionem* alles andere als ausdrücklich dargestellt dargestellt werden will. Ivanyi vermag in ihren Mikroanalysen von Heiratsanträgen, Liebes-Szenen, Produktion und Publikumsinteraktion überzeugend zu zeigen, dass das Medium Fernsehen das Handlungsfeld „Liebe“ durch und durch prägt, und kann damit ein Postulat des Projekts einlösen, dass nämlich „die medialen Inszenierungen von Liebe [...] als fernsehtypische und fernsehgerechte Inszenierungen“ zu begreifen sind. Doch „Fernsehen“ steht in diesem Kontext für den technischen und allenfalls kommunikativen Raum, in dem die medialen Rituale inszeniert werden. Dass Auffassungen über „fernsehtypische“ und „fernsehgerechte“ Formen der Inszenierung gleichzeitig eine Artikulation der gesellschaftlichen Institution Fernsehen darstellen, die im Schnittpunkt politischer, kommerzieller, technologischer und kultureller Interessen und Auseinandersetzungen entstehen und mithin eine diskursive Formation bilden, geht in diese Mikroanalysen von kommunikativen Handlungen nur am Rande ein.

Die Beiträge des vorliegenden Bandes stehen in einer Reihe von Veröffentlichungen der beiden Essener Soziologen zur medialen Überformung von Alltagsritualen (hervorzuheben ist besonders Reichertz' „Die Frohe Botschaft des Fernsehens. Kulturwissenschaftliche Untersu-

chung medialer Diesseitsreligionen“, Konstanz: UVK 2000). Diese Studien zeigen, dass der hermeneutische Ansatz der Wissenssoziologie zwischen genuin soziologischen Fragestellungen und der traditionell medienwissenschaftlichen Form- und Genreanalyse vermitteln kann. Die Fragen, die den Horizont des gesamten Projektes bilden, stehen im Zentrum derzeitiger internationaler Debatten um die Medialisierung des Alltagshandelns und der Medien als Formen gesellschaftlicher Praxis. Dass die hermeneutische Wissenssoziologie im Kern eine deskriptive Zielsetzung hat, kommt ihrer mikroanalytischen Präzision zugute. Gleichzeitig bleibt der kulturkritische Wert dieser vom Ansatz her a-kritischen Analysen begrenzt. Erving Goffmans ironische Selbstcharakterisierung aus der Einleitung seiner mikrosoziologischen *Rahmenanalyse*, sicherlich einem zentralen Bezugstext des Essener Projekts, trifft denn auch hier unumwunden zu: „Ich kann nur sagen, wer das falsche Bewusstsein bekämpfen und den Menschen ihre wahren Interessen zum Bewusstsein bringen möchte, der hat sich eine Menge vorgenommen, denn die Menschen schlafen sehr tief. Was mich betrifft, so möchte ich hier kein Wiegenlied komponieren, sonder bloß mich einschleichen und die Menschen beim Schnarchen beobachten“ (1980, 23). Genau das ist Ivanyi und Reichertz mit diesem Band hervorragend gelungen.

Erigo Müller

Michael Brüggemann The Missing Link: Crossmediale Vernetzung von Print und Online

Fallstudien führender Print-Medien in
Deutschland und den USA

München: R. Fischer, 2002. – 155 S.

(Reihe Internet Research; 4)

ISBN 3-8927-310-6

Längst ist es unübersehbar, dass die Grenzen zwischen den bisher als distinkt wahrgenommenen Einzelmedien zunehmend überschritten werden oder sich gar auflösen. Die ökonomische Verflechtung, die technische Konvergenz, das Entstehen von Dachmarken, die Angebote unterschiedlicher Medientypen verbinden, Redaktionen, die mehrere Medien bedienen, und ein breiteres Medienrepertoire der Rezipienten sind Aspekte dieser Entwicklung.