

liert). In einem weiteren Schritt bezieht Kops in seine Dreieckslogik auch die zeitliche Dimension ein, so kann man anhand von Pfeilen verfolgen, wie sich das chinesische System seit 1980 immer weiter weg vom Staat und in Richtung Kommerz bewegt. (S. 61)

Im Ergebnis hat der Autor Kops eine beachtliche Ergänzung zur Entwicklung internationaler Klassifikationen von Mediensystemen vorgelegt, die in die laufende Debatte eingeordnet werden sollte. Damit ist nicht gesagt, dass alle Denkschritte wirklich nachvollziehbar sind. So irritiert der *Voluntary*-Pol, der wenig präzise umschrieben wird (und den Kritikern der Richtung „Zwangsgebühr“ wird sicherlich nicht einleuchten, dass die ausgerechnet vom „freiwilligen“ Pol her gedacht wird). Dazu gilt: Der für Ökonomen typische Blick auf die „harte“ Einnahmeseite der Anbieter sagt noch wenig über das ergänzende „weiche“ Geflecht von politischen Einflussstrukturen, professionellem Ethos, kulturellen Faktoren etc. Die kanadische CBC, obwohl vom Staat finanziert, erweist sich im Zweifelsfall als weniger staatshörig als der nur über Gebühren und Werbung finanzierte französische PS-Rundfunk mit seiner streng etatistischen Tradition.

Wie auch immer, Beiträge von Ökonomen waren bisher Mangelware in der wichtigen Diskussion, wie die Mediensysteme der Welt zu klassifizieren sind. Wer zukünftig daran arbeitet, sollte auf jeden Fall die Kops'sche Perspektive mit ihrem Fokus auf ökonomische Zusammenhänge einbeziehen.

Hans J. Kleinsteuber

### Christa Lindner-Braun

#### Mediennutzung

Methodologische, methodische und theoretische Grundlagen

Münster: Lit, 2007. – 424 S.

(Mediensoziologie, Medienorganisation, Medienrezeption, Medienwirkung; 1)

ISBN 978-3-8258-7219-9

Für wen mag dieses Buch gemacht worden sein? In der Einleitung heißt es lediglich, dass „das Phänomen medialer Rezeption und Nutzung“ beschrieben und erklärt werden soll, weil das entsprechende Wissen sowohl für die „Akteure in den Medien“ wichtig sei (damit sie

es „bei der Gestaltung ihrer Inhalte berücksichtigen“ können) als auch für diejenigen, die nach Medienwirkungen fragen (S. 1). Wozu benötigt dieses Publikum einen mehr als 100 Seiten langen Prolog, in dem unter dem Deckmantel „Methodologische und methodische Grundlagen der Mediensoziologie“ über Begriffsbildung und Aussagen in den Sozialwissenschaften nachgedacht wird, über das Verhältnis von Soziologie und Mediensoziologie und über „Modelle medialer Kommunikation“?

Nicht nur deshalb muss der Leser neben guten Augen (für eine eng gesetzte Mini-Schrift, die in seitenlangen Exkursen noch kleiner wird) und ästhetischer Toleranz (für einen handgestrickten Buchsatz und zahlreiche Abbildungen, die als farbige PowerPoint-Schaubilder funktionieren mögen, aber nicht in einem winzigen Schwarz-Weiß-Druck) vor allem gute Nerven haben, um die vielen Halbwahrheiten und Fehler und vielleicht noch mehr die Gliederungsprobleme und Inkonsistenzen zu erdulden. So vertritt Lindner-Braun beispielsweise einen weiten Medienbegriff (auch „personale Kommunikation“ ist für sie ein „konkreter Medientyp“, S. 2), beschränkt sich aber in den Kapiteln „Methoden der Medienforschung“ und „Ergebnisse der Mediennutzung“ (womit nicht etwa Wirkungen gemeint sind, sondern Befunde der Forschung oder Nutzungsmuster) weitgehend auf Hörfunk und Fernsehen. Dort gibt es zwar Unterabschnitte, deren Überschriften Einblicke in die Geschichte von Forschung und Nutzung versprechen, eingelöst wird dies aber nicht einmal im Ansatz. Man könnte einwenden, dass Lindner-Braun in diesem zweiten Teil des Buches immerhin Daten aus dem überbordenden Fundus der Mediaforschung präsentiert, all dies aber gibt es (übersichtlicher und aktueller) längst online (etwa über die Media Perspektiven Basisdaten). Lindner-Braun veröffentlicht 2007 zum Beispiel eine „Hitliste der erfolgreichsten Sendungen in Deutschland“ aus dem Jahr 2002 (S. 201) und schreibt, dass diese Zeitschrift „kürzlich“ in „Medien & Kommunikationswissenschaften“ (!) umbenannt worden sei (S. 47).

Dass die akademische Disziplin, über die sie berichtet, einmal „Medienwissenschaften“ heißt (S. 47) und dann wieder „Massenkommunikation“ (S. 48, 69), dass dies im Kapitel „Modelle *mediensoziologischer* Erklärungen“ passiert und dass sich die „Berufsorganisa-

tion der Medienwissenschaftler“ „Deutsche Gesellschaft für Publizistik und Kommunikation“ nennen und eine Fachgruppe „Gesundheitskommunikation“ haben soll (S. 48f.) – geschenkt. Schwerer ins Gewicht fällt, dass der Abschnitt „Mikro- und makrotheoretische Grundlagen der Mediennutzung“, der hätte helfen können, die Detailbefunde zu erklären und einzuordnen, ganz am Ende des Buches steht. Auch in diesem dritten Teil gibt es „empirische Ergebnisse“ – etwa zu „Motiven der Nutzung“ und zum „Nutzungsverhalten“, allerdings (warum auch immer) vor den Unterkapiteln über Effekt- und Einstellungstheorien. Bei einem Buch von mehr als 400 Seiten kann eine Besprechung natürlich nur Momentaufnahmen liefern. Deutlich geworden sollte jedenfalls sein, dass der Rezensent das Gliederungsprinzip nicht durchschaut hat und eher hilflos vor der Stofffülle stand. So streut Lindner-Braun beispielsweise Abschnitte über den „Umfang der Radioangebote“ (S. 162f.) und (noch ausführlicher) über Formatradios ein (S. 164-167), wärmt die unsinnige Diskussion über „Diskrepanzen zwischen angebotener Sendedauer und genutzter Sendezeit“ auf (S. 195) und schlussfolgert unter anderem, dass der „Bedarf nach Unterhaltung und Fiction“ 2001 bis 2004 nicht gedeckt worden sei – alles wohlgemerkt in einem Buch über „Mediennutzung“. Zu empfehlen ist dieses Sammelsurium jedenfalls nicht.

Michael Meyen

**Lothar Mikos / Dagmar Hoffmann / Rainer Winter (Hrsg.)**

### **Mediennutzung, Identität und Identifikationen**

Die Sozialisationsrelevanz der Medien im Selbstfindungsprozess von Jugendlichen  
Weinheim und München: Juventa Verlag, 2007. – 304 Seiten.

ISBN 978-3-7799-1744-1

Eine unverwechselbare persönliche Identität zu erarbeiten und Authentizität zu erlangen, ist eine der zentralen Entwicklungsaufgaben des Jugendalters. Welchen Stellenwert der Medienumgang dabei spielen kann, wird in dem vorliegenden Sammelband aus vielfältigen Perspektiven heraus analysiert. Dabei ziehen sich verschiedene Grundfragen durch die Beiträge

hindurch: Welche Identitätskonzepte sind in der heutigen Gesellschaft adäquat? In welchem Verhältnis stehen soziale Interaktionen zu medialen Interaktionen? Welche Mediennutzungskonzepte können den Sozialisationsbeitrag der Medien erfassen? Sind Medien für die psychosoziale Entwicklung der Heranwachsenden eher verunsichernd oder hilfreich? Die Herausgeber formulieren in ihrer Einleitung ein Plädoyer für medienbiographische Studien und monieren, dass Medien in den Sozialisations-theorien nach wie vor zu wenig berücksichtigt würden (S. 10). Der Sammelband ist aus einer Tagung mit Unterstützung der Deutschen Gesellschaft für Soziologie (DGS) und der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF) hervorgegangen. Die soziologische Perspektive ist in den 16 Beiträgen jedoch nicht dominant, sondern es finden sich unter den Autorinnen und Autoren zu etwa gleichen Teilen den Cultural Studies verpflichtete Medienwissenschaftler, Pädagoginnen, Literaturwissenschaftler, sozialwissenschaftlich orientierte Kommunikationswissenschaftler und Psychologinnen. Dies spiegelt die multidisziplinären Bezüge der Mediensozialisationsforschung. Ein gewisses Schwergewicht liegt dennoch auf eher qualitativen methodischen Zugängen und Referenzen auf Identitätsentwicklungs- und Medienaneignungskonzepten der Cultural Studies.

Der Band hat nicht den Anspruch, eine systematische Darstellung der Mediensozialisati-on zu vermitteln, sondern vielfältige Facetten exemplarisch anhand von empirischen Arbeiten und Reflexionen zu theoretischen Teil-bereichen zu beleuchten. Die Beiträge sind in fünf inhaltliche Teile gegliedert, wobei die Gruppenzuordnung – wie bei Tagungen üblich – manchmal etwas beliebig erscheint. Neben verschiedenen Mediengenres werden interaktive und expressive Medien, die Rolle der Medien für die Migration, neue Forschungsansätze, Generationenkonzepte und neue Jugendszenen thematisiert.

Der Teil „Identitätskonstruktionen über verschiedene Medien(-genres)“ befasst sich empirisch mit der Mobiltelefon-Nutzung, mit Reality-TV und mit einer theoretischen Reflexion zu medialen Aneignungstechniken. Zum Mobiltelefon wird im Beitrag von Thilo von Pape, Veronika Karnowski und Werner Wirth die Notwendigkeit des Aushandelns von Nutzungsregeln hervorgehoben (S. 23). Durch die Neuigkeit des Mediums und die schnelle Aus-