Mit „Doing Gender Media Studies – Fallbeispiele“ erhält das Lehrbuch im dritten Teil eine stärker didaktische Ausrichtung. Anhand zweier Medientextanalysen und einer Untersuchungsanlage, die der Publikumsforschung zuzuordnen ist, stellen die Verfasserinnen Forschungsdesigns vor, die die Möglichkeit eröffnen, diese auf ähnliche Fragestellungen zu übertragen. Dazu stellen sie Übungsaufgaben bereit.

Um der Zielgruppe der Studierenden – insbesondere der Medien- und Kommunikationswissenschaft – den Zugang zu erleichtern, haben die Autorinnen als Vorspann zu jedem der drei Teile eine kurze Zusammenfassung erstellt. Zudem bietet das Lehrbuch Textkästen mit Definitionen und Erklärungen. Wer sich vertiefter mit bestimmten Teilbereichen beschäftigen möchte, kann die weiterführenden Literaturangaben am Ende jeden Teilkapitels nutzen.

„Gender Media Studies“ stellt eine gelungene Standortbestimmung dar, die nicht zuletzt wegen ihres verständlichen Schreibstils, ihres strukturierten thematischen Zugangs einen exzellenten Ausgangspunkt für den Zugang zum Lehr- und Forschungsfeld darstellt.

Renate Hackel-de Latour, Eichstätt

Joachim Westerbarkey: Geheimnisse. Dunkelkammern der Öffentlichkeit. Münster: Lit Verlag 2015 (=Beiträge zur Kommunikationstheorie, Band 30), 226 Seiten, 29,90 Euro.

Wie sich Joachim Westerbarkey (Westfälische Wilhelms-Universität Münster) in der Einleitung seiner Monografie „Geheimnisse“ erinnert, beginnt die Geschichte des vorliegenden Werks mit einem Unfall: Erstmals 1998 unter dem Titel „Das Geheimnis. Die Faszination des Verborgenen“ publiziert, kollidierte die Schrift damals mit einem gleichnamigen und fast gleichzeitig publizierten Buch des Ethnologen Klaus E. Müller. Um weitere Dopplungen zu vermeiden, wagt Westerbarkey daher die Neuveröffentlichung unter einem leicht abgewandelten Titel – der Inhalt ist indes fast gleich geblieben. Dies führt geradezu reflexartig zu der Frage, ob ein immerhin 17 Jahre alter Text zum Geheimnis erneut veröffentlicht werden oder am Ende doch verborgen bleiben sollte. Immerhin ist seitdem viel geschehen: Öffentliche Kommunikation hat sich durch das Aufkommen sozialer Medien demokratisiert. In sozialen Netzwerken tummeln sich Verschwörungstheoretiker und instrumentalisieren

https://doi.org/10.5771/0010-3497-2015-3-369 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

dort vermeintliche Geheimnisse, um ihre ideologisch aufgeladenen Botschaften zu propagieren. Ist das Geheimnis als „Kehrseite der Öffentlichkeit" (S. 15) davon unberührt und demnach von einer Schrift erfassbar, die immerhin fünf Jahre vor dem Aufkommen des Begriffs „Web 2.0" entstanden ist?

Tatsächlich bewegt sich Westerbarkeys Argumentation in einem Kosmos, der von aktuellen Entwicklungen unberührt bleibt. Das Namensregister ist dementsprechend erfüllt von Protagonisten wie Georg Simmel, Sigmund Freud, Johann Wolfgang von Goethe oder auch Adolph Freiherr von Knigge (S. 223f.). Facebook-Gründer Mark Zuckerberg oder Google-Chef Eric Schmidt bleiben hingegen außen vor – obwohl etwa letzterer 2009 in einem Interview die Welt wissen ließ: „Wir wissen, wo du bist. Wir wissen, wo du warst. Wir wissen mehr oder weniger, worüber du nachdenkst" (Spiegel Online 2011). Doch das Geheimnis im digitalen Umfeld wird allenfalls gestreift, um in diesem Moment vergleichsweise anachronistisch betrachtet zu werden: Über das Zitat einer AOL-Empfehlung zum Umgang mit Passwörtern (S. 114) kommt Westerbarkey dabei nicht hinaus, was im Interesse einer Aktualisierung seiner Argumentation jedoch wünschenswert gewesen wäre. Doch sein Interesse gilt erkennbar nicht den aktuellen Nuancierungen des Geheimnisses, sondern vielmehr dem Aufbau eines weit ausgreifenden Bildes: Bis zum Baum der Erkenntnis verfolgt er es zurück (S. 37), um – mit derart langem Anlauf ausgestattet – schlaglichtartig in die Dunkelkammern des Geheimnisses zu leuchten. So spürt er es in der interpersonalen Kommunikation ebenso auf wie im Geheimbund, in der Welt der Inszenierung wie im Datenschutz, im Enthüllungsjournalismus wie im Okkultismus. Seine Begrifflichkeit ist dabei hoch nuanciert und geht letztlich von einer untrennbaren Verbindung aus Öffentlichkeit und Geheimnis aus. So wird auch die Brücke in die moderne Kommunikationswissenschaft hineingeschlagen, die über ihrem Formalobjekt (der öffentlichen Kommunikation) dessen Widerpart grundsätzlich links liegen lässt.

Die Gründe dafür sind einfach: Das Geheimnis lässt sich nicht mit gängigen Methoden greifen. Gegen Inhaltsanalysen ist es resistent, da seine Natur im schlechthin Nicht-Enthüllten liegt. Gegen Befragungen sperrt es sich, da Menschen kaum Auskunft über etwas geben können, dass Sie eben nicht wissen. Aber wie Westerbarkey eindrucksvoll vor Augen führt, wirkt das Geheimnis tief hinein in alle Ebenen – in die Gesellschaft ebenso wie in die menschliche Psyche, wo die Inhalte des Un-

https://doi.org/10.5771/0010-3497-2015-3-369 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

terbewussten blockiert werden „und zu Geheimnissen vor uns selbst führen“ (S. 39). Die Wichtigkeit des Werks besteht daher insbesondere in seiner Originalität und der Bereitschaft, vorhandenes Wissen über das Geheimnis (ein Paradoxon!) zu systematisieren und so der weiteren Theoriebildung zu überlassen. „Geheimnisse“ ist dabei vor allem auch ein Schatz an Zitaten, die collagenhaft in den Text integriert worden sind und dabei weder am legendären Grubenhund eines Arthur Schütz (S. 94), noch am „Prozeß“ von Franz Kafka vorübergehen. Die Logik des Buchs folgt dabei der Maßgabe Breite vor Tiefe, was es insbesondere auch zu einem guten Explorationspunkt für weitere Eigenrecherchen werden lässt. Daher bleibt Westerbarkeys Schrift gerade in der Gegenwart ein lesenswerter Beitrag zur Kommunikationstheorie, der dem Geheimnis zu einem Stück verdienter und notwendiger Öffentlichkeit verhilft.

Alexander Godulla, Passau

Literatur

Spiegel Online (2011): Google. Zitate von Eric Schmidt. http://www.spiegel.de/fotostrecke/google-zitate-von-eric-schmidt-fotostrecke-63798.html (zuletzt aufgerufen am 25.8.2015).

Thomas Großmann: Fernsehen, Revolution und das Ende der DDR. Göttingen: Wallstein Verlag 2015 (=Medien und Gesellschaftswandel im 20. Jahrhundert, Band 3), 293 Seiten, 34,90 Euro.

Fernsehen und die DDR – das ist der Blick der Medien im, auf und in den zweiten deutschen Staat. Dieser Blick war in den ausgehenden 1980er Jahren zunächst geteilt wie die politische Realität auch. Als die Blätter des Springer-Verlages ab August 1989 die „DDR“ nicht mehr in „Tüttelchen“ fassten, bis dahin hatte man durch die Anführungsstriche Distanz ausdrücken wollen, bahnten sich in der DDR bereits epochale Veränderungen an.

An diese erinnert Thomas Großmann in seiner von der Bundesstiftung zur Aufarbeitung der SED-Diktatur geförderten Dissertation und stellt die Rolle des Fernsehens in den Mittelpunkt. Sowohl im Westen als auch im Osten reagierte das Fernsehen nach zunehmender politischer Normalisierung zwischen beiden deutschen Staaten und einer weitgehenden Verdrängung der offenen Deutschen Frage aus dem politischen und medialen Bewusstsein vor allem überrascht.

https://doi.org/10.5771/0010-3497-2015-3-369 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY