

Literatur-Rundschau

Constanze Jecker (Hg.): Religionen im Fernsehen. Analysen und Perspektiven. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft 2011, 216 Seiten, 29,00 Euro.

Der Sammelband „Religionen im Fernsehen“ dokumentiert die Konzeption und die Ergebnisse des Teilprojekts „Religionsgemeinschaften, Staat und Gesellschaft“ (NFP 58), das im Rahmen des Schweizer Nationalen Forschungsprogramms die Darstellung von Religionen im Massenmedium Fernsehen untersucht hat; ergänzend werden Stellungnahmen zu diesem Forschungsprojekt und seinen Ergebnissen von Kommunikationswissenschaftlern, Experten aus dem Medienbereich sowie Religionsvertretern veröffentlicht.

Dieses Forschungsprojekt versucht zum ersten Mal ein interdisziplinäres empirisches Untersuchungsdesign – in Theorie und Methodik zwischen Kommunikationswissenschaften und Religionswissenschaften ausgelegt – zur Beobachtung von Religionen und ihren vielfältigen Ausprägungen im Bildmedium Fernsehen zu entwickeln.

Zu Recht stellt die Herausgeberin Constanze Jecker, die als Dozentin am Department Medienwissenschaften in Freiburg/Schweiz arbeitet, fest, dass „in der Medien- und Kommunikationswissenschaft vergleichsweise wenig Interesse an der massenmedialen (Re-)Prä-

sentation von Religionen – jenseits des Islams – besteht“ (S. 8). Die im europäischen Kontext bereits vorliegenden Studien, die soziologisch, kulturwissenschaftlich oder auch diskursanalytisch angelegt sind, sind überwiegend deskriptiver Natur und eignen sich wenig für eine empirische Untersuchung.

Die vorliegende empirische Studie besteht aus einer qualitativen und einer quantitativen Inhaltsanalyse, deren Konzeption und Ergebnisse in drei grundlegenden Aufsätzen von Joachim Trebbe, Constanze Jecker und Philomen Schönhagen sowie von Veronika Favre vorgestellt werden.

Die materiale Grundlage für diese interdisziplinäre inhaltsanalytische Untersuchung bildeten die Mitschnitte aller Schweizer überregionalen Fernsehprogramme über zwei Wochen im Januar und im Dezember 2008.

Die religionswissenschaftlichen Theorien von Clifford Geertz (1987) und Roderick Ninian Smart (1997) wurden als theoretische Grundlage gewählt, weil sie Religionen in ihrer „Funktionalität“ beschreiben und damit sichtbare und beobachtbare Kommunikationsformen von Religion identifizieren. Diese theoretischen Ansätze wurden für die kommunikationswissenschaftliche Anwendung überarbeitet und modifiziert. Auf dieser religionswissenschaftlichen Basis wurden dann mehrere Ansätze aus der Kommunikationswissen-

schaft für die Beobachtung herangezogen (Nachrichtenwertforschung, Agenda Setting, Framing und Priming), wobei das „Framing“ sich als die fruchtbarste Methode erwies, da mit dieser Methode Stereotype in den Massenmedien zu analysieren sind (S. 24f).

Es wird bei der Darstellung der quantitativen wie auch der qualitativen Inhaltsanalyse allerdings nicht immer genügend transparent, was alles codiert wurde. Dem würde ein ergänzender Zugang zum Codebuch abhelfen.

Als wichtiger Fortschritt in der Forschung ist festzuhalten, dass die Forschergruppe mit diesem Ansatz erstmalig eine Methodik zur empirischen Beobachtung von Religion in den Medien entwickelt. Die Ergebnisse der Inhaltsanalyse machen deutlich, dass Religionen im weitesten Sinne im Fernsehen allgegenwärtig sind, wobei den Hauptanteil die christliche Religion darstellt, der Islam in den meisten Fällen mit Gefahr assoziiert wird und das Judentum mit wirtschaftlichem Handeln.

Zum anderen hält die Untersuchung fest, dass man nicht pauschal von einer Marginalisierung von Religion(en) sprechen kann. Besonders die breite Präsenz religiöser Alltagsbezüge in allen Programmsparten zeigt deutlich, dass Religion(en) im Fernsehen gerade kein gesellschaftliches Rand- oder Minderheitenphänomen ist, sondern ein – wenn auch häufig unbemerktes – Massen- und Mehrheitsphänomen. Die qualitative Inhaltsanalyse hält zudem fest, dass Religion – auch in ihren esoterischen Ausprägungen – ein fundamentales Thema der Alltagskultur darstellt, insbesondere in den privaten Lebensdimensionen, aber auch in politischen und kulturellen.

Bei den kommentierenden Beiträgen, die den Dialog über die Ergebnisse mit den Medienaufsichtsorganen und den religiösen Institutionen anbahnen, sticht der Exkurs von Oliver Krüger (Freiburg) hervor, der besonders materialreich und gut informiert die Präsenz von Religion und Kirchen in den bundesdeutschen Medien darstellt.

Johanna Haberer, Erlangen

Hans Mathias Kepplinger: Die Mechanismen der Skandalisierung. Zu Gutenberg, Kachelmann, Sarrazin & Co.: Warum einige öffentlich untergehen – und andere nicht. München: Olzog Verlag 2012, 224 Seiten, 26,90 Euro.

Bernhard Pörksen/Hanne Detel: Der entfesselte Skandal. Das Ende der Kontrolle im digitalen Zeitalter. Köln: Halem 2012, 248 Seiten, 19,80 Euro.

Christian Wulff, Karl-Theodor zu Guttenberg, Jörg Kachelmann: So unterschiedlich die Karrieren, so ähnlich ihr Ende. Alle drei stürzten durch einen Skandal. Heutzutage gehören Skandale fest zum medialen Alltag, zwischen 20 und 25 pro Jahr sind es – in den 1950ern waren es noch zwei bis drei. Hinzu kommt das Internet mit neuen Opfern, neuen Tätern, neuen Strukturen. Aus gutem Grund also beschäftigen sich zwei aktuelle Veröffentlichungen mit diesem Phänomen.

Einer der bekanntesten Skandalforscher ist der Mainzer Kommunikationswissenschaftler Hans Mathias Kepplinger. Schon vor zehn Jahren veröffentlichte er „Die Mechanismen der Skandalisierung“, im Februar 2012 erschien eine aktualisierte Auflage. Der Fall Wulff kam zwar zu spät, um ihn zu berücksichtigen, aber auch er lässt sich mithil-

fe dieses Buches analysieren, denn Kepplinger bietet mehr als nur Einzelfallanalysen. Er sucht nach dem Muster hinter den Skandalen, den Mechanismen, „die einen Missstand zu einem Skandal machen, einen ertappten Täter zu einem hilflosen Opfer, ein desinteressiertes Publikum zu einer empörten Masse“ (S. 7). In 15 Kapiteln behandelt er anhand bekannter Fallbeispiele – von der CDU-Parteispendenaffäre bis zum Kachelmann-Prozess – die zentralen Merkmale von Skandalen. Kern der Kapitel sind sozialwissenschaftliche Theorien, Medienframes werden ebenso verständlich erläutert wie die Schweigespirale und der Andere-Leute-Effekt.

Laut Kepplinger decken die Medien Skandale nicht auf, sondern erzeugen sie. Skandale entstehen unabhängig davon, ob ein Missstand tatsächlich besteht, „entscheidend ist die Vorstellung der Mehrheit“ (S. 9). Dies macht der Autor im ersten Kapitel eindrucksvoll bewusst, indem er eine ganze Reihe bekannter Skandalgeschichten der letzten drei Jahrzehnte umreißt, um die Anschuldigungen der Medien anschließend als teilweise oder gänzlich falsch zu entlarven. Für den Einzelnen sind Informationen oft nicht prüfbar, das Deutungsmuster der Medien gewinnt die Oberhand. Wir, die wir uns für mündige Bürger halten, seien „Opfer der Illusion der autonomen Urteilsbildung“ (S. 28). Und: Wenn man so will, unterliegt nicht nur der Einzelne der Illusion autonomer Urteilsbildung, sondern auch die Medien. Stets gebe es nur eine Handvoll Wortführer, der Rest seien Mitläufer und Chronisten. Skeptiker finden laut Kepplinger kaum Gehör und werden gar mit Isolation bestraft: „In diesem Sinne weisen alle Skandale totalitäre

Züge auf: Sie zielen auf die Gleichschaltung aller, weil die öffentliche Abweichung einiger den Machtanspruch der Skandalisierer und ihrer Anhänger infrage stellen würde“ (S. 106).

Problematisch sind die daraus resultierenden, teils überzogenen Reaktionen der Rezipienten. Zuletzt zu beobachten war dies nach dem Emden Mädchenmord Ende März, als ein aufgebrachter Mob zur Lynchjustiz gegen den vermeintlichen – und letztlich unschuldigen – Tatverdächtigen aufrief. Die Kluft zwischen dem, was die Mehrheit zu wissen glaubt, und dem, was man tatsächlich wissen kann, werde umso größer, je länger ein Skandal dauert. „Die großen Skandale sind deshalb meist auch die Ursache von großen Kollektivirrtümern, und die Mehrheit kehrt nach einiger Zeit nicht deshalb zu ihren Gewohnheiten zurück, weil sie die Wahrheit nun kennt, sondern weil sie das, was sie noch immer für die Wahrheit hält, nicht mehr ernst nimmt“ (S. 192). Mit treffend gewählten Beispielen löst Kepplinger beim Leser mehr als einmal Kopfschütteln aus ob falscher und übereifriger Urteile seitens der Medien.

Doch Vorsicht ist geboten, denn der Medienforscher gilt als großer Kritiker der journalistischen Zunft und dem wird er auch hier gerecht. Er spricht von „journalistischen Entgleisungen“ und bemerkt: „Im Kern handelt es sich um Angriffe auf die Meinungsfreiheit, bei denen die Herabsetzung von Personen eine Auseinandersetzung mit der Sache verhindern soll“ (S. 102). Kepplinger entzieht sich mit seinem Buch dem Meinungsmainstream der Medien und bietet seinen Lesern neue, wertvolle Perspektiven. Doch so klug und durchdacht seine Abhand-

lung insgesamt ist: Wünschenswert wäre es, noch etwas mehr über die durchaus wichtigen Funktionen der Medien, u. a. ihren Auftrag zu Kontrolle und Information, sowie die Restriktionen des modernen Journalismus zu erfahren. So aber bleibt er größtenteils recht einseitig.

In seinem Schlusskapitel setzt sich der Autor mit der funktionalistischen Skandaltheorie auseinander und stellt sich dabei, wenig überraschend, gegen den „Medienpranger“ (S. 197). Durch übertreibende und dramatisierende Berichterstattung entstünden teils unverhältnismäßige Folgen, wie Selbstmorde, Massenentlassungen und Politikverdrossenheit. Der Forscher widerspricht der Idee, dass Skandale eine soziale Funktion haben: „Die einzige Institution, deren Ansehen mit der Häufigkeit und Intensität der Skandale wächst, sind die Medien, die ihr Ansehen auf Kosten der skandalisierten Institutionen vergrößern“ (S. 209).

Was Wulff, Guttenberg und Kachelmann gemeinsam haben, das macht Kepplinger in jedem Fall verständlich. Doch wie gliedern sich moderne Internetskandale wie die Veröffentlichungen von Wikileaks in diese Analyse ein? Kepplinger widmet sich zwar in einem Abschnitt dem Internet, muss aber schon aus Platzgründen sehr oberflächlich bleiben. Wo er aufhört, beginnt eine zweite Veröffentlichung der letzten Monate. „Der entfesselte Skandal“ der Tübinger Medienwissenschaftler Bernhard Pörksen und Hanne Detel beschäftigt sich mit dem Skandal im digitalen Zeitalter.

Entfesselt ist der Skandal von der „linearen, weitgehend interaktionsfreien Logik der Massenmedien“ (S. 23): Das einst passive Publikum wird aktiv, Enthüller sind nicht mehr

nur Journalisten, Skandalisierte nicht mehr nur Prominente. Eingeschränkte Kontrollmöglichkeiten führen für alle zu permanenter Ungewissheit. Die radikale Demokratisierung der Skandalisierung und der damit verbundene Kontrollverlust des Einzelnen sind laut den Autoren Phänomene, die „eine auf Massenmedien und den einst so mächtigen journalistischen Gatekeeper fixierte Skandalforschung unvermeidlich übersehen muss“ (S. 38). Trotz dieser impliziten Absage an Kepplinger ähnelt die Strategie der beiden der des klassischen Skandalforschers: Auch Pörksen und Detel schildern zunächst Einzelfälle, um dann nach den allgemeinen, verbindenden Mustern dahinter zu suchen.

So steht Matt Drudge, der die Lewinsky-Affäre um Bill Clinton auf seiner Internetseite „Drudge Report“ öffentlich machte, beispielhaft für den Typus der „neuen Enthüller“. Wie Drudge kann heute jeder Rezipient potenziell auch Sender sein, womit die klassischen Medien ihren Alleinvertretungsanspruch als Gatekeeper und Agenda-Setter verlieren. Das dokumentieren die Autoren auch am Fall Wikileaks. Hier zeigt sich, wie einfach riesige Datenmengen für viele, auch Unbefugte, verfügbar gemacht werden können: In diesem Fall genügte eine CD, um die Weltmacht USA in Bedrängnis zu bringen. So stellen die Tübinger Medienwissenschaftler fest: „Der Skandal neuen Typs entfaltet seine Wucht auch durch die schlichte Masse der Daten, die Veröffentlichung ganzer Archive, die dem Einzelnen die Überprüfbarkeit der Ereignisse suggerieren“ (S. 79). Die digitale Allgegenwärtigkeit muss langfristig eine Sphäre des Misstrauens befördern: „Das Geheimnis verwandelt sich

in eine Information, die nur darauf wartet, verraten zu werden. [...] Die Schwelle des effektiven, des tatsächlich folgenreichen Verrats durch die globale Publikationsmöglichkeit wird radikal gesenkt“ (S. 88).

Bei aller Macht, die das Internet bietet, stellen Pörksen und Detel aber auch fest, dass klassische Medien weiter eine wichtige Rolle als „Verifikationsinstanzen und Reizverstärker“ (S. 89) erfüllen. Wikileaks und die Plagiatsaffäre um Karl-Theodor zu Guttenberg demonstrieren, wie alte und neue Medien kooperieren. In den viel diskutierten Fall Guttenberg bringen die Autoren einen neuen Aspekt ein: Ihrer Meinung nach scheiterte sein Krisenmanagement, weil Handlungs- und Beschwichtigungsmuster noch aus der Zeit der klassischen Gatekeeper stammten – und damit natürlich den neuen Mustern nicht Herr werden konnten. Das organisierte Crowdsourcing sorgte dafür, dass der Gegenbeweis noch mit dem Dementi online vorlag.

Der Schwarm hat jedoch auch seine Schattenseite. Am Beispiel der Chinesin Gao Qianhui schildern die Autoren die Entstehung eines Cybermobs in all seiner erschreckenden Konsequenz. Auch der mittlerweile geschlossene digitale Pranger *isharegossip.com* zeigt, was der Deckmantel der Anonymität in Menschen auslöst. Während die Täter für die Folgen ihres Handelns nicht einstehen müssen, sind diese für die Opfer umso spürbarer, denn „das digitale Stigma bleibt bestehen. Ohne Chance auf Tilgung, unverändert“ (S. 184).

Die technische Möglichkeit, Skandalisierer zu werden, liegt heute dank Smartphone, Digitalkamera und Internetzugang prinzipiell in

den Händen aller. Pörksen und Detel sprechen von der „Möglichkeit der gnadenlosen Dokumentation“ (S. 144). Die moderne Form der Augenzeugenschaft zeigen sie am Beispiel der Skandalfotos aus Abu Ghraib, dem Handyfilm über die rassistischen Äußerungen des Designers John Galiano und der SMS zwischen dem Golfer Tiger Woods und seiner Geliebten. Zum Vorschein kommt hier auch das mangelnde Risikobewusstsein vieler Beteiligten. Ursache vieler Skandale im digitalen Zeitalter ist schlicht fehlende Medienkompetenz und die trügerische Illusion von Intimität im Netz. Besonders markant zeigt sich dies im Fall von Anthony Weiner, dem ersten Politiker, der über eine fehlgeleitete Twitter-Meldung stürzte.

Nach fast zweihundert Seiten faszinierender und unterschiedlichster Skandalgeschichten schaffen es die Autoren tatsächlich, ein gemeinsames Muster hinter den Beispielen zu entdecken: die Erfahrung eines elementaren Kontrollverlustes. Auf dieser Basis formulieren Pörksen und Detel einen recht pessimistischen kategorischen Imperativ des digitalen Zeitalters: „Handele stets so, dass Dir die öffentlichen Effekte deines Handelns langfristig vertretbar erscheinen. Aber rechne damit, dass dies nichts nützt“ (S. 233). Einerseits also verleiht das Internet allen Macht und wirkt so demokratisierend – andererseits ist es aber nur schwer beherrschbar. Die Grenzenlosigkeit des Internets bringt als Schattenseite die Unkontrollierbarkeit und die „ewige Gegenwart der Daten“ (S. 121) mit sich. Klassische Zensurmaßnahmen versagen und die Daten „versenden“ sich auch nicht mehr wie früher in klassischen Medien.

Pörksen und Detel kommen zu dem Schluss, dass es zu früh für eine Bewertung der aktuellen Entwicklungen ist und treten gegen Dogmatismus in der Netzdebatte ein. Die Medienwissenschaftler selbst behalten in ihrem Buch vorbildhaft stets alle Aspekte im Blick, sind analytisch, nicht dogmatisch. Jeder Schritt ihrer Abhandlung wird für den Leser nachvollziehbar reflektiert, die Sprache ist nicht zu akademisch, das Layout mit Kästen, Kursivschriften und Illustrationen äußerst leserfreundlich gestaltet. Insgesamt liest sich „Der entfesselte Skandal“ erfrischend anders. Für alle, die sich für das Thema Skandal im digitalen Zeitalter interessieren, ist der Band das ideale Überblicks- und Einstiegswerk. Wer sich weitergehend informieren möchte, findet in den Fußnoten fundierte Verweise auf lohnenswerte Quellen.

Auf ihre Art sind beide Bücher – Kepplinger wie auch Pörksen/Detel – hochspannend. Der Leser lernt viel über entfesselte Medien, aber auch entfesselte Menschen und letztlich über sich selbst als Rezipienten. Für den verantwortungsvollen Bürger zwei Pflichtlektüren!

Petra Hemmelmann, Eichstätt

Kurt Imhof: Die Krise der Öffentlichkeit. Kommunikation und Medien als Faktoren des sozialen Wandels. Frankfurt am Main/New York: Campus 2011, 319 Seiten, 36,90 Euro.

Die Krise der Öffentlichkeit ist ein Buch, das – so der Eindruck bereits nach der Lektüre der Einleitung – überfällig ist. Imhof nimmt sich theoretisch und analytisch des Wandels der Öffentlichkeit an und verleiht damit einem gesamtgesellschaftlich relevanten Diskurs die

angemessene Tiefe. Entwicklungen der (Medien-) Öffentlichkeit, die nicht selten unter Schlagworten wie „Entpolitisierung“ oder „Segmentierung“ pauschal beklagt werden, seziert Imhof systematisch und strukturiert. Dies beweist allein der Aufbau des Buches.

Einer zur Thematik und Absicht des Buches aufschlussreichen Einleitung folgt im ersten Kapitel eine umfassende Auseinandersetzung mit den Begriffen „Öffentlichkeit und Deliberation“ aus sozialtheoretischer und gesellschaftshistorischer Perspektive. In Kapitel zwei steht die medienvermittelte Öffentlichkeit der modernen Gesellschaft im Mittelpunkt und mit ihr die von Imhof diagnostizierte Krise. Über die Funktionen der Öffentlichkeit, die Imhof in die zentralen Begriffe „Deliberation“, „Legitimation“ und „Integration“ fasst, kommt der Autor zum „Neuen Strukturwandel der Öffentlichkeit“. Dieser äußert sich Imhof zufolge in zwei zentralen Symptomen: Entflechtung von Ökonomie und Politik sowie die Ausdifferenzierung des Mediensystems. Beide gefährden die drei Funktionen der Öffentlichkeit und verstärken sich überdies gegenseitig. In der Konsequenz führen sie in den Augen des Autors zu den „wichtigsten Pathologien der politischen Öffentlichkeit in ihrer Deliberations-, Legitimations- und Integrationsfunktion“ (S. 142).

In Kapitel drei schließlich betrachtet Imhof die Krise als Ausdruck eines gesellschaftlichen Umbruchs und folgerichtig widmet er sich einer „Dynamisierung der Theorie der Öffentlichkeit“ (S. 159). Sozialer Wandel wird verstanden als Abfolge von Gesellschaftsmodellen. Eine besondere Rolle im Prozess des sozialen Wandels

spricht Imhof autonomen Öffentlichkeiten – unterschiedlich gearteten Gegenöffentlichkeiten – sowie Wissenschaft, Kunst und Religion zu. Ihnen widmet er Kapitel vier. Die Bedeutungszuweisung zu diesen letztgenannten drei Sphären durchzieht das Buch als stetiges Motiv: Immer wieder betont Imhof den Verlust der Religion als letzter Erklärungs-, Deutungs- und Sinnstiftungsinstanz durch die Aufklärung und eine dadurch entstandene „Begründungslast“ der Moderne. Mit ihren eigenen Realitätsbezügen (Sachverhalte; Expressives; Werte/Normen) haben Wissenschaft, Kunst und Religion als Begründungsinstanzen für politisch-kulturelle Öffentlichkeit somit substantielle Bedeutung, nicht jedoch im neuen Strukturwandel der Öffentlichkeit. Diesem neuen Strukturwandel bescheinigt Imhof eine Verschiebung der Realitätsbezüge, von einem „kognitiv-normative[n] Median“ hin zu einem „moralisch-emotionale[n] Median“ (S. 249). Das führe zu einem Wandel der öffentlichen Kommunikation, welcher die Welt anders einfärbe (vgl. S. 250). In der Konsequenz verliert die Kommunikation an Substanz, kognitiv-normative Diskurse erscheinen als zum Scheitern verurteilt, weil die Bewertungsmaßstäbe an Rationalität verlieren.

Diese fatalistische Diagnose fasst Imhof in seinem Resümee zusammen. Er konstatiert vor allem einen durch „Entgrenzung von Ökonomie und Politik vom Nationalstaat“, durch „Privatisierung des public service“ und durch „Abschichtungs- und Segregationsprozesse“ ausgelösten Funktionsverlust der öffentlichen Kommunikation (S. 284). Besonders die Auswirkungen auf die Bedeutung des Nationalstaates

erscheinen dem Autor fatal; dieser habe „Regulationspotenz in allen klassischen Staatsfunktionen verloren“ (S. 287), Europa löse sich von der öffentlichen Meinungs- und Willensbildung der Bürger und verhindere letztlich die Genese einer „über die nationalen Arenen hinauswachsende politisch-kulturelle Öffentlichkeit“ (S. 287f.). Imhof sieht weder im neoliberalen Gesellschaftsmodell noch im Europa der 27 Nationalstaaten demokratische Entwicklungsfähigkeit. Er prognostiziert Konflikte, die helfen, die pathologische Stagnationskrise zu überwinden. Dafür aber sieht er es als unabdingbar an, dass die diagnostizierte Krise der Öffentlichkeit in ihr selbst zum Kernthema werde (vgl. S. 288/289).

So systematisch und facettenreich dieses Fazit auch hergeleitet ist, so einseitig erscheint es. Der pessimistischen Sicht Imhofs auf die Entwicklung öffentlicher Kommunikation mag man nur schwerlich zustimmen und stattdessen Tendenzen entgegenhalten, die zumindest ermutigende Aspekte offenbaren: zum Beispiel die deliberativen und damit demokratischen Potenziale neuer Kommunikationsformen, die politisierte Öffentlichkeit in den jüngsten Protestbewegungen wie Stuttgart 21 oder die Occupy-Bewegung, nicht zuletzt die Verdienste der Journalismusforschung um die Besinnung auf journalistische Qualitätskriterien. Imhofs facettenreiche und systematische Herleitung aus so unterschiedlichen Perspektiven (soziologischer, historischer, kommunikationswissenschaftlicher – um nur einige zu nennen) und ein so einseitig fatalistisches Resümee passen nicht recht zusammen.

Das Buch ist sehr dicht, die zahlreichen Perspektiven lassen

es bisweilen überfrachtet wirken. Ein weiteres Indiz dafür mögen die zahlreichen inhaltlichen Fußnoten sein, die stellenweise mehr Raum in Anspruch nehmen als der Fließtext; aufgrund ihres Gehaltes fordern sie den Leser aber enorm. Dennoch: Imhofs Buch ist wichtig und aktuell. Nicht nur die (Medien-)Öffentlichkeit hat sich in den vergangenen zwei Jahrzehnten rasant weiterentwickelt, ausdifferenziert und segmentiert, auch der Begriff „Öffentlichkeit“ wandelt sich dynamisch mit dem diffusen und komplexen Gegenstand, den er bezeichnet. Der „Strukturwandel der Öffentlichkeit“ ist heute in der Tat ein anderer, als ihn Habermas in seinem vielbeachteten Werk illustriert hat. Als Leser aber wünscht man dem Autor etwas mehr Optimismus in seiner bemerkenswerten Auseinandersetzung mit seinem Gegenstand.

Annika Franzetti, Eichstätt

Wolfgang Seufert/Hardy Gundlach: Medienregulierung in Deutschland. Ziele, Konzepte, Maßnahmen. Lehr- und Handbuch. Baden-Baden: Nomos Verlag 2012, 534 Seiten, 44,00 Euro.

Wer Studierende der Kommunikationswissenschaft mit Fragen der Medienregulierung konfrontiert, stößt rasch auf der Materie immanente Verständnisprobleme: Eine Reihe ökonomischer, technischer und juristischer Kriterien steht auf diesem Feld in einer komplexen Wechselwirkung, die ohne adäquate Vorkenntnisse nur schwer erschließbar ist. Darüber hinaus sind die genannten Bereiche einem steten Wandel unterworfen, der sich in den letzten Jahren durch den paradigmatischen Wechsel hin zu digitalen Medien radikal beschleunigt hat.

Die Perspektive des (angehenden) Sozialwissenschaftlers ist daher auf verständlich aufbereitete Fakten angewiesen, die den aktuellen Stand der Diskussion systematisiert und aktuell abbilden.

Eben dieser Herausforderung stellt sich die vorliegende Monografie von Wolfgang Seufert (Friedrich-Schiller-Universität Jena) und Hardy Gundlach (Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg). Die Autoren bündeln unter dem Leitbegriff der deutschen Medienregulierung ein weites Spektrum von Fragestellungen, das von Grundlagen, Zielen und Theorien der Regulierung bis hin zu medien-spezifischen Detailkonstruktionen reicht. Quasi en passant gelingt es dem Lehrbuch so, grundlegende Informationen als Diskursfundament bereitzustellen und so zu einem weitreichenden Kompetenzerwerb beizutragen.

Wer eine Monografie primär aus didaktischer Perspektive entwickelt, hat ein besonderes Interesse an einer nicht auf ein zu hohes Abstraktionsniveau abdriftenden Sprache. Tatsächlich bestechen die bereitgestellten Texte nicht zuletzt durch ihre klare Lesbarkeit. Diese zunächst banal klingende Erkenntnis kann nicht hoch genug geschätzt werden, da eine ebenso informative wie dem jeweiligen Komplexitätsgrad angemessene Darstellung den Schlüssel zum Erreichen didaktischer Ziele darstellt. Auch der Anspruch als Handbuch wird auf diese Weise in vollem Umfang eingelöst. Pointierte Definitionen, summative Zwischenfazit, erschöpfende Übungsfragen und sinnvolle Literaturhinweise ergeben gerade auch für den Einsatz in Lehre und Forschung eine ebenso sinnvolle wie belastbare Planungsbasis.

Kritisch ist indes anzumerken, dass die Qualität der erläuternden Grafiken nicht im gleichen Maß wie die Texte zum Verständnis der Materie beitragen. Prinzipiell gelungene Schaubilder und Tabellen werden bisweilen im Übermaß verkleinert dargestellt und verfehlen so das Ziel, bisher erläuterte Inhalte am Beispiel zentraler Aspekte zu entwickeln und so eine rasche Orientierung zu gestatten. Das gedrängte Schriftbild verschärft den Eindruck eines über das sinnvolle Maß hinaus komprimierten Produkts, das auf der reinen Präsentationsebene nicht mit der Zugänglichkeit des Inhalts Schritt halten kann.

Da es im Bereich der Kommunikationswissenschaft an vergleichbar aktuellen Werken mangelt, werden die Nutzer der Monografie diesen Lapsus jedoch bereitwillig akzeptieren. Zu groß ist letztlich der Bedarf an einer Orientierung, die Seufert und Gundlach erfreulicherweise wiederholt an normative Fragestellungen rückkoppeln. Neben dem Wie der Medienregulierung machen sie so auch das Wozu sichtbar. Zusammenhänge etwa zwischen einer Vielfalt von Medienanbietern einerseits und einer hohen publizistischen Qualität andererseits erschließen sich so als nur eines von vielen wünschenswerten Zielen einer im gesellschaftlichen Interesse operierenden Medienregulierung.

Das vorliegende Lehr- und Handbuch kann zusammenfassend jedem Orientierungssuchenden empfohlen werden, der über den enger gefassten Regulierungsbegriff der Wirtschaftswissenschaften hinausgehen will. Wie die Autoren selbst argumentieren, operieren sie nah am Governance-Begriffsspektrum der Politikwissenschaften, was

beim sozialwissenschaftlich geprägten Adressatenfeld auf Zustimmung stoßen wird. „Medienregulierung in Deutschland“ systematisiert eine ganze Reihe von Informationen, die auch für das Verständnis von Medienökonomie im Allgemeinen notwendig sind. Die gleichrangige Behandlung alter und neuer Aspekte (etwa die Regulierung von Presse und Rundfunk oder der Telemedien im Internet sowie von Übertragungswegen und Plattformen) ermöglicht einen integrierten Zugriff auf ein Thema, dessen Relevanz angesichts der Demokratisierung öffentlicher Kommunikation noch zunehmen wird.

Alexander Godulla, Passau

Eduard Beutner / Ulrike Tanzer (Hg.): lesen. heute. perspektiven. Innsbruck/ Wien/ Bozen: Studien Verlag 2010 (= die-extra. Eine deutschdidaktische Publikationsreihe, Band 15), 260 Seiten, 29,90 Euro.

„Beschleunigung“ gehört längst zur Signatur der Epoche, aber in der akademischen Welt ist sie offensichtlich noch nicht überall zum Imperativ geworden. Dieses Buch sammelt die Beiträge eines Symposiums aus Anlass der Emeritierung des Salzburger Germanistik-Professors Karlheinz Roszbacher vom November 2008, das zwei Jahre später als Buch erschien; und wieder zwei Jahre später entsteht nun diese Rezension. Diese „Entschleunigung“ – so viel vorweg – hat keinerlei Zeitschaden angerichtet, denn diese achtzehn Beiträge liest man heute und gewiss noch länger mit anhaltendem Interesse. Was hier verhandelt wird, begann vor Jahrzehnten als interessen- und anwendungsorientierte Buchmarktforschung,

wandelte sich dann vor allem unter dem Einfluss der Kommunikationswissenschaft zur Buchforschung und mit Beteiligung immer weiterer Disziplinen zum wissenschaftlichen Interesse an der „Kulturtechnik Lesen“, also der Leseforschung. Diesen interdisziplinären state-of-the-art präsentiert dieser Band auf höchst anregende Weise, weil er den Elaboraten der vom „Methodengefängnis geknebelt(en)“ Sozialwissenschaftler eine ordentliche Portion „geistiger Weltläufigkeit“ (Wolf Wucherpennig, S. 138) hinzufügt, ohne die man als Literaturwissenschaftler offensichtlich nicht zu einem ernst zu nehmenden Akademiker werden kann.

Das glänzendste Beispiel dafür ist die das Buch einleitende Abschiedsvorlesung von Rossbacher „Lesen. Was sonst?“, dem wir andererseits eine der ersten empirischen Studien verdanken, die er 1976 gemeinsam mit Walter Hömberg über das „Lesen auf dem Lande“ durchführte. Dieser erinnert in seinem Beitrag („Lektor=Leser? Konturen eines unbekannten Kommunikationsberufes“) an diese Pioniertat und die damaligen methodischen Unsicherheiten. Im Anhang wird ein Aufsatz aus der Wiener Tageszeitung „Die Presse“ von 1978 dokumentiert, der erste Ergebnisse zusammenfasste. Wie sehr sich das auch in den Geisteswissenschaften seitdem geändert hat, macht der Text von Hannes Scheutz und Thomas Kaltenbacher über „Psycholinguistische Aspekte des Lesens“ nachvollziehbar, der Ergebnisse über die technisch aufwendige Beobachtung der Augenbewegungen beim Lesen ausbreitet. Auf ganz andere Weise methodisch ebenso avanciert öffnet uns Norbert Bachleitner den Blick für die absehbare

„Revision einer Kulturtechnik: Das Lesen digitaler Literatur“. Thematisch ergänzend sind dazu die Beiträge von Petra Martina Baumann über „Literarische Fankultur im Internet“ und Christian Köllerer über Literaturkritik in Internetzeiten.

Zurück in die sozusagen klassische Welt der Leseforschung führen Margit Böck mit einem weiteren Beispiel ihrer ebenso kontinuierlichen wie ambitionierten Forschungsarbeiten („Lesen als soziale Praxis“) und Doris Schön bass („Lesefreude von 10- bis 14-Jährigen“). Mit solchen Forschungen war und ist immer die Thematik „Leseförderung“ verbunden. Ihr gelten unter differenzierten Aspekten einige der höchst anregend zu lesenden Texte, deren rhetorische Qualität auch in der schriftlichen Fassung noch lebhaft durchschlägt: Werner Wintersteiner entlarvt gängige ideologische Dimensionen des Lese-Diskurses, wenn dieser nur auf die Frage einer Kulturtechnik“ reduziert wird; Markus Kreuzwieser wendet sich mit erfrischend wütendem Gestus gegen die „Infantilisierung der Leserziehung“; Günther Stocker plädiert für eine kulturwissenschaftliche Anreicherung der Lesetheorie. Dass gleich mehrere Texte autobiographischer Natur von Egon Schwarz, Wolf Wucherpennig und Ernst Hanisch diese bildungsbeusste, ja bildungsstolze Haltung ausstrahlen, mag nicht verwunderlich sein, sollte aber als Quelle anspruchsvoller Ideen zur Leseförderung und für neue Forschungsfragen begriffen werden. Innovativ in diesem Sinne sind auch der Aufsatz von Karl Wagner („Handke als Leser“) und Edith Glatz („Erwin Ringel – Ein Psychiater als Leser von Dichtung“). Zwei Randthemen schließen den Band: Alfred Pfoser

über Bibliotheken und Johann Holzer über Literaturarchive.

Sammelbände sind für Rezensionen eine eher mühsame Sache; angesichts der in der Regel großen Zahl von Texten muss man den meisten durch Ignorieren Unrecht tun. Hier dagegen sind alle aufgeführt und dafür ist an Zeichen (Wörter zählen ...) für Kritik gespart worden, um so Appetit für die ganze Speisekarte zu machen. Einer der professoralen Autoren beklagt (zu Recht!), dass man als professioneller Leser im Laufe seines Lebens so vieles ohne Genuss lesen müsse. Dieses Buch kann der Leseforscher genießen.

Wolfgang R. Langenbucher,
Wien/München

Hans-Christian Erdmann: Verantwortung von Medienunternehmen aus Perspektive der Ökonomischen Ethik. Hamburg: Verlag Dr. Kovac 2012 (= Schriftenreihe innovative betriebswirtschaftliche Forschung und Praxis, Band 323), 358 Seiten, 88,00 Euro.

Wie können Medienunternehmen normative Erwartungen und ökonomische Rationalität im Hinblick auf die Frage nach ihrer korporativen Verantwortung miteinander in Einklang bringen?, lautet die Frage, die sich Hans-Christian Erdmann in seiner Dissertationsschrift stellt. Unter Rückgriff auf Thesen und Methodik der Ökonomischen Ethik möchte er dabei die Spannung zwischen Gewinnstreben und Moral überbrücken und Wege aufzeigen, wie Eigeninteresse und Moral füreinander fruchtbar gemacht werden können.

In der Einleitung präsentiert der Verfasser seinen Ansatz und die beabsichtigten Arbeitsschritte und widmet sich im zweiten Kapitel

dem Status Quo der wissenschaftlichen Diskussion. Im Zuge einer Literaturübersicht beschäftigt er sich mit unterschiedlichen medienethischen Positionen und konstatiert, dass die Verantwortung von Medienunternehmen als „korporative Akteure“ und „gesellschaftliche Zurechnungsobjekte für Verantwortung“ (S. 6) bisher nur vereinzelt im Zentrum des medienethischen Interesses gestanden hat. Zudem setzt er sich mit den gängigsten Ansätzen der Wirtschafts- und Unternehmensethik auseinander, die er zwar würdigt, zugleich aber dafür kritisiert, dass der Konflikt zwischen Gewinn und Moral meist nur ungenügend berücksichtigt wird. Anders bei der sogenannten Ökonomischen Ethik, die der Autor in ihren Grundzügen vorstellt und positiv bewertet, weil hier dem „immaterielle[n] Vermögenswert Vertrauen“ (S.282) ein hoher Stellenwert zukommt.

Mit Kapitel III beginnt der mehr systematische Teil der Arbeit, in dem Erdmann zunächst jene normativen Ideale bespricht, die üblicherweise in einen Zusammenhang mit Medienunternehmen und ihrer spezifischen Verantwortung gebracht werden. Er nennt dabei Werte, die aus der politischen, der gesellschaftlichen und der kulturellen Funktion der Medien entstehen, sowie jene normativen Ideale, die Wolfgang Wunden als Grundwerte demokratischer Medien bezeichnet: Öffentlichkeit, Wahrheit, Freiheit. Auch wenn der Verfasser diese Werte charakterisiert und zueinander in Beziehung setzt, bietet er keine explizite Werttheorie. Zwar ist es offensichtlich, dass das Erarbeiten einer Werttheorie den Rahmen des vorliegenden Werkes gesprengt hätte. Der Verzicht auf eine solche macht aber sowohl die Begründung als auch die Gewich-

tung jener Werte unmöglich, für die Erdmann Geltung beansprucht. Daher findet der Leser letztlich keine guten Gründe, warum gerade dieser oder jener Wert gelten sollte oder warum – im Fall eines Konfliktes – der eine dem anderen vorzuziehen sei. Der Problematik ist sich der Autor bewusst, denn er spricht in diesem Zusammenhang von einer „gewollte[n] pragmatische[n] Reduzierung“ (S.284).

In einem weiteren Schritt (IV) analysiert er die empirischen Rahmenbedingungen des Medienmarktes, um schließlich (V) anhand von zwei ausgewählten Konfliktfeldern – Trennung von Anzeigen und Redaktion, Persönlichkeitsrechte – zu veranschaulichen, wie Medienunternehmen aus der Perspektive einer ökonomischen Ethik ihre Verantwortung wahrnehmen bzw. wie sie Spannungen und Brüche vermeiden können. Bei Kapitel VI handelt es sich um ein zehn Seiten schlankes Fazit, das dank der re-

gelmäßigen Zusammenfassungen und Zwischenergebnisse, die der Leser quer durch alle Kapitel findet, ausreichend Orientierung bietet. Grob vereinfacht ausgedrückt, artikuliert Erdmann hier einmal mehr seine Zuversicht, dass Investitionen in die gesellschaftliche Zusammenarbeit und insbesondere in den Vermögenswert Vertrauen zum gegenseitigen Vorteil vorgenommen werden können und daher sowohl vom Standpunkt der Moral als auch vom Standpunkt der Wettbewerbsfähigkeit her Sinn machen.

Die Arbeit Erdmanns birgt neue Impulse für die Medienethik. Kritisch anzumerken ist, dass das Verständnis teils durch komplizierte sprachliche Formulierungen erschwert wird, und dass mit manchen grundlegenden Problemen der Moralphilosophie – wie etwa der Frage nach einer geeigneten Werttheorie – eher großzügig umgegangen wurde.

Claudia Paganini, Innsbruck