

LITERATUR

Besprechungen

Judith Ackermann (Hrsg.)

Phänomen Let's Play-Video

Entstehung, Ästhetik, Aneignung und Faszination aufgezeichneten Computerspielhandelns

Wiesbaden: Springer VS, 2017. – 263 S.

ISBN 978-3-658-12935-4

Vermutlich werden sämtliche Dozierende, die im Bereich der Medien- und Kommunikationswissenschaft Abschlussarbeiten zu Themen digitaler Kommunikation betreuen, in den letzten Jahren die folgende Situation kennengelernt haben: Voller Enthusiasmus kommt ein Student oder eine Studentin in die Sprechstunde und möchte eine Abschlussarbeit zum Thema „Let's Play“ schreiben, sei es über die Faszination des neuen Medienangebots, seine Wirkung auf Kinder und Jugendliche, seine Aneignung, sein Wesen oder gar über die Produzenten (und seltener Produzentinnen) der Let's Plays. Das Problem solcher Abschlussarbeiten ist dann, dass nachdem der erste Enthusiasmus verflogen ist, sich die zweite oder auch dritte Besprechungssitzung um die Frage dreht: „Aber dazu gibt es doch gar keine Literatur!“. Zumindest diese Sorge kann den interessierten Studierenden und den engagierten Dozierenden mit dem vorliegenden Sammelband genommen werden. Endlich, so will man meinen, nach gut zehn Jahren Faszination Let's Play ist ein umfassendes Sammelwerk erschienen, welches sich Let's Plays in all ihren Formen widmet, zumindest aus einer vorwiegend medienwissenschaftlichen Perspektive.

Wem der Begriff „Let's Play“ nicht vertraut ist, wer Gronkh, Sarazar und PewDiePie nicht kennt und einen Speedrun nicht von einem Walkthrough unterscheiden kann, dem sei gleich zu Anfang empfohlen, das Buch von hinten nach vorne zu lesen, denn Thomas Hale, Anna Lena Hartmann und Daniel Schlememeyer erläutern hier in einer Art umfassendem Glossar die zentralen Begriffe des Gamer-Jargons. Gerade in diesem Kapitel wird auch die zentrale Stärke und Schwäche des gedruckten Buchs deutlich, denn so anschaulich die Autoren und Autorinnen des Buchs mit Beispielen arbeiten, so bedauerlich ist es, wie diese Beispiele an den Möglichkeiten des Mediums Buch scheitern. Das Sammelwerk enthält eine Vielzahl an Links zu Let's Plays und anderen Online-Quellen, sodass man Lust bekommt, gleich nebenher im Netz zu surfen – die E-Book-Ver-

sion mit integrierten Links ist für dieses Sammelwerk die vermutlich zeitgemäßere Rezeptionsmodalität.

Let's Plays, vereinfacht gesagt auf einer Online-Videoplattform vertriebene, kommentierte Dokumentationen von Computerspielsessions, haben sich in den letzten Jahren in der Tat zu einem weitverbreiteten Phänomen entwickelt, und bekannte YouTuber erreichen Reichweiten, von denen mancher Fernsehsender nur träumt. Unterteilt in vier Themenfelder – (1) mediale Spezifitäten, (2) Performativität und Performanzen, (3) Rezeption, Aneignung und Produktion sowie (4) mediendidaktische Kontextualisierungen – und 18 Aufsätze widmet sich der vorliegende Sammelband diesem Phänomen aus einer medien- und kulturwissenschaftlichen Perspektive. Das Faszinierende an Let's Plays, so die Autoren im ersten Themenfeld (Venus, Fuchs, Othold, Schemer-Reinhard, Maeder), ist, dass letztlich aus einem interaktiven Medium wieder ein passives, rein rezeptives und auch serielles wird: das Verfolgen einer anderen Person am Bildschirm, die spielt. Deutlich wird aber auch, und gerade in den späteren Kapiteln, die sich der Aneignung und Rezeption (Wimmer, Biermann & Becker, Tilgner) widmen, dass noch weitere Komponenten einer partizipativen Medienkultur hinzukommen: Let's Plays werden erstellt, gestaltet und vor allem online verbreitet und kommentiert. Sie sind keineswegs die passive Rezeption eines interaktiven Mediums. Die Artikel von Rauscher, Kirschner und Eisewicht weisen darüber hinaus im zweiten Themenfeld auf die durchaus vorhandene Performativität bei Let's Plays hin. Gewisse Formen entstehen kollektiv (Ackermann und Juchens) oder sind theatrical inszeniert (Rodewold).

Die Artikel, gerade des ersten und zweiten Themenfelds sind dabei klar auf die Frage ausgerichtet: Was überhaupt ist ein Let's Play aus medien- und kulturwissenschaftlicher Sicht und wie und mit welchen theoretischen Zugängen können wir uns dem widmen? Es geht hierbei um Remedialisierung (Schemer-Reinhard) und Interpassivität (Fuchs), und auch die grundlegenden Perspektiven von Ludologie und Narratologie finden sich in den einzelnen Arbeiten wieder.

Der dritte Themenbereich – Aneignung, Rezeption und Produktion – stellt dann zwei kleinere empirische Studien vor, wobei es sinniger gewesen wäre, die eher beschreibende quantitative Studie von Biermann und Becker vor die qualitative Studie von Wimmer zu platzieren, da diese die Datenlage ein wenig stärker kontextualisiert. Gerade die empirischen Zugänge

bzw. der explorative Charakter der eher empirischen Arbeit auch zu den Produzierenden macht aber deutlich, dass hier noch ein großer Forschungsbedarf besteht.

Ein wenig bedauernswert erscheint dann, dass der medienpädagogische Bereich nur mit zwei – dafür jedoch unbedingt lesewerten – Artikeln bestückt ist. Let's Plays liefern gerade für die handlungsorientierte Medienpädagogik ein großes Potenzial, da Jugendliche nicht nur bei einem ihrer Lieblingsthemen „abgeholt“ werden können, sondern weil konkrete Medienkompetenzentwicklung anhand von drei Medien (dem Film, dem Computerspiel aber auch der sozialen Netzwerke) geleistet werden kann. Die Artikel liefern hier wichtige Erkenntnisse, die jedoch der Vertiefung und der empirischen Überprüfung und Fruchtbarmachung bedürfen.

Insgesamt gelingt es dem Sammelband, Let's Plays als neues, aktuelles medien- und kommunikationswissenschaftliches Phänomen herauszustellen. Ein vergleichbarer Band mit stärker empirischen Zugängen, eventuell gar mit einer stärker medienpsychologischen Perspektive fehlt im deutschsprachigen Bereich immer noch und würde diesen Band gut ergänzen. Bemerkenswert und mutig ist, dass es Judith Ackermann als Herausgeberin gelungen ist, ein breites Spektrum an Autorinnen und Autoren zu versammeln, die oftmals noch am Anfang ihrer wissenschaftlichen Karriere stehen und vielleicht allein biographisch dem zu untersuchenden Phänomen ein wenig näherstehen als andere. Diese eigene Expertise in Bezug auf den Forschungsgegenstand aber auch die Leidenschaft diesbezüglich ist den kurzweiligen Artikeln des Bandes anzusehen und macht leicht vergessen, wie sowohl theoretisch als auch empirisch explorativ das Feld derzeit noch erschlossen wird.

Sven Jöckel

Peter Berglez / Ulrika Olausson / Mart Ots (Hrsg.)

What is Sustainable Journalism?

Integrating the Environmental, Social and Economic Challenges of Journalism

New York: Peter Lang, 2017. – 374 S.

ISBN 978-1-4331-3441-8

Der Sammelband „What is Sustainable Journalism?“ wirft die Frage auf, wie der Wandel zu einer nachhaltigen Gesellschaft unmittelbar mit der Krise des Journalismus verknüpft ist und welche Rolle Journalismus einnehmen sollte,

um diesen Wandel verständlich zu machen, zu begleiten und zu gestalten.

Der Band geht von der Annahme aus, dass es eine „mutual dependency between the global sustainability challenge and the journalism challenge“ gibt (S. xiv). Auf der einen Seite werden Fragen der Nachhaltigkeit oft allein als „Umweltprobleme“ deklariert, die sich langsam und daher wenig nachrichtenorientiert vollziehen. Auf der anderen Seite sieht sich Journalismus oft und zunehmend einer Legitimationskrise ausgesetzt, die aus den ökonomischen und sozialen Entwicklungen des digitalen und vernetzten Diskursraumes im Internet und den sozialen Medien herröhrt.

Die Abhängigkeit von Nachhaltigkeit und Journalismus mündet für die Herausgeber_innen in der Frage, welche Art von öffentlichem Diskurs nötig ist, um auf gesellschaftlicher Ebene die Herausforderungen nachhaltigen Wirtschaftens, Lebens und Lernens überhaupt verhandeln zu können. Klar wird dabei, dass journalistische Praxis in ihrer Orientierung auf kurzfristige Aufmerksamkeit einer langfristigen Wandlungsperspektive oft nicht gerecht werden kann, weder politisch noch kulturell oder wirtschaftlich.

Gleichzeitig greift der Nachhaltigkeitsgedanke zu kurz, wenn er allein auf Umweltfragen bezogen bleibt. Die im Jahr 2015 von der UN verabschiedeten 17 Nachhaltigkeitsziele (UN Sustainability Goals, kurz: SDGs), betonen neben der Bekämpfung elementarer Bedrohungen (Armut, Hunger, Umweltverschmutzung) vor allem die Wechselwirkungen von sozialer, ökologischer und ökonomischer Nachhaltigkeit (oft auch als Dreisäulenmodell bezeichnet). Der Sammelband lehnt sich an diese Dreiteilung an und verhandelt die Beziehung von Journalismus zu Nachhaltigkeit je in Bezug auf Umwelt, Gesellschaft und Wirtschaft.

Den Herausgeber_innen von der Jönköping Universität in Schweden ist dabei ein im positiven Sinne pluralistischer Überblick gelungen, der verschiedene internationale und interdisziplinäre Ansätze und Kritiken zusammenbringt. Als gemeinsames Interesse der Beiträge lässt sich die These ausmachen, dass sowohl in der Krise des Journalismus (je national und medial unterschiedlich) als auch im Wandel hin zu nachhaltigen Gesellschaften ein Moment des Aufbruchs und Infragestellens etablierter Ordnungen zu finden ist. Aus diesem Moment heraus ist das Festhalten an Organisationsformen des Industriealters in Medien, Staat oder Gesellschaft als kurzfristige Reaktion auf grundsätzliche Änderungen der Gesellschaftsordnung zu sehen, für die neue Arten des ge-

meinsamen Arbeitens, Lernens und Lebens gefunden werden müssen.

Im Einzelnen werden im ersten Teil „Environment in Focus“ Fragen nach dem Zusammenhang von Werbefinanzierung, „geplanter Obsoleszenz“ und Nachrichtenkonsum aufgeworfen, wie auch die Umweltfolgen journalistischer Produktion selbst thematisiert. Umweltfragen als Thema der Berichterstattung schaffen Spielräume für neue Rollenverständnisse von Journalist_innen als engagierten Expert_innen, wie die Beiträge von Fahy und Nisbet zu den „Ecomodernists“ oder der Beitrag von Brüggemann über wissenschaftlich fundierten „post-normal journalism“ zum Klimawandel und seinen Leugnern zeigen. Leung et al. stellen in ihrem Beitrag dar, welchen politischen und kulturellen Restriktionen Umweltjournalismus in Südostasien ausgesetzt ist und dort primär von Grassroots-Bewegungen in sozialen Medien praktiziert wird.

Die Beiträge zu „Society in Focus“ im zweiten Unterkapitel sind mehrheitlich kritische Analysen einseitiger, national-normativer Darstellungsformen von Journalist_innen sowie Nachrichtendiskursen, die dem Bild einer inklusiven und vielfältigen Gesellschaft entgegenstehen. Dabei werden Erwartungen von Journalist_innen und Nachrichtenkonsument_innen zu kritischen politischen Themen aufgeworfen, wie auch Widersprüche in journalistischer Berichterstattung selbst als Ringen um Legitimität und Teilhabe an öffentlichen Diskursen thematisiert (u.a. die Beiträge von Abalo, Almgren und Gasher).

Der dritte Teil zu „Economy in Focus“ beschäftigt sich vorwiegend mit internationalen Vergleichen zu neuen und nachhaltigen Geschäftsmodellen im Journalismus. So werden von Hollifield und Schneider detailliert Vergleichsfaktoren zu Finanzierungs- und Resourcenmodellen entwickelt, die die demokratischen Funktionen von Journalismus abseits der reinen Umsatzzahlen mit abbilden. Picard dagegen zeichnet nach, wie sich die internationale Entwicklungsarbeit zur Förderung des unabhängigen Journalismus von einem primär sozio-politischen zu einem ökonomisch nachhaltigen Paradigma wandelt. Bemerkenswert sind ferner in diesem Abschnitt die Beiträge von Breiner zur Systematik von neuen Geschäftsmodellen im Journalismus (weltweit) wie auch von Sakr zu community-orientierten journalistischen Formaten im neo-autoritären Ägypten.

Im Tenor der Beiträge wird deutlich, dass Journalismus in sehr unterschiedlichen Rahmenbedingungen seine gesellschaftliche Relevanz stets erneuern und verteidigen muss. Es

geht dabei aber nicht allein um die Frage, wie Journalismus im Sinne eines Geschäftsmodells nachhaltig sein kann, sondern wie Journalismus der Idee einer nachhaltigen Gesellschaft Ausdruck verleihen kann, ihre Konflikte aufzeigen und einen als unabwendbar begriffenen, weitreichenden Wandlungsprozess konstruktiv begleiten kann.

Christoph Raetzsch

Andreas Dörner / Ludgera Vogt (Hrsg.)

Wahlkampf mit Humor und Komik

Selbst- und Fremdinszenierung politischer Akteure in Satiretalks des deutschen Fernsehens

Wiesbaden: Springer VS, 2017. – 352 S.

ISBN 978-3-658-17984-7

In „Wahlkampf mit Humor und Komik“ widmen sich die Herausgeber Andreas Dörner und Ludgera Vogt einem angesichts der Relevanz von Satire- und Unterhaltungsformaten für die politische Kommunikation aktuellen Thema: Sie analysieren theoretisch wie empirisch Auftritte von Politikerinnen und Politikern in Satire- und Comedy-TV-Sendungen. Das zunächst wie ein Sammelband anmutende (in Kapitel mit unterschiedlicher Autorenschaft gegliederte) Werk fasst die Ergebnisse des zwischen 2013 und 2016 durchgeführten DFG-Projekts „Politik und Komik“ der Herausgeber unter Mitwirkung der Projektmitarbeiter Benedikt Porzelt und Matthias Bandtel zusammen. Im Zentrum des Buches steht die Frage, wie Politikerauftritte im Fernsehen von Medien- und Politakteuren inszeniert werden, welche theatralen Logiken und inhaltlichen Modulationen dabei zum Tragen kommen und wie die Aneignung und Bewertung der Auftritte durch die Zuschauenden erfolgt.

Das Buch setzt eingangs an den Grundbegriffen des Komischen an und expliziert die (humor-)theoretischen Grundlagen von Politikerauftritten in Unterhaltungsformaten. Anschließend werden die Besonderheiten von komischen TV-Gesprächsformaten, deren theatrale Logik sowie das Ensemble beteiligter Akteure (Politiker, Moderatoren etc.) erläutert, bevor der Forschungsstand zu Politikerauftritten in Satire- und Comedytalks aufgearbeitet wird. Ein Kapitel zum Wahlkampf 2013 in Deutschland als Setting der Politikerauftritte folgen Hintergründe zur methodischen Herangehensweise im Forschungsprojekt. Auf der Grundlage von Goffmans Rahmen-Theorie wird anschließend ein Modell zur Analyse der

Inszenierung von Politikerauftritten in Satire- und Comedytalks entwickelt, das *Gesprächstypen*, *Rahmungstypen* und *Rollendarstellungen* integriert. Anhand von fünf Fallanalysen illustrieren die Autoren in den nachfolgenden Kapiteln die Selbst- und Fremdinszenierungen der Politikerauftritte und widmen sich abschließend explizit deren Rezeption durch das Publikum. Im Fazit werden die Ergebnisse der empirischen Studien integriert und die Triangulation der Auswertung vollzogen.

Wahlkampf ist, obwohl im Titel prominent platziert, nur ein spezifisches Setting, an dem die Argumentation des Buches festgemacht wird und demnach lediglich in einem Kapitel zentral. Positiv gewendet bedeutet dies, dass die Grundaussagen von „Wahlkampf mit Humor und Komik“ sich ohne Weiteres auf andere Szenarien übertragen lassen, worin eine Stärke des Buches zu sehen ist. Ein weiteres Positivum ist die ganzheitliche Konzeptualisierung von Politikerauftritten in Satire- und Comedysendungen, die sich in einem methodischen Dreischritt widerspiegelt, welcher Produktions-, Inhalts- und Aneignungsperspektiven triangulativ zueinander in Beziehung setzt (von den Herausgebern selbst als *ethnographisch eingebettete Medienanalyse* bezeichnet). Interviews mit den ProduzentInnen, RedakteurInnen, AutorInnen und ModeratorInnen prominenter Satire- und Comedysendungen liefern Einblick in Intentionen und Selbstverständnis der Sendungsmacher, während Interviews mit PolitikerInnen und PolitikberaterInnen deren Auftrittsgründe und Kommunikationsabsichten erfassen. Um auf Inhaltsseite Inszenierungslogiken innerhalb der Sendungen herauszuarbeiten, wurden videohermeneutische Analysen herangezogen. Mittels Gruppendiskussionen und Online-Diskursanalysen von Diskussionen, die sich um die Sendungen herum auf Facebook entwickelten, wird schließlich die Anschlusskommunikation von RezipientInnen modelliert und damit ein Blick auf potenzielle Wirkungen geworfen.

Die dezidiert medienwissenschaftliche Analyse der Sendungsinhalte und Inszenierungslogiken bildet das Kernstück und die vermutlich nachhaltigste Leistung des Buches. Insbesondere die Identifizierung der sog. Gesprächstypen innerhalb humorvoller Formate, die in Klassifizierungen wie *Comedy-Talk* und *aufgelockerte Debatte* resultieren, leistet einen wichtigen Beitrag zur Inhaltsforschung humorvoller Politikdarstellung. Sie ermöglichen die Analyse jenseits strenger Formatgrenzen und umgehen somit ein Stück weit die Labelisierung einzelner Sendungen, wie sie häufig in For-

schungen zu humorvollen Politikformaten vorgenommen wird. Das auf Goffmans Rahmen-Theorie basierende Modell kann zudem weitere Anknüpfungspunkte für kommunikationswissenschaftliche Forschungen liefern.

Gerade angesichts des engen Kooperationszusammenhangs der AutorInnen überrascht es hingegen, dass die begriffliche Konsistenz zwischen den einzelnen Beiträgen/Abschnitten nicht immer überzeugt. So variieren die Bezeichnungen zwischen den Kapiteln mitunter, was zum Beispiel daran deutlich wird, dass der Begriff *Satire-Talk* sowohl als Gesprächstypus innerhalb komisch modulierter Sendungen als auch als Überbegriff für unterhaltende Polit-Talkformate (in diesem Sinne auch im Titel verwendet) verstanden wird. Eine schärfere Abgrenzung und konsequenterere Verwendung der Begrifflichkeiten im Buch wäre wünschenswert gewesen.

Insgesamt leisten Andreas Dörner und Ludgera Vogt mit „Wahlkampf mit Humor und Komik“ einen wichtigen Beitrag zur Konzeptualisierung und Analyse von Satire- und Comedysendungen. Die im Buch gesammelten Beobachtungen erfolgen zwar aus medienwissenschaftlicher Perspektive und sind damit mehrheitlich auf Inszenierungs- und Darstellungslogiken der Politikerauftritte fokussiert. Nichtsdestotrotz gelingt es den Verfassern durch die Einbeziehung von ProduzentInnen-, PolitikerInnen- und RezipientInnenperspektive, eine seltene holistische Betrachtungsweise zu generieren, die sie theoretisch sinnvoll einzubetten wissen. Wünschenswert wäre jedoch eine stärkere Anbindung an aktuelle kommunikationswissenschaftliche Forschungen zu den Themen Politik und Unterhaltung – insbesondere aus dem Bereich der politischen Kommunikation – gewesen, um die Bedeutung der unterhaltenden Formate für politische Diskurse und Öffentlichkeiten sichtbar zu machen.

Anna Wagner

Judith Früh

Tatort als Fernsehgeschichte

Historiografien und Archäografien eines Mediums

München: edition text+kritik, 2017. – 425 S.

ISBN 978-3-86916-551-6

Kaum eine Fernsehreihe wurde in der deutschen Medienwissenschaft so viel „beforscht“ wie der „Tatort“. Zu den vielfältigen Themen- und Schwerpunkten bereits vorhandener Publikationen zählte etwa die Darstellung von Milieus,

Regionen, Migration, ostdeutscher Geschichte, Täter- und Opferkonstellationen und selbst die Autos der Kommissar*innen. Judith Früh untersucht in ihrer nun als Buch vorliegenden Dissertation den „Tatort“ als Dokument. Damit schließt sie an die Traditionslinie der historischen Forschung zu Filmen als Quellen der Geschichtsschreibung an.

Aus ihrer Sicht vernachlässigt die mediawissenschaftliche Geschichtsschreibung ihre eigene Medialität, d. h. u. a. die Konzentration auf die Schrift als Medium. Früh beschreibt und kritisiert die bisherigen Konzepte und Schwerpunkte der historischen Forschung und der deutschen Fernsehgeschichtsschreibung anhand ausgewählter Publikationen. So wird der potenzielle Erklärungswert verschiedener Ansätze geprüft, z. B. welchen Beitrag zur Reflexionen des Verhältnisses von „Tatort“ und gesellschaftlicher Wirklichkeit Bildtheorien, etwa aus dem Bereich der Visual History, liefern. Es wäre wünschenswert gewesen, die historische Entwicklung der Medienwissenschaft selbst mit ihren wechselnden theoretischen Erklärungsmodellen zu berücksichtigen.

Ein Themenschwerpunkt der Arbeit ist die Beziehung von Geschichte und Geschichtsschreibung. Dass Geschichte nur als Geschichtsschreibung existent ist, wurde in der Geschichtswissenschaft bereits häufig festgestellt. Judith Früh fragt hingegen: Wie beeinflusst die Schrift die Geschichtsschreibung der Fernsehgeschichte und was würde sich für eine historische Untersuchung mittels DVD verändern? Bereits bei diesen Ausführungen zum Einfluss der Aufschreibesysteme wären noch Nietzsche, aber auch Friedrich Kittler erwähnenswert gewesen. Zwar wird an späterer Stelle des Buches auf Foucaults und Kittlers Konzept der Medienarchäologie mit dem Fokus auf Technik und Archiv eingegangen, der Erklärungswert für die „Tatort“-Geschichte wird dabei jedoch nicht hinreichend deutlich.

Einen weiteren Fokus bilden Institutionen, Konzepte und Funktionen des Archivs auf der Basis medienarchäologischer Ansätze – etwa von Wolfgang Ernst. Leider wird die Chance nicht genutzt, die Reflexionen zu möglichen theoretischen Aspekten der Fernsehgeschichte in eine eigene modifizierte Darstellung der „Tatort“-Geschichte münden zu lassen, die den selbst erhobenen Anforderungen gerecht würde. An der historischen Entwicklung des „Tatorts“ Interessierte werden eher bei Hissnauer, Scherer und Stockinger (2014) fündig.

In Ergänzung zu archivtheoretischen Reflexionen verweist Judith Früh auf eine spezifische kommerzielle Form der Fernseh-Geschichts-

schreibung: Wo das eigene Archiv vergesse, erinnere sich die DVD. Hier wären Bezüge zur DVD-Studie von Jan Distelmeyer (2012) sinnvoll erschienen. Früh setzt sich kritisch mit bisherigen DVD-Editionen des „Tatorts“ auseinander. Sie zeigt u. a. anhand der Kassationspolitik und der Kosten für die wissenschaftliche Nutzung, dass das grundlegende Archivproblem der Fernsehforschung in Deutschland – im Unterschied zu anderen europäischen Ländern wie Frankreich oder Großbritannien – noch immer nicht gelöst sei. Gleichzeitig zeigt sie auf, welche negativen Folgen dies für die fernsehhistorische Forschung hat.

Bereits in der Einleitung ihres Buches verweist Judith Früh auf die Komplexität des vorhandenen Sendungsangebots der „Tatort“-Reihe und erläutert die damit verknüpften methodischen und theoretischen Herausforderungen. Auf Basis bisheriger literatur- und mediawissenschaftlicher Kanonmodelle bildet sie ein eigenes Ranking besonders relevanter Folgen. Dabei zeigt sie Zusammenhänge zwischen der Einschätzung relevanter „Tatort“-Folgen in der Fernsehkritik und der Wiederholungspolitik der Sendeanstalten. Diese stellt sie in den Kontext der Senderprofile und der finanziellen Ausstattung: So wird deutlich, dass Vertragsbedingungen wie etwa Wiederholungshonorare die Wiederholungen des „Tatorts“ beeinflussen. Gerade Episoden, die älter als zehn Jahre sind, finden auf diese Weise in der medialen Erinnerung des Fernsehens kaum noch statt. Dies schränkt auch die wichtige Funktion des „Tatorts“, als Spiegel der Gesellschaft zu fungieren, ein.

Früh verweist außerdem auf den Einfluss senderübergreifender Entwicklungen. So manifestiere sich der Unterhaltungsslalom und die Überbietungslogik der Fernsehsender aus ihrer Sicht auch im „Tatort“, etwa bei den singenden ehemaligen Hamburger Ermittlern Brockmöller & Stöver und den Münsteraner Komödien.

Insbesondere in den vergleichsweise wenigen Ausführungen zu fernsehhistorischen Entwicklungen des „Tatorts“ zeigen sich Probleme (muss nicht „der Alte“, sondern „Derrick“ als Nachfolgerreihe des „Kommissars“ im ZDF genannt werden?) oder Fehler in der Arbeit – etwa bei Sendungstiteln (55). Auch wird z. B. nicht deutlich, ob bei den empirischen Auswertungen von Episodenlängen und notwendigen Rezeptionszeiten berücksichtigt wurde, dass auf dem Sendeplatz am Sonntag auch der „Polizeiruf 110“ ausgestrahlt wird.

Im Fazit werden Aspekte der individuellen und kollektiven Rezeption (Fankulturen des „Tatort“) etwa in den Bereichen Erinnerung

und Gedächtnis angesprochen. Hinsichtlich aktueller Veränderungen konstatiert Judith Früh, dass der „Tatort“ es geschafft habe, das „Lagerfeuer“ Fernsehen auch in veränderten medialen Rezeptionsbedingungen zu erhalten.

Die Lektüre der Studie hinterlässt trotz des verheißungsvollen Buchtitels den Eindruck, als spiele der „Tatort“ hier nur eine untergeordnete Rolle in der allgemeinen theoretischen Reflexion des Forschungsbereichs Fernsehgeschichte.

Joan Kristin Bleicher

Literatur

Distelmeyer, Jan (2012): Das flexible Kino. Ästhetik und Dispositiv der DVD & Blu-ray. Berlin.

Hissnauer, Christian; Scherer, Stefan; Stockinger, Claudia (2014): Föderalismus in Serie. Die Einheit der ARD-Reihe Tatort im historischen Verlauf. München.

Alexander Godulla

Öffentliche Kommunikation im digitalen Zeitalter

Grundlagen und Perspektiven einer integrativen Modellbildung

Wiesbaden: Springer VS, 2017. – 292 S.

ISBN 978-3-658-14191-2

Das Buch von Godulla ist wichtig und es kommt zur richtigen Zeit. Denn der Autor hat recht, wenn er sagt, dass die Auseinandersetzung mit den grundlegenden Modellen der öffentlichen Kommunikation, mit denen Studierende der Kommunikationswissenschaft im ersten Semester konfrontiert werden, fast ausschließlich auf den Kontext Lehrbuch beschränkt ist. Diesem Missstand hat sich Godulla in seiner Habilitationsschrift dankenswerterweise angenommen.

Er liefert eine Analyse von 14 Modellen. Von Shannon und Weaver (1948) über Westley und MacLean (1957) sowie Maletzke (1963), Prakke (1968) und McQuail (1983) bis zu Neuberger (2009) ist vieles dabei, was Rang und Namen hat. Es fehlt allerdings z. B. das Modell der sozialen Zeitkommunikation (vgl. z. B. Beck 2017: 498; Wagner 1995), das einen ähnlichen Anspruch hat wie andere Modelle öffentlicher Kommunikation und das ebenfalls in Lehrbüchern des Fachs erwähnt wird. Etwas Besonderes ist das Buch von Godulla auch deshalb, weil er sich nicht mit einem systematischen Vergleich und einer theoretischen Diskussion begnügt. Sein Zugang zu den Modellen erfolgte über eine qualitative Inhaltsanalyse. Viele Ent-

scheidungen im Forschungsprozess inklusive der Auswertungsschritte sind dadurch sehr gut nachvollziehbar.

Den Anlass für seine Arbeit sieht Godulla nicht nur in der nahezu inexistenten Auseinandersetzung mit den Modellen öffentlicher Kommunikation, sondern auch im Fehlen eines aktuellen Modells, das die Situation des gegenwärtigen Medienwandels hinreichend umfänglich und adäquat abbilden würde. Er bezeichnet das Modell elektronisch mediatisierter Gemeinschaftskommunikation von Burkart und Hömberg (1998) als letzten Versuch in diese Richtung. Die aktuelleren Modelle aus Godullas Auswahl (Bowman und Willis, 2003; Neuberger, 2009) seien zu stark auf den Journalismus fokussiert, um diese Anforderung erfüllen zu können. Deshalb präsentiert Godulla auf Basis seiner Analyse ein eigenes integratives Modell öffentlicher Kommunikation, das er als Ausgangspunkt für die weitere Diskussion in Zeiten von Internet und Social Media vorschlägt.

Alle untersuchten Modelle werden im Buch ausführlich vorgestellt und können durch die Verwendung von sinnvollen Untersuchungskategorien gut miteinander verglichen werden. Um dem Anspruch einer wissenschaftlichen Analyse gerecht zu werden, beinhaltet Godullas Arbeit eine Reflektion über die Funktion und Gütekriterien von sozialwissenschaftlichen Modellen. Es finden sich Hinweise auf die fachhistorische und mediengeschichtliche Einordnung. Die Grundbegriffe „Öffentlichkeit“, „Kommunikation“, „Medium“ sowie die Funktionen und Leistungen publizistischer Medien werden definiert. Alle diese Aspekte sind allerdings komplex und es wurden zu jedem einzelnen bereits Bücher und zahlreiche Aufsätze geschrieben. Der Versuch, das auf wenigen Seiten zu überblicken, ist riskant und setzt die Berücksichtigung zahlreicher Literaturquellen voraus. Godulla stützt sich zu einem relativ großen Teil auf Texte, die im erweiterten Umfeld des Eichstätter Instituts entstanden sind. Weitere wichtige Arbeiten werden erwähnt. Es wird aber immer auch Leser geben, die andere zentrale Werke vermissen. Hier wäre es besser gewesen, der Autor hätte sich jeweils explizit und sofort auf nur eine etablierte Definition festgelegt. Das Verhältnis dieser Grundbegriffe zur Lasswell-Formel, die später im Buch wichtig für die Strukturierung ist, bleibt weitgehend offen.

Der Anspruch, eine wissenschaftliche Analyse und eine Nachschlagemöglichkeit für Dozierende und Studierende der Kommunikations- und Medienwissenschaft zugleich zu lie-

fern, ist ein schwieriger Spagat. Für die Nachschlagefunktion ist die Einzelbesprechung der Modelle ein Geschenk. Die wissenschaftliche Analyse hätte aber von einem Verzicht auf die Einzelbesprechungen zugunsten eines Ausbaus des kategoriegeleiteten Vergleichs noch weiter profitieren können. Ein solcher Vergleich findet im Buch vor allem in gesonderten Abschnitten am Ende der drei Ergebniskapitel (Modellkomplexe) auf eher engem Raum statt. Ergänzt wird die vergleichende Diskussion durch ein extra Auswertungskapitel, das Antworten auf die drei Forschungsfragen gibt. Noch interessanter wäre das, wenn spätestens hier neben den Originalquellen auch mehr die Besprechungen der Modelle aus den Lehrbüchern mit in die Analyse eingeflossen wären.

Godullas eigenes Modell ist innovativ und kann als großer Fortschritt in der Modellbildung gelten. Es ist beispielsweise eine gute Idee, Organisationen und Akteure und deren Verbindung durch die Rezeption und Produktion relevanter Mitteilungen über die Medien gesondert zu betrachten. Auch die Verbindung von Themen und Funktionen sowie deren Rückbindung über Normen an die Organisationen und Akteure ist dazu geeignet, die Diskussion um Modelle öffentlicher Kommunikation zu stimulieren. Kritisch diskutieren könnte man vor allem Godullas Unterscheidung von Massenkommunikation und öffentlicher Kommunikation über die Aufmerksamkeit, die eine Mitteilung generiert. Zur öffentlichen Kommunikation wird Massenkommunikation bei Godulla nur dann, wenn sie auf ausreichend große Resonanz stößt. Das steht im Widerspruch zur öffentlichkeitstheoretischen Tradition, bei der Öffentlichkeit u. a. auf die prinzipiell freie Zugänglichkeit von Mitteilungen festgelegt ist. Massenkommunikation ist demnach immer öffentliche Kommunikation. Umgekehrt gibt es aber große Bereiche im Long Tail, die zwar als öffentliche Kommunikation, nicht aber als Massenkommunikation gelten können.

Das Buch ist nicht nur aufgrund seiner Einzigartigkeit jedem zu empfehlen, der sich in Forschung und insbesondere in der Lehre mit Modellen öffentlicher Kommunikation beschäftigt. Es ist nicht zuletzt auch die durchdachte und systematische Vorgehensweise, die zu beeindrucken weiß. Schließlich darf mit dem Autor gehofft werden, dass das Buch weitere Anstrengungen im lange Zeit vernachlässigten, aber dennoch grundlegenden Modellbau auslösen wird.

Manuel Wendelin

Literatur

Beck, Klaus (2017). Godulla, Alexander: Öffentliche Kommunikation im digitalen Zeitalter. Grundlagen und Perspektiven einer integrativen Modellbildung. In: *Publizistik*, 62, S. 497-500.

Michael Haller (Hrsg.)

Öffentliches Vertrauen in der Mediengesellschaft

Köln: Halem, 2017 – 258 S.

ISBN 978-3-86962-099-2

Das Konstrukt Vertrauen erfährt im Moment (zurecht) neue Aufmerksamkeit. Der von Michael Haller herausgegebene Sammelband „Öffentliches Vertrauen in der Mediengesellschaft“ beschäftigt sich aus einer interdisziplinären Perspektive mit Vertrauen. Er geht auf eine Tagung zurück, die 2013 zum Thema „Wandel und Messbarkeit des öffentlichen Vertrauens im Zeitalter des Web 2.0“ am Leipziger Institut für praktische Journalismus- und Kommunikationsforschung stattfand. Einige der Tagungsbeiträge wurden nun in diesem Sammelband veröffentlicht und um weitere eingeladene Artikel ergänzt. Der Band versammelt in fünf thematischen Blöcken elf Beiträge zum Thema Vertrauen. Zu Wort kommen neben Kommunikationswissenschaftler/innen auch Politik- und Wirtschaftswissenschaftler, Informatiker, Medienpraktiker und Marktforscher. Diese beschäftigen sich mit einer großen Bandbreite an Themen, vom Praxisbericht aus einer Radio-Redaktion bis hin zu einer Text-Mining-Studie zur Berichterstattung über Demonstrationen.

Das führt schon zum wesentlichen Kritikpunkt an diesem Band: Die Beiträge stehen weitgehend unverbunden nebeneinander, das Thema öffentliches Vertrauen ist eher eine lose Klammer. Wenn diese Problematik auch bei Tagungsbänden so oder so ähnlich zu erwarten ist, stellt sich dennoch eine leichte Enttäuschung ein, denn an unterschiedlichen Perspektiven und Einzelbeiträgen mangelt es der Vertrauensforschung eher nicht – an Systematisierung allerdings sehr wohl.

Die Leserinnen und Leser werden daher wohl vor allem einzelne Beiträge rezipieren – und das kann sich lohnen. Im Folgenden soll daher ein kurzer Überblick über die Artikel gegeben werden.

Der erste Abschnitt unter dem Titel „Kann man dem öffentlichen Vertrauen vertrauen?“ beschäftigt sich mit Überlegungen im Anschluss an die Theorie öffentlichen Vertrauens von Bentele. Michael Haller eröffnet den Ab-

schnitt in einer Art einführendem Beitrag mit einigen „Überlegungen zu einer Neubestimmung der Theorie des öffentlichen Vertrauens“. Dazu referiert er zunächst klassische Öffentlichkeitskonzepte von Habermas über Luhmann bis Gerhards & Neidhardt, bevor er auf den Vertrauensbegriff und aktuelle Vertrauensforschung zu sprechen kommt. Haller schreibt dabei nicht vor Kritik zurück. So attestiert er den gängigen Öffentlichkeitstheorien, den Strukturwandel der Öffentlichkeit im Hinblick auf das Internet nicht adäquat fassen zu können, weil sie „unter dem Paradigma einer Harmonie intendierenden Öffentlichkeit“ (S. 66) stehen, die sich in der Realität aber nicht finde. Er benennt klar Probleme der Vertrauensforschung: die mangelnde Spezifikation von Bezugsobjekten, Probleme pauschaler Abfragemethoden usw. Das bietet einigen Diskussionsstoff. So erklärt Haller etwa die demoskopischen Befunde zu generalisiertem Vertrauen in Medien pauschal als „Artefakte“, zieht für seine generelle Kritik an der entsprechenden Forschung aber vorwiegend die Eurobarometer-Erhebungen heran.

Im zweiten Beitrag präsentiert Patricia Grünberg kurz die wesentlichen Elemente der Theorie öffentlichen Vertrauens und stellt dann drei inhaltsanalytische Fallstudien vor, die sich mit der Berichterstattung über den ehemaligen Bundespräsidenten Christian Wulff, den Skandal um „Lustreisen“ in der Ergo-Versicherungsgruppe und der Berichterstattung zum Gesundheitssystem befassen.

Den Abschluss des ersten Teils macht Axel Maireder mit einer theoretischen Abgrenzung sozialer Netzwerke von Online-Communities und einer Diskussion der zweifachen Bedeutung von Vertrauen: innerhalb von Netzwerken und vermittelt durch Netzwerke. Ein Grundlagenbeitrag, der für eine Fülle von spannenden Forschungsfragen rund um Entstehung und Konsequenzen von Vertrauen in Online-Öffentlichkeiten sensibilisiert.

Im zweiten Teil („Publikum – Medien – Journalismus. Ein Vertrauensverhältnis?“) zeigt sich, wie gut eine thematische Klammer über mehrere Beiträge funktionieren kann. Nikolaus Jackob et al. vergleichen auf Basis einer Repräsentativbefragung die Merkmale von Extremgruppen des Medienvertrauens („Medienzyniker“ vs. „Medienfans“) anhand einer Vielzahl relevanter Variablen. Darüber hinaus bietet der Beitrag einen knappen und gleichzeitig umfassenden Überblick über die wesentlichen Forschungsstränge zu Medienvertrauen. Daran schließt Julius Reimer an, der journalistische Transparenz als vertrauensbildende Maßnahme

diskutiert. Er beschreibt damit eines der Kernkonzepte, das in der Journalismusforschung als Lösung von Vertrauensproblemen vorgeschlagen wird. Dafür legt er eine gehaltvolle und empirisch nützliche Systematik unterschiedlicher Formen von Transparenz und ihrer möglichen Auswirkungen auf Vertrauen vor. Seiner Forderung nach mehr Forschung in diesem Bereich kann man sich nur anschließen, Reimers Beitrag liefert dafür eine ideale Grundlage.

Den Teil zu Medienvertrauen schließt ein Praxisbericht von Christian Bollert ab, der beschreibt, wie die Redaktion des Online-Radios detektor.fm das Vertrauen seiner Zielgruppen gewinnen möchte und auf welche Leitlinien sich die Redaktion dafür festgelegt hat.

Im dritten Teil („Digitale Medien: Ist öffentliches Vertrauen quantifizierbar?“) findet sich eine kurze Einführung in das Thema Text Mining vom Leipziger Informatiker Gerhard Heyer, bevor Gregor Wiedemann (ebenfalls Leipzig) die Methode anhand einer Beispielstudie vorstellt. Darin wird die Berichterstattung deutscher Tageszeitungen über Demonstrationen im Zeitverlauf seit den 1980er Jahren untersucht. Die konstatierte Zunahme der Berichterstattung über Demonstrationen wertet er als Ausweis des „Entzugs von spezifischer Unterstützung“ der Politik und damit als Vertrauensproblem. Der Beitrag bietet zusätzlich eine verständliche Einführung in die automatisierte Inhaltsanalyse großer Textkorpora.

Teil vier („Der digitale Markt und die neue Bedeutung des Objektvertrauens“) widmet sich dem öffentlichen Vertrauen aus einer wirtschaftswissenschaftlichen Perspektive. Die Leipziger Ökonomen Manfred Kirchgeorg und Martin Wiedmann fassen in ihrem Beitrag das Konzept Vertrauen aus der Sicht des Marketings zusammen und gehen auf die zentralen theoretischen Grundlagen ein, bevor sie einen Überblick über einschlägige Studien in diesem Bereich bieten. Wer sich für eine Marketing-Perspektive auf Vertrauen interessiert, findet hier einen idealen Einstieg.

Der Marketingberater Steffen Hermann steuert den zweiten Beitrag in diesem Teil bei. Er stellt darin ein integratives Modell zur Analyse der Reputation von Unternehmen vor, das Social Media Monitoring mit klassischen Medieninhaltsanalysen und Stakeholderbefragungen verbindet.

Den fünften Teil („Aussichten: Über das Vertrauen in der Krise“) bildet ein Essay des Rostocker Informatikers Clemens Cap. Er interpretiert Entwicklungen des Digitalzeitalters, wie die starke Abhängigkeit von Großkonzernen, als „digitalen Feudalismus“ und argumen-

tiert für eine „digitale Aufklärung“. Darin soll das Verhältnis von Technikanbietern und -nutzern von „überprüfbarem Vertrauen“ geprägt sein, das man durch offene statt proprietäre Systeme erreichen kann, deren Funktionsweise zu- mindest potenziell einsehbar ist.

Mit dieser thematischen Breite zeigt der Band einerseits, wie angeschlossenfähig und relevant das Konzept Vertrauen für die unterschiedlichsten Disziplinen und Fragestellungen sein kann. Andererseits birgt das auch das Risiko, den Begriff zu verwässern, wenn alle möglichen Themen und Fragestellungen unter dem großen Dach „Vertrauen“ verhandelt werden. Entspricht es etwa noch dem Kern von Vertrauen, das ja gerade von Risiko und Unsicherheit geprägt ist, wenn Vertrauensbeziehungen „überprüfbar“ sind? Ist die Beziehung zwischen einem Medienunternehmen und seinen Anzeigekunden vornehmlich von Vertrauen geprägt und nicht eher von rationalen Überlegungen? Ist eine zunehmende Berichterstattung über Demonstrationen wirklich ein Indiz für eine Vertrauenskrise der Politik? Der Band macht damit auch deutlich, wie nötig systematische, theoretische Arbeiten zum Konstrukt Vertrauen sind.

Abschließend ist dieser Band allen zu empfehlen, die sich mit der Breite der Vertrauensforschung befassen und einen Blick über den Tellerrand der eigenen disziplinären Nische wagen wollen oder einen Einstieg in eines der individuellen Themen der Einzelbeiträge suchen.

Fabian Prochazka

Christian Herzog / Heiko Hilker / Leonard Novy / Orkan Torun (Hrsg.)
Transparency and Funding of Public Service Media
Die deutsche Debatte im internationalen Kontext
Wiesbaden: Springer VS, 2018. – 363 S.
ISBN 978-3-658-17996-0

Herzog et al. haben ein für die aktuelle mediopolitische Debatte hoch informatives und relevantes Buch vorgelegt, dem allerdings frühere Veröffentlichungen zugrunde liegen. Indem es die Finanzierung öffentlicher (in Deutschland: öffentlich-rechtlicher) Medien mit der Debatte um Transparenz der öffentlichen Sender verbindet, will es zwischen Wissenschaft und mediopolitischer Praxis vermitteln. Dies geschieht in einem ersten Teil mit der Darstellung von Fallstudien aus fünfzehn Ländern, in denen

die öffentlichen Medien vielfältigen Politiken unterlagen, in einem zweiten Teil mit Beiträgen von Akteuren aus der deutschen Medienpolitik.

Die Länderstudien bieten ein reichhaltiges Material, um rundfunkpolitische Erfolge und – leider wesentlich häufiger – Irrläufe zu illustrieren. In Österreich (Ganter/Sehl) kann beobachtet werden, wie durch eine nur zögerliche Anpassung der Medienpolitik an die Gegebenheiten der konvergierenden Onlinewelt die Adoptionsmöglichkeiten für öffentliche Medien beschränkt werden. Demgegenüber zielt jedoch eine proaktive Entwicklung des Public-Value-Gedankens und eine offensive Transparenzstrategie des ORF darauf, der schwindenden Akzeptanz öffentlicher Medien entgegenzuwirken.

Wenn am französischen Beispiel (Kuhn) für hiesige Kritiker am öffentlich-rechtlichen Rundfunk die durch die Sarkozy-Regierung verfügte Abschaffung der Werbeeinnahmen verführerisch gewesen sein mag, so lehren die Einzelheiten, wie diese vermeintliche Befreiung aus kommerziellen Zwängen wenig positive Effekte hat, wenn nicht andere ausreichende öffentliche Ressourcen für einen der Öffentlichkeit verpflichteten Rundfunk zur Verfügung gestellt werden. Die auf Eliten reduzierte und damit wenig breite mediopolitische Debatte hat ihre Entsprechung in der Abwesenheit zivilgesellschaftlicher Vertreter in den Gremien der Rundfunkaufsicht. Eine über die Jahre eher erratische als konsequente Rundfunkpolitik gegenüber dem *service public* ist die Folge.

Das Kapitel über Flandern (Donders) ist insofern bemerkenswert, als es gar nicht mehr thematisiert, dass in Belgien eben nur Regionalsender und kein nationaler öffentlicher Rundfunk existieren. Belgien wäre ein interessantes Beispiel für die – hier fast nicht existente – Integrationsfunktion öffentlicher Medien. In dieser Hinsicht wird man besonders im Kanada-Kapitel (Taylor) fündig. Das neuseeländische Beispiel ist mehr als lehrreich für die weit verbreitete Annahme, ein deregulierter Markt könne besser als eine gut strukturierte Rundfunkpolitik für ein breites, vielfältiges und qualitätsvolles Radio- und Fernsehprogramm sorgen. Vor 25 Jahren sorgte ironischerweise eine Mitte-Links-Regierung, die die neoliberalen Vorstellungen der Reaganomics oder des Thatcherismus umarmte, dafür, dass die öffentliche *Broadcasting Corporation of New Zealand* zerstochen wurde und als einzige öffentliche Aufgabe der als Unternehmen im staatlichen Eigentum geführten Sender verblieb, Überschüsse an das Regierungsbudget abzuführen. Die Finanzierung von Public-Service-orientiertem

Content oblag einer nicht mehr als Sender funnierenden Institution, die ihrerseits mit diesem Ziel scheiterte.

Weitere Kapitel informieren über die Entwicklungen in den Niederlanden, Großbritannien, Irland, Dänemark, Finnland, Israel, Australien, USA und Kanada und bieten damit Einblick auch in wenig bekannte Mediensysteme. So informativ diese Länderkapitel sind, so sehr leidet dieser Teil des Buches an einer gewissen konzeptionellen Schwäche. Man hätte sich gewünscht, dass das Konzept der Transparenz von den Herausgebern genauer ausgeführt worden und gegenüber den Autoren nachhaltiger durchgesetzt worden wäre: Wer sind die Akteure, die Transparenz herstellen sollen bzw. können? Worüber soll Transparenz hergestellt werden? Wer sind die Adressaten von Transparenz? Wo sind die Grenzen von Transparenz? Diese Fragen werden zwar ansatzweise in dem den zweiten Teil einleitenden Kapitel behandelt, doch ist hier die breite Wiedergabe der Positionen von Kirchhoff zu eindimensional und die Überlegungen könnten nicht für die Länderkapitel fruchtbar gemacht werden. Auch gelingt es nicht in allen Kapiteln des ersten Teils, die Themen Finanzierung und Transparenz sinnvoll miteinander zu verknüpfen, sodass sie zum Teil unverbunden nacheinander gestellt werden. Dass in diesem, den deutschsprachigen zweiten Teil einleitenden Kapitel noch einmal die Länderkapitel in deutscher Sprache zusammengefasst werden, ist entbehrlich. Auch ist die hier vorzufindende Feststellung, dass Transparenz das aktuell wichtigste medienpolitische Thema in Deutschland sei, ohne präzisierende Argumentation eher fragwürdig.

Die Beiträge der Praktiker, die in Fokussierung der Themen und Stringenz der Argumentation von unterschiedlicher Qualität sind, beleuchten das Thema Transparenz aus den verschiedensten Perspektiven und spannen dabei durchaus kontroverse Positionen auf, so z. B. zwischen Verteidigung des bestehenden Systems der Gremienkontrolle (Rotermund) und ihrer Kritik als defizitär hinsichtlich der Beteiligung des Publikums (Horz). Jeweils aussagekräftige Zusammenfassungen der Herausgeber vorab geben einen guten Überblick für den eiligen Leser und regen gleichermaßen zur vertiefenden Lektüre an, die dem ganzen Buch trotz seiner Schwächen angesichts der aktuellen Debatten um den öffentlichen Rundfunk unbedingt zu wünschen ist.

„Man kann nicht gleichzeitig Gott und dem Kaiser dienen“ umschreibt der neuseeländische Autor Thompson den Versuch, in einer kom-

merziellen Struktur soziale, kulturelle und demokratische Ziele von Medien zu erreichen. Dies belegen die Länderbeispiele wie die Diskussionsbeiträge gleichermaßen und könnte als prägnanter Leitsatz für die anstehenden medienpolitischen Entscheidungen dienen.

Barbara Thomaß

Ana Ivanova

Transnationalisierung von Öffentlichkeit

Eine länderübergreifende Langzeitanalyse der Klimaberichterstattung in Leitmedien

Wiesbaden: Springer VS, 2017. – 299 S.

ISBN 978-3-658-18355-4

Zugl.: Hamburg, Univ., Diss., 2015

Die Dissertationsschrift „Transnationalisierung von Öffentlichkeit“ von Ana Ivanova befasst sich mit der grundlegenden Frage, inwiefern sich transnationale Öffentlichkeiten zum Thema Klimawandel formieren und wie sich diese im Zeitverlauf entwickelt haben. Darüber hinaus sollen Faktoren identifiziert werden, die den Integrationsgrad und die Entwicklung transnationaler Öffentlichkeiten beeinflussen.

Das Buch beginnt zunächst mit einer Diskussion des Phänomens Klimawandel aus naturwissenschaftlicher und gesellschaftlicher Perspektive. Besonders Klima-Governance ist hier von Bedeutung, worunter nicht nur Formen des staatlichen und zwischenstaatlichen Regierens, sondern auch die Etablierung von Richtlinien durch Nicht-Regierungsakteure (z. B. NGOs) verstanden wird. Zentrale Schritte der internationalen Klimapolitik sowie Forschungsergebnisse zur Medienberichterstattung über Klimawandel werden dabei aufgearbeitet und zusammengefasst. Es folgt eine Auseinandersetzung mit dem Konzept der transnationalen Öffentlichkeit, welche als sich über nationale Grenzen hinweg ausdehnende Diskussionsforen definiert wird, wobei die Massenmedien als wichtigstes Forum angesehen werden. Vier Indikatoren von transnationaler Öffentlichkeit werden herausgearbeitet: (1) Beobachtung und Debattenbeteiligung transnationaler Politik, (2) Beobachtung und Debattenbeteiligung anderer Länder, (3) Identifikation mit transnationalen Kollektiven und (4) Ähnlichkeit nationaler Debatten.

Empirisch basiert die Arbeit auf einer Analyse von mehr als 100.000 Zeitungsartikeln in deutscher und englischer Sprache zum Thema Klimawandel, die im Zeitraum von 1996 bis 2010 in elf Ländern und 21 Qualitätszeitungen veröffentlicht wurden. Positiv anzu-

merken ist hierbei, dass das Ländersample über einen klassischen Vergleich von westlichen Ländern hinausgeht. Die Autorin wählte Länder aufgrund ihrer Zugehörigkeit zu transnationalen Governance-Gruppen (wie z. B. der Europäischen Union), ihrer Betroffenheit durch den Klimawandel und ihrer kontinentalen Zugehörigkeit aus. Für die Analyse dieser großen Textmenge wurde eine Kombination von manueller Inhaltsanalyse, diktionsärsbasierterem Verfahren und Topic Modeling angewandt. Das methodische Vorgehen hat Ana Ivanova dabei sehr systematisch und detailliert beschrieben, so dass es durchaus auch anderen Arbeiten als Vorlage dienen kann.

Der Ergebnisteil beginnt zunächst mit einem deskriptiven Überblick über die oben genannten Indikatoren für transnationale Öffentlichkeit im Länder- und Zeitvergleich. Hier lässt sich die globale Ebene als wichtigster Bezugs- punkt für die Klimaberichterstattung identifizieren, da über alle Länder hinweg sehr häufig über Klima-Governance im Kontext der Vereinten Nationen berichtet wurde. Zur Analyse des Indikators „Beobachtung und Debatten- teiligung anderer Länder“ greift die Autorin auf netzwerkanalytische Visualisierungen zurück, wobei hier das Potenzial der Netzwerkanalyse noch weiter hätte ausgeschöpft werden können. So hätten beispielsweise Netzwerkregressionen helfen können, erklärende Faktoren zu identifizieren, die die Sichtbarkeit von anderen Ländern in der Klimaberichterstattung beeinflus- sen.

Wie zu erwarten, ist die mediale Aufmerksamkeit sehr ungleich verteilt: So kommt den USA und den westlichen Ländern im Allgemeinen weit mehr Aufmerksamkeit zu als dem Globalen Süden, ab 2007 rücken aber auch andere Länder, wie z. B. China oder Indien, mehr in den Fokus. Der Indikator „Identifikation mit transnationalen Kollektiven“ ist hingegen in der Berichterstattung weniger stark ausgeprägt. Eine genauere Analyse der Kontexte, in denen auf transnationale Kollektive verwiesen wird, zeigt, dass die globale Gemeinschaft häufig als „Problemgemeinschaft“ geframed wird, sich im Laufe der Zeit aber zu einer „Problemlösungs- gemeinschaft“ entwickelt, welche die Notwendigkeit des gemeinsamen Handelns betont. Die Analyse der „Ähnlichkeit nationaler Debatten“ weist darauf hin, dass sich vor allem die Frames der Klimaberichterstattung der Ländergruppe des Globalen Nordens ähneln, die Ähnlichkeit der Debatten zwischen allen Ländern im Zeitverlauf jedoch ansteigt.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die Klimaberichterstattung tatsächlich zum

großen Teil transnationale Züge aufweist, die im Zeitverlauf zunehmen. Das Thema Klimawandel bietet somit gute Voraussetzungen für die Entstehung einer transnationalen Öffent- lichkeit.

Die anschließende multivariate Zeitreihen- analyse versucht, Faktoren zu identifizieren, die die Entwicklung der Öffentlichkeitsebenen erklären können. Hier zeigt sich, dass transna- tionale Governance-Prozesse und insbesondere Weltklimakonferenzen treibende Kräfte der Transnationalisierung nationaler Öffent- lichkeiten sind. Aber auch nationale Politik, wie beispielsweise US-Wahlkämpfe, kann einen Einfluss auf die Berichterstattung haben. Neben politischen Geschehnissen können auch Ereignisse und Aktivitäten aus der Wissen- schaft und von Nicht-Regierungsorganisatio- nen zur Transnationalisierung der Klimabe- richterstattung beitragen.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die Autorin eindrucksvoll zeigt, wie die Me- thode der automatisierten Inhaltsanalyse auf klassische Fragestellungen der Kommunikati- onswissenschaft angewandt werden kann. Da- bei ist das Werk nicht nur aus methodischer Sicht interessant, sondern bietet zugleich einen Überblick über Klimapolitik und ihre mediale Berichterstattung. Eine weitere Leistung be- steht darin, dass Ana Ivanova die Literatur zur Transnationalisierung von Öffentlichkeit – die vorwiegend aus dem Bereich der Forschung zur europäischen Integration stammt – mit der Kli- makommunikation verknüpft und in ihren Theorierahmen einbettet. Dabei deuten die Er- gebnisse an, dass sich die Befunde aus der For- schung zur europäischen Öffentlichkeit hin- sichtlich der integrativen Funktion von länder- übergreifendem Regieren auch auf die globale Ebene übertragen lassen.

Stefanie Walter

Kim Otto / Andreas Köhler (Hrsg.)
Qualität im wirtschaftspolitischen
Journalismus
Wiesbaden: Springer VS, 2017. – 285 S.
ISBN 978-3-658-17466-8

Der Inhalt des Bandes der an der Universität Würzburg lehrenden Wissenschaftler ist schnell skizziert: Dargestellt wird der wirtschaftspolitische Journalismus, der als Fach- journalismus die Funktion hat, „die Systeme Wirtschaft und Politik zu beobachten und die Gesellschaft räumlich und zeitlich über wirtschaftspolitische Informationen zu resynchronisieren.“

nisieren“ (S. 1). Außerdem wird als Klammer der Beiträge das Kriterium Qualität angelegt: Welche Anforderungen sind zu formulieren? Welche Strukturen, welches Selbstverständnis, welche Herausforderungen und welche Maßstäbe existieren im (praktischen) wirtschaftspolitischen Journalismus?

In der Einleitung und den vier Beiträgen des ersten Teils werden die theoretischen Grundlagen formuliert; in den folgenden zehn Berichten werden Einblicke in die Praxis angeboten. Den Band schließen drei Aufsätze zu den Anforderungen an die Ausbildung wirtschaftspolitischer Journalisten ab. Da der Herausgeber Kim Otto sowohl Professor für Wirtschaftsjournalismus ist als auch auf eine beachtliche Vergangenheit als Wirtschaftsjournalist zurückblicken kann (beim WDR; Grimme-Preis 2007), konnten er und sein wissenschaftlicher Mitarbeiter Andreas Köhler eine Reihe sehr erfahrener Kolleginnen und Kollegen für das Projekt gewinnen.

Durchaus anregend ist die Idee, nicht vom *Wirtschaftsjournalismus* zu sprechen, sondern vom *wirtschaftspolitischen Journalismus*. Leider fehlt es in der Einleitung an einer fundierten theoretischen Ausarbeitung, bzw. sie wird sehr oberflächlich und konservativ in der Luhmannschen Systemtheorie verankert: „Wirtschaftspolitischer Journalismus beobachtet die autopoietischen gesellschaftlichen Subsysteme Wirtschaft und Politik. Wirtschaftspolitischer Journalismus ist als journalistisches Subsystem ebenfalls im Kern geschlossen, aber nach außen zur Umweltwahrnehmung offen.“ (S. 2) Derartige Sätze – und davon gibt es viele – klingen wie das Referat über Stichworte aus einem Luhmann-Lexikon.

Insgesamt ist die Herangehensweise leider nicht innovativ und mutig. Dabei haben die Herausgeber den Grundstein dafür selbst gelegt: Verweist nicht das Adjektiv *wirtschaftspolitisch* darauf, dass es eben nicht um die Beobachtung zweier autopoietischer Teilsysteme geht, sondern um deren strukturelle Kopplung und deren Effekte? Weniger Niklas Luhmann denn Richard Münch und Peter Weingart (um nur zwei Beispiele zu nennen) wären für diese Perspektive als hervorragende Zeugen heranzuziehen. Denn die Soziologen setzen sich seit den 1990er Jahren mit der (Ent-)Differenzierung der gesellschaftlichen Teilsysteme Politik, Ökonomie, Wissenschaft, Medien usw. auseinander. Der Begriff der *Ökonomisierung* der Gesellschaft ist schon vor vielen Jahren in das Alltagsverständnis eingezogen. Die Politik funktioniert inzwischen möglicherweise mehr nach dem Motto „Money makes the world go

around“ (Liza Minnelli) als nach dem *Code Konsens herstellen*. Nicht einmal ansatzweise tauchen diese Gedanken in der Einleitung des Bandes auf.

Stattdessen viel State-of-the-Art und die deskriptive Aneinanderreihung von Begriffen wie Globalisierung, Europäisierung, Medienwandel und Komplexität (einige Ausnahme ist der Beitrag von Lutz Frühbrodt über neue Formen der Gegenöffentlichkeit wie Blogs u. a.). Damit wollen die Herausgeber einerseits die Herausforderungen des wirtschaftspolitischen Journalismus markieren, andererseits die normativen Qualitätskriterien setzen. Das Ziel des Buches sei, „Strukturen und Entwicklungen der Qualitätsanforderungen und ihrer Sicherungen im wirtschaftspolitischen Journalismus darzustellen“ (S. 17). Erreicht werden soll dies mit der Zusammenstellung vieler Praxisberichte des elaborierten und etablierten Wirtschaftsjournalismus: Autoren wie Michael Grytz, Uwe Möller, Stephan Stuchlik und Peter Onnenken (alle WDR), Rainer Hank (Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung), Julia Stein (NDR) und andere Autoren erzählen (im wahrsten Sinne des Wortes), wie ihre Recherchen und Produktionen (im Kontext redaktioneller Entscheidungen) zu Themen wie den Panama Papers, zur Abgasmanipulation bei Opel und zum Handelsabkommen TTIP abgelaufen sind. Spannend zu lesen. Aber diese Beispiele sind Leuchttürme der Wirtschaftsberichterstattung und nicht die Kärrnerarbeit. Es fehlen sowohl Beispiele aus dem Boulevardbereich als auch aus dem Regionalen. Hier spielt die Musik, denn hier sitzen die Leser, Zuhörer, Zuschauer und User, die auch erreicht werden müssten vom wirtschaftspolitischen Journalismus.

Ein weiterer Aspekt sei am Schluss noch erwähnt: Die Finanz-, Banken-, Wirtschafts-, Eurokrise ab 2008 durchzieht alle Texte als eine Art Zäsur. Dem Wirtschaftsjournalismus wurde damals vorgeworfen, das Desaster nicht rechtzeitig erkannt zu haben. Viele Redaktionen setzten Taskforces ein: Aus den Ressorts wurden Redakteure delegiert, die in Zusammenarbeit die komplexen Phänomene aufarbeiten sollten. In der Krise wurde offenkundig, dass aufgrund der Globalisierung und Entdifferenzierung der gesellschaftlichen Teilebereiche die Themen nicht mehr innerhalb der Ressortgrenzen abzuhandeln sind – was wiederum für deren Neubildung spricht. Warum nicht ein wirtschaftspolitisches Ressort einführen? Die Themen in diesem großen Feld müssen anders recherchiert und aufbereitet werden, die journalistischen Beiträge müssen beschreiben, erklären und Lösungen zeigen. Kim Otto und

Andreas Köhler hatten die Chance, eine neue Form des Wirtschafts(politischen)journalismus mit seinen Heraus- und Anforderungen, Strukturen und Qualitätsmaßstäben zu entwerfen. Sie haben sie leider nicht genutzt.

Beatrice Dernbach

Jutta Röser (Hrsg.)

Silversurfer 70plus

Qualitative Fallstudien zur Aneignung des Internets in der Rentenphase

München: kopaed, 2017. – 319 S.

(Gesellschaft – Altern – Medien)

ISBN 978-3-86736-426-3

In der quantitativen Standardmediennutzungsforschung werden die Älteren noch immer als pauschale Gruppe ab 60, 65 oder 70 Jahre folgende rubriziert, ohne weitere Differenzierung. Dagegen zeigt der demografische Wandel längst, dass diese ältere Population zahlenmäßig immer größer, zudem immer älter und dadurch sozial, kulturell und bildungsmäßig immer heterogener wird. Bislang wurde dieses neue Untersuchungsfeld nur in der altersbezogenen Medienforschung wahrgenommen und tentativ bearbeitet. Die Werbe- und Marketingbranche hat immerhin seit Ende der 1990er mit dem plakativen Label „Silversurfer“ reagiert, fasst darunter aber vor allem die Kaufkräftigen ab 50 Jahren (weshalb der Buchtitel nicht so ganz passend ist). Den wenigen qualitativen Fallstudien fügt die Münsteraner Kommunikationswissenschaftlerin Jutta Röser die vorliegende hinzu, die innerhalb eines einjährigen Projektseminars im Masterstudiengang 2014 bis 2015 entstanden ist und außer auf dem unveröffentlichten Abschlussbericht auf zwei Masterarbeiten fußt; sie sind in zwei Kapiteln eingearbeitet.

Fokussiert hat sich die Forschungsgruppe gezielt auf die ab 70-Jährigen, die erst in der Rentenphase mit der Nutzung des Internets begonnen haben. Damit will sie gegenüber anderen Studien, die mit weiteren Altersspannen operieren – etwa die von Schweiger und Ruppert (2009) –, eine präzisere Konturierung ihres Samples vornehmen, um so „geschlechts- und bildungsbezogene Differenzierungen oder Einflüsse lebensweltlicher Faktoren oder auch Auswirkungen der früheren Berufstätigkeit“ (S. 11) zu erkunden. Außerdem will sie das vielfältig diskutierte Konzept der Mediengeneration überprüfen, das von einigen Studien – etwa von Schäffer 2003 und 2009; Krotz/Wagner; Hepp et al. 2014 und 2015 – unterschiedlich entwickelt wurde. Nach einem aufwendigen

Rekrutierungsverfahren wurden 19 Probanden, darunter zehn Männer und neun Frauen, ausgewählt, die zwischen 70 (bzw. mit einer Ausnahme 67) und 82 Jahre alt waren – womit sie mehrheitlich nicht zu den Hochbetagten zählen. Auch bei dem Bildungsgrad, dem Familiенstand, dem Wohnort und der Anschaffung des Internets wurde eine Streuung erreicht.

Mit einem ethnografisch ausgerichteten Leitfadeninterview wurden die Probanden 2014 nach den Zugängen und Motiven zum und für das Internet, zu ihren gegenwärtigen Nutzungspraxen, zu Vorteilen, Zwecken und Entwicklungsprozessen, aber auch zu Ängsten und Hürden befragt. Zusätzlich wurde ein Assoziations- und Positionierungs- und Motivtest zum Erleben des Internets, zu Vertrautheit oder Distanz, zu Arbeit oder Spiel durchgeführt. Da die Interviews in den Wohnungen der Probanden stattfanden, konnten zumindest in Ausschnitten die Alltagskontakte der Internetnutzung, etwa die Positionierung und Art der Geräte, beobachtet und fotografisch dokumentiert werden. All diese Indizien und ihre Interpretationen wurden strukturiert in den 19 Einzelporräts der Probanden aufgearbeitet, die sich zwischen den Kapiteln und am Ende finden.

Die gewonnenen Befunde – die erklärtermaßen nicht repräsentativ, sondern nur exemplarisch und begrenzt verallgemeinerungsfähig sein können – bestätigen die bereits bekannten und differenzieren sie weiter aus, denn auch für diese Fallstudie ergibt sich eine beachtliche Vielfalt der Aneignungsweisen eben auch für das Internet. Daher schlagen die Autorinnen und Autoren in den einzelnen Kapiteln jeweils evidente Typisierungen für die verschiedenen Bereiche vor, die auch heuristisch für weitere Studien sein könnten: So unterscheiden sich die Zeitpunkte der Anschaffung darin, dass die Befragten entweder sofort nach dem Rentenbeginn oder mindestens erst vier Jahre später, wenn sich eine Zäsur im Alltag ergab, Internet anschafften. Motive dafür waren entweder konkret zweckgerichtet wie ehrenamtliche Tätigkeiten und Hobbys sowie Alltagsleichterungen, für die man Internet brauchte, oder spezieller sozialer Druck, nämlich die Anregung von Familienmitgliedern und Teilhabe an der Mediengesellschaft. Für die Nutzungsschwerpunkte ließen sich fünf Typen finden, die natürlich mit den Motiven in Verbindung stehen: die Kommunikation mit Familienangehörigen, Anwendungen für Hobbys und ehrenamtliche Tätigkeiten, allgemeines Interesse an Technik und am Internet, das sich auch im Erproben neuer Optionen entfaltet, sowie nur begrenzte Erledigung von Alltagsaufgaben.

Wie Ältere das Internet erleben, ist ebenfalls uneinheitlich. Unzutreffend dürften allerdings pauschale Attribuierungen derart sein, dass Ältere ein „fundamentales Unvertrautsein“ mit neuen Technologien hegten (Schäffer 2003). Eher zeigt es sich, dass die Senioren mit den jeweiligen Anwendungen, die sie nutzen, recht gut vertraut sind und dafür dem Medium auch eine beachtliche Bedeutung für ihren Alltag zollen. Bis sie allerdings so weit waren, ging für viele eine recht lange, anstrengende Phase der Einarbeitung mit Unterstützung Dritter voraus. Spielerischer Umgang, wie ihn die Jüngeren bevorzugen, war selten, weshalb Ältere das Internet eher als Arbeit und Zweckerfüllung denn als Spiel erleben. Hinzu kommen mindestens am Anfang Hürden bis zur eigenen Versiertheit und anhaltende Ängste über Datenmissbrauch und Betrug. Freilich fanden sich auch einige wenige als „begeisterte Ausprobierer“.

Bezogen auf die Diskussion um Mediengenerationen bietet die Studie eine zweifache Dimensionierung an: Im Vergleich zu Jüngeren fühlen sich die Älteren schon als eine Generation, die vorzugsweise mit analogen Medien aufgewachsen ist und mit den neuen Technologien zurückhaltender und bedachter umgeht. Wenn sich die Probanden allerdings mit Ihresgleichen vergleichen, von denen noch etliche gänzlich von Computer und Internet entfernt sind oder diese sogar ablehnen, dann sehen sie sich eher als mutige, neugierige „Adopters“.

Angesichts der rasanten technischen Innovationen und sozialen Umwälzungen gerät empirische Mediennutzungsforschung, zumal der langsameren akademischen Art, zunehmend ins zeitliche Hintertreffen und wird unfreiwillig zur historischen Rezeptionsforschung. Auch die Befunde dieser Studien sind mittlerweile vier Jahre alt: Die Gruppe der Probanden, die erst im Rentenalter mit dem Internet umzugehen lernte und nicht schon im Beruf, wird es sukzessive immer weniger geben oder nur noch in niedrigeren Bildungsschichten und einfachen Berufen. Rezeptionsbezogene Momentaufnahmen wie die vorliegenden sind daher zu begrüßen und zu motivieren, weil nur so die subjektiven Dimensionen von Mediengeschichte dokumentiert werden können.

Hans-Dieter Kübler

Literatur

Schweiger, Wolfgang / Ruppert, Anna Katharina (2009): Internetnutzung im höheren Lebensalter. Lebensglück, Alterserleben und die unerkannte Problemgruppe „Männer“. In: Bernd Schorb, Anja Hartung, Wolfgang Reißmann (Hrsg.), Medien und

höheres Lebensalter. Theorie, Forschung, Praxis, Wiesbaden: Springer VS, S.171–186.

Schäffer, Burkhard (2003): Generationen – Medien – Bildung. Medienpraxiskulturen im Generationsvergleich. Opladen: Leske und Budrich.

Schäffer, Burkhard (2009): Mediengenerationen, Medienkohorten und generationsspezifische Medienpraxiskulturen. Zum Generationenansatz in der Medienforschung. In: Bernd Schorb, Anja Hartung, Wolfgang Reißmann (Hrsg.), Medien und höheres Lebensalter. Theorie, Forschung, Praxis. Wiesbaden: Springer VS, S. 31–50.

Krotz, Friedrich / Wagner Ulrike (2014): Medienwandel durch generationsspezifisches Medienhandeln. In: Friedrich Krotz, Cathrin Despotović, Merle-Marie Kruse (Hrsg.), Die Mediatisierung sozialer Welten. Synergien empirischer Forschung. Wiesbaden: Springer VS, S. 189–212.

Hepp, Andreas / Berg, Matthias / Roitsch, Cindy (2014): Mediatisierte Welten der Vergemeinschaftung. Kommunikative Vernetzung und das Gemeinschaftsleben junger Menschen. Wiesbaden: Springer.

Hepp, Andreas / Berg, Matthias / Roitsch, Cindy (2015): Mediengeneration als Prozess. Die mediengenerationelle Selbstpositionierung älterer Menschen. In: Medien & Altern, 2015, H. 6, S. 19–33.

Verena Vogelsang

Sexuelle Viktimisierung, Pornografie und Sexting im Jugendalter

Ausdifferenzierung einer sexualbezogenen Medienkompetenz

Wiesbaden: Springer VS, 2017. – 370 S.

(Reihe: Medienbildung und Gesellschaft; 37)

ISBN 978-3-658-16842-1

(Zugl.: Bielefeld, Univ., Diss., 2016)

Neben Gewaltdarstellungen prägten in der Vergangenheit vor allem sexualitätsbezogene Medieninhalte den öffentlichen Diskurs zu den Risiken des Medienumgangs Heranwachsender und das konkrete Handeln des Jugendmedienschutzes. Doch hat sich gerade hier in den letzten Jahren einiges verändert. Mit der Aneignung der neuen Möglichkeiten in der Welt digitaler Medien haben Jugendliche, bereits Kinder, nicht mehr nur immer früher Zugang zu Pornografie, nicht wenige werden auch mit sexuellen Belästigungen und Übergriffen konfrontiert oder etablieren mit dem Versenden eigenen erotischen Materials ein riskantes Austauschhandeln, das Erziehende, pädagogische Fachkräfte und Jugendschützer vor neue Aufgaben stellt.

Mit ihrer im Jahr 2016 an der Universität Bielefeld eingereichten Dissertation, die letztes

Jahr bei Springer VS veröffentlicht wurde, wendet sich die Autorin diesen neueren Phänomenen zu, um empirisch begründet die wesentlichen Aspekte einer sexualbezogenen Medienkompetenz im Jugendalter herauszuarbeiten und Schlussfolgerungen für die medien- und sexualpädagogische Praxis zu ziehen. Empirisch begründet heißt hier, dass ausgehend von einer obligatorischen Begriffsbestimmung der zentralen Forschungsthemen „sexuelle Viktimisierung in der Onlinekommunikation“, „Pornografie“ und „Sexting“ auf über 300 Seiten nicht nur der jeweilige Forschungsstand differenziert beschrieben wird, sondern mit eigenen Studien um Erkenntnisse ergänzt wird, die insbesondere für die pädagogische Praxis gewinnbringend sind.

Die Phänomene werden in Kapitel 2 zunächst klar strukturiert eingegrenzt. Neben einer Begriffsbestimmung, die bezogen auf den Bereich der Pornografie dem eigenen Begriffsverständnis auch die – idealtypisch geschlechtspezifische – Sicht von Jugendlichen sowie die juristische Definition gegenüberstellt, werden jeweils in Unterkapiteln auch die rechtlichen Aspekte erörtert, und es wird so eine wichtige Rahmung für das präventive und restriktive Handeln des Jugendmedienschutzes entfaltet. Kritisch anzumerken ist, dass die Darstellungen zum Sexting den Aspekt der Einvernehmlichkeit des Austauschs nicht angemessen berücksichtigen und die knapp skizzierten rechtlichen Aspekte nicht adäquat darauf abstellen, dass das Sexting unter Jugendlichen hierzulande kein verbotenes, sondern ein von sexueller Mündigkeit mit erfasstes Austauschhandeln ist. So bleibt eine wichtige Perspektive, die auch ein Kern der von der Autorin zitierten fachdiskursprägenden Beiträge von Nicola Döring sind, verborgen und wird der Blick für das eigentliche „Problem“, die ungefragte bzw. unerlaubte Weiterverbreitung an Dritte, etwas verstellt.

Die sich in Kapitel 3 anschließende theoriebasierte Einführung bringt ausgehend von den Klassikern der neueren Sozialisationstheorie sehr gelungen auf den Punkt, welche Bedeutung Medien heute für das Heranwachsen junger Menschen haben, und vertieft mit einschlägigen kommunikationswissenschaftlichen Arbeiten und der viel beachteten Perspektive der Medieneignungsforschung die sexuelle Identitätsarbeit mit und in Onlinemedien. Im Weiteren bestimmt die Autorin ausgehend von Baackes klassischem Medienkompetenzmodell als strukturierende Grundlage wesentliche Komponenten einer sexualbezogenen Medienkompetenz, die mit den konzeptionellen Arbeiten

von Döring zur Pornografie-Kompetenz und „Safer Sexting“ konkretisiert werden. Die abschließend noch einmal zusammengefassten „theoretischen Überlegungen bilden die strukturierende Grundlage zur Ermittlung der Kenntnisse, Fähigkeiten und Reflexionskompetenzen, die Jugendliche im Umgang mit sexueller Onlineviktimisierung, Pornografie und Sexting benötigen“ (S. 79).

Interessierte, die mit dem Buch mehr über die Relevanz der Phänomene im Alltag Jugendlicher erfahren wollen, werden mit den differenzierten Darstellungen zum Forschungsstand in Kap. 4 sehr zufrieden sein. Neben Daten und Fakten zur Verbreitung der Erfahrung unter Jugendlichen und des häufig geschlechtsspezifischen Umgangs werden hier auch Aspekte betrachtet, die in bisherigen Forschungsvorhaben und übergreifenden Metaanalysen bislang kaum berücksichtigt wurden. Zu verweisen ist hier z. B. auf die Ausführungen zu Täterinnen und Tätern sexueller Viktimisierung und zur emotionalen Belastung Betroffener, zur nicht-intendierten Konfrontation mit Pornografie und zur Weiterleitung des beim Sexting ausgetauschten Bildmaterials an Dritte.

Mit den Ergebnissen der eigenen Befragungen bietet die Autorin in den folgenden zwei Kapiteln dann ergänzende Befunde, die hinsichtlich zentraler Komponenten einer sexualbezogenen Medienkompetenz von besonderer Bedeutung sind. Auf der Grundlage der Befragung von zwölf Expertinnen und Experten aus der Präventionsarbeit gegen sexuelle Gewalt wird ein Kompetenzraster entwickelt, das in die Wissens- und Handlungsebene sowie Reflexionsebene differenziert und mit den zusammenführenden Tabellen für die konzeptionelle, auf sexuelle Viktimisierung, Pornografie oder Sexting bezogene pädagogische Arbeit überaus wertvoll ist. Die nachfolgende, sehr differenzierte Darstellung der Ergebnisse aus der Onlinebefragung von 302 Heranwachsenden im Alter zwischen 14 und 17 Jahren gibt dann einen sehr guten Überblick, welche Kenntnisse, Fähigkeiten und Einstellungen Jugendliche im Umgang mit sexualbezogenen Medieninhalten haben.

Von besonderem Wert ist, dass die Autorin die eigenen Befunde zur Perspektive der Jugendlichen nicht nur in den Fachdiskurs einordnet und mit den relevanten Erkenntnissen anderer Studien zu einem recht umfassenden Bild verdichtet, sondern abschließend auch die „richtigen“ Schlüsse für die Vermittlungsziele, besonderen Ziel- und Risikogruppen sowie Rahmenbedingungen in der medien- und sexualpädagogischen Praxis zieht. Hier engagierte

pädagogische Fachkräfte sollten sich das Buch also nicht entgehen lassen. Für die kommunikations- und medienwissenschaftliche Forschung bringen die erzielten empirischen Befunde demgegenüber vertiefende Einblicke in die von Austausch und Vernetzung gekennzeichneten Medienwelten, die fokussiert auf relevante Problembereiche des Medienumgangs die Perspektive Jugendlicher ernst nimmt.

Daniel Hajok

Gerhard Vowe / Philipp Henn (Hrsg.)
Political Communication in the Online World

Theoretical Approaches and Research Designs
 New York/London: Routledge, 2016. – 310 S.
 ISBN 978-1-138-90008-0

In den letzten Monaten ist die Debatte um die Ausrichtung und das Selbstverständnis der sozialwissenschaftlich orientierten Kommunikationswissenschaft wieder aufgelodert, insbesondere durch den programmatischen Beitrag von Andreas Hepp in der „Publizistik“ sowie die darauf bezugnehmenden Repliken. Im Kern geht es um die Frage, ob (und wenn ja: wie) sich unser Fach ändern müsse, wenn sich sein zentraler Bezugspunkt, nämlich die öffentliche Kommunikation, grundlegend wandele. Weil sowohl über die Merkmale dieses Wandels als auch die daraus zu ziehenden Konsequenzen produktive Uneinigkeit herrscht, wird diese Debatte (hoffentlich!) weitergeführt. Bemerkenswerterweise liegt mit dem hier zu besprechenden Sammelband bereits seit 2016 ein ambitionierter Vorschlag vor, wie eine neu justierte kommunikationswissenschaftliche Perspektive für den Teilbereich der Forschung zu politischer Kommunikation aussehen könnte.

Der Band, den Gerhard Vowe und Philipp Henn (beide Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf) herausgegeben haben, ist dabei ausdrücklich als „interim report“ gedacht, also als Zwischenbilanz der Arbeiten, die im Rahmen der Forschergruppe „Politische Kommunikation in der Online-Welt“ mit Förderung der DFG und des SNF seit 2011 entstanden sind. Sein Anspruch ist, nicht einfach nur Studien mit Bezug zu Online-Phänomenen zu versammeln, sondern Theorie und Methode der politischen Kommunikationsforschung für eine „Online-Welt“, also eine „communications world dominated by the logic of online media“ (S. 3), zu skizzieren.

Den beiden großen Teilen des Bandes zu „Theoretical Approaches“ und „Research De-

signs“ steht je ein rahmender Text voran, der grundlegende Überlegungen skizziert: Henn/Jandura/Vowe rekonstruieren in Kap. 2 insgesamt sieben Dimensionen des „traditionellen Paradigmas“ der politischen Kommunikationsforschung und Veränderungen, die in der „Online-Welt“ zu beobachten sind (in der Sozialdimension etwa der Wandel von vergleichsweise stabilen Akteurskonstellationen der Massenkommunikation hin zu flexibleren Kommunikationsrollen und hybriden Kommunikationsmodi). Und in Kap. 10 argumentieren Vowe/Henn, dass drei fundamentale methodologische Prinzipien – kausale Erklärungen als Erkenntnisziel; der Anspruch intersubjektiver Überprüfbarkeit; die prinzipielle Unabgeschlossenheit des Forschungsprozesses – durch Entwicklungen sowohl des Gegenstands als auch der Organisation von Forschung zwar herausfordert, aber nicht obsolet werden.

Damit ist zugleich das zentrale Argument des Bandes genannt: Der gegenwärtige Medienwandel ist so tiefgreifend, dass er eine Anpassung etablierter Modelle und Ansätze erfordert, ohne diese vollends über Bord zu werfen und zu versuchen, gewissermaßen „von Null“ anzufangen. Die gemeinsame Trope der verbleibenden 15 Beiträge ist folgerichtig das „revisited“, etwa in Gestalt von Titeln wie „Gatekeeping revisited“ (Friedrich/Keyling/Brosius, Kap. 4) oder „The Spiral of Silence revisited“ (Eilders/Porten-Cheé, Kap. 6). Alle Texte verorten sich – mehr oder weniger stark – im Feld der politischen Kommunikationsforschung, ohne aber darauf beschränkt zu sein. Auch wer sich in anderen Teilbereichen unseres Faches beheimatet fühlt und etwa zu Journalismus oder zu Mediennutzung und -wirkung forscht, wird die aktuellen Überblicke zu einzelnen Theorien und Methoden mit Gewinn lesen. Gerade im Methodenteil sind zudem einige Beiträge (beispielhaft Kap. 13 von Waldherr et al.) versammelt, die den Blick auf das aktuell hochdynamische, interdisziplinäre Feld der Computational Social Science erweitern.

Der Blick in den Band lohnt sich meines Erachtens – nicht zuletzt, um einen Eindruck davon zu gewinnen, wie sich das durchaus komplexe und langfristige akademische Vorhaben einer Forschergruppe so bündeln lässt, dass mehr dabei herauskommt als eine gewöhnliche Aufsatzsammlung. Der online einsehbare Arbeitsplan der Forschergruppe verspricht, dass bald auch der Entwurf einer „modularisierten Theorie des Wandels politischer Kommunikation“ vorgelegt werden wird, der die Arbeiten resümiert und integriert. Mit dem hier bespro-

chenen Band ist die Messlatte auf jeden Fall schon recht hochgelegt.

Jan-Hinrik Schmidt

Jens Woelke

Differenzielle Rezeption, transaktionale Medienwirkungen und die Bewertung öffentlicher Kommunikationsmedien

Methodologische Betrachtungen zur TV-Programmforschung

Köln: Halem, 2017. – 127 S.

ISBN 978-3-86962-174-6

Jens Woelke legt mit dem Text, den er im Rahmen des Habilitationsverfahrens an der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster verfasst hat, einen lesenswerten Beitrag und eine innovative Perspektive zur Analyse der Medienqualität im Fernsehen vor. Beim Lesen der Einleitung stolpert man zunächst – wissend um die derzeit rege laufende Qualitätsdebatte in Politik und Wissenschaft und den daraus resultierenden Publikationen – über die Fußnote, dass im Buch der Diskussionsstand von Mitte 2013 wiedergegeben wird. Die Perspektive, die Qualität aus der (damals) vernachlässigten Sicht des Publikums unter Berücksichtigung von aktuellen Theorien und Ansätzen aus der Rezeptions- und Wirkungsforschung zu analysieren, macht dennoch neugierig.

Woelke entfaltet seine Argumentation auf der Basis von Überlegungen bei der Entwicklung einer TV-Programmanalyse für Österreich, an der er beteiligt war. Mit diesem Wissen ist die Gliederung in folgende drei aufeinander aufbauende Forschungsfragen folgerichtig und nachvollziehbar: (1) Lassen sich aus der Betrachtung der Rezeptionsweisen und Wirkungen von Medienangeboten Kriterien für die Evaluation von Programmangeboten ableiten? (2) Welche methodologischen Anforderungen sollte eine inhaltsanalytisch orientierte Programmforschung erfüllen? (3) Welche zusätzlichen Erkenntnisse liefert die Integration von Ansätzen und Befunden aus der Wirkungsforschung? Der Aufbau des in vier Kapiteln gegliederten und knapp 100 Seiten umfassenden Buches orientiert sich an dieser Logik. Die in zwei Kapiteln behandelten Forschungsfragen werden von einem Überblick über das Forschungsfeld „Medienqualität“ und einem Fazit gerahmt.

Im ersten Kapitel wird das Forschungsfeld „Medienqualität“ auf knapp 15 Seiten sehr eng umrissen. Die Nachzeichnung der Debatten um die Akteure der Medienqualitätsanalyse, die

Dimensionen von Medienqualität und des Bezugssystems von Medienqualität findet eher deskriptiv über die Aufzählung der Fähigkeiten der Akteure, der historischen Entwicklung sowie von Studien, Studiendesigns, Teilen von Ergebnissen und Bezugsrahmen als analytisch statt. Aus dem Vorwurf an die Medienqualitätsforschung, zu wenig die Zuschauerperspektive bzw. den Zuschauer nur in bestimmten Rollen (Konsument vs. Bürger) zu berücksichtigen, werden die Forschungsfragen abgeleitet, die folgend abgearbeitet werden.

Das zweite Kapitel fragt nach aus Theorien und Ansätzen der Rezeptions- und Wirkungsforschung ableitbaren Maßstäben, die an die Bewertung der Medienqualität angelegt werden. Wieder eher deskriptiv und stark mit eigenen Arbeiten durchsetzt werden Befunde zu individuellen und situational beeinflussten Medienwirkungen sowie zur Bedeutung einer transaktionalen Betrachtungsweise dargestellt. Die Stärke des Kapitels liegt vor allem dort, wo Woelke die vielen Befunde aus Einzelstudien vorwiegend zur Nachrichten- und Werberezeption verdichtet, Rückschlüsse für die Analyse der Medienqualität und der TV-Programmforschung zieht und offene Punkte benennt (S. 55ff.). Letztere werden im dritten Kapitel aufgegriffen. Hier steht zunächst ein Vergleich der Programmanalysen des GöFaK und des IFEM unter besonderer Berücksichtigung der Zuordnung einzelner Sendungen, Programmangebote zu Programmberufen im Mittelpunkt. Aus dieser Evaluation werden Entwicklungsperspektiven für die inhaltsanalytisch orientierte TV-Programmforschung abgeleitet. Der Gedanke differentieller, jedoch gruppenspezifischer Bearbeitungsweisen und Verstehensleistungen von Medienangeboten (S. 90ff.) kann als Innovation überzeugen. Vor dem Hintergrund unterschiedlicher Rezipientenrollen könnten die Konstruktionsmechanismen dieser Gruppen über Alter, Geschlecht und Sinus-Milieus jedoch stärker hinterfragt werden.

In der Gesamtschau betrachtet, bietet Woelkes Buch einen interessanten Überblick darüber, wie man Befunde aus der Rezeptions- und Wirkungsforschung als Maßstab für eine Qualitätsevaluation des Fernsehens auf der Grundlage von TV-Programmanalysen einsetzen kann. Dabei vermag der Gedanke der differenziellen gruppenspezifischen Betrachtungen zu überzeugen. Auf die Einlösung des Versprechens im letzten Satz des Buches, diese skizzierten Auswertungsmodelle auf die „Neuen Medien“ zu übertragen, darf man gespannt sein.

Olaf Jandura