

nen und Verwendungsweisen von Bildern zu unterscheiden (wie die Textlinguistik das etwa für Texte gewohnt ist). Der Band zeigt erneut, wie sehr am Anfang erst eine theoretisch wie empirisch zu begründende allgemeine Bildwissenschaft steht, wie sehr es an einer Rhetorik des Bildes mangelt und wie dringend auch die vielfältigen Wechselbeziehungen zwischen Bildern und Texten sowie zwischen Bild und Sprache untersucht werden müssen.

Viele Beiträge liefern mehr oder weniger belesene, lesenswerte und ergiebige Fallbeschreibungen und -interpretationen. Das ist im jetzigen Stadium der gerade erst entstehenden Bildwissenschaft als einer von mehreren Wegen auch sehr sinnvoll. Manchmal kommt dieses Verfahren hier aber etwas zu selbstbewusst-verallgemeinernd daher: als stünde der einzelne Fall exemplarisch (wofür?), ohne dass das explizit begründet oder hinreichend reflektiert würde. Auch sollte man Einzelfallbetrachtungen nicht als empirisch abgesicherten Beweis vermeintlich präzise formulierter Thesen ausgeben (wie auf S. 84).

Manche der vorgetragenen Kritikpunkte gehen auf den noch unreifen Zustand der vielerorts allmählich erst entstehenden Bildwissenschaft(en) zurück. Vor diesem Hintergrund können die vielen einzelnen Beobachtungen und theoretischen Überlegungen, welche die meisten Beiträge auszeichnen (insbesondere etwa auch so unterschiedliche wie die von Drechsel und Trempler) sehr wohl als Impuls gebende Bereicherung der wissenschaftlichen Diskussion über Bilder und Sprache in medial vermittelten Politik gelten. Unverzeihlich sind allein die zahlreichen Komma- und leider auch allerlei Tippfehler, welche die sonst durchweg angenehme Lektüre stören.

Ulrich Schmitz

Marcus Maurer / Carsten Reinemann

Medieninhalte

Eine Einführung

Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2006. – 279 S.

ISBN 3-531-14008-6

Im Grundsatz besteht das Buch aus zwei Teilen. Im ersten Teil (Kapitel 1, ca. 50 Seiten) wird eine kurze Einführung in die quantitative Inhaltsanalyse massenmedialer Inhalte sowie

eine Diskussion ihrer Bedeutung in der empirischen Kommunikationsforschung und ihrer Reichweite für Aussagen über die Quellen und Rezipienten dieser Inhalte gegeben. Im zweiten Teil (Kapitel 2 bis 6, ca. 200 Seiten) werden dann Ergebnisse von klassischen und aktuellen Inhaltsanalysen und Dokumentationen zusammengetragen, die zur Analyse und Beschreibung von Medieninhalten aus Fernsehen, Hörfunk, Presse und Internet durchgeführt und publiziert wurden. Dieser zweite, umfangreichere Teil ist in fünf Abschnitte aufgeteilt. Zunächst stellen die Autoren in Kapitel 2 und 3 kurz (ca. 25 Seiten) die zahlenmäßige Entwicklung (Sender, Titel, Ausgaben, Web-Sites) und die aktuellen inhaltlichen Strukturprofile (Ressorts, Programmstrukturen, Domäntypen) der genannten Mediengattungen in der Bundesrepublik seit 1945 dar. Den inhaltlichen und quantitativen Schwerpunkt der Publikation bildet das Kapitel 4 zur aktuellen Berichterstattung (ca. 110 Seiten). Hier gibt es jeweils kurze Zusammenfassungen der Befunde zu den Themenfeldern Politik- und Wahlkampf; Ausland und Ausländer; Wirtschaft; Gewalt, Krieg und Kriminalität; Risiko, Umwelt, Technik und Gesundheit sowie Sport. Den Abschluss bilden dann die Kapitel 5 und 6 zu nicht berichterstattungsbezogenen Inhalten, der Unterhaltung und der Werbung (jeweils ca. 15 Seiten).

Das Buch ist ein Lehr- und Einführungsbuch mit kurzen Zusammenfassungen vor den einzelnen Kapiteln, abgesetzten Definitionen einiger Schlüsselbegriffe, eingeschobenen Zitaten aus Beispielstudien zum jeweiligen Thema sowie zahlreichen Abbildungen und Grafiken. Zu allen Abschnitten werden weiterführende Lesehinweise gegeben. Am Schluss des Buches finden sich ein Schlagwortregister sowie die vollständige Literaturliste aller Quellen im Text.

Was den Aufbau und die Struktur des Buches angeht, so besteht ein deutlicher Bruch zwischen dem ersten, methodischen Teil mit der Kurzeinführung in die Inhaltsanalyse (Kapitel 1) und dem zweiten Teil, der medienkundlichen Präsentation der Forschungs- und Dokumentationsergebnisse zu den Medieninhalten (Kapitel 2 bis 6). Hier spürt man vermutlich noch den Seminarkontext als Entstehungszusammenhang des Buches, für den einführende methodische Lektionen zur Rezeption der Forschungsergebnisse notwendig waren. Im weiteren Verlauf des Buches wird dann aber auf

die Darstellung und Diskussion methodischer Details weitgehend verzichtet. Darüber hinaus scheint die Trennung der Kapitel über den Umfang des Medienangebots in Deutschland (Kapitel 2) und seine formal-inhaltliche Struktur (Kapitel 3) zuweilen etwas künstlich – man hätte sie auch zusammenlegen können.

Im Hinblick auf den eigentlichen Schwerpunkt des Buches, die Inhalte der aktuellen Berichterstattung (Kapitel 4), ist es zunächst einmal das Hauptverdienst der Autoren, hier eine Menge wissenschaftlicher Literatur und anderer Quellen zusammengetragen zu haben, die Studierenden helfen können, sich über den Stand der Forschung in einem bestimmten Themengebiet aufzufüllen zu bringen. Die Kurzbeschreibungen einzelner Forschungsarbeiten und die weiterführenden Literaturhinweise sind ein guter Ausgangspunkt für weitere bibliografische Recherchen und Literaturstudien. Dankenswerter Weise geben die Autoren im Vorwort einige Hinweise auf Einschränkungen, die sie bei der Auswahl der dargestellten Studien (Publikation, Bezug zu deutschen Medien etc.) gemacht haben. Allerdings führt diese Bemerkung auch zu der Beobachtung, dass die Auswahl und Präsentation der wissenschaftlichen Themenfelder und Studien sehr subjektiv ist. Die Autoren stellen (zu Recht) ihren Blick auf bestimmte Forschungsfelder dar. Manchmal vermisst man als Leser allerdings den einen oder anderen Hinweis darauf, dass einige der zitierten Forschungsergebnisse durchaus umstritten und – gerade aufgrund methodischer Details der angewandten inhaltsanalytischen Verfahren – Gegenstand der wissenschaftlichen Diskussion sind. Besonders der medienkundliche Charakter der Einstiegskapitel kann dazu verleiten, die vorgestellten Forschungsergebnisse als Fakten aufzufassen und damit falsch zu verstehen. Hier ist dann ggf. die Seminarleitung gefragt, entsprechende Hinweise zu geben und einen Diskussionsprozess in Gang zu setzen.

Positiv ist die Aktualität der Forschungsergebnisse in den Kapiteln zu den Medieninhalten. Hier wird sich allerdings spätestens in zwei Jahren die Frage nach einer überarbeiteten Neuauflage stellen, denn gerade Medienangebote und Medieninhalte sind einem schnellen Wandel unterworfen. Will man den Anspruch der aktuellen Medienbeschreibungen aufrecht erhalten, werden die Autoren und der Verlag nicht um kontinuierliche Ergänzungen und

Aktualisierungen herumkommen – für ein Einführungsbuch ist das normalerweise nicht oberste Priorität.

Die Ausstattung des Buches ist für Anfänger sehr gut geeignet. Das Schlagwortregister erlaubt den schnellen Zugriff auf Querschnittsthemen. Die abgesetzten Studienbeispiele und Definitionen machen das Lesen abwechslungsreicher und die Grafiken lockern den Text auf. Für Literaturlisten und Selbststudium ist das Buch bedingt, für den kommentierten und diskursiven Seminarbetrieb uneingeschränkt empfehlenswert.

Joachim Trebbe

Andreas Ziemann

Soziologie der Medien

Bielefeld: transcript, 2006. – 130 S.

ISBN 3-89942-559-6

Andreas Ziemann möchte mit der vorgelegten *Soziologie der Medien* einen systematischen Überblick zu Medienforschung und -theorien im Allgemeinen und zur Mediensoziologie im Speziellen geben. Ausgangspunkt ist die Annahme, dass Medien und Soziales eine „irreversible Interdependenz“ ausgebildet haben und Medien mithin die gegenwärtigen Gesellschaftsverhältnisse nachhaltig prägen. Gleich zu Beginn widmet sich der Autor der anspruchsvollen Aufgabe, die in Gegenstandsbereich und interdisziplinärer Abgrenzung längst noch nicht abschließend verhandelte *Mediensoziologie* näher zu bestimmen: „Die Mediensoziologie untersucht die komplexen Wechselwirkungen zwischen Gesellschaft, Medien und Individuum und richtet ihre Forschungs- beziehungsweise Theoriearbeit auf eine adäquate phänomenale Beschreibung, Interpretation und funktionale Erklärung damit verbundener Prozesse, Strukturen und Formbildungen aus“ (11). Diese allgemeine Bestimmung wird durch einen *Medienbegriff* spezifiziert, welcher weit mehr als Massenmedien umfasst. Medien sind dann „gesellschaftliche Einrichtungen und Technologien, die etwas entweder materiell oder symbolisch vermitteln und dabei eine besondere Problemlösungsfunktion übernehmen. Sie verfügen über ein *materielles Substrat* (und sind deshalb Materialitäten menschlichen und gesellschaftlichen Seins), welches im Gebrauch oder durch seinen Einsatz Wahrnehmungen, Handlungen,