

## Besprechungen

**Astrid Ebner-Zarl**

### **Die Entgrenzung von Kindheit in der Mediengesellschaft**

Kinder zwischen Talentförderung, Leistungsdruck und wirtschaftlichen Interessen

Wiesbaden: Springer VS, 2021. – 782 S.

ISBN 978-3-658-31971-7 (E-Book)

Die vorliegende Publikation geht auf die Dissertationsschrift der Autorin zurück, die 2019 am Institut für Soziologie der Johannes Kepler Universität Linz eingereicht wurde. Es ist also zunächst und vor allem eine soziologische Perspektive, die hier entfaltet wird, eine Gesellschaftsanalyse der Gegenwart mit dem Blick auf die Entgrenzung von Kindheit im Wandel der Mediengesellschaft. Diese „Prüfung“ der These der Entgrenzung als zentraler Prozess „moderner“ Gesellschaften am Thema Kindheit und Medienkindheit erweist sich als Glücksfall für die Studie. Der gewählte Ansatz führt zu einer Weitung des Blicks: In der Analyse werden historische, psychologische, pädagogische, medizin- und kulturwissenschaftliche Perspektiven eingenommen. Ein gewagtes und mutiges, aber für das Verständnis von Kindheit ertragreiches Unternehmen, das sehr gut gelungen ist, da die Autorin diese unterschiedlichen Disziplinen zwar nicht in voller Tiefe entfaltet, aber sich so kompetent und kenntnisreich in die jeweiligen Detailprobleme eingearbeitet hat, dass die grundlegenden Erkenntnisse und Argumente nicht nur überzeugend wiedergegeben, sondern für das Thema produktiv erschlossenen werden.

Die Arbeit begnügt sich an keiner Stelle mit gängigen Stereotypen populärer Gesellschaftsdiagnosen: Akribisch und detailgenau und vor allem kritisch gegenüber etablierten Selbstverständlichkeiten und Begriffen werden eine Vielzahl von Diskussionsknäulen zunächst entwirrt, um dann am Ende stets sicher in einen größeren Zusammenhang gebracht und auf das Thema Entgrenzung von Kindheit bezogen zu werden.

Diese gelungene Kombination aus genauer Detailanalyse und theoretischer Einordnung lässt sich etwa im Kapitel 2 beobachten, das eine „genauere Annäherung an das Phänomen ‚Kindheit‘“ unternimmt. Hier werden unter anderem Kindheitsbilder untersucht, Forschungsstrategien beleuchtet (etwa Soziologie und Psychologie), Sozialisierungstheorie und

Entwicklungspsychologie diskutiert, Bezüge zur feministischen Forschung gezogen und Ansätze einer Generationentheorie ausgelotet. Im Unterkapitel 2.5 „Kindheit als soziale Konstruktion“ finden sich dann unter dem Punkt 2.5.2 sechzehn Seiten zur historischen Entstehung der Kindheit. Auf diesen entwirft Frau Ebner-Zarl noch einmal Ansätze, Ergebnisse und Streitpunkte der historischen Kindheitsforschung unter Bezug auf Philippe Ariès, Lloyd deMause, Nicholas Orme und zieht eine Bilanz zum Stand der Diskussion sowie den Forschungslücken. Dieses Kapitel eignet sich durchaus für einen eigenständigen Einstieg in den Themenkomplex, da die Autorin sehr kompetent und klar nachvollziehbar diese Perspektive nachzeichnet. Gleichzeitig wird aber auch deutlich, wie Wissenschaft selbst Kindheit und Kindheitsbilder konstruiert: ein wichtiger Beitrag zur Erforschung der Entgrenzung von Kindheit.

Diese doppelte Perspektive auf Teilprobleme des Themas durchzieht die gesamte Publikation, sodass es möglich wird, einzelne Kapitel isoliert zu lesen. Oder aber, etwa über die Zusammenfassungen der Kapitel, den roten Faden der Argumentation überblicksartig zu rezipieren. Dies ist eine große Stärke der Publikation, etwa auch in Kapitel 3, das eine differenzierte, sehr gute Gegenwartsanalyse von Kindheit liefert.

Wichtigster und gelungenster Teil dieser Publikation, die insgesamt sehr überzeugen kann, ist die eigene empirische Studie zum „Kinderfernsehen“. Dieser Teil (ab Kapitel 4) präsentiert eine qualitative Medienanalyse von Casting Shows für Kinder im Fernsehen („The Voice Kids“ & „Kiddy Contest“). Die Altersgruppe kann ungefähr mit acht bis 14 Jahren beschrieben werden, die Forschungsfragen fokussieren darauf, a) welche Bilder von Kindheit transportiert werden, b) welche Geschlechterbilder entworfen werden und c) inwieweit „sich das Konzept der Entgrenzung zur Beschreibung von Gegenwartskindheit“ eignet (vgl. S. 363). Diese empirische Studie wird sehr gut begründet und transparent dargestellt. Besonders hervorzuheben ist die kritische Diskussion der Analysemethoden; hier grenzt sich die Autorin deutlich von gängigen Verfahren ab, indem sie die methodischen Probleme der Verfahren für die Fernsehanalyse herausarbeitet und ein eigenes Methodensetting entwickelt, das überzeugen kann.

Auch in der Präsentation der Ergebnisse ist die Studie sehr gelungen, da sich genaue Analysen und präzise Darstellungen komplexer Videosituationen der Casting Shows mit begrün-

deten Zusammenfassungen und Generalisierungen abwechseln. Die Autorin weiß, wovon sie spricht. Sehr detailgenau werden die ausgewählten Sendungen analysiert, es zeigen sich deutlich Bezüge zu einer Inszenierung der Kinder als Erwachsene, aber auch Formen von moderner Kindlichkeit. Hinsichtlich der Geschlechterdarstellung gibt es eine Vielzahl von Formen der Konstruktion, und nicht immer werden Geschlechtsstereotype in den Shows bedient (vgl. S. 708). Sexualisierung spielt ebenfalls eine Rolle, müsste mehr reflektiert werden, ist aber vor allem der sexualisierten Umwelt der Musikkultur insgesamt geschuldet (vgl. Kap. 5 Ergebnisse). Die Unterschiede der beiden untersuchten Sendeformate werden herausgearbeitet.

Insgesamt zeigt sich, dass das Konzept der Entgrenzung, das in anderen gesellschaftlichen Bereichen wie etwa der Arbeitswelt durchaus trägt, für die Untersuchung von Kindheit deutliche Mängel aufweist. Vielmehr ist offensichtlich eine „gemeinsame Populärkultur“ (vgl. S. 674) entstanden, die von Kindern und Erwachsenen geteilt und durch Leistungs- und Konkurrenznormen bestimmt wird und die sich gleichzeitig durch Professionalität in der Inszenierung auszeichnet. Es entsteht ein Bild voller „Brüche und Widersprüche“, eine ambivalente Kinderkultur (vgl. S. 679) und ein widersprüchliches Generationenverhältnis (vgl. S. 681). So finden sich in den Casting Shows in vielerlei „Hinsichten Überschneidungen mit Erwachsenen (vgl. S. 701) und gleichzeitig – vor allem in den Brüchen – „durchaus auch Kind-spezifisches“ (vgl. S. 702).

Wichtigstes Ergebnis der Studie ist also, dass sich das Konzept der Entgrenzung allein nicht eignet, den Wandel von Kindheit in der Mediengesellschaft zu beschreiben (vgl. S. 733), hier erweist sich die Kindheit als resistent gegen Erklärungen, die einfach aus der Analyse der Erwachsenengesellschaft übernommen werden. Die Autorin plädiert dafür, das Konzept von Heinz Hengst (2013) der differentiellen ZeitgenossenInnenschaft zum Ausgangspunkt weiterer Analysen zugrunde zu legen.

Am Ende berichtet die Autorin noch von den Mühen, die eine solche komplexe Arbeit macht, und von der anstrengenden Arbeit, die die Empirie gefordert hat. Auch wenn dies vielleicht eine Warnung für diejenigen sein könnte, die sich auf auch diesen Weg begeben wollen, soll zum Schluss doch betont werden, dass sich die Mühe gelohnt hat. Insbesondere die Kombination eines sehr ausführlichen Theoriетеils (der viele Ansätze unterschiedlicher Disziplinen sehr kompetent zusammenbringt und eine Viel-

zahl von Problemen heutiger Medienkultur wie etwa Sexualisierung, Kommerzialisierung diskutiert) und die sorgfältige, eigenständige und kreative qualitative Fernseh-Studie wecken Interesse, das Thema weiter zu diskutieren, und den Wunsch, die Autorin möge den beschrittenen Weg fortsetzen.

Burkhard Fuhs

Prof. Dr. Dr. Burkhard Fuhs, Universität Erfurt, Erziehungswissenschaftliche Fakultät, Nordhäuser Str. 63, 99089 Erfurt, Deutschland, burkhard.fuhs@uni-erfurt.de

## Literatur

Hengst, Heinz (2013): *Kindheit im 21. Jahrhundert. Differenzielle Zeitgenossenschaft*. Weinheim / Basel: Beltz Juventa.

## Joseph Garncarz

### Begeisterte Zuschauer

Die Macht des Kinopublikums in der NS-Diktatur

Köln: Halem, 2021. – 356 S.

ISBN 978-86962-562-1

Das neue Buch von Joseph Garncarz zur Macht des Kinopublikums in der NS-Diktatur hat einen außerordentlich gut lesbaren Stil. Der Autor eröffnet eine neue und belastbare Perspektive auf die Filmproduktion und deren Erzeugnisse während des Nationalsozialismus. Außerdem entwickelt er eine quantitative Methode für die Filmgeschichtsschreibung weiter und macht sie kulturgeschichtlich fruchtbar. Und er geht mit dieser Methode nicht nur transparent um, sondern formuliert vorsichtig, zeigt Schwächen der eigenen Datenbasis und formuliert an einigen Stellen entsprechend daten- und interpretationsgesättigte (starke) Vermutungen – nie letzte Wahrheiten.

Der Trierer Medienwissenschaftler legt seine Überlegungen in vier Abschnitten, dreizehn Kapiteln und einem umfangreichen Materialanhang mit Tabellen vor, die als Grundlage seiner Argumentation dienen und eine Neukartierung der NS-Filmproduktion darstellen. Im Abschnitt I Kapitel 1 „Über das NS-Gesellschaftsprojekt“ stellt er die Frage „*Was ist Nationalsozialismus?*“ und bezieht sich dabei auf ein an anderer Stelle entwickeltes Konzept der Etablierten-Außenseiterfiguration. Im folgenden Abschnitt II legt er seine „Methodische[n] Grundlagen“ offen, in dem er *Filmpräferenzen und Messmethoden* (Kapitel 2), die *Berechnungs- und Analysemethoden des Filmerfolgs*

(Kapitel 3) und die *Bildung einer repräsentativen Stichprobe* (Kapitel 4) erläutert. Der dritte und umfangreichste Abschnitt ist mit „Kinopublikum, Filmwirtschaft und -politik“ überschrieben und widmet sich in sieben Kapiteln der *Filmpolitik und Filmproduktion*, dem *Kinobesucher und Filmanbieter*, der *Demografie des Publikums*, *Kulturellen Differenzierungen der Filmpräferenzen* und den *Genrepräferenzen*. Darüber hinaus finden sich Überlegungen zur *Präferenz für NS-nahe Filme* und ein kurzer Abschnitt zu *Hollywood und NS-Deutschland*. Dem vierten Abschnitt „Jenseits der NS-Diktatur“ schließt sich nach den Betrachtungen zu *Präferenzen ausländischer Kinopublika* und den *Präferenzen des deutschen Publikums der Nachkriegszeit* ein *Rück- und Ausblick* sowie der umfangreiche Materialanhang an.

Die Hauptthese des Buches besteht in einem Perspektivwechsel, der die Filme der NS-Zeit nicht als Produkt ideologischer Erziehung und gewünschter Beeinflussung sieht, sondern als Resultat der Zuschauer\*innenpräferenzen. Grundlage von Garnarcz' These ist die berechnete Annahme, dass Zuschauer\*innen bei der Auswahl der zu besuchenden Filme funktionale Kriterien wie Angebot, Verfügbarkeit, Preis, Qualität und – setzt man voraus, dass diese Kriterien örtlich gebunden relativ konstant sind – Unterhaltung („tauscht den Geldwert gegen das Vergnügen, das er sich vom jeweiligen Film erhofft“, 49) anlegen. Diese sieht Garnarcz wiederum als Folge von Konkurrenz und den Möglichkeiten zur Investition infolge eines stabilisierten Marktsystems („Ideologie liegt dazu konträr“, 182). Dabei reagierte die weitgehend verstaatlichte (dabei entschuldete), aber nach marktwirtschaftlichen Prinzipien funktionierende Filmindustrie auf die Abstimmung an der Kinokasse. „Der NS-Staat hat die Spielfilme kaum effektiv dazu benutzt, die Einstellungen und Werte der Bevölkerung zu verändern, vielmehr wurde ihre Filmauswahl an der Kinokasse weitgehend durch Einstellungen und Werte der Kinozuschauer bestimmt.“ (23) Ein wichtiges, von Garnarcz schon in früheren Arbeiten nachgewiesenes Erfolgskriterium ist die kulturelle Verankerung von Themen und Ästhetiken im Erfahrungshorizont der jeweiligen Zuschauer\*innen.

Garnarcz argumentiert auf der Basis von Erfolgsranglisten, die er im Rahmen eines DFG-Projektes auf Basis der POPSTAT-Methode erstellte, bei der die Laufzeit eines Filmes in Beziehung zu seinem wirtschaftlichen Potenzial und seinem Status im Programm gesetzt werden. Er verfeinerte das Modell, indem er diese

mit den Vorstellungen pro Film und der durchschnittlichen Zuschauerzahl verband.

Der Autor gewinnt seine Stichprobe aus einem Sample von 52 Berliner Kinos (alle Kintotypen, Behauptung der Repräsentativität für das Deutsche Reich) und deren Anzeigen. Der Filmwissenschaftler verdeutlicht immer wieder die Konstruktion dieser Zahlen und versucht deren Plausibilität anhand einzelner vorhandener und überlieferter Statistiken zu stützen. Zudem reflektiert er nachvollziehbar die Grundlagen und Parameter seiner Analysen und Interpretation, wie etwa die veränderte Demographie im laufenden Krieg, die sich wandelnden Gebietsgrößen oder die Bedingungen der Filmproduktion (nicht zuletzt die lange Zeit für den deutschen Filmmarkt notwendigen amerikanischen Importe und deren anpassungsfähige Produktion). Er nutzt diese Zahlen, um Muster von Erfolgen und Misserfolgen deutlich zu machen, aber auch, um den Erfolg von Genres zu vergleichen und den Erfolg bestimmter Themen und Tendenzen nachzuvollziehen.

Garnarcz muss für seine Argumentation immer wieder auf Entwicklungen in der NS-Filmproduktion und -wirtschaft zurückgreifen, die in der Zusammenschau eine lesenswerte Basis für die zeitgenössische Filmgeschichte bilden. Diese machen zudem deutlich, dass Filme das Produkt zahlreicher struktureller Voraussetzungen bzw. Steuerungsmechanismen jenseits künstlerischer Entscheidungen sind.

Die konkreten Hinweise darauf machen einerseits deutlich, dass die inhaltliche Spannweite zwischen stark ideologisch ausgerichteten NS-Propaganda-Filmen und Filmen, bei denen es reichte, „nicht im Widerspruch zu stehen“ (108), groß war. Darüber hinaus mussten zahlreiche marktsteuernde Maßnahmen zur Stabilisierung der Filmwirtschaft ergriffen werden, um die Rentabilität des bis 1940 deutlich defizitären deutschen Spielfilms zu erreichen. Dazu gehörten u. a. die Etablierung einer Filmkreditbank, die Einführung von Mindesteintrittspreisen, die Abschaffung des Zwei-Schlagler-Programms, die Regelung zur Neugründung von Kinos oder das Verbot des Festpreisabschlusses (114).

Im Analyseteil kann Garnarcz unterschiedliche Erfolgsparameter wie Zeitabhängigkeit (großpolitische Ereignisse) und Gruppen (Geschlecht, Alter, Milieu) für die sog. NS-nahen Filme fruchtbar machen, aber auch die generellen Genrepräferenzen und die Zusammenhänge zwischen ideologischer Machart und Erfolg bei einzelnen Gruppen deutlich machen. Interessant ist insbesondere, dass erfolgreiche Gegenwartsfilme in der Regel „unpolitische Unter-

haltungsfilm“ waren, und dass die Qualität, d. h. die ästhetische Realisierung und die Besetzung mit Stars, einen entscheidenden Einfluss auf den Erfolg hatte.

Michael Grisko

Dr. Michael Grisko, Gotthardtstraße 3, 99084 Erfurt, Deutschland, michael.grisko@gmx.de

## Dennis Maxeiner

### Unternehmen in der Vertrauenskrise

Eine Diskursanalyse des VW-Dieselskandals und seiner kulturspezifischen kommunikativen Bewältigungsstrategien im Hinblick auf Deutschland, USA, Russland und China

Berlin: Logos, 2021. – 308 S.

ISBN 978-3-8325-5353-1

Seit Bekanntwerden 2015 arbeiten sich Kommunikationsexperten am Volkswagen-Dieselskandal ab. Das vorliegende Buch lässt auf den ersten Blick die x-te Wiederholung eines Dauerthemas vermuten – genau das ist die Diskursanalyse aber nicht. Allein der globale Ansatz mit landesspezifischen Analysen ermöglicht neue Blickwinkel und interkulturelle Vergleiche.

Die Reihenfolge der sieben Kapitel erscheint logisch. Bei den theoretischen Grundlagen zeichnet Maxeiner die Forschung zur Krisenkommunikation von Unternehmen zurecht als „rudimentär“ (S. 9), hat aber zugleich die Praxisbücher im Blick. So beleuchtet er in Kapitel 3 „das zumeist in Praktikerliteratur aufgegriffene Thema der Krisenkommunikation diskurstheoretisch“. Allerdings fehlt hier das eine oder andere Standardwerk, wie etwa „Professionelle Krisenkommunikation“ (2019) von Meißner/Schach.

Der Autor stellt den Begriff „Vertrauen“ in den Mittelpunkt, bindet dabei Aspekte aus den Wirtschafts-, Kommunikations- und Medienwissenschaften sowie der Soziologie und Philosophie ein. Maxeiner setzt in den USA, Deutschland, Russland und China kulturell unterschiedliche Konzepte von Vertrauen, Vertrauensbildung, Vertrauensverlust und Vertrauensrehabilitation voraus, sieht die Landesmärkte „in den Denkmustern ihrer kulturellen Eigenheiten“ (S. 9). Zentral lautet daher die Fragestellung: Wie geht ein global agierender Konzern wie Volkswagen in der Krisenkommunikation auf diese Differenzen ein? Von besonderer Wichtigkeit ist dabei, wie Unternehmen allgemeine Werte und ihre eigenen Werte in

ihrer Kommunikation zur Wiederherstellung von Vertrauen nutzen.

Es erfolgt eine qualitative Analyse von strategischer Unternehmenskommunikation in vier verschiedenen Kulturkreisen. Maxeiner verzichtet dabei auf Hypothesen zugunsten eines ergebnisoffenen und datengeleiteten Forschungsansatzes im Sinne der Grounded Theory. Grundlage der empirischen Analyse ist ein Methodenmix, „um eine sprachanalytische, stilpragmatische und kulturvergleichende Untersuchung“ (S. 288) zu ermöglichen. In einem sonst von quantitativen Analysen geprägten Themenfeld wagt Maxeiner die qualitative Analyse um zu „veranschaulichen, was eine kulturwissenschaftliche Herangehensweise in der Beschreibung gesellschaftlicher, wirtschaftlicher und kultureller Prozesse leisten kann“ (S. 11). Konzeptionell stehen die Datenerhebung und die Reflexion über diese Daten in einer Wechselwirkung, Handlungs- und Deutungsmuster der Vertrauenskommunikation von VW in den vier Ländern werden analysiert – immer mit Bezug zu den kulturellen Zuständen.

Die Daten der externen Unternehmenskommunikation beruhen auf den Pressemitteilungen der VW-Landessparten von Deutschland, USA, Russland und China. Berücksichtigung finden Schlüsseltexte mit Bezug zum Krisendiskurs. Diese werden in Hinblick auf Vertrauenskommunikation analysiert, Sprachhandlungen und Stile identifiziert.

Maxeiner arbeitet zunächst sechs grundlegende Sprachhandlungsmuster der Krisenkommunikation heraus, die er in die kommunikativen Handlungsfelder „Ratifizieren“, „Bewerten“, „Rechtfertigen“, „Differenzieren“, „Versprechen“ sowie „Aufzeigen und Einlösen“ einteilt (S. 137ff.). Diese werden konkretisiert und untergeordnete Kategorien beschrieben. Hinzu kommt die Zeitorientierung der Sprachhandlung im Laufe des VW-Dieselskandals. Es folgt eine Adaption auf alle vier Länder.

Allgemein wird festgestellt, dass erfolgreiche Krisenkommunikation auf dem Wissen über landesspezifische Mechanismen basiert. Autokratische Regierungssysteme wie China oder Russland verlangen eine gute Beziehung des Unternehmens zu staatlichen Organen, damit Krisen medial nicht auftauchen. In Deutschland und den USA gehören Medien und Verbraucher zu den einflussreichen Akteuren. Nachrichten sind (selbstverständlich) aus der Perspektive der Zielgruppe zu denken und vor allem kulturspezifisch angepasst zu verfassen. In Deutschland und den USA identifiziert Maxeiner eine Vertrauenskrise.

Während in den USA „das Rechtfertigen und eine Inszenierung von Reue“ beim VW-Dieselskandal dominieren (S. 277), steht in China die Zusammenarbeit mit den Behörden im kommunikativen Mittelpunkt. In Russland erfolgt eine Nichtthematisierung, die Dieselkrise wird nicht als Problem des russischen Marktes bewertet.

Von großer Bedeutung bleibt die Einordnung, ob eine systemische Schuld und damit ein im System des Unternehmens rechtswidriger Prozess vorgelegen hat.

Wenig überraschend ist die Erkenntnis, dass die Unternehmenskrise bei VW in den einzelnen Ländern unterschiedlich bewertet wurde und entsprechend angepasste Kommunikationsstrategien verlangte. Dennoch identifiziert die Dissertation die unterschiedlichen kommunikativen Ausprägungen von Schuld und Verantwortung, Vertrauen und Gegenmaßnahmen zu Negativbildern der Krise. So lassen sich die Landesmärkte in primäre (Deutschland und USA) und sekundäre Krisenmärkte (China und Russland) zusammenfassen.

Die sprachanalytische, stilpragmatische und kulturvergleichende Untersuchung liefert neue oder wichtige fortführende Erkenntnisse für die Krisenkommunikation, insbesondere im Kontext länderspezifischer Mechanismen rund um den VW-Dieselskandal. Dabei betreibt Maexiner wertvolle Grundlagenforschung zur Krisenkommunikation von Unternehmen.

Die Ich-Form in einer wissenschaftlichen Arbeit irritiert. Die aufwändige Verquickung von Methoden und entsprechende Verschriftlichung verlangen ein konzentriertes Lesen, um die Nachvollziehbarkeit zu gewährleisten. Dieses 308 Seiten starke Fachbuch ist anspruchsvolle Lektüre, die einerseits ein großes Interesse an der Krisenkommunikation sowie dem VW-Dieselskandal und andererseits empirisches Verständnis voraussetzen. Daher sei das Werk einer kleineren Zielgruppe – nämlich Kommunikationswissenschaftler:innen der einschlägigen Fachrichtungen – empfohlen. Zudem lohnt sich das Werk in Teilen für Experten aus der Unternehmenskommunikation international agierender Firmen.

Jana Wiske

Prof. Dr. Jana Wiske, Hochschule Ansbach, Fakultät Medien, Residenzstraße 8, 91522 Ansbach, Deutschland, j.wiske@hs-ansbach.de

## Literatur

Meißner, J./Schach, A. (Hrsg.) (2019): Professionelle Krisenkommunikation. Springer Gabler.

Jutta Milde / Ines C. Welzenbach-Vogel / Maren Dern (Hrsg.)

## Intention und Rezeption von Wissenschaftskommunikation

Köln: Halem, 2021. – 211 S.

ISBN 978-3-89692-314-6

Der Titel des Sammelbandes spiegelt ein klassisches Spannungsfeld der Kommunikationswissenschaften wider und erinnert uns daran, dass die Wirkungen der Wissenschaftskommunikation nicht immer so ausfallen, wie sie beabsichtigt wurden. Im Mittelpunkt des Buches stehen Fragen nach den Motivationen und Zielen derjenigen, die gezielt wissenschaftliche Erkenntnisse vermitteln, und den Perspektiven derjenigen, die sich auf der anderen Seite mit Wissenschaft auseinandersetzen sollen. In Anbetracht des breiten Spektrums an Themen, Akteuren, Modi, Kanälen und gesellschaftlichen Umständen, die Wissenschaftskommunikation ausmachen können, scheint der Fokus des Buches auf Rezeption und Intention den Versuch darzustellen, einen Teil der potenziellen Komplexität in der Erforschung des Phänomens zu reduzieren und gleichzeitig eine gewisse Themenvielfalt zu ermöglichen.

Der Sammelband basiert auf einer Auswahl von Beiträgen der ersten Fachgruppentagung Wissenschaftskommunikation der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, die unter gleichem Titel im April 2017 an der Universität Landau stattfand. Er enthält acht größtenteils auf empirischen Befunden aufbauende Aufsätze zu unterschiedlichen Themen, die sich von Social-Media-Aktivitäten von Hochschulen und Forschungseinrichtungen bis hin zur Rolle und Funktion von Comics in der Wissenschaftskommunikation erstrecken.

Die Gliederung des Buches folgt einer Trennung entlang zweier Perspektiven: derjenigen der kommunizierenden Akteure der Wissenschaftskommunikation und derjenigen ihrer Adressaten.

Der erste Teil konzentriert sich auf die Kommunikationsziele der Sender in der Wissenschaftskommunikation, wie beispielsweise die Verwirklichung organisatorischer oder politischer Interessen oder die Stärkung des öffentlichen Vertrauens in wissenschaftliche oder technologische Innovationen. Die Grenze zwischen den Sendern und Empfängern im Prozess der Wissenschaftskommunikation verläuft jedoch nicht immer eindeutig. So zeigt beispielsweise die im ersten Teil vorgestellte Interviewstudie von Birte Fähnrich (S. 13–35), wie wichtig es für

kanadische Umweltaktivist:innen ist, wissenschaftliches Wissen zu erwerben und sich gut zu informieren, um ihre Glaubwürdigkeit zu steigern, aber auch, um dieses wissenschaftliche Wissen strategisch vermitteln zu können.

Der zweite Teil befasst sich mit der Frage, wie die Adressaten der Wissenschaftskommunikation diese wahrnehmen und verstehen. Dies geschieht jedoch in einem recht breiten Sinne. So befasst sich die qualitative Analyse von Lars Guenther, Peter Weingart und Corlia Meyer (S. 87–109) nicht so sehr mit spezifischen Zielgruppen der Kommunikation, sondern vielmehr mit dem Zusammenhang zwischen der relativen geographischen und kulturellen Nähe der südafrikanischen ländlichen Bevölkerung zu Wissenschaft und Forschung und ihren Einstellungen dazu. Der einzige Beitrag im Buch, der nicht auf empirischen Erkenntnissen beruht, stammt von Nina Wicke zum nach wie vor hochaktuellen Thema *Citizen Science* (siehe auch Vohland et al. 2021). Sie plädiert dafür, sich in der Forschung von normativen Diskussionen zu lösen und stattdessen auf empirischen Einsichten basierende Kriterien zu erarbeiten, mit denen *Citizen-Science*-Projekte evaluiert werden können (S. 177–206).

Insgesamt stellt der Sammelband eine vielfältige Sammlung von Ansätzen zur Wissenschaftskommunikation und der gesellschaftlichen Auseinandersetzung mit Wissenschaft im weiteren Sinne dar. In Anbetracht der Tatsache, dass die Inhalte ursprünglich vor fünf Jahren vorgestellt wurden, wirkt es recht erfrischend, Berichte zum Thema Wissenschaftskommunikation zu lesen, die sich, abgesehen von einer kurzen Erwähnung in der Einleitung, nicht auf die COVID-19-Pandemie beziehen. Dennoch wäre ein breiterer Blick darauf, wie sich das Feld der Wissenschaftskommunikation seit der ersten Fachgruppentagung 2017 verändert hat, durchaus willkommen gewesen. Zu denken wäre hier etwa an Tendenzen, Wissenschaftskommunikation jenseits klassischer linearer Zusammenhänge zu erforschen, in denen sie eher als ein zu untersuchendes gesellschaftliches Gespräch betrachtet wird (siehe Bucchi et al. 2021), an die Auswirkungen der Digitalisierung auf die Wissenschaftskommunikation und die Erforschung derselben (wie in etwa Neuberger et al. 2021) sowie generell an das Wachstum des Forschungsfeldes Wissenschaftskommunikation in Deutschland sowohl in der Größe als auch in der Relevanz.

Irene Broer

Irene Broer, Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut, Rothenbaum-

chaussee 36, 20148 Hamburg, Deutschland, i.broer@leibniz-hbi.de

## Literatur

- Bucchi, M. and Trench, B. (Hrsg.) 2021. *Routledge Handbook of Public Communication of Science and Technology*. 3. Ausgabe. London und New York: Routledge.
- Neuberger, C., Weingart, P., Fähnrich, B., Fecher, B., Schäfer, M. S., Schmid-Petri, H. und Wagner, G.G. 2021. *Der digitale Wandel der Wissenschaftskommunikation*. Berlin: Berlin-Brandenburgische Akademie der Wissenschaften.
- Vohland, K., Land-Zandstra, A., Ceccaroni, L., Lemmens, R., Perelló, J., Ponti, M., Samson, R. und Wagenknecht, K. (Hrsg.) 2021. *The Science of Citizen Science*. Cham: Springer Nature.

## Hermann Rotermund

### Nach dem Rundfunk

Die Transformation eines Massenmediums zum Online-Medium

Köln: Halem, 2021. – 377 S.

ISBN 978-3-86962-556-0

Zur aktuellen medienpolitischen Debatte um die Zukunft des öffentlich-rechtlichen Rundfunks und den Entwurf eines neuen Medienstaatsvertrages kommt der Band von Hermann Rotermund gerade recht. In „Nach dem Rundfunk“ spannt er einen weiten Bogen medienhistorischer, mediensoziologischer und medienrechtlicher Überlegungen auf, die im Kern auf eine Zeit „nach dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk“ zielen. Neben breiter Analyse und Kritik an öffentlich-rechtlichen Sendern spielen kommerzielle Medien in seiner Darstellung nur eine randständige Rolle. Nach eigener Aussage (so in einem Gespräch mit Herbert von Halem) legt Rotermund mit seinem Band einen medienpolitischen Argumentationsbaukasten vor, der einen systematischen Anspruch hat.

Der ist allerdings im Aufbau des Buches nicht immer erkennbar. Während im Vorwort noch die vier relevanten Bereiche aufgeführt werden (Medienwandel, Regulierung, Organisation, Public Value), zu denen Erkenntnisse notwendig sind, um Interventionsmöglichkeiten aufzudecken, die eine „gelingende Transformation des Rundfunks aussichtsreich machen“ (S. 10), ist deren Binnengliederung arg eklektisch. So heißen die Stichworte zum ersten Schwerpunkt „Medienwandel“ wie folgt: Epochenenden, Medienverehrung, Medienabwehr, Mythen, Mediennostalgie, Technische Medien seit 1800, Masse und Publikum, Öffentliche Meinung,

Strukturwandel der Öffentlichkeit (Habermas ist „unbrauchbar“), Vierte Gewalt, Massenmedien seit 1900 usw. In essayistischer Weise werden hier Fundstücke, kritische Auseinandersetzungen mit bestehenden Theorien, deskriptive Beobachtungen, Behauptungen und Meinungen aneinandergesetzt, ohne dass eine erkenntnisleitende Fragestellung oder ein klarer Untersuchungsgang deutlich werden.

Das Kapitel zur Regulierung wird – wie zu gegeben – nicht mit verfassungsrechtlicher oder medienrechtlicher Kompetenz geschrieben (S. 132), wagt sich aber in sehr weitgehende Interpretationen vor, wie die, dass die verfassungsrechtlich gegebenen Garantien für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk in einer anderen als der dualen Rundfunkordnung entfallen könnten. Auch die Einschätzung, dass der dienende Charakter der Rundfunkfreiheit eine Einschränkung des Rechtes auf Rundfunk sei, ist problematisch. An etlichen Stellen liest sich der Band wie eine Verteidigungsschrift für die marktorientierte Organisation des Rundfunks (S. 156, 157, 159f., 170, 179), obwohl er ebenfalls wiederholt auf die demokratische Funktion des Rundfunks als Instrument politischer Meinungsbildung Wert legt. Demgegenüber wird in der Darstellung zur Rundfunkregulierung deutlich herausgestellt, wie sehr die wettbewerbsrechtliche Orientierung der EU-Medienregulierung der öffentlichen Finanzierung von Medien entgegensteht, und wie sehr die davon geprägte deutsche Rundfunkgesetzgebung (Stichworte „Presseähnlichkeit“ und „Sendungsbezug“) wiederum der Logik der Interkommunikation widerspricht.

In der kenntnis- und detailreichen Darstellung der Entwicklung der Rundfunkregulierung finden sich aber auch einige tendenziöse Fehlleistungen. So werden Staats- und Parteivertreter:innen – welche durchaus unterschiedliche gesellschaftliche Funktionen haben – in einem Atemzug genannt (S. 165); als problematisch aufgeführte Wirkungen der Kommerzialisierung des Fernsehens werden ironisiert, aber nicht in ihrer Substanz befragt (S. 160). Und dass es keine empirische Evidenz für die Bedenken des Bundesverfassungsgerichtes gebe, dass die Eigengesetzlichkeit des Wettbewerbs am Rundfunkmarkt die Rundfunkfreiheit gefährden könnte, kann nur behaupten, wer internationale Entwicklungen nicht zur Kenntnis nimmt. Und ganz aktuell: Die „düsteren Beschreibungen“ (S. 169), die das Bundesverfassungsgericht von Online-Medien lieferte, sind mehr als „alarmistische Common Sense“ (ebd.); für sie gibt es empirische Belege, die durch die Facebook-Leaks noch ihre Bestä-

tigung erhalten haben. Die großen Plattformen schlicht mit einem Lob der Vielfalt zu bedenken, wird der Problematik nicht gerecht.

Rotermund kritisiert „aus medienwissenschaftlicher Sicht“, dass Internetportale, Plattformen oder Suchmaschinen nicht dem Rundfunkbegriff zuzuordnen wären. Dem ist zu erwidern, dass es aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht als begrüßenswert zu betrachten ist, dass die kommunikative Funktion dieser Dienste in den aktuellen Regulierungsbemühungen ihren Niederschlag findet. Hier liegt grundsätzlich das Problem in dieser problemorientierten Darstellung der Rundfunkregulierung: Sie arbeitet sich so sehr an den Inkonsistenzen der Medienregulierung und der juristischen Auseinandersetzung dazu ab, dass sie übersieht, welche gesellschaftlich-kommunikativen Probleme der Lösungen harren, für die öffentlich-rechtliche Medien durchaus eine (nicht die alleinige!) Antwort sein können.

Die kürzeren Abschnitte zur Organisation und zu Public Value führen etliche berechtigte Kritikpunkte auf – z. B. die nicht ausreichende Transparenz und Dialogbereitschaft der Gremien –, jedoch ohne dabei Prozesse der Veränderung zur Kenntnis zu nehmen, oder in einer Pauschalität, die dem Gegenstand nicht gerecht wird.

Einen besonderen Stellenwert als Beitrag zu laufenden Diskussionen erhält der Band durch die abschließenden Szenarien. Während die darin beschriebenen „Sackgassen“ die altbekannten Vorwürfe gegen die öffentlich-rechtlichen Sender wiederholen, finden sich in den Auswegen so problematische Vorschläge wie den, die Rundfunkanstalten nur noch mit einem befristeten Mandat auszustatten, die Rundfunkräte von den Beitragszahlenden direkt wählen zu lassen, oder den Beitrag auf 10 € zu reduzieren und das Programmangebot zu halbieren. Besonders der letzte Vorschlag wird kommerziellen Wettbewerbern sicher gefallen, wird jedoch den Machtverhältnissen in einer durch und durch kommerzialisierten Kommunikationssphäre im Internet nicht gerecht, weil sie vielleicht „den Rundfunk“ transformieren könnten, einen öffentlich mandatierten, öffentlich finanzierten und öffentlich kontrollierten Rundfunk jedoch schwächen würden.

Barbara Thomaß

Prof. Dr. Barbara Thomaß, Leibniz-Institut für Medienforschung | Hans-Bredow-Institut (HBI) und Institut für Medienwissenschaft, Ruhr-Universität Bochum, 44801 Bochum, Deutschland, Barbara.Thomass@rub.de

Christian Schicha / Ingrid Stapf / Saskia Sell  
(Hrsg.)

### Medien und Wahrheit

Medienethische Perspektiven auf  
Desinformation, Lügen und „Fake News“

Baden-Baden: Nomos, 2021 – 391 S.

(Kommunikation und Medienethik; 15)

ISBN 978-3-8487-7933-8

Ein Tagungsband mit dem stolzen Preis von 79,00 € – ist er ihn wert? Zumindest behandelt er ein Thema, dessen wissenschaftliche Ausleuchtung keineswegs erledigt ist. Während „Fake News“ oder der Vorwurf „Lügenpresse“ meist als Gefährdung der Demokratie behandelt werden, waren die 19 Autor:innen hier angehalten, diese Phänomene ethisch zu reflektieren. Interessant für den Erwerb des Bandes ist die Frage: Bieten die Beiträge – gegenüber den bisherigen, in der Einleitung aufgeführten Forschungen (S. 12–16) – etwas substanzvoll Neues? Und das sowohl in der Theoriediskussion, bei den Produktanalysen, den empirischen Rezeptionsforschungen oder den Instrumentenjournalistischer Qualitätssicherung?

Ob Medien sich auf Wahrheit (als Suchbewegung) verpflichten, zeigt sich auch an dem *Vertrauen*, das ihnen entgegengebracht wird und das sie sich täglich erarbeiten müssen. Die Medienphilosophin *Sybille Krämer* begründet die wahrheitsgemäße Zeugenschaft von Medien sprachanalytisch (S. 27–41), der in Oslo lehrende *Charles M. Ess* tugendethisch (S. 79–94). Übrigens: Dieser Verweis auf die philosophische Wurzel erfüllt die kürzlich formulierte Forderung von Daniel Eggers (2021) an die Medienethik.

Die Wahrheitspflicht wird in den Ethik-Kodizes aller Medienberufe hochgehalten, wenn auch mit Differenzierungen. *Günter Bentele* (S. 59–77), seit Jahren mit der Ethik der PR-Kommunikation befasst, hält an ihr fest und begründet sie – anders als der Konstruktivismus – „rekonstruktiv“ mit den Normen des Wirklichkeitsbezugs, welche auch für die PR gelten und ihr Berufshandeln prägen sollen. Mit den aktuellen Veränderungen des Erzähljournalismus befassen sich – mit Bezug auf die Relotius-Reportagen – die Beiträge von *Tanjev Schultz* (S. 263–277) und *Tobias Eberwein* (S. 279–297); beide machen weiterhin gültige Grenzziehungen zur Fälschung deutlich. Vor dem Hintergrund philosophischer Wahrheitstheorien unterscheidet *Hektor Haarkötter* (S. 317–339) faktuale (= wahrheitsfähige) von fiktiven Aussagen (Lügen oder Irrtümern); daneben seien (explizit gemachte) fiktionale und imaginieren-

de Aussagen (ohne behaupteten Wirklichkeitsbezug) möglich.

Behauptungen werden auch durch *Bilder* gemacht. Während *Christiane Schicha* (S. 173–204) nur bekannte historische Beispiele für unerlaubte Bildbearbeitungen bringt, verweisen *Saskia Sell* und *Bernd Oswald* (S. 243–262) auf Suchmaschinen zum Faktencheck für Authentizität und Urhebererschaft aktueller Bilder und Videos. Der Erlanger IT-Experte *Christian Ries* (S. 343–357) diskutiert, inwieweit selbstlernende Systeme in Kooperation mit Menschen Fake News, Propaganda und Ähnliches auffinden können. Zum Medienwandel gehört auch der „Roboterjournalismus“ – software-gestützte Teile in Text- und Bildproduktionen. Wie sie von Journalist:innen beurteilt werden, haben *Markus Kaiser* und *Thomas Zeilinger* (S. 299–315) untersucht. Rechtliche Regelungen seien, anders als bei selbstfahrenden Autos, nicht nötig; dafür empfehlen sie eine erhöhte ethische Aufmerksamkeit, vor allem auf das Design der Algorithmen.

Lüge und Irrtum wurden schon immer behandelt. Neu ist das von Harry Frankfurt beschriebene Phänomen des *Bullshit* – ein vom Publikum akzeptiertes Daherrede ohne Wahrheitsanspruch. Diese, von Trump und Johnson praktizierte Politikerstrategie beschreibt *Olaf Hoffmann* (S. 295–221) – mit Rückgriff auf Goffman – als Inszenierungs- und Wahrheitsspiel; so unterhaltsam es für manche sein mag, so zynisch ist es für Betroffene von Kriegen, Klimawandel und Ungerechtigkeit. Diese theoretische Perspektive ist neu und erklärt die kommunikative Strategie von Politiker:innen in der Tat besser als der allgemeine Hinweis auf eine Post-Truth-Gesellschaft.

Die Philosophin *Simone Dietz* geht davon aus, dass die heutigen *Plattformen* die öffentliche Meinungsbildung (negativ) beeinflussen, und fordert medienpolitische Schritte zu ihrer Pluralität. Neu sind ihre sechs Massentypen von Nutzer:innen und Datensammlungen, mit denen sich Maßnahmen zum Datenschutz und zur kritischen Mediennutzung identifizieren lassen. Dass die Algorithmus-basierten Empfehlungssysteme bei YouTube zu Filterblasen führen können, belegt eine empirische Auswertung von *Michael Litschka* (S. 377–387) am Ende des Bandes.

Fake News zu produzieren, ist seit Trump Politiker-Praxis geworden und wird als Vorwurf an die Gegner verwendet. Vier Beiträge gehen diesem Schlagwort wissenschaftlich nach. Für *Ingrid Stapf* (S. 97–119) geht es „auch um das, was Menschen für wahr halten *wollen*,

was ihre Gefühle und Ängste bestätigt“ (S. 116), also um die emotionale Agenda. Mit einer klaren Definition startet der Münchner Philosoph *Nikil Mukerji* (S. 121–134): Fake News lägen nur dann vor, wenn es sich (1) um Bullshit handelt, wenn (2) eine Behauptung aufgestellt und diese (3) als Nachricht veröffentlicht wurde. Diese Bedingungen überprüft er an vier Fallbeispielen; nur bei dem (gegen Hilary Clinton gerichteten) „Pizzagate“ liegt eine frei erfundene Geschichte vor.

Von den Herausgeber:innen auch unter der Überschrift Fake News gelistet finden sich zwei Beiträge, die das Phänomen zwar einleitend aufgreifen, in ihrem Hauptteil jedoch die *Aktualität einer Großtheorie* zu rechtfertigen suchen: *Tilman Bechtbold-Hengelhaupt* (S. 135–151) sieht für die Theorie der sozialen Systeme von Niklas Luhmann durchaus Leerstellen, was die Wahrheitsbindung gesellschaftlicher Kommunikationen betrifft (vgl. die Beiträge im Themenheft „Selbstbestimmung in der digitalen Welt“ in M&K 4/2018); er empfiehlt den (transparent zu machenden) Prozess wissenschaftlicher Wahrheitsfindung als Ausweg. Um die Gültigkeit der Zivilisationskritik von Günther Anders geht es den beiden Flensburger Autoren *Christian Filk und Jan Hinnerk Freytag* (S. 153–169). Anders' Thesen zur Entfremdung und Verführung durch Medien (bei ihm noch das Fernsehen) überzeugen nicht wirklich – außer man sieht in ihnen Übertreibungen eines engagierten Humanisten und macht entsprechende Abstriche.

An *empirischen Untersuchungen* ist die Beurteilung von Desinformationen durch Befürworter:innen bzw. Gegner:innen der Zuwanderung zu nennen, die das Düsseldorfer Forschungsteam *Ole Kelm, Marco Doble und Natalie Ryba* (S. 223–239) durchgeführt hat. Ferner die Studie der Züricher *Lisa Schwaiger und Mark Eisenegger* (S. 350–375) zur Auseinandersetzung mit Lüge und Wahrheit in Alternativ- bzw. Mainstream-Medien; Ergebnisse: nicht nur die Kriterien unterscheiden sich, auch die Intensität der Auseinandersetzung und die begriffliche Rahmung.

Zurück zu meinen Eingangsfragen: Ist der Tagungsband die teure Anschaffung wert? Enthält er substanziell neue Ansätze zur ethischen Behandlung von „Medien und Wahrheit“? Ja, überwiegend. Durch die Breite der eingenommenen Perspektiven und den Bezug zu aktuellen Phänomenen und Begriffen ist es hier gelungen, die ethische Diskussion zu Wahrheit in den Medien entscheidend zu bereichern.

Rüdiger Funiok

Prof. em. Dr. Rüdiger Funiok, Hochschule für Philosophie, Kaulbachstr. 33, 80539 München, Deutschland, ruediger.funiok@hfpd.de

## Literatur

Eggers, D. (2021): Medienethik: Vier populäre Irrtümer. In: *Publizistik* 66, 537–564. <https://doi.org/10.1007/s11616-021-00669-w>

## Philomen Schönhagen / Mike Meißner Kommunikations- und Mediengeschichte

Von Versammlungen bis zu den digitalen Medien

Köln: Halem, 2021. – 194 S.

ISBN 978-3-89692-588-1

„Wie und mit welchen Medien funktionierte gesellschaftliche Kommunikation zu verschiedenen Zeiten in unterschiedlichen Gesellschaften?“ (S. 10). Als Antwort legen Philomen Schönhagen und Mike Meißner in ihrem Buch *Kommunikations- und Mediengeschichte. Von Versammlungen bis zu den digitalen Medien* – so die Autor:innen – „eine mögliche „Erzählung““ (S. 7, Herv. im Original) vor. Der Band gießt Schönhagens Vorlesung in Lehrbuchform und bietet auf kompakten 151 Seiten Text eine konzise Einführung in historische Strukturentwicklungen gesellschaftlicher Kommunikation in den deutschsprachigen Ländern.

Als Rahmen für ihr Narrativ wählen Schönhagen und Meißner den „vermittlungstheoretischen Ansatz“ (S. 15) nach Hans Wagner, eine zugegebenermaßen weniger bekannte Gesichtsschreibung, die Kommunikationswandel als „Rationalisierungsprozess“ (S. 14) versteht: Ausgehend von ursprünglicher „Versammlungskommunikation“ (S. 15) werde zunehmende Vermittlung nötig, um durch Kommunikation sich ausdifferenzierende Gesellschaften über zeitliche und räumliche Distanz zusammenzuhalten. In Europa habe dies zum Auftreten „journalistisch vermittelter Kommunikation“ (S. 18) geführt.

Dieses theoretische Argument gliedert das Buch in drei empirische, chronologisch erzählte Kapitel. Die Grundzüge der Versammlungskommunikation (gleicher Ort, gleiche Zeit, gleiche Medien für alle) werden kurz anhand von „Redegesellschaften“ (S. 22) in Schweizer Dörfern aufgezeigt. Darauf folgen zwei ausführlichere Kapitel, die das Aufkommen von „Kommunikation über Distanz“ (3.) und „journalistisch vermittelter Kommunikation“

(4.) nachzeichnen (unterschiedlicher Ort und Zeit, Medienkonzentration durch Vermittler).

Lobenswert ist, dass Beispiele an Kommunikationsmedien breit gewählt werden: Bedingungen gesellschaftlicher Kommunikation werden über Massenmedien hinaus diskutiert, anhand von Schrift, Druck, Straßen, Post oder Kalendern, bis hin zur Entwicklung von Presse und Rundfunk. Eingeschobene „Exkurse“ zur Vertiefung historischer Kontexte bieten Leser\*innen Orientierung – besonders in den erfischenden Beispielen aus der Schweizer Geschichte, die sicher nicht nur für Studierende, sondern auch für Kenner\*innen europäischer Kommunikationsgeschichte lehrreich sind.

Der Pressegeschichte kommt insgesamt die größte Aufmerksamkeit zu, von Entstehung der Drucktechnik und Zeitungen bis zu einer genrediversen Presselandschaft. Darauf folgt ein kürzerer Überblick über die elektrischen Medien Telegrafie, Telefonie, Radio, Film, und Fernsehen. Die Geschichte(n) von Internet, Computerisierung, Automatisierung oder Digitalisierung werden nicht behandelt. Zwar schließt das Buch in der Zusammenfassung mit einer kurzen Diskussion von sozialen Medien, doch die Kernerzählung endet mit der Einführung des privaten Rundfunks.

Während die detailreichen empirischen Übersichten für die Vermittlung von historischem Faktenwissen sicher dienlich sind, wird die thematische Eingrenzung des Bands hauptsächlich von den Phasen des „vermittlungstheoretischen Ansatzes“ und dem darin verborgenen Medien- und Kommunikationsbegriff getragen. Kommunikation wird rational begriffen, als zielgerichteter Austausch von „Nachrichten und Sichtweisen“ (S. 10), und bestimmte Medientechnologien stellen auf institutioneller Makroebene immer wieder das „Funktionieren gesellschaftlicher Kommunikation“ (S. 10) sicher. In komplexen Gesellschaften habe hier eine autonome, marktorientierte Fremdvermittlung (z. B. Journalismus) ermöglicht, „Kommunikation auf Distanz unabhängig und umfassend im Dienste der Gesellschaft zu vermitteln“ (S. 64). Dadurch soll aufgezeigt werden, wie sich wandelnde Medientechnologie Kommunikation historisch verschoben hat, von der Versammlungskommunikation hin zur Überbrückung von Raum und Zeit der Teilnehmenden und einer Konzentration der vermittelnden Medien. Die Notwendigkeit einer solchen journalistischen Vermittlungsleistung für den Zusammenhalt der Gesellschaft zeige sich, so in einer kurzen Schlussfolgerung, umso deutlicher im Aufkommen sozialer Medien (S. 150).

Dieser Kommunikationsbegriff beschränkt das Geschichtsnarrativ auf eine – durchaus zu hinterfragende – lineare, rationale Lösung von Problemen. Daher sollte das Buch, wenn in der Lehre verwendet, zu anderen konzeptuellen Perspektiven in Beziehung gesetzt werden, besonders zu solchen aus der (kaum zitierten) internationalen medien- und kommunikationshistorischen Forschung, die eher ideengeschichtlich vorgeht. So dekonstruierte z. B. John Durham Peters diskurshistorisch, „how communication became such trouble for us“ (1999: 3), und zeigte auf, dass die Sorge über das „Funktionieren“ von Kommunikation, welche Vermittlungsprobleme löse, ein modernes Phänomen ist – jünger als der Großteil der im Buch diskutierten Kommunikationsformen.

Durch den Fokus auf rationalen Austausch bleiben in der Analyse von kommunikativer Gesellschaftsbildung Verweise zu alternativen Medien- und Kommunikationsbegriffen als rituelle, nicht-zielorientierte Praktiken der Vergemeinschaftung außen vor (wie James Carey, Benedict Anderson, Marshall McLuhan, Harold Innis). Auch kritische Perspektiven auf Rationalisierungsprozesse und Medienkonzentration in der journalistischen Vermittlung, z. B. unter dem Begriff der „politischen Ökonomie“ oder Ansätze der Frankfurter Schule (Jürgen Habermas wird nicht diskutiert), würden die Analyse sicher anreichern und hinterfragen, ob Kommunikation wirklich immer als „unabhängig und umfassend im Dienste der Gesellschaft“ (S. 64) zu verstehen ist und aus wessen Perspektive.

Letztlich leisten Schönhagen und Meißner einen empirisch fundierten Beitrag, der für Studierende und Interessierte über Faktenvermittlung hinaus auch einen theoretischen Aufschlag zu machen versucht, die Geschichte von Medien und Kommunikation konzeptuell zu verstehen. Doch sollte hier begriffsgeschichtlich die „eine“ Erzählung ergänzt und produktiv hinterfragt werden. Aktuelle medien- und kommunikationshistorische Forschung, wie z. B. der jüngst erschienene Band „Digital Roots“ (Balbi et al., 2021), können eine rationale, lineare Geschichtsschreibung von Kommunikation(smedien) als teleologische Lösung von Vermittlungsproblemen zumindest in Frage stellen und durch internationale Perspektiven auf Theorie und Empirie ergänzen.

Philipp Seuferling

Dr. Philipp Seuferling, Södertörn University, School of Culture and Education, Alfred Nobels allé 7, 14189 Huddinge, Schweden,

philipp.seuferling@sh.se, <https://orcid.org/0000-0002-8401-5511>

### Literatur

Balbi, G.; Ribeiro, N; Schäfer, V.; Schwarzenegger, C.  
(Hrsg.) (2021). *Digital Roots. Historicizing Media*

*and Communication Concepts of the Digital Age.*  
De Gruyter.

Peters, J. D. (1999). *Speaking into the Air. A History of the Idea of Communication.* University of Chicago Press.