

ziten begreift. Aus der Diskussion der verschiedenen Ansätze aus den Bereichen Nutzungs-, Journalismus- und Wirkungsforschung wird ein Modell entwickelt, das die im zweiten Teil des Bandes präsentierte schriftliche Befragung anleitet. Der analytische Zugriff bewegt sich bei aller Relevanz der Frage auf relativ bodenständigem Niveau und bleibt – trotz anspruchsvoller statistischer Verfahren – immer nachvollziehbar und gut verständlich. Diese Kombination ist so selten wie erfreulich.

Die Befunde werden systematisch entlang der Dimensionen Nutzung, Bedeutungszuweisungen für die eigene Arbeit und Medienimages präsentiert und in einem abschließenden Kapitel aufeinander bezogen. Der Umfang der journalistischen Mediennutzung ist mit 4,5 Stunden täglich (davon 90 Minuten für Tageszeitungen) erwartbar hoch, die Repertoires erwiesen sich entsprechend als umfangreich und vielfältig. Etwas überraschender sind die Befunde hinsichtlich der präferierten Einzelmedien. So zeigten sich neben den „üblichen Verdächtigen“ wie den überregionalen Qualitätszeitungen (v. a. SZ, FAZ und Welt) auch Bild, Spiegel und Zeit, sowie die ARD-, ZDF- und ntv-Nachrichten, die Berliner Zeitung sowie die Talkshow „Sabine Christiansen“ als stark genutzte Angebote von Journalisten. Die Themensuche wurde als wichtigster Prädiktor von Mediennutzung identifiziert. „Sabine Christiansen“ wird allerdings unabhängig davon stark genutzt. Insgesamt ist von einer ausgeprägten Differenzierung im Mediensystem auszugehen: Bei der Themensuche spielen ganz andere Angebote eine Rolle als etwa bei der Evaluation der eigenen Arbeit. Ebenso spielen die Angebote für die verschiedenen Mediengattungen eine teilweise sehr unterschiedlich wichtige Rolle.

Die Bedeutung der Medien für die eigene Arbeit erwies sich als bedeutend besserer Indikator als die jeweiligen Medienimages der Journalisten. Hier zeigte sich eine leichte Verschiebung der klassischen Meinungsführermedien hin zur „Bild“ und zum Fernsehen. Die Medienimages haben den Status von Expertenurteilen (etwa über den Einfluss bestimmter Medien auf Politik und Bevölkerung), da allgemeine Einschätzungen von Medien abgefragt wurden, unabhängig von der eigenen Bedeutungszuweisung. Die Abweichungen zwischen den beiden Dimensionen zeigen, dass Journalisten sich kaum im Klaren darüber sind, dass Medienein-

fluss v. a. auf der eigenen Bedeutungszuweisung für bestimmte Medien beruht. Was für die eigene Themensuche bedeutsam ist, wird auch Einfluss auf Politik und Bevölkerung haben.

Insgesamt bietet der Band eine Fülle an instruktiven Erkenntnissen zur Mediennutzung von Journalisten, die übersichtlich strukturiert – besonders hervorzuheben sind hier die häufigen Zwischenzusammenfassungen und gut aufbereiteten Tabellen – und gut verständlich präsentiert werden. Die Anknüpfung an verschiedene Forschungsansätze ist umfang- und kenntnisreich und bleibt gleichzeitig auf die Fragestellung fokussiert. Die Befunde sind gut dokumentiert und verständlich dargestellt. Wegen der sehr ausführlichen Präsentation vieler Einzelbefunde geschieht es jedoch trotz der guten Strukturierung, dass der Bezug der Dimensionen Nutzung, Bedeutung und Medienimages zueinander aus dem Blick gerät und die Darstellung so im Ergebnisteil streckenweise etwas ermüdend wirkt. Die Lektüre des Bandes ist aber ohne Frage ein Gewinn. Das gilt nicht nur deswegen, weil sich hier interessante aktuelle Daten zu einer Vielzahl auch über die Studie hinausgehender Fragestellungen finden lassen. Keine andere Untersuchung beschäftigt sich derartig umfassend und gut informiert sowie empirisch fundiert mit den basalen Kommunikationsstrukturen journalistischer Realitätskonstruktion.

Christiane Eilders

Dimitrios Doukas

Werbefreiheit und Werbebeschränkungen

Eine europa- und grundrechtliche Untersuchung der Kontrollmaßstäbe für Beschränkungen der kommerziellen Kommunikation, dargestellt am EG-Recht, an der EMRK, am deutschen Grundgesetz und an der griechischen Verfassung

Baden-Baden: Nomos, 2005. – 458 S.

ISBN 3-8329-0867-6

Europa hat ein Problem. Mittlerweile sollen in den EU-Staaten rund 14 Millionen Kinder übergewichtig sein, also jedes 4. Kind. Damit könnten die heutigen Teenager die erste Generation sein, die eine niedrigere Lebenserwartung als ihre Eltern hat. Doch Hoffnung naht in Gestalt der EU-Kommission. Die Brüsseler Behörde will die Verbraucher mit weiteren

Einschränkungen der Werbefreiheit vor steigender Fettleibigkeit schützen. Dazu dient der kürzlich im Fachausschuss des Europaparlaments vorgelegte Verordnungsentwurf, der für gesundheits- und nährwertbezogene Angaben bei Lebensmitteln neue Regeln vorsieht. Mit den bereits vorhandenen Beschränkungen, denen Werbung und kommerzielle Kommunikation im europäischen Binnenmarkt begegnen, befasst sich die von *Dimitrios Doukas* vorgelegte Dissertation. Dabei unternimmt der Verfasser den Versuch, die verschiedenen Maßstäbe, die sich aus der Rechtsprechung des EuGH, der EMRK und den gemeinsamen Verfassungsüberlieferungen der Mitgliedsstaaten ergeben, in Hinblick auf eine mögliche Konvergenz zu vergleichen. Die Untersuchung richtet sich nicht nur auf eine Vereinbarkeit der Werbebeschränkungen mit den EG-Grundfreiheiten, sondern auch auf eine Vereinbarkeit mit den EG-rechtlich geschützten Kommunikationsgrundrechten.

Nach einer kurzen Einleitung zu Begriff und Funktion der Werbung befasst sich Doukas im ersten Kapitel mit der EuGH-Rechtsprechung zur Warenverkehrs- und Dienstleistungsfreiheit, wobei der Schwerpunkt auf die Keck-Entscheidung gelegt wird. Der Verfasser kommt zu der Feststellung, dass nur solche Werbebeschränkungen an der Warenverkehrsfreiheit nach Art. 28 EG zu messen sind, die eine Regelung des grenzüberschreitenden Warenverkehrs bezwecken und somit spezifische Erzeugnisse aus anderen Mitgliedsstaaten betreffen. Jedoch gelten alle Werbebeschränkungen, die den innergemeinschaftlichen Dienstleistungsverkehr beeinträchtigen, als Beschränkungen der Dienstleistungsfreiheit nach Art. 49 E.G. Das betrifft sowohl Maßnahmen, die sich auf Werbung als Dienstleistung selbst beziehen, wie auch Werbeverbote für Dienstleistungen, die in einem Mitgliedsstaat rechtmäßig erbracht wurden. Der Verfasser untersucht dann den durch die Keck-Rechtsprechung offenkundigen Bruch in der herkömmlichen Konvergenz von Warenverkehrs- und Dienstleistungsfreiheit und stellt fest, dass dieselbe werbebeschränkende Maßnahme im Einzelfall zwar eine Beschränkung der Dienstleistungsfreiheit sein kann, nicht aber zugleich eine Beschränkung der Warenverkehrsfreiheit. Zu weiteren Divergenzen kann es darüber hinaus auf der Ebene der Rechtfertigung und Verhältnismäßigkeit kommen, da sich die Kontrollmaß-

stäbe an der jeweils einschlägigen Grundfreiheit orientieren, wobei *Doukas* feststellt, dass Werbeverbote im Rahmen der Warenverkehrsfreiheit einer strengeren Verhältnismäßigkeitskontrolle unterliegen als bei der Dienstleistungsfreiheit. Herausgearbeitet wird eine höhere Intensität der Verhältnismäßigkeitsprüfung im Verbraucherschutz und bei Beschränkungen, die der Aufrechterhaltung der Medienvielfalt dienen sollen. Hinsichtlich einer Überprüfung der Werbeverbote anhand der Meinungsfreiheit ist keine systematische EuGH-Rechtsprechung zu verzeichnen. Dem gegenüber orientieren sich die Entscheidungen des EGMR, behandelt in Kapitel 2, bei der Bewertung von Werbeverböten an der Meinungsfreiheit, geschützt durch das einheitliche Kommunikationsgrundrecht aus Art. 10 EMRK. Zwar gelten alle Beschränkungen auf diesem Gebiet als Eingriffe, jedoch genießt die nichtkommerzielle Kommunikation einen größeren Schutz. Der Verfasser arbeitet heraus, dass strenge Kontrollmaßstäbe vor allem dann Anwendung finden, wenn der kommerzielle Bezug hinter dem nicht-kommerziellen und der öffentlichen Meinungsbildung zurücktritt. Dagegen kommt überwiegender oder ausschließlicher Werbung ein geringeres Schutzniveau zu. Gleiches gilt wegen des großen Beurteilungsspielraums jedes Staates im Rundfunkbereich auch für die rundfunkbezogene kommerzielle Kommunikation. Das dritte Kapitel widmet sich dem Vergleich der deutschen und griechischen Verfassung in Bezug auf Werbebeschränkungen. Bezüglich der Meinungs-, Informations- und Pressefreiheit kommt der Autor auch hier zu der Schlussfolgerung, dass die, grundsätzlich vergleichbaren, Kontrollmaßstäbe umso strenger sind, je mehr es sich um einen Beitrag zur öffentlichen Auseinandersetzung mit Fragen von allgemeinem Interesse handelt. Anders liegt die Situation wieder bei den Rundfunkmedien, wo sich im Vergleich zu den Printmedien ein schwächerer Bewertungsmaßstab feststellen lässt.

Doukas bietet eine umfassende, systematische und damit weiter führende Untersuchung der gemeinschaftsrechtlichen Kontrollmaßstäbe, die bei der Überprüfung von Werbebeschränkungen anzulegen sind, verbunden mit einer vorbildlichen Auswertung der jeweiligen Rechtsprechung zur kommerziellen Kommunikation. Dass dieses Gebiet spannend bleiben wird, dafür werden schon die übergewichtigen

Kinder Europas sorgen. Bleibt ein freiwilliger Verzicht der Produzenten auf Marketingaktionen für ungesunde Produkte erfolglos, droht EU-Gesundheitskommissar Markos Kyprianou mit gesetzlich bindenden Werbeverböten. „Haribo macht Kinder froh“ könnte mangels wissenschaftlicher Überprüfbarkeit dann der Vergangenheit angehören.

Georgios Gounalakis

Ulla Fix (Hrsg.)

Hörfilm – Bildkompensation durch Sprache

Linguistisch-filmisch-semiotische Untersuchungen zur Leistung der Audiodeskription in Hörfilmen am Beispiel des Films „Laura mein Engel“ aus der „Tatort“-Reihe

Berlin: Erich Schmidt, 2005. – 171 S. + Anhang

(= Philologische Studien und Quellen; 189)

ISBN 3-503-07932-7

Das vorliegende Buchprojekt scheint auf den ersten Blick ein etwas spezielles Thema für besondere Interessen zu verfolgen: die Bildbeschreibungen (Audiodeskriptionen) in Hörfilmen, die für Blinde und Sehbehinderte hergestellt werden. Bei genauerer Betrachtung erweist sich das scheinbare Spezialthema aber als höchst relevant für eine weitaus allgemeinere und sehr aktuelle Fragestellung: es geht um das grundsätzliche Zusammenspiel von Sprechsprache und bewegten Bildern, das die semiotisch komplexe Grundlage für alle audiovisuellen Medien, insbesondere für Film und Fernsehen, darstellt.

Die Autoren des Bandes, der aus einem Forschungsprojekt hervorgegangen ist, können sich dabei auf eine sorgfältig erstellte Analysegrundlage stützen, ein filmisches Sequenzprotokoll mit einer genauen Einstellungsanalyse und eine linguistische Transkription des Spielfilmes; allein diese empirische Grundlegung mit hilfreich aufbereitetem Material stellt eine hervorhebenswerte Leistung dar, die keineswegs zum Standard der einschlägigen Forschung gehört. So ist es aber möglich, das Verhältnis des Audiodeskriptionstextes sowohl zum „Bildtext“, den er ja ersetzen soll, als auch zum Dialog, in den er eingebettet werden muss, unter verschiedenen Aspekten und sehr umichtig zu beschreiben und analysieren.

Im Einzelnen werden – nach einer Darstel-

lung des Materials und der Charakterisierung von Audiodeskription – sechs Aspekte (Informationsstruktur, Raum, Personenkennzeichnung, Verknüpfung mit dem Dialog, Narration und Kulturspezifika) behandelt, die allesamt die je speziellen Funktionen von Bild und Sprache zum Hintergrund haben; sie geben ein differenziertes Verständnis dieser Funktionen und können thematisieren, was geschieht, wenn die bildlichen Funktionen durch Sprache kompensiert werden müssen. Im Zusammenhang mit der Informationsstrukturierung wird deutlich, wie wichtig in der Sprache die syntaktische Abfolge ist, die auch für die Gliederung bei Szenenwechseln zuständig ist. Für die sprachliche Übersetzung von räumlichen Bild-Informationen kann auf Schemata zurückgegriffen werden, die es erlauben, differenzierte Vorstellungsbilder von Handlungsräumen zu geben. Bei den Personenbeschreibungen fällt auf, dass sie fast ausschließlich auf Äußeres eingehen und auch dabei hochselektiv sind. Die Verknüpfung der Audiodeskription mit dem Dialog zeigt, dass die Bildinformationen mit den nonverbalen kommunikativen Inhalten von Mimik, Gestik und Kinesik auch für das Verständnis der sprachlichen Informationen bedeutsam sind, so dass sie übersetzt werden müssen, allerdings auf möglichst neutrale Weise, um nicht zu viel Interpretation zu vermitteln.

Erstaunlich ist, dass die Analyse des Deskriptionstexts darauf führt, dass die Narration im Spielfilm überwiegend durch Informationsvermittlung gesteuert wird und deshalb kaum von Formelementen der Bildseite getragen wird; entsprechend liefert auch die Audiodeskription nur den Rahmen der Narration, nicht die vorantreibenden Elemente der Komplikation, Auflösung und Evaluation.

Ein abschließender Beitrag geht auf visuelle Kulturspezifika ein, allerdings an anderen Beispielen (japanischen Zeichentrickfilmen für Kinder). Bilder enthalten, wie man hier sieht, eine Reihe von kulturellen Informationen, deren angemessene Explizierung im Zeichensystem der Sprache besonders anspruchsvoll ist und eigentlich eine genaue Kenntnis der Zielgruppe voraussetzt.

Alle Beiträge stützen sich auf aktuelle linguistische Konzepte der Syntax, Textlinguistik, Lexikalsemantik, Stilistik und Übersetzungstheorie. Einbezogen werden ebenso die gängigen Begrifflichkeiten der Filmanalyse. Sie enthalten damit eine erste Annäherung an die wei-