

israelischen Armee provozierte, schätzt Liebes die Rolle der Medien in den Auseinandersetzungen des neuen Jahrtausends ganz anders ein. Sie sieht sie als Hauptbeteiligte im Krieg, und sie kann an Beispielen sogar zeigen, auf welche Arten der Krieg über die Medien ausgetragen wird. Liebes' Text ist dementsprechend spannend und hilfreich.

Die HerausgeberInnen (und auch die anderen Texte) gehen auf diese Problematiken im Grunde nicht ein. Sie haben vielmehr Mühe, die nun tatsächlich publizierten Aufsätze in einen Zusammenhang zu bringen. Es gehe einerseits um die Rolle der Medien im Prozess der Identitätsbildung, andererseits aber auch um die Darstellung von Identität in den Medien; diese und ähnliche allgemeine Aussagen konnte man ja angesichts des eigentlich gut gewählten Titels erwarten. Im Übrigen machen sie es dem Rezensenten einfach, insofern sie die Beiträge des Bandes kurz vorstellen, sodass dieser sich eine genaue Ansage sparen kann; wir beschränken uns deshalb hier auf eine kurze Benennung der Namen und Themen der Beiträger: Die Kulturwissenschaftlerin Aleida Assmann schreibt vom Übergang aus der geschriebenen in die digitale Kultur, wobei sie den Wandel als einen von Gedächtniskultur in die Aufmerksamkeitskultur in Anlehnung an Franck begreift; Wimal Dissanayake beschäftigt sich vor allem auf der Basis der Theoretiker der Cultural Studies mit der Frage, ob man angesichts des sich entwickelnden und prägenden Gegensatzes zwischen Lokal und Global wirklich ein Verschwinden des Staates erwarten könne. Im Hinblick auf den Zusammenhang zwischen Medien und Identität setzt sich dann Stefan Kramer mit dem Taiwanesischen Kino auseinander, Michel C. Stone mit spezifischen Musikformen, und Miriam Butt und Kyle Wohlmuth haben die eine Zeitlang populäre Serie *Xena* untersucht, der sie Transkulturalität durch multidimensionale Identitätskonstruktionen attestieren. Weiter analysiert Arif Dirlik ebenso wie Natascha Gentz geschriebene Literatur, um lokalen/globalisierten Identitätskonstruktionen und deren Besonderheit auf die Schliche zu kommen, Roger Hillman zieht dazu Filmmusik, Irmbert Schenk die italienische Kinogeschichte heran. Rativa Hadj-Moussa setzt sich mit den diesbezüglichen Folgen der Parabolantenne in Algerien auseinander, während Peter Braun sich mit „photographic Discourse und Cultural Identity“ in Ungarn beschäftigt.

Wie in jedem Sammelband sind die Texte vom Thema und von der Qualität her gemischt; einige sind für die gängige, ja eher eng aufgestellte Kommunikationswissenschaft ausgesprochen speziell. Thematisch hängen sie zusammen, aber sie beziehen sich nicht aufeinander – was allerdings für eigentlich jeden Sammelband gilt, der auf der Grundlage eines vielleicht durch Einladung, vielleicht durch Selbstselektion und Review auf einen Call for Papers zustande gekommen Kongresses geschrieben und herausgegeben wird. Dementsprechend selektiv werden Sammelbände ja auch gelesen: Leserinnen und Leser finden dann etwas für ihre eigenen Zwecke, wenn ihnen die Autoren, die Themen oder die Perspektive, die auf das Thema entwickelt wird, etwas anbieten, das sie in ihrer Arbeit weiter bringt.

Friedrich Krotz

Hanko Bommert / Andrea Voß-Frick

Fakten und Images

Interviews im dualen System des deutschen Fernsehens

Münster: LIT, 2005. – 184 S.

(Medienpsychologie; 5)

ISBN 3-8258-8366-3

Studien, in denen Leistungsvergleiche öffentlich-rechtlicher und privater Programmanbieter vorgenommen werden liegen in großer Zahl vor, wobei die zugrunde liegenden Fragestellungen vielfältig sind. Den wohl größten Teil bilden Studien, in denen das Angebot der Sender daraufhin untersucht wird, ob und in welchem Maße normativ verankerte Programmansforderungen, wie z. B. die thematische Relevanz der Berichterstattung, die strukturelle und inhaltliche Vielfalt oder die Objektivität, erfüllt werden. Neben diesen inhaltsanalytischen Untersuchungen des Programmangebots wurde eine Vielzahl von Befragungen durchgeführt, in denen ermittelt wurde, wie die öffentlich-rechtlichen und privaten Programme von den Rezipienten genutzt werden, welche Images sie haben und wie die Qualität beurteilt wird. Bezugspunkt sind hier zumeist das Gesamtangebot oder einzelne Sparten, wie z. B. die Nachrichten oder Magazinsendungen.

Vergleichende Analysen spezifischer Formen der Informationsvermittlung sind bislang unterblieben und eine eben solche liefern

Hanko Bommert und Andrea Voß-Frick mit ihrem Buch. Sie gehen der Frage nach, wie Zuschauer die Qualität von Sach-Interviews in öffentlich-rechtlichen und privaten Programmen beurteilen. Als Sach-Interviews definieren die Autoren TV-Interviews zwischen einem Interviewer und einem Befragten, bei denen Sachinformationen im Vordergrund stehen und der Befragte – in Abgrenzung zu Interviews zur Person – prinzipiell als austauschbare Informationsquelle fungiert. Neben der zentralen Forschungsfrage, ob (1) die Sach-Interviews öffentlich-rechtlicher und privater Programme unterschiedlich bewertet werden, wollen die Autoren darüber hinaus klären, ob (2) die Bewertungen von Interviews mit Politikern anders ausfallen als diejenigen mit Experten/Sachverständigen, und (3) welcher Stellenwert einer Anmoderation für die Qualitätseinschätzung zukommt.

In dem ersten der insgesamt sechs Kapitel wird in äußerst knapper Form der Forschungskontext umrissen, bevor im zweiten Kapitel die Konzeption der Studie näher erläutert wird. Untersucht wurden insgesamt 30 Interviews aus den Programmen ARD/Das Erste, ZDF, NDR, WDR, BR3, MDR sowie 30 Interviews aus den Programmen RTL, Sat.1, ProSieben und n-tv, wobei jeweils die Hälfte mit Politikern bzw. Experten geführt wurde – leider fehlen an dieser Stelle weitergehende Informationen, wie z. B. über das Sendungsumfeld, aus denen die Interviews stammen und über das jeweils behandelte Thema. Für alle 60 Interviews wurde eine Variante mit Anmoderation und eine Variante ohne Anmoderation erstellt. Die Beurteilung der Qualität erfolgte durch insgesamt 280 Personen, von denen zunächst personenspezifische Daten erhoben und denen anschließend in Kleingruppen Interview-Sets zur Bewertung gezeigt wurden.

Bei der Einschätzung der Qualität der Sach-Interviews durch die Rezipienten unterscheiden die Autoren drei Bereiche: die Wahrnehmung und Bewertung der Interviews sowie die Zufriedenheit mit den Interviews. Die *Zufriedenheit* der Rezipienten wurde direkt durch fünf Fragen gemessen, die sich auf den Interviewer, den im Interview Befragten, den Umgang der Gesprächspartner miteinander, die optische Aufmachung des Interviews und die inhaltliche Aufbereitung des Interviewthemas bezogen. Die Ergebnisse zur *Wahrnehmung* und *Bewertung* der Interviews resultie-

ren aus den Antworten auf 44 (Wahrnehmung) bzw. 16 Fragen (Bewertung), die mithilfe von Faktorenanalysen gebündelt wurden. Diese im Rahmen des dritten Kapitels dargestellten Faktorenanalysen ergaben bezogen auf die *Wahrnehmung* des Interview-Geschehens vier Faktoren (destruktives Verhalten des Befragten, zielorientierte Gesprächsführung des Interviewers, Inkompetenz des Interviewers, Interesse der Rezipienten am Interview-Thema) und bezogen auf die *Bewertung* des Interviews zwei Faktoren (zugeschriebener Informationsnutzen, Qualität der Präsentation).

Bei der Ergebnisdarstellung (Kapitel 4) wird der Blick zunächst kurz auf die Zufriedenheit sämtlicher Rezipienten mit der Gesamtheit der präsentierten Interviews gerichtet, wobei sich die Ergebnisse schwer einordnen lassen, da keine Vergleichswerte für andere Formen der Informationsvermittlung vorliegen. Im Anschluss wird von den Autoren sehr ausführlich geklärt, ob bestimmte demographische und Persönlichkeitsmerkmale der Rezipienten mit einer unterschiedlichen Wahrnehmung, Bewertung und Zufriedenheit einhergehen, bevor auf die Ergebnisse zu den Kernfragen der Studie eingegangen wird. (1) Im Hinblick auf die Frage nach der Beurteilung der Sach-Interviews öffentlich-rechtlicher und privater Programme zeigt die Untersuchung keine Unterschiede zwischen den Anbietergruppen: *„Ein bedeutender Vorsprung öffentlich-rechtlicher Sender in der Informationskompetenz, wie er sowohl von diesen Sendern selbst reklamiert wird, als diesen auch von der überwiegenden Mehrheit der Zuschauer a priori attestiert wird, lässt sich also auf der Basis der Bewertungen der konkreten TV-Materials nicht belegen“* (S. 141, Hervorhebung im Original). (2) Im Gegensatz dazu lässt der Vergleich der Interviews von Politikern und Experten deutliche Unterschiede in der Bewertung erkennen. So zeigen sich die Rezipienten mit den Politikerinterviews weniger zufrieden und schätzen sowohl den Informationsnutzen als auch die Präsentationsqualität geringer ein als bei den Experteninterviews. (3) Bezogen auf die Bedeutung der Anmoderation für die Beurteilung der Interviews ergab die Untersuchung kein eindeutiges Bild: Zwar wurden bei einer Reihe von Einzelitems die Interviews mit Anmoderation positiver beurteilt, bei der Einschätzung des Informationsnutzens sowie den meisten Zufriedenheits-Einschätzungen zeigten sich aber keine Unterschiede.

Bevor in Kapitel 6 die abschließende Diskussion der Ergebnisse erfolgt, wird in Kapitel 5 auf die Frage eingegangen, welcher Zusammenhang zwischen den Images der Sender (Informationskompetenz und Unterhaltungskompetenz) und der Beurteilung der konkreten Produkte, d. h. den Sach-Interviews dieser Sender, besteht. Die Analysen zeigen hierbei keine nennenswerten Beziehungen, was die Autoren zu der abschließenden Feststellung veranlasst, dass „es nicht zulässig ist, von den derzeit vorhandenen Images einzelner Sender ungeprüft auf die Qualität der von ihnen realisierten Sendeprodukte zu schließen“, d. h. allein aufgrund einer zugeschriebenen Informationskompetenz dürfe nicht darauf geschlossen werden, „dass ein *konkretes Produkt* auch tatsächlich als informativ bewertet wird“ (S. 123; Hervorhebung im Original). Diese Feststellung nach einer Fülle von Analysen verdeutlicht die Hauptproblematik des Buches. So stellt sich die Frage, ob der Vergleich zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Programmangeboten tatsächlich gewinnbringend ist. Interessanter wäre in diesem Zusammenhang statt der althergebrachten – und aufgrund vielfältiger Austauschbeziehungen zwischen den Sendern mittlerweile nur noch bedingt Geltung beanspruchenden – Dichotomie vielmehr, welche Bedeutung für die Ausgestaltung konkreter Programmangebote beispielsweise das Programmfeld (Morgenmagazin, Boulevardmagazin, Nachrichtensendung etc.) oder auch das Thema des Interviews haben. Letztlich liegt die Stärke des Buches, abseits des Vergleichs von öffentlich-rechtlichen und privaten Interviews, in der Fülle von detaillierten und methodisch sorgfältig erarbeiteten Ergebnissen zum Zusammenhang zwischen der Beurteilung einer bislang kaum beachteten Form der Informationsvermittlung – den Sach-Interviews – und einer Vielzahl von demographischen, personalen und inhaltlichen Merkmalen.

Torsten Maurer

Ingrid Paus-Hasebrink / Jens Woelke / Michelle Bichler / Alois Pluschkowitz

Einführung in die Audiovisuelle Kommunikation

München: Oldenbourg, 2006. – 320 S.

ISBN 3-486-57896-0

Das Buch stellt ein Novum dar, führt es doch in ein Fachgebiet ein, das als solches bisher eher als Rudiment der Medien- und Kommunikationswissenschaft begriffen wurde. In der viel beschworenen Mediengesellschaft mit ihrem Hang zur Visualität kommt dem Autorenteam das Verdienst zu, den Blick auf das Audiovisuelle der Medienkommunikation zu lenken. Zugleich ist damit der Anspruch verbunden, ein „integratives Modell der AV-Kommunikation als Teil alltagskultureller Kommunikation zu erarbeiten“ (S. 7). Dazu wird es als notwendig erachtet, sowohl medienwissenschaftliche als auch publizistik- und kommunikationswissenschaftliche Ansätze zusammenzuführen, und dies mit einem Blick über den Tellerrand dieser beiden Disziplinen hinaus zu verbinden. Ein Ansinnen, dem die verschiedenen Kapitel des Bandes in unterschiedlicher Weise und unterschiedlicher Qualität gerecht werden. Audiovisuelle Kommunikation wird im vorliegenden Buch „auf der Grundlage eines breiten Verständnisses von Kommunikation als Teil kommunikativen Alltagshandelns mit medial vermittelten Angeboten der Massenkommunikation“ betrachtet.

Das Buch gliedert sich in sechs Kapitel, von denen drei dem integrativen Charakter konzeptionell gerecht werden, die anderen drei sich mit der AV-Produktion, den AV-Produkten und der Rezeption von AV-Angeboten befassen. Dem Plädoyer für ein integratives Modell der AV-Kommunikation im ersten Kapitel folgt ein ebenfalls von Ingrid Paus-Hasebrink erarbeiteter theoretischer Rahmen, der mediale Kommunikation im Kontext von Alltagskultur und Populärkultur als symbolische Ressource verortet und ‚Kultur‘ als zentrale Größe für ein Verständnis von AV-Kommunikation entwickelt. Dieses sehr instruktive Kapitel wartet auch mit Innovationen auf. Der Ansatz, die Feldtheorie von Pierre Bourdieu als Zugang zu einer Analyse der Produktionsbedingungen zu nehmen (vgl. S. 25 ff.), ist ebenso neu wie anregend. Unter Bezugnahme auf wissenschaftssoziologische Arbeiten, den Symbolischen Interaktionismus und Arbeiten der Cultural Studies wird ein Zugang zu den Angeboten gewählt, der eben dieses Angebot „als gemeinsame Wissensbasis der Kommunikationsteilnehmer“ begreift und hier den Ansatz für Analysen sieht. Der Zugang zur Rezeption wird über Medienhandeln als Alltagshandeln in der Lebenswelt gesucht: „AV-Medien, allen voran das Fernseh-