

sehen kann deswegen auch immer darauf hin befragt werden, warum etwas gezeigt wird.

Der zweite Teil der Publikation ist der weiterführenden Analyse vor dem theoretischem Hintergrund insbesondere des Konstruktivismus gewidmet. Schmidt arbeitet heraus, dass die spezifische Kommunikationsweise von Massenmedien Sinntransformationen von Auf- und Vorführung annehmen. Fernseh-wirklichkeiten sind demnach als Aufführungen wie zugleich als Vorführungen zu begreifen (S. 447). Gerade für Reality TV bedeutet dies, dass sich verschiedene Ebenen herausarbeiten lassen, auf denen eine Zuweisung von Realität erfolgt: Darstellungsmodus, Kommunikation, Ereignisbezug, Darstellungsweisen, Körper, Personen, Verhalten und Handlungskonsequenzen. Durch diese Kombination wird eine hybride Wirklichkeit erzeugt. Medienwirklichkeit begreift Schmidt dabei als Aufführungswirklichkeit, die qua Kommunikationsweise für die Beobachtung geschaffen wird; das Fernsehen lässt sich dann als „aufgeführte Beobachtung“ begreifen, in der Aufführung und Vorführung vermischen (S. 554). Reality TV lässt sich dann am ehesten mit Hilfe der Goffman'schen Modulvariante des „In-anderen-Zusammenhang-Stellens“ fassen.

Die Arbeit leistet eine umfangreiche konzeptionelle Aufarbeitung zu Wirklichkeitskonstruktionen auf verschiedenen Ebenen des Konzeptes an sich sowie des Produkts und der Produktion anhand von Reality TV-Sendungen. Der Verdienst der Monographie ist es, den komplexen Zusammenhang von Medienhandeln im Alltag und Fernsehen als Medienprodukt herauszustellen und Beschreibungsansätze zu liefern, die über Analysen des Reality TV hinaus verallgemeinerbar sind. Nicht immer leicht zu lesen, da der Themenbereich komplex und wenig eingängig dargestellt wird, stellt diese Monographie dennoch für weiterführende Forschung in diesem Themenbereich eine wichtige Grundlage dar.

Ricarda Drüeke

Siegfried Weischenberg
Max Weber und die Entzauberung der Medienwelt

Theorien und Querelen – eine andere Fachgeschichte
 Wiesbaden: Springer VS, 2012. – 441 S.
 ISBN 978-3-531-18717-4

Offen gestanden: Mit diesem Buch bin ich nicht warm geworden. Warum hat Siegfried Wei-

schenberg „im schon etwas vorgerückten Alter“ begonnen, „seine ganze verfügbare Zeit“ Max Weber zu widmen (S. 7)? Und vor allem: Wer könnte von den Früchten dieser Anstrengung profitieren? Der Inhalt ist dabei schnell zusammengefasst. Zwischen zwei festen Deckeln (im Fach immer noch eine Seltenheit) findet der Leser eigentlich vier Bücher. Am Anfang stehen eine Art „Max Weber kompakt“ (den es auf dem Markt in verschiedenen Ausführungen gibt, wenn auch noch nicht durch die Brille eines Medien- und Journalismusforschers) sowie eine Würdigung von Webers Vorschlag für eine Presse-Enquete aus dem Jahre 1910, die sich zwar zum Teil auf neue Quellen stützt (Briefe, die in der Max-Weber-Gesamtausgabe nachzulesen sind), aber im Grunde nur das wiederholen kann, was Autoren mit ganz unterschiedlichen Zugängen und Interessen bereits seit mehr als einem Vierteljahrhundert schreiben (etwa Hanno Hardt, Arnulf Kutsch, Bernhard Obst, Horst Pöttker oder Anthony Oberschall): Max Weber hat auf dem Ersten Deutschen Soziologentag einen Fragenkatalog vorgelegt, der die wissenschaftliche Beschäftigung mit öffentlicher Kommunikation hätte leiten können. Warum daraus nichts wurde und dass sich die Soziologie fortan anderen Gegenständen widmete, hat ebenfalls längst keinen Nachrichtenwert mehr.

Neu sind dagegen die Bücher drei und vier. Siegfried Weischenberg möchte hier „den Nachweis führen, dass Max Weber *der* Klassiker der Kommunikationswissenschaft ist“, und er nennt ihn nach einem Parforceritt durch die Forschungsliteratur auf der allerletzten Seite schließlich sogar zum „Begründer einer empirischen Mediensoziologie“ (S. 399). Es wird allerdings weder gesagt, warum das Fach eine solche Ikone braucht, noch an welchen Kriterien sich der entsprechende Status festmachen ließe. Dafür sucht Weischenberg nach „indirekten Spuren“ (S. 9), die von Weber in die Kommunikationswissenschaft führen, und fahndet mit einem Aufwand nach einem wissenschaftlichen Erben. Geprüft werden die „Kandidaten“ Parsons und Luhmann sowie (offenbar von vornherein eine Stufe darunter) Habermas und Bourdieu. Dass sich die Waage bei Weischenberg am Ende in Richtung Systemtheorie neigt, muss in dieser Zeitschrift sicher nicht erklärt werden.

Wer kann mit diesem Buch etwas anfangen? Zunächst natürlich alle, die Max Weber mögen und vielleicht sogar in der Lehre behandeln. Die Zusammenfassungen sowohl von Webers Arbeiten als auch (und vielleicht sogar noch mehr) ihrer Rezeption sind auf den Punkt und mei-

nungsstark geschrieben. Dies gilt auch für die erwähnte Erbschaftsdiskussion, wobei unklar bleibt, warum sich Weischenberg hier ausgerechnet auf Habermas, Luhmann und Bourdieu konzentriert. Seine eigene Begründung jedenfalls (alle drei würden sich auf Weber beziehen oder seien wenigstens als Medienkritiker hervorgetreten) wirkt eher bemüht. Kaufen sollte das Buch ebenfalls, wer sich den Ideen des Autors auch sonst verpflichtet fühlt oder wenigstens Kollegenschelte schätzt. Siegfried Weischenberg urteilt über alle, die ihm in die Quere kommen, auch wenn der Platz für Begründungen längst nicht immer reicht. Das ist manchmal amüsant und überraschend. So wird festgelegt, dass Otto Groth zu den Mitbegründern des Fachs gehört (S. 95), dass es eine Linie zwischen Emil Dovifats Führungsmittel-Lehre und der Demoskopie gibt (S. 285) und dass es um Elisabeth Noelle-Neumann „nach ihrem Tode relativ schnell still geworden ist“ (folgt man Weischenberg: wegen der Qualität ihrer Memoiren, S. 134).

Überhaupt: die Mainzer Schule. In dieser „anderen Fachgeschichte“ (Untertitel), die „die Kommunikationswissenschaft konsequent als Sozialwissenschaft“ begreifen und einordnen will (Klappentext), existiert das, was dort ent-

standen ist und entsteht, allenfalls in Anmerkungen und knappen Hinweisen. Dass dies nur die größte Leerstelle in dieser „Fachgeschichte“ ist, wird jeder leicht merken, der hier nach Kolleginnen und Kollegen sucht. Auch sonst ist dieses Buch „anders“ als andere Arbeiten, die als Bausteine zu einer Geschichte der Kommunikationswissenschaft verstanden werden können und bei Weischenberg nur in Fußnoten abgestraft werden (etwa: Stefanie Averbecks Ideengeschichte, S. 281) oder gar nicht vorkommen (neben Maria Löblichs Dissertation über die sozialwissenschaftliche Wende im Fach zum Beispiel Bernd Sösemanns monumentale Sammelbände über Dovifat und Fritz Eberhard oder die Ahnenpflege der Münchener Zeitungswissenschaft). Was unter dem Fach zu verstehen ist, spielt ebenso wenig eine Rolle wie institutionelle Strukturen (etwa: Professuren, Stellen, der Platz in der Universitätshierarchie oder Forschungsmittel), die Nachfrage bei Studierenden und in der Wirtschaft oder Lehrinhalte. Vielleicht ist es zuviel verlangt, dass ein solcher Ansatz erklärt und begründet wird. So aber bleibt der Eindruck, dass diese „andere Fachgeschichte“ vor allem Siegfried Weischenbergs ganz persönliche Geschichte ist.

Michael Meyen