

nalisten wiederholen: Sie sei zu komplex und zu abstrakt, um von Rezipienten ohne spezielle Vorkenntnisse verstanden und goutiert zu werden. Es würden zu häufig ökonomische Fachausdrücke, zumeist aus dem Englischen (z. B. „Squeeze-out“; „Dept to Equity Swap“) verwandt und nicht übersetzt. Allgemeinverständliche Ausdrücke wie „Krise“ seien dagegen durch hochfrequenten Gebrauch zu sinnentleerten Allerweltsbegriffen mutiert, mit denen alles und gleichzeitig eben auch nichts erklärt würde. Wer die sprachkritischen Abschnitte des Buches liest, fühlt sich streckenweise an den sprachpuristischen Furor Wolf Schneiders erinnern. Und tatsächlich beziehen sich die Autoren häufig auf Schneiders Ratgeber und dessen sprachkritischen Stichwortgeber Ludwig Reiners. Ob allerdings die wohlmeinenden Verbesserungsvorschläge, die sich sehr oberflächlich und unsystematisch auf isolierte Einzelphänomene des Wortschatzes und der Syntax beschränken („Je kürzer die Wörter, je kürzer die Sätze, desto besser“, S. 53; „Ordnung ist das halbe Leben“, S. 69ff.), dazu angetan sind, die konstatierten Mängel zu beheben, darf aus medienlinguistischer Sicht bezweifelt werden.

Überzeugend ist die Studie immer dann, wenn die Autoren den wohlfeilen Mythen und grotesken Übertreibungen einer Effekt heischenden Wirtschaftsberichterstattung, insbesondere ihrer „Betroffenheitskasperlei“ (S. 40) entgegenreten. Auch in Zeiten der größten Krise sei es, so Kirchhoff/Krämer, im Hinblick auf die statistischen Daten schlichtweg unangebracht gewesen, vom „freien Fall der Preise“ zu reden oder etwa Analogien zu verheerenden Naturkatastrophen („Tsunami“) herzustellen. Journalisten sollten, so fordern die Autoren völlig zu Recht, versuchen, „ihre Zahlen sachgemäß zu deuten, auch wenn dies Einbußen beim Aufmerksamkeitswert zur Folge haben könnte“ (S. 40).

Der Stil, in dem die 14 Kapitel des Buches geschrieben sind, ist sehr flott und knapp. Die Formulierungen sind daher zum Teil sehr unpräzise („1970 kam die These von der ‚Agenda-Setting‘-Funktion der Medien auf“, S. 34), an einigen Stellen auch überaus flapsig („Wenn man die Deutungen mancher Redakteure liest, muss man sich um ihren Gemütszustand sorgen.“; S. 38). Bisweilen gleiten die Autoren in eine Form des Boulevard-Jargons ab („Doppelt gemoppelt hält schlechter“, S. 72), den sie im Wirtschaftsjournalismus selbst aufs Schärfste verurteilen würden. Einer gestandenen PR-Expertin und dem Vorsitzenden des größten deutschen Sprachpflegevereins würde man in diesem Zusammenhang ein höheres Maß an

sprachlicher Sensibilität zutrauen. Zumindest hätte man ihnen ein sehr viel sorgfältigeres Lektorat gewünscht.

Bernd Struß

## Literatur

- Altmeppen, Klaus Dieter; Röttger, Ulrike; Bentele, Günter (Hrsg.) (2004): *Schwierige Verhältnisse. Interdependenzen zwischen Journalismus und PR*. Wiesbaden: VS – Verlag für Sozialwissenschaften.
- Dernbach, Beatrice (2010): *Die Vielfalt des Fachjournalismus. Eine systematische Einführung*; Wiesbaden: VS – Verlag für Sozialwissenschaften
- Pörksen, Bernhard (2006): *Die Beobachtung des Beobachters. Eine Erkenntnistheorie der Journalistik*; Konstanz: UVK.

## Axel Kuhn

### Vernetzte Medien

*Nutzung und Rezeption am Beispiel von World of Warcraft*

Konstanz: UVK, 2009. – 367 S.

ISBN 978-3-86764-201-9

(zugl. Dissertation Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg; 2008)

Wie lassen sich netzbasierte Dienste und Anwendungen differenzieren, wie werden sie genutzt und rezipiert? Solche Fragen sind bereits seit Mitte der 1990er Jahre Gegenstand nicht nur der medien- und kommunikationswissenschaftlichen Forschung, sondern auch verwandter Disziplinen, wie der Medieninformatik oder der Psychologie. Dabei überwogen lange Zeit disziplinär begrenzte Untersuchungen zu einzelnen Teilaspekten, während es an grundlegender Theoriebildung zur Nutzung und Rezeption „vernetzter Medien“ mangelte. Erst in den letzten Jahren mehrten sich Versuche, die Zuwendung zu den neuen Medien nicht durch die Erweiterung bestehender Modelle massenmedialer Mediennutzung zu beschreiben, sondern durch eine Differenzierung kommunikativer Funktionspotenziale auf der Angebotsseite (etwa Hölzig 2010) sowie variabler „Kommunikationsmodi“ (Hasebrink 2004) auf der Nutzerseite. Dieses Ziel verfolgt auch *Axel Kuhn* in seiner 2008 an der Universität Erlangen-Nürnberg vorgelegten Dissertation „Vernetzte Medien“, deren Ansatz zwar in theater- und medienwissenschaftlicher Theorie wurzelt, aber durchaus interdisziplinär angelegt ist. Kuhns Ziel ist die theoretische Modellierung der Nutzung und Rezeption vernetzter Medien, die – so die These – durch ihre funktionalen Prinzipien ein neuartiges Zusammenwirken

von Wahrnehmungs- und Sozialräumen ermöglichten.

Kuhns Arbeit beginnt mit einem theoretischen Teil, der sich zunächst der Begriffsbestimmung und Differenzierung vernetzter Medien nach ihren funktionalen Potenzialen widmet und in einem zweiten Schritt deren Einfluss auf Rezeption und Nutzung problematisiert. Das letzte Drittel der Arbeit besteht dann aus einer inhaltsanalytischen, qualitativen Untersuchung des Online-Rollenspiels *World of Warcraft* sowie einer quantitativen Spielerbefragung (n=227).

Der einleitende Forschungsüberblick informiert in Kurzform über allgemeine Kommunikations-, Medien- und Rezeptionstheorien. Leider kommt hier die aktuelle kommunikationswissenschaftliche Forschung zu kurz, obwohl die Arbeit gerade von jüngeren Konzepten wie dem der erwähnten „Kommunikationsmodi“ durchaus hätte profitieren können.

Im anschließenden Theoriekapitel arbeitet der Verfasser eine begriffliche Bestimmung vernetzter Medien heraus, indem er sie als auf der Hardware vernetzter Computer basierende multimediale Angebote beschreibt (als Beispiele nennt er u. a. das World Wide Web, E-Mail oder virtuelle Welten). Als zentrale Charakteristika werden Multimedialität und Interaktivität identifiziert, die einen medialen Wahrnehmungs- und Sozialraum erschufen, einen virtuellen Raum, der sich deutlich von den medialen Räumen nicht-interaktiver Medien abgrenze. Kuhns theoretische Annäherung an vernetzte Medien ist anfangs zwar etwas technisch und hat – nicht zuletzt durch zahlreiche und umfangreiche Direktzitate – ihre Längen. Im Ergebnis überzeugt sie jedoch durch ihre innere Logik und terminologische Genauigkeit auch bei schillernden Begriffen wie „Interaktivität“ oder „Multimedialität“.

Im zweiten Theorieteil bezieht der Verfasser die zuvor identifizierten funktionalen Potenziale vernetzter Medien (Intermedialität, Verschmelzung interpersonaler und massenmedialer Kommunikation, Vielfalt medialer Darstellungen sowie technische und interpersonale Interaktivität) auf bestehende Theorien zur Mediennutzung und -rezeption. Intermedialität beschreibt er als prägenden Kontext der Mediennutzung, der positive wie negative Konsequenzen für die Medienauswahl und -aneignung habe. In der Zuwendung zu vernetzten Medien entstehe ferner ein spezifischer Wahrnehmungsraum, der durch die ästhetische Multimedialität dargestellt und durch technische Interaktion erfahrbar werde. Daneben werde ein Sozialraum als imaginärer Kommunikati-

onsraum zwischen Individuen geschaffen, der durch Identitätsbildungsprozesse und die Bildung medialer Gemeinschaften gekennzeichnet sei. Auch hier überzeugt vor allem die Konsequenz, mit der der Verfasser seine zuvor entwickelte Terminologie mit bestehender Rezeptionsforschung verbindet. Die theoretische Beschreibung des Wahrnehmungs- und Sozialraumes ist äußerst instruktiv. Etwas schwächer fallen jene Passagen aus, die sich mit den Konsequenzen für kognitive und affektive Rezeptionsprozesse befassen. Sie werden nur lose mit entsprechender Grundlagenforschung verbunden und muten so teilweise etwas spekulativ an. Insgesamt ist der – mit 215 Seiten recht lang geratene – theoretische Teil der Arbeit jedoch konsistent und aufschlussreich.

Den empirischen Teil eröffnet eine qualitative Inhaltsanalyse des Online-Rollenspiels *World of Warcraft*. Die Auswahl des Spiels wird damit begründet, dass es alle funktionalen Merkmale vernetzter Medien in besonders ausgeprägter Weise vereine – dies nachzuweisen ist auch Ziel der Analyse. Seinem Theoriemodell folgend beschreibt Kuhn den Wahrnehmungsraum des Spiels über dessen audiovisuelle, narrative und interaktive Strukturen und den Sozialraum über die verschiedenen interpersonellen Kommunikationsmöglichkeiten und die sich im Spiel herausbildenden Gemeinschaftsstrukturen. So charakterisiert Kuhn das Spiel im Ergebnis als medialen vernetzten Inhalt, der durch intermediale Elemente einen komplexen Wahrnehmungs- und Sozialraum zu einer virtuellen Wirklichkeit verbinde. Neben diesem – wenig überraschenden – Ergebnis ist die Aussagekraft der Analyse aber eher gering, da ihr lediglich 26 Seiten (plus 15 Seiten untertitelte Bildschirmfotos) eingeräumt werden. Dies ist schade, zumal sich der Analyserahmen selbst als durchaus geeignet für die Beschreibung des Spiels erweist.

Den letzten Abschnitt der Arbeit bilden die Ergebnisse einer nicht-repräsentativen Online-Befragung deutscher SpielerInnen von *World of Warcraft* (n=277). Dem Verfasser gelingt es, eine Reihe interessanter Zusammenhänge an diesen Daten nachzuweisen, etwa die Bedeutung des Sozialraums für positive Erlebnisse beim Spielen sowie geschlechtsspezifische Unterschiede. Eine kritische Reflexion des Untersuchungsdesigns kommt jedoch zu kurz: Die zahlreichen Prozent-Tabellen täuschen darüber hinweg, dass in vielen Subgruppen teilweise nur äußerst geringe Fallzahlen vorliegen (z. B. 3 Frauen über 30 Jahre; 18 Erwerbslose). Die Validität der Ergebnisse ist somit nur eingeschränkt gegeben. Außerdem hätte sich ein Ver-

gleich mit den für Online-Rollenspiele reichlich vorhandenen Ergebnissen anderer Untersuchungen (etwa Williams et al. 2006; Yee 2006) angeboten.

Nach 340 Seiten fällt das Fazit des Verfassers mit gerade einmal anderthalb Seiten sehr kurz aus: Die empirische Untersuchung habe die theoretischen Annahmen zur Nutzung und Rezeption vernetzter Medien überprüft und bestätigt. Hier hätte man sich eine kritischere Diskussion der Untersuchungsergebnisse und differenziertere Evaluation des theoretischen Modells gewünscht.

Insgesamt stellt sich das Buch „Vernetzte Medien“ damit als gut konzipiert, aber unausgewogen dar: Der Leser braucht bei einigen theoretischen Kapiteln einen langen Atem, um sich durch den teilweise verklausulierten Stil und die ausufernden Direktzitate zu arbeiten, während die Anwendung der Theorie und die problematisierende Diskussion der Ergebnisse im zweiten Teil deutlich zu kurz ausfallen. Das Buch stellt aber in der theoretischen Anlage und im Versuch, vernetzte Medien funktional zu differenzieren und ihre Nutzung und Rezeption theoretisch zu beschreiben, einen durchaus gelungenen Beitrag zur Fundierung weiterer Forschung dar.

Felix Schröter

## Literatur

- Hasebrink, Uwe (2004): Konvergenz aus Nutzerperspektive: Das Konzept der Kommunikationsmodi. In: Uwe Hasebrink, Lothar Mikos, Elizabeth Prommer (Hrsg.), *Mediennutzung in konvergierenden Medienumgebungen*. München: Reinhard Fischer, S. 67-86.
- Hölig, Sascha (2010): Was genau tun Nutzer eigentlich im Internet? Konzeptionelle Überlegungen zur Differenzierung von Gebrauchsweisen. In: Annemone Ligensa, Daniel Müller (Hrsg.), *Rezeption. Die andere Seite der Medienumbrüche*. Bielefeld: Transcript.
- Williams, Dmitri; Ducheneaut, Nicolas; Xiong, Li; Zhang, Yuanyuan; Yee, Nick; Nickell, Eric (2006): From Tree House to Barracks. The Social Life of Guilds in World of Warcraft. In: *Games and Culture*, Jg. 1, Nr. 4, S. 338-361.
- Yee, Nick (2006). The Demographics, Motivations and Derived Experiences of Users of Massively-Multiuser Online Graphical Environments. In: *Presence: Teleoperators and Virtual Environments*, Jg. 15, Nr. 3, S. 309-329.

## Gregory Ferrell Lowe (Hrsg.)

### The Public in Public Service Media

Göteborg: Nordicom, 2010. – 276 S.

ISBN 978-91-89471-94-8

Every second year, the RIPE initiative (Re-Visionary Interpretations of the Public Enterprise) organises an international conference tackling the main topics and challenges to be faced by public service media (PSM). It aims to foster the debate and collaboration among academics, researchers and practitioners. Consequently, theoretical proposals and practical solutions are exposed and discussed. As a result of each event, RIPE and NORDICOM (Nordic Information Centre for Media and Communication Research, Göteborg Universitet, Sweden) publish a book containing the most relevant contributions.

This volume is the fourth one of a collection started after the first RIPE event in 2002. It compiles a sample of the work carried out at the conference “Public Service Media in the 21st Century: Participation, Partnership and Media Development”, which took place in Mainz (Germany) on October 2008 and was hosted by the German public broadcaster ZDF (Zweites Deutsches Fernsehen), the “Mediaintelligenz” programme of the Johannes Gutenberg University of Mainz and the Institute of Media Design of the Applied Sciences University of Mainz. Professor Gregory Ferrell Lowe, based at Tampere University (Finland) and one of the main precursors of the RIPE initiative, has been the editor of the book. The next RIPE conference will be organized by the BBC and the Communication and Media Research Institute (CAMRI) of the Westminster University and it will be held on September 2010 in London (<http://ripeat.org>).

Together with the previous books, this one confirms the consolidation of RIPE as one of the most important think tanks regarding public service in the field of media. Without any doubt, these publications have become a first class source of information and ideas for academics and professionals. It is also important to emphasize that both, the conference and the books, combine the participation of well-known international scholars with the contributions by young researchers and PhD students. That mixture ensures the quality as well as the innovation of the arguments and ideas presented.

This fourth book is titled “The Public in Public Service Media”. Its main objective is to tackle the conceptualization and the role of the