hen. Für den beruflichen Journalismus kommen zwei neuen Kommunikationstypen als Äquivalente in Frage, die Neuberger als „Partizipation“ und „Technik“ bezeichnet: die Sammlung, Selektion, Überprüfung und Bewertung von Informationen durch die Internetnutzer selbst oder durch Suchmaschinen und andere technische Aggregatoren.

Die Analyse des Dreiecksverhältnisses dieser drei Kommunikationstypen zieht sich als roter Faden durch die einzelnen Kapitel. Dabei wird schnell deutlich, dass weniger ein Konkurrenzverhältnis zu beobachten ist, sondern dass vielmehr eine qualitätssteigernde Komplementarität – als eine vielschichtige, sich gegenseitig ergänzende Beziehung und wechselseitige Bezugnahme – von professionellen Journalisten und Laienkommunikatoren entsteht. Und dass sich Profession, Partizipation und Technik nicht gegenseitig ausschließen, sondern sich in Hybridangeboten durchdringen.

Funktionale Äquivalente werden erst dann sichtbar, wenn im Internet nicht nur nach dem vertrauten Erscheinungsbild des Journalismus Ausschau gehalten wird, sondern die Forschung von einem umfassenderen Vermittlungsbegriff ausgeht. Dies bedeutet eine notwendige Neujustierung der Beobachtungs- und Deutungsinstrumente des Faches. Die Journalismustheorie zum Beispiel muss dann um einen öffentlichkeitstheoretischen Rahmen erweitert werden, was Neuberger im einführenden Kapitel schlüssig darlegt.

Auf Basis dieses theoretischen und methodischen Neulands bietet das Forschungsprojekt eine Fülle empirischer Einzelbefunde nicht nur zum erwähnten Dreiecksgeflecht, sondern auch zum Übergang des Journalismus von den traditionellen Massenmedien ins Internet („Crossmedialität“) sowie zur journalistischen Recherche im Internet.

In einer quantitativen Inhaltsanalyse wurden erstmals alle Internetangebote in Deutschland herausgefiltert, die journalistische Merkmale besitzen (Autonomie, Aktualität, Periodizität, Universalität). Diese Prüfung haben 18 Weblogs, fünf Nutzerplattformen und 13 Nachrichtensuchmaschinen überstanden. Der weitaus größte Teil des Internet-Journalismus stammt nach wie vor aus dem Bereich der traditionellen Massenmedien. Allerdings fielen aufgrund des Kriteriums Universalität thematisch spezialisierte Blogs und aufgrund der Periodizität unregelmäßig publizierende Blogs aus dem Raster.

183 von 413 befragten Redaktionsleitern haben anschließend auf eine Anbieter-Befragung aller drei Typen geantwortet. Nur ein Ergebnis unter vielen: Crossmediales Publizieren ist in traditionellen Redaktionen zum Alltag geworden – auch wenn sich die Internet-Redaktionen des Rundfunks und der Zeitschriften und Wochenzeitungen weiter vom Muttermedium entfernt haben als bei den Tageszeitungen.

Die Darstellung der Projektergebnisse wird um drei Aufsätze von Gastautorinnen und -autoren ergänzt: Axel Bruns verdeutlicht in Auszügen aus einem englischsprachigen Buch aus dem Jahr 2005 am Begriff des „Gatewatching“, dass im Internet nicht mehr das „Gatekeeping“, sondern das Sortieren bereits veröffentlichter Informationen zentral wird. Mit Hilfe seines Modells des Nachrichtenprozesses wird deutlich, wie Nutzer auf allen Stufen des redaktionellen Produktionsprozesses einbezogen werden können. Maja Malik und Armin Scholl vergleichen anhand der Daten einer Journalistenbefragung aus dem Jahr 2005 („Journalismus in Deutschland II“) Online-Journalisten mit der Gesamtheit der Journalisten. Und Sonja Kretzschmar analysiert die räumlichen und zeitlichen Potenziale von Internet und Mobilkommunikation.

Die Frage zur Zukunftsfähigkeit des Journalismus wird in den aktuellen Debatten – im Medienjournalismus ebenso wie auf den unzähligen Tagungen von Redaktions- und Verlagsmanagern – nahezu ausschließlich auf die Zukunftsfähigkeit des privat-kommerziellen Geschäftsmodells, das Journalismus monetarisiert, eingeschränkt. Geschäftsmodelle spielen im vorliegenden Buch kaum eine Rolle. Doch gerade das ist so erhellend: Es macht noch einmal ganz deutlich, dass Journalismus an sich kein Geschäftsmodell ist, sondern Vermittlungs- und Orientierungsleistung erbringt und damit gesellschaftliche Kommunikationsprobleme löst.

Klaus Meier

Hans Peter Peters (Hrsg.)
Medienorientierung biomedizinischer Forscher im internationalen Vergleich
Die Schnittstelle von Wissenschaft & Journalismus und ihre politische Relevanz
Jülich: Forschungszentrum Jülich, 2009. – 364 S.
ISBN 978-3-89336-597-5

Hans Peter Peters und Kollegen analysieren vor dem Hintergrund der Medialisierungsthese die indirekte Wechselwirkung von Wissenschaft und Politik über die Medien. Der Sammelband umfasst einzelne, inhaltlich selbstständige Ka-

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2010-2-278, am 12.10.2024, 04:44:32
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

pitel für vier Teilstudien des Forschungsprojekts „Integration wissenschaftlicher Expertise in medienvermittelte öffentliche Diskurse" (INWEDIS), die in einem konzeptionell-zusammenfassenden Kapitel aufeinander bezogen werden. Eine vorgelagerte Einleitung stellt das Gesamtprojekt vor und expliziert übergreifende Thesen sowie das Forschungsdesign.

Ausgangspunkt der Untersuchung ist die Annahme, dass aufgrund einer Medialisierung von Politik und Wissenschaft diese gesellschaftlichen Teilbereiche über die Medien miteinander verkoppelt sind (11). Einerseits bedeutet dies, dass die Wissenschaft für ihre Legitimierung und politische Wirksamkeit auf die Medien angewiesen ist – insofern sind die Medienkontakte von Wissenschaftlern also nicht nur für die Information der Öffentlichkeit relevant, sondern auch für das Wissenschaftssystem selbst (9). Andererseits kann die Wissenschaft die öffentliche Thematisierung ihrer Erkenntnisse für eine Einflussnahme auf die Politik nutzen, denn die Nichtbeachtung medial dargestellter wissenschaftlicher „Fakten" erscheint „inopportun" (1). Ausgehend von diesen Annahmen untersuchen die Autoren den Einfluss der Wissenschaft auf die Politik - am Beispiel von zwei biomedizinischen Forschungsfeldern und mit Hilfe von vier Teilschritten:

Die erste Teilstudie „Kontakte biomedizinischer Forscher mit Journalisten und Öffentlichkeit" ist nicht nur als Vergleich zwischen den biomedizinischen Forschungsfeldern Stammzellenforschung und Epidemiologie angelegt, sondern auch als Ländervergleich zwischen den zum Zeitpunkt der Erhebung größten Wissenschaftsnationen Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Japan und USA. Befragt wurden Forscher, die zwischen 2002 und 2004 mindestens zwei Aufsätze in Zeitschriften mit Gutachterverfahren veröffentlicht hatten. Die Autoren unter der Leitung von Peters zeigen dabei, dass – im Gegensatz zu teilweise anderen Befunden oder Einschätzungen in der Literatur zu Wissenschaftskommunikation – die Medienkontakte unter Wissenschaftlern weit verbreitet sind, überwiegend als harmonisch eingeschätzt werden und sich weder zwischen den Forschungsfeldern noch zwischen den Ländern größere Unterschiede ergeben (92). Zumindest für das gewählte Sample des produktiven Kerns der Wissenschaftsgemeinschaft kommen die Autoren deshalb zu dem Schluss, dass kaum Barrieren für die mediale Vermittlung von Forschungsergebnissen bestehen, u. a. weil sich die Wissenschaftler den Erwartungen der Medien bewusst sind und Übersetzungsprobleme bei der Popularisierung ihrer Forschung selbst abbauen.

Mit der zweiten Teilstudie „Public Relations von Wissenschaftseinrichtungen" nimmt Monika Kallfass dann die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der zugehörigen Wissenschaftsorganisationen in Deutschland, Frankreich und Großbritannien in den Blick. Sie untersucht die Auswirkungen von Wissenschafts-PR auf die öffentliche Sichtbarkeit und Darstellung wissenschaftlichen Wissens. Der PR kommt, so die Ergebnisse der Experteninterviews, eine Vermittlerrolle zwischen Wissenschaftlern und Medien zu, die über die Anpassung der Wissenschaftskommunikation an die Medienlogik die mediale Präsens von Wissenschaft erhöht. Dabei ist die organisatorische Wissenschafts-PR aber nicht auf die umfassende Darstellung wissenschaftlicher Aktivitäten und Ergebnisse ausgerichtet, sondern primär „an der Legitimierung der eigenen Wissenschaftsorganisation interessiert" (31). Entsprechend werden vor allem als medientauglich bewertete Themen für die öffentliche Kommunikation ausgewählt und dann für die Positionierung der Wissenschaftsorganisation eingesetzt (113).

Die in deutschen Medien vorzufindenden Konstrukte von Wissenschaft werden mit der dritten Teilstudie, durchgeführt von Arlena Jung, untersucht. Hierfür wird ein an der objektiven Hermeneutik orientiertes Analyseverfahren eingesetzt – mit dem Ziel, spezifische Muster in der Berichterstattung über Stammzellenforschung und Epidemiologie herauszuarbeiten. Hierbei zeigen sich grundlegende Unterschiede zwischen den beiden Forschungsbereichen: In Bezug auf Stammzellenforschung wird Wissenschaft als „Sport", „Hybris" oder „Zunft" konstruiert, die Stammzellenforscher erscheinen entsprechend am Sieg in einem Wettrennen verschiedener Forschergruppen interessiert, ihnen werden Allmachtsphantasien und die einseitige Ausrichtung auf die Interessen der „strategisch handelnde[n] Berufsgruppe" der Wissenschaftler unterstellt (182f.). Hinsichtlich der Epidemiologie hingegen wird wissenschaftliches Wissen als sicher und als legitime Grundlage für rationales politisches Handeln konstruiert.

Schließlich wird, wiederum nur für Deutschland, in der vierten Teilstudie von Heinrichs und Petersen untersucht, welche Relevanz und Funktion der medialen Wissenschaftsberichterstattung für politische Entscheidungsprozesse zukommt. Hierfür wurden Entscheidungsträger mit einer Zuständigkeit für Bioethik, Gesundheit oder Medien interviewt. Die Ergebnisse dieser Fallstudie deuten darauf hin, so die

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2010-2-278, am 12.10.2024, 04:44:32
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb

Autoren, dass „von einer mediatisierten Politikgestaltung“ ausgegangen werden muss. Die Berichterstattung über Stammzellforschung und Epidemiologie wird dabei aber weniger als Informationsquelle über wissenschaftliche Ergebnisse wahrgenommen als vielmehr im „Zusammenhang mit sozialen Positionen und Kontroversen“, die für die Politik relevant sein könnten (297). Die politischen Entscheidungsträger nutzen und verarbeiten die Medien, einschließlich deren Wissenschaftsberichterstattung, entsprechend in erster Linie, um schnell auf neue Themen reagieren zu können.

Die vier Kapitel präsentieren für sich genommen methodisch anspruchsvolle Studien mit relevanten und interessanten Ergebnissen, die nicht zuletzt durch die Vergleichsperspektiven einen Erkenntnisgewinn bieten. Darüber hinaus sind die Teilstudien durch das gemeinsame thematische Untersuchungsfeld – biomedizinische Forschung – und einem konzeptionellen Dach miteinander verbunden. Hierdurch wird zumindest in Ansätzen die Rekonstruktion der medialen Verkopplung von Wissenschaft und Politik sowie der „Einflusspfade, über die Wissenschaft [..] Eingang in den Politikprozess findet“, möglich (11). Es wäre jedoch wünschenswert gewesen, die Ergebnisse der Teilstudien stärker aufeinander zu beziehen und aus der Perspektive des theoretischen Überbaus zu reflektieren. Das konzeptionelle Kapitel, das einzelne empirische Ergebnisse der Teilstudien aufgreift und zusammenfasst, kann das fehlende Fazit nicht ersetzen. So bleibt teilweise offen, welche Schlüsse aus den Teilergebnissen gezogen werden können und wie sie sich zur Eingangsthese verhalten, dass Medialisierung den Eingang wissenschaftlicher Expertise in politische Prozesse befördert. Schließlich wird insbesondere hinsichtlich der inhaltsanalytischen Teilstudie nicht klar, warum die gewählte Methode zum Einsatz gebracht wird und inwiefern sie geeignet ist, einen Beitrag zur Beantwortung des Erkenntnisinteresses zu leisten. Nichtsdestotrotz bleibt aber zu konstatieren, dass der Band einen empirisch gehaltvollen Beitrag zur Diskussion um die Medialisierung der Wissenschaft leistet.

Andreas Schmidt

Reinhold Roski (Hrsg.)
Zielgruppengerechte Gesundheitskommunikation

Akteure – Audience Segmentation – Anwendungsfelder

Wiesbaden: VS, 2009. – 349 S.
ISBN 978-3-531-15907-2

Mit der vorliegenden Publikation ist nach den Herausgeberwerken von Jazbinsek (2000), Hurrelmann und Leppin (2001) und dem Themenheft von Bleicher und Lampert (2003) ein vierter deutschsprachiger Sammelband zum Thema „Gesundheitskommunikation“ erschienen. Wie die älteren Arbeiten verweist auch Roskis Band, der sich durch Beiträge von Autorinnen und Autoren aus unterschiedlichen wissenschaftlichen Fachbereichen und praktischen Anwendungsfeldern auszeichnet, auf die Interdisziplinarität der Gesundheitskommunikation. Schon im Untertitel wird allerdings deutlich, dass mit dem Fokus auf „Akteure, Audience Segmentation und Anwendungsfelder“ eine Verlagerung der inhaltlichen Schwerpunktsetzung stattfindet – von kommunikationswissenschaftlichen Grundlagen und Medienanalysen hin zum klassischen und Social Marketing. Damit entwickelt sich das Thema „strategische Gesundheitskommunikation“ nach langem Nischendasein auch in Deutschland zu einem relevanten Markt und bedeutsamen Forschungsfeld, wenn auch theoretische Grundlagen in diesem Zusammenhang im vorliegenden Band etwas zu kurz kommen. Umso erfreulicher ist die detaillierte Auseinandersetzung mit den Patienten, deren veränderte Rolle hin zur Kundenorientierung nicht ausschließlich aus ökonomischer Perspektive in den Blick genommen wird. Vielmehr bietet wachsende Eigenverantwortung für die persönliche Gesundheit auch die Chance, verständliche, objektive und transparente Informationen einzufordern. Anspruch des Buches ist es dementsprechend, zielgruppengerechte Gesundheitskommunikation für Kunden und Patienten zu entwickeln.

Die Publikation ist in vier Teile gegliedert. In einem kurzen einleitenden Abschnitt werden in zwei Artikeln Grundlagen der Gesundheitskommunikation thematisiert. Reinhold Roski liefert eine differenzierte Beschreibung der Akteure, Ziele und Stakeholder im Gesundheitswesen. Im Vergleich und in der Kontrastierung werden Business Marketing und Social Marketing dargestellt, ebenso wie die Notwendigkeit einer Segmentierung von Zielgruppen „für ein genaueres und wirkungsvolleres Vorgehen“ (S. 28) als „eine der Grundstrategien des Mar-

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2010-2-278, am 12.10.2024, 04:44:32
Open Access – (cc) BY – https://www.nomos-elibrary.de/agb