

Essays anzutreffen. Als innovative wissenschaftliche Publikation vermag der Tagungsband daher nicht ganz zu überzeugen. Auch verweist der ein oder andere Beitrag, z. B. jener von Wanhoff, durch seine Formulierungsansätze noch relativ deutlich auf seinen ursprünglichen Modus der Mündlichkeit. Es ist davon auszugehen, dass die entsprechenden Beiträge in einem Vortragssetting eindrücklicher auf die Rezipienten wirkten.

Alles in allem ermöglicht der Sammelband einen schnellen Überblick zu einer Reihe bislang erfolgter Forschungsarbeiten in Bezug auf die Nutzung von Social Network Sites durch Heranwachsende aus dem deutschsprachigen Raum. Zu empfehlen ist das Buch daher vor allem für Neueinsteiger, die sich einen ersten Überblick in die Thematik verschaffen wollen und hierdurch einen Einblick in diverse Studien der vergangenen Jahre sowie die diskursive Entwicklung der angesprochenen Themen, insbesondere des Freundschaftsbegriffs und der Privacy-Debatte auf Social Network Sites, erhalten möchten.

Ulla Autenrieth

Susanne Fengler / Tobias Eberwein / Julia Jorch (Hrsg.)

Theoretisch praktisch!?

Anwendungsoptionen und gesellschaftliche Relevanz der Kommunikations- und Medienforschung

Unter Mitarbeit von Mariella Trilling

Konstanz: UVK, 2012. – 357 S.

(Schriftenreihe der DGPK; 39)

ISBN 978-3-86764-336-8

Es ist gut, dass sich die Fachgesellschaft mit der Frage beschäftigt, welche Relevanz die Kommunikations- und Medienwissenschaft außerhalb des Wissenschaftssystems hat. Vor dem Hintergrund einer Wissensgesellschaft mit Bedeutungszuwachs von Expertise und in Zeiten des Medienumbruchs und der Unsicherheiten in Öffentlichkeitsberufen, Medienunternehmen und Medienpolitik reicht es nicht aus, wenn das Selbstverständnis des Faches sich rein auf wissenschaftsinterne Ziele und die Ausbildung von wissenschaftlichem Nachwuchs beschränkt.

Dieses Fachverständnis liegt der DGPK-Tagung 2011 in Dortmund und dem daraus folgenden Sammelband zugrunde. Die zwei Dimensionen des Problemfelds – und damit auch des Bandes – werden im Untertitel angespro-

chen: zum einen die Anwendungsmöglichkeiten der Forschung und damit die Reflexion der Schnittstelle zwischen Wissenschaft und Praxis, also des Transferproblems, zum anderen die Relevanz bzw. das Ansehen des Faches nicht nur im Kanon der Wissenschaften intern, sondern in der Gesellschaft im Allgemeinen.

Die gesellschaftliche Relevanz des Faches speist sich aus vielen Faktoren: aus der Sichtbarkeit in der Öffentlichkeit, vor allem in der journalistischen Berichterstattung, sowie aus den vielfältigen Einflüssen auf politisches Handeln – etwa bei der Ausgestaltung der Medienordnung oder der Medienbildung – und auf Entscheidungen in den Öffentlichkeitsberufen, in journalistischen Redaktionen, in anderen Abteilungen der Medienunternehmen oder in PR und Werbung.

Das Buch greift die wesentlichen Probleme auf, hat insgesamt aber sowohl in der Breite als auch in der Tiefe Lücken. Hier können die Herausgeber und Organisatoren einer Tagung natürlich nur spiegeln, was aus dem Fach selbst kommt, was der „Call“ ergibt. Und das zeigt, dass das Fach erst am Anfang ist. Die Herausgeber verstehen den Band deshalb auch nicht als „abschließende Bewertung“ sondern als „aktuelle Standortbestimmung“.

Zur Breite: Es werden zwar viele Anwendungsoptionen und Relevanzfaktoren thematisiert, aber bei Weitem nicht alle in gleichem Maße. Die Schwerpunkte liegen auf Medienpolitik (Medienordnung und -regulierung) und Journalismus. Die PR-Forschung zum Beispiel wird nur in zwei Beiträgen analysiert – und zwar nur mit öffentlich finanzierten Kooperationspartnern, nicht mit kommerziellen Unternehmen. Die meisten DGPK-Fachgruppen fehlen gänzlich mit ihren Themen. Diejenigen, an die sich die Anwendungsoptionen richten – also Medienpolitiker oder Journalisten – kommen als Autoren nicht vor. Einzig Barbara Thomaß reflektiert in einer Doppelrolle als Wissenschaftlerin und Mitglied des ZDF-Fernsehrats den Drei-Stufen-Test – zum Teil „aus eigener teilnehmender Beobachtung“.

Zur Tiefe: Neben einzelnen theoriegesättigten empirischen Studien zum Transfer- und Schnittstellenproblem finden sich „Lebensläufe von ‚Säulenheiligen‘ unseres Faches“ (Gerhard Vowe), um „das Spannungsfeld von Theorie und Praxis“ zu erkunden. Wollen wir das komplexe Problem des Transfers und der Anwendung nicht nur forschend, sondern auch anekdotisch bearbeiten? Der Erkenntnisgewinn in Bezug zum Thema des Buches hält sich bei so manchem Beitrag in engen Grenzen. So beschränkt man sich zum Beispiel auf die Vorstel-

lung von Forschungsergebnissen, die auch irgendwie in einer Medienpraxis verwendet werden könnten – etwa zur Qualität des Lokalfernsehens (Hans-Jürgen Bucher) oder zu mobilen Apps (Martin Krieg). Dort, wo so mancher Beitrag aufhört, fängt es aber erst an, relevant zu werden: bei der Rezeption, dem Transfer und der Umsetzung der Forschungsergebnisse. Das interessiert die Wissenschaftler indes dann nicht mehr. Ist es schon eine „Anwendungsoption“, wenn die Praxis irgendwie einen Nutzen aus einer Studie ziehen könnte, wir das aber nicht einmal registrieren?

Die 20 Beiträge können nicht im Einzelnen besprochen werden. Ich greife aus jedem Buchabschnitt Aufsätze exemplarisch heraus.

Der emeritierte Soziologe Peter Weingart reflektiert das Thema aus der Meta-Perspektive und kommt dabei u. a. zu dem Schluss, dass eine gesellschaftliche Anerkennung den Sozialwissenschaften allgemein und der Medien- und Kommunikationswissenschaft im Besonderen versagt bleibe: „Reflexion des Alltäglichen eignet sich nicht als Objekt von Ehrfurcht und Bewunderung.“ Die Medien- und Kommunikationswissenschaft sieht er allerdings auf dem Weg zu einer „Schlüsseldisziplin innerhalb der Sozialwissenschaften“.

Das ist Balsam für die geschundene Seele des Faches, das – nach einer Analyse von Klaus-Dieter Altmeppen – „weithin unterhalb des Radarschirms öffentlicher Wahrnehmung segelt“. Als Gegenmaßnahmen fordert der DGPK-Vorsitzende die Institutionalisierung von PR bei der DGPK sowie eine stärkere Identifikation der Mitglieder – vor allem der öffentlich sichtbaren – mit ihrer Fachgesellschaft.

Matthias Künzler, Manuel Puppis und Otfried Jarren analysieren Funktionen und Risiken wissenschaftlicher Politikberatung und stellen die Forschung zur Beratung der Medienpolitik in der Schweiz zwischen 1970 und 2010 dar. Der steigende Beratungsbedarf habe zum Ausbau der Fachdisziplin an den Universitäten geführt und damit auch die Institutionalisierung des Faches begünstigt.

Cornelia Wolf gibt Einblicke in eine Online-Nutzerbefragung in Kooperation mit einem regionalen Zeitungsverlag und erzählt – im Hinblick auf das Thema des Sammelbands – von ihrer Erfahrung mit den Problemen der Zusammenarbeit. So habe der Verlag in die Formulierung von Testfragen mehrfach eingegriffen. Für künftige Kooperationen schlägt sie vor, im Vorfeld klare Absprachen zu treffen. Gegenseitige Transparenz und eine Kooperation auf Augenhöhe seien Voraussetzungen für fruchtbare Ergebnisse.

Patrik Ettinger, Kurt Imhof und Mario Schranz stellen eine Medienresonanzanalyse vor, mit der sie die Berichterstattung über ihr Jahrbuch 2010 „Qualität der Medien. Schweiz – Suisse – Svizzera“ untersucht haben. Die beiden Frames „Qualitätsverlust ist schädlich für die Demokratie“ und „Qualitätsverlust durch Gratiskultur“ prägten die Berichterstattung. Die Journalisten waren den durchaus provokanten Frames gefolgt, welche die Forschergruppe in Pressemitteilung und Pressekonferenz beim Erscheinen des Buchs vorgegeben hatte. Das Jahrbuch wurde über mehrere Tage hinweg – vereinzelt sogar über Monate – öffentlich thematisiert (134 Beiträge in den Schweizer Medien). Zugleich mussten die Forscher Kritik an ihren Methoden und Ergebnissen von betroffenen Medienunternehmen hinnehmen („heftige Angriffe aus der Medienpraxis“). Ein Transfer zwischen Forschung und Praxis war hier sicherlich nicht das Ziel, sondern es ging darum „die Medienqualität in den Medien zum Thema zu machen“ – was offenbar gelungen ist.

Matthias Rath beschäftigt sich mit der Forderung des Wissenschaftsrats, die Kommunikations- und Medienwissenschaft müsse die Voraussetzungen für eine wissenschaftliche Beratung von Politik, Wirtschaft und Öffentlichkeit schaffen. Er kommt zu dem Schluss, dass dies nur unter einer normativen Perspektive und auf der Basis einer vereinten philosophisch-ethischen und empirisch-kommunikationswissenschaftlichen Basis möglich sei.

Klaus Meier

Terry Flew The Creative Industries

Culture and Policy
London: Sage, 2012. – 232 S.
ISBN 978-1-84787-576-1

Hand aufs Herz: Wer kann aus dem Stand hieb- und stichfest zwischen *cultural industries* und *creative industries* definitorisch unterscheiden? Wer sich hier ratlos den Kopf kratzt, sucht mit Vorteil Rat in der angelsächsischen Literatur bei zwei Autoren: David Hesmondhalgh der eine und Terry Flew der andere. Dass die beiden eine halbe Erdkugel voneinander trennt (Leeds/Großbritannien und Brisbane/Australien) zeigt nur, dass auch die Sozialwissenschaften und nicht nur die Kultur- und Kreativindustrien im Prozess der Globalisierung mächtig vorangekommen sind. Terry, so scheint es, wollte David das wissenschaftlich und politisch Ertrag