

## Wirklichkeit 2.0

Wie verändert sich Wirklichkeit – genauer: unsere Wahrnehmung von Wirklichkeit – durch das Internet: etwa das Leben und sein innerer Zusammenhalt insgesamt, die Ökonomie und der Konsum, das Lesen und Schreiben, das Lernen, die Persönlichkeit (oder das digitale Ego), das Spielen, die Organisation und die Politik? Dazu hat das 2. (Kultur-)Programm des Hessischen Rundfunks ein Funkkolleg veranstaltet und ließ durch seine Redakteure die Textsammlung herausgeben. Überwiegend sind es knappe, populärwissenschaftliche Texte jüngerer Datums, sie sind recht pluralistisch ausgewählt, von der fundamentalen Kulturkritik bis hin zur pragmatischen Position, und jeweils mit einer knappen, neutralen Einführung zum Thema versehen. Wichtige Rechtsthemen fehlen ebenso wie einordnende Kommentare. Beispielsweise steht ein Auszug aus Manfred Spitzers vielfach kritisierte, gleichwohl tausendfach verkaufte Polemik zur „Digitalen Demenz“ neben sachlich-engagierte medienpädagogische Einlassungen über Computer und Internet in Kindergarten, Schule, aber auch für ältere Menschen. Wessen Argumenten oder auch nur Behauptungen man folgen mag, bleibt jedem überlassen. Insgesamt überwiegen Textpassagen mit (kultur)kritischem Tenor, die unweigerlich im Kontrast zur gelebten alltäglichen Internetrealität der Mehrheit stehen. Leider werden auch keine Hinweise zu weiterführender und versachlichender Lektüre gegeben. Womöglich sind die in den Sendungen präsentiert worden.

Prof. Dr. Hans-Dieter Kübler

## Geschichte der Medienökonomie

Eine kompakte Übersicht vor allem über die deutsche Mediengeschichte vom 18. bis zum Ende des 20. Jahrhunderts bietet diese „Einführung“, die durch eine zweite über die anhaltende Digitalisierung ergänzt werden soll. Die beiden Berliner Medienwissenschaftler haben sich für vier „medienhistorische Umbruchzeiten“ (S. 5) entschieden, ohne diese hinreichend zu explizieren: nämlich für die Entwicklung der Printmedien seit dem 18. Jahrhundert, für den Beginn des 19. Jahrhunderts mit der Entwicklung und Verbreitung von Kino, Hörfunk und Tonträger, für die Phase nach 1945 mit Wiederaufbau und dem Start des Fernsehens und für die Zeit zwischen 1970 und 2000, zusätzlich mit Video, kommerziellem Fernsehen, Computer und Computerspielen. Auf diesen beiden letzten Phasen liegt der Schwerpunkt. Die Zwischenräume bleiben unbeachtet, manche thematischen Ungleichgewichte sind nicht nachvollziehbar. Eine exklusiv wirtschaftswissenschaftliche Perspektive fehlt bis auf ein paar ordoliberalen Kommentare, die etwa dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk nicht gerecht werden und jede staatliche Förderung kultureller Güter infrage stellen. Zahlreiche Tabellen unterstreichen die Ausführungen. Die Autoren rekurrieren fast ausschließlich auf bereits publizierte historische Abhandlungen von Buch, Presse, Film, Hörfunk und Fernsehen, nicht aber auf gründlichere Gesamtdarstellungen wie z. B. Werner Faulstichs sechsbändige Mediengeschichte. Sie liefern deshalb kaum mehr als besagte konzentrierte Übersicht.

Prof. Dr. Hans-Dieter Kübler

## Kommunikation in TV-Duellen

Spätestens seit dem legendären Fernsehduell zwischen John F. Kennedy und Richard Nixon im Jahr 1960 wird darüber debattiert und geforscht, welchen Einfluss die nonverbalen und visuellen Signale auf die Zuschauer und ihre Wahlentscheidung haben. Die diesbezügliche Forschung ist umfangreich, aber auch widersprüchlich, wie diese Mainzer Dissertation in ihrem theoretischen Teil eindrucksvoll zeigt. Dennoch ist der Mythos von der Übermacht des Nonverbalen stetig gewachsen und nährt unzählige Image- und Performanceberater. Anhand des Fernsehduells zwischen Angela Merkel und Gerhard Schröder im September 2005, das die Autorin mit einer ebenso aufwendigen wie originellen Methodenkombination – nämlich einer sekundengenauen Inhaltsanalyse der Dialoge, Kommentare und Bilder der gesamten Sendung sowie der Messung unmittelbarer Reaktionen von gut 70 Zuschauern – untersucht, relativiert sie diesen Mythos und schreibt dem Verbal-Inhaltlichen – den Themen, der Argumentation und der Rhetorik – eine ungleich höhere Relevanz zu. Diese Komponenten werden zwar von nonverbalen Attributen unterstützt, aber nicht unterkariert. Allerdings bleiben etliche Dimensionen zum Beispiel den Publikumsdispositionen (z. B. Geschlecht, Alter) unbeachtet, wie die Autorin selbstkritisch einräumt. Und ob sich ihre Befunde auf andere Duelle oder gar Formate des Fernsehens übertragen lassen, müssten weitere Studien ergeben. Immerhin: in ihrer theoretischen Kompetenz und ihrer methodischen Professionalität eine sehr imponierende Fallstudie.

Prof. Dr. Hans-Dieter Kübler



**Peter Kemper/Alf Mentzer/Julika Tillmanns (Hrsg.):** *Wirklichkeit 2.0. Medienkultur im digitalen Zeitalter.* Stuttgart 2012: Reclam. 289 Seiten, 9,95 Euro



**Wolfgang Mühl-Benninghaus/Mike Friedrichsen:** *Geschichte der Medienökonomie. Eine Einführung in die traditionelle Medienwirtschaft von 1750 bis 2000.* Baden-Baden 2012: Nomos. 372 Seiten, 34,00 Euro



**Friederike Nagel:** *Die Wirkung verbaler und nonverbaler Kommunikation in TV-Duellen. Eine Untersuchung am Beispiel von Gerhard Schröder und Angela Merkel.* Wiesbaden 2012: VS Research. 325 Seiten, 29,99 Euro