

Gerhard Maletzke: *Massenkommunikationstheorien*. – Tübingen: Max Niemeyer Verlag 1988 (= Medien in Forschung + Unterricht / Serie B, Band 7), (V), 68 Seiten.

In 14 kurzen Kapiteln gibt Gerhard Maletzke einen Überblick über zentrale theoretische Konzepte der Kommunikationswissenschaft, wobei der Schwerpunkt auf dem Bereich der Medienwirkung liegt. Die Darstellung, die sich »auf markante ideengeschichtliche Aspekte konzentriert«, folgt im wesentlichen der historischen Entwicklung des Faches, wobei Maletzke einerseits die »empirisch-analytisch-quantifizierende« Forschungsstradition mit den ihr zugrunde liegenden theoretischen Vorstellungen – von einseitig-linearen Reiz-Reaktions-Konzepten bis zu Transaktionsmodellen – diskutiert, andererseits als Gegenposition qualitativ-ganzheitliche Vorstellungen – von der Medienökologie bis zur kritischen Gesellschaftstheorie – beschreibt. Den Abschluß bildet die Erörterung der Frage, ob ein Paradigmenwechsel in der Kommunikationswissenschaft stattgefunden habe oder notwendig sei und bevorstehe. Maletzke postuliert, die Kommunikationswissenschaft stecke zweifelsohne in einer Krise, neuere theoretische Modelle und methodische Vorgehensweisen (hier nennt er Nutzenansatz und Netzwerkanalyse) könnten aber nicht als wissenschaftliche Revolutionen im Sinne Kuhns verstanden werden, sondern seien lediglich als neue Wege aufzufassen, die möglicherweise zu einem Paradigmenwechsel führen könnten. Im Anhang sind schließlich exemplarisch neun Kommunikationsmodelle dokumentiert und kurz beschrieben.

Die äußerst geraffte Darstellung führt an einigen Stellen allerdings zu Verkürzungen. So stellt Maletzke beispielsweise Festingers Theorie der kognitiven Dissonanz dar, ohne auf die ihr vorausgehenden Balance-Modelle von Heider, Cartwright und Harary, Newcomb oder Abelson und Rosenberg sowie auf das Kongruenzmodell von Osgood und Tannenbaum hinzuweisen. Auch erwähnt er in diesem Zusammenhang nicht Bems Theorie der Selbstwahrnehmung, die eine

sparsamere Alternative zum Dissonanzkonzept bildet. Der Agenda-Setting-Ansatz, der seit Beginn der siebziger Jahre als eines der fruchtbarsten Konzepte in der Medienwirkungsforschung anzusehen ist, wird praktisch ausgespart; es findet sich lediglich ein beiläufiger Hinweis im Kapitel über systemtheoretische Modelle. Unklar bleibt auch, wie Maletzke zu dem Schluß kommt, der »medienökologische Ansatz«, den er im Anschluß an die Transaktionsmodelle behandelt, sei eine »neue Perspektive«, die kausalistische und funktionalistische Modelle überwinde. Dies gilt um so mehr, als die Grundlagen des Konzeptes der »Medienökologie« nicht deutlich werden. Bei der Darstellung der ganzheitlich-qualitativen Ansätze bzw. der kritischen Gesellschaftstheorie, die Maletzke jeweils gegen »positivistische« Konzepte abhebt, fehlen schließlich Hinweise auf wissenschaftstheoretische Problemstellungen, wie sie sich etwa im sogenannten Positivismusstreit in der deutschen Soziologie manifestierten. Diese Verkürzungen sind jedoch sinnvoll und notwendig, wenn man einen knappen, leicht verständlichen und nicht mit Literaturhinweisen überfrachteten Abriss der Medienwirkungsforschung vorlegen will, wie es Maletzkes erklärtes Ziel ist. Mit ihren 68 Seiten eignet sich seine Einführung in hervorragender Weise für den Schulunterricht und als erster Überblick für Studienanfänger.

JOACHIM FRIEDRICH STAAB, Mainz

Hans Wagner (Hrsg.): *Idee und Wirklichkeit des Journalismus*. Festschrift für Heinz Starkulla. – München: Günter Olzog Verlag GmbH 1988, 393 Seiten mit einem Portraitfoto.

Wenn die Institution »Festschrift« noch dazu taugt, einen verdienten Wissenschaftler zu ehren, dann ist diese Festschrift gerechtfertigt: Heinz Starkulla für seine Leistungen öffentlich Anerkennung zu zollen war längst überfällig. Die »Skizzen« von Ch. Peters, G. Stern, H. Wagner und H. Starkulla jr. »zu Person und Werk« des