

Felicitas Morhart: *Der homosexuelle Rezipient. Eine Lebensstil-Analyse zum Fernsehverhalten Homosexueller.* – München: Verlag Reinhard Fischer 2004 (= Reihe: Rezeptionsforschung; Bd. 5), 160 Seiten, Eur 20,-.

Felicitas Morhart hat online das Fernsehverhalten Homosexueller erfragt. Zwar sind Umfragen über das Internet wegen des noch nicht repräsentativen Zugangs der Bevölkerung problematisch. Morhart geht aber davon aus, dass Homosexuelle das Internet intensiv nutzen, was ihr Vorgehen rechtfertigt, auch wenn sie ihre Ergebnisse als explorativ vorstellt. Insgesamt 6336 Fragebögen wurden ausgefüllt; die Rücklaufquote betrug 54,8 Prozent. Die Ergebnisse zeigen, dass (junge männliche) Homosexuelle etwas weniger fernsehen als der Durchschnitt der Bevölkerung, sich dabei kaum für Sport interessieren und Privatsender bevorzugen. Mit der Darstellung von Homosexualität sind die meisten Teilnehmer unzufrieden. Die Autorin entwirft anhand dieser und weiterer Befunde eine Typologie, die Programmacher zu zielgruppenorientierten Angeboten verwenden könnten. *hb*

Gerhard Schweppenhäuser: *»Naddel« gegen ihre Liebhaber verteidigt. Ästhetik und Kommunikation in der Massenkultur.* – Bielefeld: Transcript Verlag 2004 (= Reihe: Cultural Studies; Bd. 10), 191 Seiten, Eur 23,80.

Wie funktionieren die Bild-Text-Kombinationen, mit denen in der Werbung und in den populären Massenmedien gearbeitet wird? Bilden sie die Realität ab oder manipulieren sie ihre Rezipienten? Diesen und anderen Fragen spürt Gerhard Schweppenhäuser nach. Ausgehend von der Analyse einer Werbekampagne mit »Naddel«

beschreibt und analysiert er Wirkungsweisen und Funktionen von Kommunikationsprozessen in der Massenkultur. Dazu bedient er sich einer Vielzahl von Methoden – beispielsweise der politischen Ikonologie, der Bildsemiotik, der Cultural Studies, der Gender Studies, der Systemtheorie und der Kritischen Theorie. Schweppenhäusers Darstellung gipfelt in dem Entwurf eines Konzeptes ästhetischer Erfahrung, das die Wahrnehmung von populären Trivialprodukten »ent-automatisieren« (vgl. S. 149) und damit von Stereotypen befreien soll. *tse*

Kurt Weichler/Stefan Endrös: *Die Kundenzeitschrift.* – Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft 2005 (= Reihe: Praxis PR; Bd. 3), 238 Seiten, Eur 24,90.

Mit dem anzuzeigenden Band wollen Kurt Weichler und Stefan Endrös ein Grundlagenwerk zum Thema Kundenzeitschrift vorlegen. Sie stellen die Geschichte, die gegenwärtigen Strukturen und die Entwicklungsperspektiven des so genannten »zweiten Zeitschriftenmarktes« dar und diskutieren anhand von Fallbeispielen, welche Faktoren über Erfolg und Misserfolg einzelner Publikationen entscheiden. In einem vergleichsweise ausführlichen Anwendungsteil wird Schritt für Schritt der gesamte Workflow der Produktion und Distribution von Kundenmagazinen erläutert. Daran wird deutlich, dass die Autoren sich vor allem an Praktiker wenden, die über die Herausgabe einer eigenen Zeitschrift nachdenken oder bereits für eine arbeiten. *tse*