

zuzuordnen als die Quizshows, die sich stärker an sprachlichen Normen orientierten. *hb*

Anandam Kavoori/Noam Arceneaux (Hrsg.): *The Cell Phone Reader. Essays in Social Transformation.* – New York etc.: Peter Lang 2006 (= Reihe: Digital Formations; Bd. 34), 246 Seiten, Eur 26,50.

Der Band enthält eine Sammlung von Essays, die systematisch der Frage nachgehen, was die neue mediale Technologie »Cell Phone« an sozialem Wandel nach sich gezogen hat. Gegliedert ist er in drei Abschnitte: Im ersten Teil »Theorizing Cell Phones« werden die medienhistorischen, medientheoretischen und mediensoziologischen Grundlagen gelegt. Weiter steht hier im Mittelpunkt, inwieweit sich durch die Technik des Mobiltelefons neue Kommunikationskulturen herausbilden. Der zweite Teil, überschrieben mit »Identity Politics and/of/in the Cell Phone«, geht im Wesentlichen dem »cultural tool« SMS nach. Schließlich nimmt der dritte Teil »International Perspectives« das (inter)kulturell unterschiedliche Adoptions- und Nutzungsverhalten von Mobilfunk-Technologien in den Blick. Diese lesenswerte Sammlung wirkt insgesamt vielleicht deshalb so farbig und frisch, weil die Autoren einmal nicht einfach »drauf-los-theoretisieren«, sondern in ihren Beiträgen immer Fallbeispiel und theoretische Reflexion sorgsam miteinander zu verknüpfen wissen. *ek*

Magnus-Sebastian Kutz: *Public Relations oder Propaganda?* Die Öffentlichkeitsarbeit der US-Administration zum Krieg gegen den Irak 2003. – Berlin etc.: LIT Verlag 2006 (= Reihe: Medien und Politik; Bd. 30), 160 Seiten, Eur 19,90.

Das vorliegende Buch basiert auf einer Diplomarbeit. Nach einer kurzen Explikation der Begriffe Public Relations und Propaganda widmet sich Kutz dem Irakkrieg 2003 und untersucht in diesem Zusammenhang die PR-Propaganda-Arbeit der US-Regierung. Inhaltsanalytisch wertet der Autor Pressemitteilungen und Transkripte verschiedener Äußerungen des US-amerikanischen

Präsidenten, des Verteidigungs- und des Außenministeriums aus. Er zeigt anhand von Beispielen unter anderem, wie die Ereignisse des 11. Septembers 2001 als Frame immer wieder zur Rechtfertigung des Krieges und zur Angst- und Feindbilderzeugung bei der US-amerikanischen Bevölkerung herangezogen werden. Am Ende kommt Kutz zu dem Ergebnis, dass es nicht möglich ist, die vielfältigen Kommunikationsbestrebungen eindeutig einzuordnen. Die Sache sei komplexer: Mal bediene sich die Regierung klassischer PR-Strategien, dann der Kriegsrhetorik, gleichzeitig greife sie aber auch zur Propaganda. *jaro*

Bettina Mathes: *Under Cover. Das Geschlecht in den Medien.* – Bielefeld: Transcript Verlag 2006 (= Reihe: Kultur- und Medientheorie), 183 Seiten, Eur 23,80.

Während für McLuhan der Mensch zum Geschlechtsteil der Maschinen geworden ist (dargelegt in den »Magischen Kanälen«), stellt die Autorin die entgegengesetzte These auf: Die Medien, hier sehr weit verstanden, seien ein Geschlechtsorgan des Menschen. Dies leitet sie aus der Art und Weise ab, wie sich Medien intime Körperteile symbolisch aneignen und dabei die Geschlechterordnung stützen. Mehrere Beispiele der Kulturgeschichte sollen diesen Ansatz belegen. Der Buchstabe Alpha etwa verdeutliche, dass die Macht des Phallus auf einem kastrierten Zeichenkörper basiere; die Entdeckung der Klitoris in der Frühen Neuzeit habe künstlerische und medizinische Kastrationsphantasien befördert. Geldvermehrung könne als Variante männlicher Fruchtbarkeit gelesen werden; das Jungfernhäutchen spiele die Doppelrolle von Glücksverheißung und Bedrohung. *hb*

Alexander Roesler/Bernd Stiegler (Hrsg.): *Grundbegriffe der Medientheorie.* – München: Wilhelm Fink Verlag 2005 (= Reihe: UTB; Bd. 2680), 266 Seiten, Eur 14,90.

In diesem kleinen Handbuch werden Schlüsselwörter der »noch jungen Medientheorie« zusammengestellt. Anliegen der Herausgeber ist es, der Arbeit am medientheoretischen Begriffsrepertoi-