Das Buch wird schließlich von Christoph Neubergers Beitrag zur Medialisierung des Journalismus abgerundet. Er schlägt unter Rückgriff auf Uwe Schimanks (akteurs- und systemtheoretische) Theorie der funktionalen Differenzierung, eine stärker gesellschaftstheoretische Fassung der Medialisierungsthese, vor und skizziert ein Forschungsprogramm mit dem es gelingen könne, die Konzentration auf die Mikroebene zu überwinden und auch Makro- und Mesoebene einzubeziehen.

Insgesamt sammelt der Band wichtige Diagnosen der Felder und Themen der Journalismusforschung und kreative Ansätze und Vorschläge für zukünftige theoretische und empirische Ausrichtungen der Forschung, die sich vor allem durch das Internet neuen Herausforderungen stellen muss. Für KollegInnen auf dem Gebiet der Journalismusforschung bietet das Buch, dies liegt bei einem Überblickswerk auf der Hand, wahrscheinlich nicht viel Neues, er ist aber vor allem WissenschaftlerInnen, die sich wenig mit Journalismusforschung befassen und einen Überblick über den aktuellen Stand und zukünftige Programme gewinnen wollen, ans Herz zu legen. Viele der Beiträge eignen sich aber auch für Studierende, vor allem zur Einführung, einige scheinen auch für PraktikerInnen relevant, die theoretischen Beiträge könnten für sie aber etwas zu abstrakt ausgefallen sein.

Cornelia Brantner, Wien

IRENE NEVERLA / MIKE S. SCHÄFER (HG.): Das Medien-Klima. Fragen und Befunde der kommunikationswissenschaftlichen Klimaforschung. Wiesbaden: Springer VS 2012, 285 Seiten.

Der Klimawandel ist zugleich regionales und globales Thema. Es wird in allen gesellschaftlichen Bereichen diskutiert: in Wissenschaft, Politik und Wirtschaft, aber auch in Kirche, Kunst und Kultur. Diese Debatten spiegeln sich in den Massenmedien wider. Deren Berichterstattung über Klima und den Klimawandel ist in den letzten Jahren sowohl quantitativ als auch qualitativ wahrnehmbarer geworden, was sie wiederum stärker in den Fokus der Kommunikations- und Medienwissenschaft gerückt hat. Insbesondere die Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler am KlimaCampus der Universität Hamburg widmen

sich seit einigen Jahren intensiv diesen Zusammenhängen. Eine erste umfassende und beeindruckende Zwischenbilanz ihrer Arbeit ist der vorliegende Band, herausgegeben von Irene Neverla und Mike S. Schäfer. In ihm werden zum einen einzelne Arbeiten zur Rolle der Medien in der gesellschaftlichen Kommunikation zum Klimawandel zusammen getragen, zum anderen werden sie mit weiteren Texten zu einem Gesamtkonzept synthetisiert. Auf diese Weise entsteht tatsächlich ein State-of-the-art der kommunikationswissenschaftlichen Klimaforschung.

Der Sammelband beinhaltet elf Beiträge, die in drei große Blöcke eingeteilt sind: Im ersten Abschnitt wird analysiert, wie extramediale Akteure wie Wissenschaftler und Politiker, Industrie- und zivilgesellschaftliche Akteure in der Klimadebatte agieren und wie dies neben anderem das journalistische Handeln bzw. die journalistischen Konstruktionen von Klimawandel beeinflusst. Im zweiten Abschnitt stehen die medialen Konstruktionen des Klimawandels im Vordergrund und die letzten drei Beiträge beschäftigen sich mit der Rezeption und den Wirkungen dieser medialen Konstruktionen.

Im Folgenden werden einzelne Texte herausgegriffen und kurz vorgestellt:

Corinna Lüthje und Irene Neverla bieten in ihrem Beitrag über "Wissen, Diskurse, Erzählungen im Kontext von Mediatisierung. Konzeptionelle Überlegungen zur sozialen Konstruktion von Klimawandel" eine Art wissenschaftlichen Überbau. Im Kern findet die Klimaforschung in den Naturwissenschaften statt.

"Klima und Klimawandel stellen einfache "Naturphänomene" in dem Sinn dar, dass hier beobachtbare und messbare Daten und Statistiken zu Grunde liegen, über deren Bedeutung und die daraus folgenden Konsequenzen jedoch in der Gesellschaft erst Übereinkunft hergestellt werden muss."
(S. 143)

Die beiden Autorinnen setzten sich wissenschafts-, erkenntnis- und diskurstheoretisch mit dem Phänomen Klima und dessen gesellschaftlicher Konstruktion auseinander. Als weiteren Aspekt beziehen die Autorinnen die Narratologie mit ein, auf deren Basis die Geschichten über das Klima und dessen Wandel in den Medien präsentiert werden.

Diese Geschichten werden überall auf der Welt ähnlich und doch anders erzählt.

Mike S. Schäfer, Ana Ivanova und Andreas Schmidt haben untersucht, inwieweit und wie sich die mediale Aufmerksamkeit für den Klimawandel in 26 Ländern unterscheidet. Die Autoren können in dieser vergleichenden Studie zeigen, dass der Klimawandel in den Medien aller Kontinente in den vergangenen Jahren immer stärker wahrgenommen worden ist.

"Die Medienaufmerksamkeit konzentriert sich dabei stark auf internationale Ereignisse und Entwicklungen, was sich auch mit dem globalen Charakter des Phänomens vereinbaren lässt." (S. 137)

Außergewöhnliche und hervorragende Einblicke in die visuellen Konstruktionen von Klima und Klimawandel in den Medien bieten Elke Grittmann und Joan Kristin Bleicher in ihren Beiträgen. Grittmann wählt als Einstieg in ihren Beitrag zwei eindrucksvoll bebilderte Geschichten im Spiegel: Im Jahr 1986 druckte das Hamburger Magazin auf dem Titelbild über der Schlagzeile Die Klima-Katastrophe den von Wasser umfluteten Kölner Dom. Unter dem Titel Tonga in der Nordsee spielte der Spiegel 2011 zum wiederholten Mal mit der Symbolik von Überschwemmungen, Fluten und Hochwasser. Grittmann geht in ihrem Beitrag der Frage nach, inwieweit Wissen über Klima und Klimawandel durch Bilder generiert wird. Visualisierung wird in verschiedenen Formen umgesetzt, beispielsweise durch Simulation, durch Grafiken, Schaubilder, Modelle, Diagramme und vieles mehr. Mit dieser "Ikonographie des Risikos Klimawandel" werden nicht zuletzt Emotionen geweckt, die Verletzlichkeit der Natur und des menschlichen Planeten offen-

Joan Kristin Bleicher streift durch populäre Kinofilme und TV-Movies, auf der Spur nach dem "Klimawandel als Apokalypse". Vor allem in Katastrophenfilmen wird der Klimawandel in Form einer Naturkatastrophe veranschaulicht, aus der es kein Entkommen gibt. Eher selten werden die Ursachen und möglichen Folgen des realen Klimawandels in diesem Genre reflektiert. Erlebnisorientierung und Emotionalisierung stehen im Vordergrund, Information und Aufklärung sind nicht intendiert.

Gleichermaßen aufschlussreich und spannend sind die drei Beiträge im dritten Block des Bandes. Die Lektüre hinterlässt allerdings auch ein Stück weit Enttäuschung und Verwirrung - nicht über die Texte selbst, sondern über das, was sie vermitteln. Selbst wenn man weiß, dass Medien nicht unmittelbar auf Wissen, Einstellungen und Verhalten wirken, so ist doch die Erkenntnis über die relative Wirkungslosigkeit der Klimaberichterstattung bzw. der Mediennutzung auf das Umweltbewusstsein ernüchternd. Die Aufsätze zeigen allerdings auch, dass es im Hinblick auf die individuelle und die gesellschaftliche Wirkungsperspektive im Zusammenhang mit der Klimadebatte noch viel zu forschen gibt. So machen Irene Neverla und Monika Taddicken darauf aufmerksam, dass wesentliche Modelle – wie beispielsweise der Two-step-flow- oder der Agenda-Setting-Ansatz aus der Wirkungs- und Publikumsforschung - bis dato nicht auf die Frage der Wirkungen von medialer Klimaberichterstattung angewendet worden sind. Aus ihrer Synopse vieler vorliegender Studien heraus ergibt sich, dass der

"Klimawandel – bzw. globale Erwärmung mit ihren regional differenzierten Folgen – als wissenschaftlich generierte Hypothese mit ihren extrem langfristigen und weiträumigen Perspektiven für Menschen nicht wahrnehmbar und in deren Alltagsdenken schlecht integrierbar" (S. 215)

is

Mike S. Schäfer und Kolleginnen sind in ihrer Studie der Frage nachgegangen, inwieweit deutsche Klimawissenschaftler geprägt sind von der Mediatisierung des gesamten Themenfeldes. Sie konstatieren nach der Auswertung ihrer Daten, dass Mediatisierungsphänomene durchaus in der Klimawissenschaft existieren. Die befragten Wissenschaftler haben relativ häufig Kontakt zu Journalistinnen und Journalisten bzw. Medien. Allerdings betrifft die Mediatisierung nicht alle Wissenschaftler gleichermaßen; vor allem erfahrene, hochrangige und publikationsstarke Forscher haben häufiger Medienkontakte, während sich weniger erfahrene Wissenschaftler stärker an den Vorgaben der Medien orientieren. Die Grenzen der Mediatisierung liegen jedoch bei allen in der Verletzung wissenschaftlicher Normen.

Was sich bis dahin bereits angedeutet hat, wird im letzten Beitrag von Angela Oels und Anabela Carvalho konkretisiert: Medien berichten relativ stereotyp und zugleich regierungsorientiert über Ursachen, Folgen und Lösungen des Klimawandels.

Mit diesem Framing machen sie es der offiziellen Politik leichter und den Nichtregierungsorganisationen schwerer. Die beiden Autorinnen stellen in den Mittelpunkt ihrer Untersuchung die so genannte Versicherheitlichung - diese liegt dann vor, "wenn ein Thema als eine existenzielle Bedrohung dargestellt wird, die außergewöhnliche politische Maßnahmen erforderlich erscheinen lässt" (S. 253). Gegenstand ihrer Analyse ist die mediale Konstruktion von "Klimaflüchtlingen" – das sind Menschen, die durch den Klimawandel ihre Lebensgrundlage und damit ihre Existenz verlieren könnten, wie beispielsweise die Bewohner einiger tief liegender pazifischer Inseln. Die Konzentration auf Frames der Versicherheitlichung führt zu einer hohen Akzeptanz staatlicher Handlungen, die zum Teil in Richtung repressiver oder militärischer Maßnahmen gehen (können). Damit wiederum werden wichtige alternative Lösungsmöglichkeiten aus der öffentlichen Debatte verdrängt. Medien drohen somit zu Marionetten der Politik zu werden.

Mit diesem letzten Beitrag wird der Kreis zu den ersten dreien geschlossen: Auch Markus Rhomberg, Inga Schlichting und Andreas Schmidt beschreiben Framing-Strategien wissenschaftlicher, politischer, ökonomischer und zivilgesellschaftlicher Akteure. Damit verfestigt sich ein Ergebnis, das seit vielen Jahren für die Umweltund Nachhaltigkeitsberichterstattung konstatiert werden muss: Medien können oder wollen die Komplexität von Themen wie den Klimawandel mit den ihr zur Verfügung stehenden Standards und Routinen nicht angemessen wahrnehmen. Insofern muss die Kommunikation über Klima und Klimawandel möglicherweise nach anderen Kanälen suchen.

Beatrice Dearnbach, Bremen

Julia Maria Derra: Das Streben nach Jugendlichkeit in einer alternden Gesellschaft. Eine Analyse altersbedingter Körperveränderungen in Medien und Gesellschaft. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft 2012, 421 Seiten.

Ausgehend von der Tatsache, dass wir in einer alternden Gesellschaft leben, die aber noch immer am Leitbild Jugendlichkeit festhält, befasst sich Julia Maria Derra in ihrer Arbeit mit Altersdiskursen und -repräsentationen in der Werbewelt

und geht der zentralen Frage nach dem Verhältnis von realen und medial zirkulierenden Bildern des vergeschlechtlichten Alters nach. In ihrer rund 400-seitigen soziologischen Dissertation setzt sie sich mit dem Phänomen Jugendlichkeit in einer alternden Gesellschaft und insbesondere in der Werbekommunikation, die als Präsentationsplattform für Idealbilder fungiert und Bilder vermittelt, die Orientierung bieten, auseinander. Inwieweit repräsentieren werbliche Inszenierungen die Heterogenität des höheren Lebensalters und welche Bedeutung wird dem alten Körper zugeschrieben?

Da der Werbewelt eine entscheidende Instanz bei der Konstituierung und Konturierung vom Idealbild des Körpers beigemessen wird, wirft sie in diesem dichten Werk auch die Frage nach der Erkennbarkeit von Ansätzen jenseits von einer Idealisierung jugendzentrierter Schönheitsmerkmale auf, die gesellschaftliche Schönheitsvorstellungen erweitern und damit dem körperlichen Altern Aufmerksamkeit und neuen Raum geben.

Im ersten Teil ihrer Arbeit vermittelt sie uns einen guten Ein- und Überblick in verschiedene Altersansätze, indem sie sich zunächst dem Altersbegriff auf biologischer, soziologischer, psychologischer und funktionaler Ebene nähert. Sie führt uns in diverse Altersansätze und -modelle ein, beschreibt Altersbilder von gestern und heute und lässt sich auf die mit dem Alter verbundenen Stereotypen ein, die oftmals zu einer Altersdiskriminierung in der Gesellschaft führen. Neben den theoretischen und historischen Altersbildern verabsäumt sie es auch nicht, immer wieder Untersuchungen anzuführen, die sich unter anderem mit den Begriffen "Jugendlichkeit" und "Älterwerden" auseinandersetzen.

All diese Ausführungen verweisen aber letztlich auf den Körper, dem eine zentrale Rolle bei der Sicht auf das Alter zugeschrieben werden muss. Derra stellt aber zu Recht fest, dass in der deutschsprachigen Forschung die Körperdimension in der Altersforschung weitgehend eine Randerscheinung bleibt, verweist aber zugleich auf die angelsächsische Tradition, die einen Grundstamm an Forschungen hinsichtlich dieser Thematik aufweist. Sie nimmt dies zum Anlass für eine intensive Auseinandersetzung mit relevanten Körperansätzen und -theorien, denn es ist der Körper, der als Fläche für die Sichtbarkeit des Alters fungiert.

Der Visualität des Alterns geht sie auf den nächsten 33 Seiten nach, und wie im bereits voran-