

lin der Publizistik zu etablieren. Das ist heute fast vergessen. Niemand hat der Idee Prakkes eine wissenschaftstheoretische Weiterentwicklung angedeihen lassen, wie sie jetzt von Uden für die Christliche Publizistik vorgeschlagen wird.

Soweit es um die „ökumenische Perspektive“ geht, bleiben beim Durchblättern der Literaturangaben bzw. Fußnoten im Kompendium noch viele Wünsche offen. Immerhin erwähnt Johanna Haberer Christian Klenks Buch über Zustand und Zukunft katholischer Medien (2013), das wohl als ein (wissenschaftlich in jeder Hinsicht abgesichertes) Ein-Autoren-Kompendium für die katholische Reichshälfte gelten kann.

Michael Schmolke, Salzburg



Margreth Lünenborg/Tanja Maier: Gender Media Studies. Eine Einführung. Konstanz/München: UVK Verlagsgesellschaft/UTB 2013, 224 Seiten, 19,99 Euro.

Trotz Frauenforschung und Frauenbewegung ist Genderwissen auch bei Studierenden nicht kompetent verankert. Um sich der Last der Stereotypen und tradierter Geschlechterrollenbilder bewusst zu werden, braucht es einschlägige Lehrbücher. Margreth Lünenborg, Professorin und Tanja Maier, wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Publizistik und Kommunikationswissenschaft der FU Berlin haben eine Publikation vorgelegt, mit der Zielsetzung den Studierenden das Forschungsfeld Gender Media Studies transdisziplinär zu eröffnen und den Blick für geschlechterrelevante Fragen in sämtlichen Bereichen der öffentlichen und medialen Kommunikation zu schärfen.

Der Band ist klar und in den drei Teilen logisch aufeinander aufbauend strukturiert. Im ersten Teil geht es um die Theorien und Konzepte der Geschlechterforschung. Dazu werden zentrale Begriffe, Theorien und Konzepte ebenso wie die maßgeblichen Arbeitsfelder der Gender Media Studies vorgestellt. Um den Studierenden eine Vorstellung zu vermitteln, welche konkreten Fragen sich in den verschiedenen Arbeitsfeldern – Produktion, Repräsentation bzw. Medientexte, Medienhandeln, Publikumsforschung, Regulation – ergeben, werden die Fragen an einem Beispiel, dem Magazin „Men’s Fitness, demonstriert.

Orientiert an diesen Arbeitsfeldern diskutieren die Autorinnen im zweiten Teil die Ergebnisse und methodischen Zugänge von Studien aus der deutschsprachigen Forschung.

Mit „Doing Gender Media Studies – Fallbeispiele“ erhält das Lehrbuch im dritten Teil eine stärker didaktische Ausrichtung. Anhand zweier Medientextanalysen und einer Untersuchungsanlage, die der Publikumsforschung zuzuordnen ist, stellen die Verfasserinnen Forschungsdesigns vor, die die Möglichkeit eröffnen, diese auf ähnliche Fragestellungen zu übertragen. Dazu stellen sie Übungsaufgaben bereit.

Um der Zielgruppe der Studierenden – insbesondere der Medien- und Kommunikationswissenschaft – den Zugang zu erleichtern, haben die Autorinnen als Vorspann zu jedem der drei Teile eine kurze Zusammenfassung erstellt. Zudem bietet das Lehrbuch Textkästen mit Definitionen und Erklärungen. Wer sich vertiefter mit bestimmten Teilbereichen beschäftigen möchte, kann die weiterführenden Literaturangaben am Ende jeden Teilkapitels nutzen.

„Gender Media Studies“ stellt eine gelungene Standortbestimmung dar, die nicht zuletzt wegen ihres verständlichen Schreibstils, ihres strukturierten thematischen Zugangs einen exzellenten Ausgangspunkt für den Zugang zum Lehr- und Forschungsfeld darstellt.

Renate Hackel-de Latour, Eichstätt

*Joachim Westerbarkey: Geheimnisse. Dunkelkammern der Öffentlichkeit. Münster: Lit Verlag 2015 (=Beiträge zur Kommunikations-
theorie, Band 30), 226 Seiten, 29,90 Euro.*

Wie sich Joachim Westerbarkey (Westfälische Wilhelms-Universität Münster) in der Einleitung seiner Monografie „Geheimnisse“ erinnert, beginnt die Geschichte des vorliegenden Werks mit einem Unfall: Erstmals 1998 unter dem Titel „Das Geheimnis. Die Faszination des Verborgenen“ publiziert, kollidierte die Schrift damals mit einem gleichnamigen und fast gleichzeitig publizierten Buch des Ethnologen Klaus E. Müller. Um weitere Dopplungen zu vermeiden, wagt Westerbarkey daher die Neuveröffentlichung unter einem leicht abgewandelten Titel – der Inhalt ist indes fast gleich geblieben. Dies führt geradezu reflexartig zu der Frage, ob ein immerhin 17 Jahre alter Text zum Geheimnis erneut veröffentlicht werden oder am Ende doch verborgen bleiben sollte. Immerhin ist seitdem viel geschehen: Öffentliche Kommunikation hat sich durch das Aufkommen sozialer Medien demokratisiert. In sozialen Netzwerken tummeln sich Verschwörungstheoretiker und instrumentalisieren

