

Thomas Rothschild

Wahl, Ulrike G.: Kommunizieren über Kommunikation

1990

<https://doi.org/10.17192/ep1990.1-2.5608>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Rothschild, Thomas: Wahl, Ulrike G.: Kommunizieren über Kommunikation. In: *medienwissenschaft: rezensionen*, Jg. 7 (1990), Nr. 1-2. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep1990.1-2.5608>.

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute, or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

Ulrike G. Wahl: Kommunizieren über Kommunikation. Die Bertelsmann Briefe von 1960-1985. Inhaltsanalyse und Positionierung einer Zeitschrift im Spannungsfeld zwischen Public Relations und Fachinformation.- Bochum: Studienverlag Dr. N. Brockmeyer 1989 (Bochumer Studien zur Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Bd. 56), 249 S., DM 39,80

Die Bochumer Magisterarbeit beschäftigt sich mit den Bertelsmann Briefen, die, so die Hypothese, als PR-Organ gegründet, zu einer Fachzeitschrift wurden. Diese von der Verfasserin zunächst suggerierte Einschätzung wird freilich suspekt bei Berücksichtigung der in der Arbeit erwähnten Tatsache, daß sich der Anteil der Bertelsmann-Autoren gegenüber unabhängigen Fachautoren von 15 % in den Jahren 1960-1965 auf 46 % in den Jahren 1981-1985 verdreifacht hat. Es handelt sich bei deren Beiträgen vielfach um "Reden von Mitarbeitern in gehobenen Positionen sowie Festansprachen des einstigen Firmeninhabers und heutigen Aufsichtsratsvorsitzenden des Unternehmens, Reinhard Mohn" (S. 147). So kommt auch die Verfasserin zu dem Schluß, dies spräche "für eine zunehmende Übernahme von PR-Funktionen durch die Bertelsmann Briefe" (S. 148). Angesichts dieses Befunds fragt es sich freilich, wem es dienen soll, wenn ein PR-Blatt - zumindest tendenziell - zur Fachzeitschrift aufgewertet wird. Vielleicht der Bertelsmann AG, die die Drucklegung dieser ebeno fleißigen wie langatmigen Untersuchung bezuschußt hat?

Fast die Hälfte des eigentlichen Textteils (37 Seiten nehmen die Anmerkungen und das Literaturverzeichnis ein) umfaßt, was die Autorin den "theoretischen Teil" nennt. Welcher Theoriebegriff da zugrundeliegt, bleibt obskur. Es handelt sich nämlich im wesentlichen um die Darstellung des Forschungsstandes zu den Gebieten "Zeitschrift", "Fachzeitschrift" und "PR-Zeitschrift", darin zum großen Teil um eine Auflistung von Definitionen und um eine Geschichte des Bertelsmann-Unternehmens und der Bertelsmann-Briefe. Im zweiten, empirischen Teil folgt dann zunächst eine Darstellung der inhaltsanalytischen Voraussetzungen, ehe auf 80 Seiten die eigentlichen Ergebnisse der Untersuchung referiert werden. Diese wiederum sind zum Teil lediglich formaler Natur und von geringer Aussagekraft. Wer die Unternehmenspolitik von Bertelsmann kennt, wird kaum erstaunt sein über die Tatsache, daß zunächst das Medium Buch im Zentrum der Bertelsmann Briefe steht und seit Mitte der siebziger

Jahre andere Medien dort an Bedeutung gewinnen. Dabei wird die Autorin ein Opfer der Begrenztheit ihrer Untersuchungsmethode, wenn sie resigniert feststellt: "Ein ursächlicher Zusammenhang zwischen der Erweiterung des redaktionellen Themenspektrums und der Ausweitung von Unternehmensaktivitäten auf andere Medien konnte nicht nachgewiesen werden." (S. 209) Dem liegt ein Wissenschaftsverständnis zugrunde, das gefährlich an Naivität grenzt.

Thomas Rothschild