

Elisabeth Noelle-Neumann, Winfried Schulz, Jürgen Wilke (Hg.):
Fischer Lexikon Publizistik Massenkommunikation
Frankfurt 1994, 676 S., DM 26.90 ISBN 3-596-12260-0

Das vorliegende Werk erschien 1971 in erster Auflage in der *Enzyklopädie des Wissens*. Der Fischer Taschenbuch Verlag hatte 1958 in eben dieser Enzyklopädie eine Art Vorgänger mit dem Titel *Film Rundfunk Fernsehen* veröffentlicht. Die damaligen Herausgeber Lotte H. Eisner und Heinz Friedrich waren sich bereits der „ungemein vielfältigen“ Probleme allein des Films bewußt und versuchten, sich „an die Bedingungen einer Enzyklopädie im Sinne *Diderots* zu halten“ (S.9). Dies entsprach exakt dem damals „neuartig“ genannten Aufbau des Fischer Lexikons: es führte seine „Enzyklopädie des Wissens“ auf das französische Vorbild im 18. Jahrhundert zurück und schloß den Hinweis an die Leser vor

dem Titelblatt des Lexikons mit einem Satz d'Alemberts aus dem Jahr 1751: „als methodisches Sachwörterbuch der Wissenschaften, Künste und Gewerbe soll es [...] die allgemeinen Grundsätze enthalten [...] und die wesentlichsten Besonderheiten“ (S.2). Mit demselben Zitat endet der Verlagshinweis vor dem Titelblatt zum Fischer Lexikon *Publizistik*, das Elisabeth Noelle-Neumann und Winfried Schulz 1971 herausgegeben haben. Dessen zweite und dritte Auflage enthalten dieses Enzyklopädieblatt nicht, allerdings übernehmen die schon 1989 um Jürgen Wilke vermehrten Herausgeber in der dritten Auflage 1994 (noch nicht in der zweiten) genau diese Textstelle aus der Einleitung von 1751 in ihre „Einleitung“ (S.13). Von dieser Konzentration auf Grundsätzliches und wesentliche Besonderheiten wird klar, daß statt additiver Einzelbeschreibung auf integrierende Zusammenschau Wert gelegt wird.

Der Band beinhaltet außer „Film“, „Presse“ (mit „Pressegeschichte“ und „Pressewirtschaft“), „Rundfunk“ nicht mehr als fünfzehn weitere Themen, die, außer „Journalist“, „Medienrecht“ und „Nachricht“ schwerpunktmäßig der Forschung, ihrer Methodik und deren Ergebnissen zuzurechnen sind, beispielsweise „Methoden der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft“ (S.267-307) und „Wirkung der Massenmedien auf die Meinungsbildung“ (S.518-571). Außerdem umfassen die fundiert erarbeiteten und doch im besten Sinn verständlichen Beiträge ihrerseits weitere abgeschlossene Teilgebiete; so etwa bietet „Journalistische Darstellungsformen“ (S.91-116) zugleich präzise Informationen zu: Nachricht, Reportage, Feature, Interview, Rundgespräch, Leitartikel, Kommentar, Kolumne, Essay, Glosse, Feuilleton, „Andere phantasiebetonte Formen“ und „Illustrative Formen“, so daß man bei Zählung dieser Teile auf ca. hundert Artikel kommen könnte. Zusätzlich läßt das umfangreiche Register vielfältige Suchwege zu. Die wenigen „Großbereiche“ verdeutlichen den enzyklopädischen Charakter dieses Lexikons, worin sich Leser vertiefen können. Insofern hat es eine andere Aufgabe als etwa alphabetisch angelegte Wörterbücher mit zahlreichen kurzen Artikeln zum schnellen Nachschlagen, beispielsweise das von Alphons Silbermann herausgegebene *Handwörterbuch der Massenkommunikation und Medienforschung* (Berlin 1982).

War im 18. Jahrhundert der Blickwinkel der Aufklärung Richtschnur, gilt für die heutigen Herausgeber explizit die „Perspektive der empirischen Kommunikationsforschung“ (S.13), was den gegenüber der ersten Auflage um „Massenkommunikation“ erweiterten Titel erklärt. Die Titelerweiterung zeigt die Verlagerung der Forschungsschwerpunkte weg von der Kommunikator-, Technik-, Maschinen- oder Instrumentalseite hin zur Rezeptionsseite, zu den Rezipienten, zur zwischenmenschlichen Meinungsbildung, zur persönlichen Medienaktivität oder -passivität. Neu im Register 1994 findet man z.B. „Personen-Stereotyp“, „Personenwahrnehmung“, „interpersonale Kommunikation“, „soziale Kommunikation“, „Kommunikationsziel“, „Kommunikationsbarriere“, aber nicht mehr „Kommunikationskonzerne“. Auch die gegenüber 1971 nicht mehr im Register

aufgeführten Fachtermini „Kommunikationsmodelle“ und „operationale Definition“ zeigen, daß sich die Herausgeber rezipienten-/leserorientiert um Verständlichkeit bemühen, ohne die exakte Forschertsicht zu verlassen.

Da Einzelheiten hier nicht herausgestellt werden können, sollen lediglich einzelne Beiträge genannt werden: „Öffentliche Meinung“ (S.366ff.) enthält die originale Erläuterung der oft einseitig vereinfacht zitierten „Schweigespirale“ von Elisabeth Noelle-Neumann. „Nonverbale Kommunikation: Darstellungseffekte“ (S.337ff.) von Hans Mathias Kepplinger zeigt, wie die technische Medienentwicklung die Forschungsperspektive befruchtet hat. Es ist zu prüfen, wie man diese im Bereich der Massenmedien erarbeiteten Forschungsansätze mutatis mutandis auf die direkte, zwischenmenschliche Kommunikation übertragen kann. Der Artikel „Inhaltsanalyse“ (S.41ff.) von Winfried Schulz wirbt für Sorgfalt und warnt vor Datenmanipulation; obwohl die Inhaltsanalyse selbst als exakte Forschungsmethode gilt, deren Anwendungsregeln weitgehend standardisiert sind, „ist der Nachweis der Gültigkeit einer Untersuchung schwer zu führen“ (S.62). In „Mediaforschung“ (S.187ff.) gibt Rüdiger Schulz für den Forschungsstand 1994 zu bedenken, daß trotz methodisch schlechterer „aktiver Peoplemeter“-Messung diese weiter beibehalten werden, da die methodisch (durch Sensoren) besseren „passiven Peoplemeter“ (S.216) nicht genügend akzeptiert sind.

Den früheren Auflagen gegenüber wurden die Literaturlisten zu den Beiträgen erheblich ausgeweitet, verdoppelt bis vervierfacht. Da aber aus Rezensenten-sicht die Leser auch erfahren wollen, welche Titel die Fachleute, deren Namen jetzt auch am Ende ihres Artikels angegeben sind, für ihr ureigenes Forschungsgebiet als relevant ansehen und als wesentlich empfehlen, sollte man zur begründeten Konzentration der früheren Auflagen zurückkehren!

Ottmar Hertkorn (Paderborn)