

## Literatur · Besprechungen

teift. Aus der Diskussion der ver-  
 - Ansätze aus den Bereichen Nut-  
 - Journalismus- und Wirkungsforschung  
 - Modell entwickelt, das die im zweiten  
 - andes präsentierte schriftliche Befra-  
 - tet. Der analytische Zugriff bewegt  
 - Relevanz der Frage auf relativ bog-  
 - gem Niveau und bleibt – trotz an-  
 - ller statistischer Verfahren – immer  
 - ehbar und gut verständlich. Diese  
 - ion ist so selten wie erfreulich.

Befunde werden systematisch entlang  
 - sionen Nutzung, Bedeutungszuwei-  
 - die eigene Arbeit und Medienimages  
 - t und in einem abschließenden Kapi-  
 - nder bezogen. Der Umfang der jour-  
 - Mediennutzung ist mit 4,5 Stunden  
 - (von 90 Minuten für Tageszeitungen)  
 - hoch, die Repertoires erwiesen sich  
 - end als umfangreich und vielfältig.  
 - erraschender sind die Befunde hin-  
 - der präferierten Einzelmedien. So  
 - ch neben den „üblichen Verdächt-  
 - iden überregionalen Qualitätszeitun-  
 - SZ, FAZ und Welt) auch Bild, Spie-  
 - eit, sowie die ARD-, ZDF- und ntv-  
 - ten, die Berliner Zeitung sowie die  
 - „Sabine Christiansen“ als stark ge-  
 - gebote von Journalisten. Die The-  
 - wurde als wichtigster Prädiktor von  
 - itzung identifiziert. „Sabine Christ-  
 - rd allerdings unabhängig davon stark  
 - Insgesamt ist von einer ausgeprägten  
 - ierung im Mediensystem auszugehen:  
 - hemensuche spielen ganz andere An-  
 - ne Rolle als etwa bei der Evaluation  
 - en Arbeit. Ebenso spielen die Ange-  
 - die verschiedenen Mediengattungen  
 - weise sehr unterschiedlich wichtige

deutung der Medien für die eigene Ar-  
 - es sich als bedeutend besserer Indika-  
 - - jeweiligen Medienimages der Journa-  
 - ier zeigt sich eine leichte Verschie-  
 - - klassischen Meinungsführermedien  
 - bild“ und zum Fernsehen. Die Medien-  
 - aben den Status von Expertenurteilen  
 - er den Einfluss bestimmter Medien auf  
 - nd Bevölkerung), da allgemeine Ein-  
 - gen von Medien abgefragt wurden, un-  
 - von der eigenen Bedeutungszuwei-  
 - - Abweichungen zwischen den beiden  
 - onen zeigen, dass Journalisten sich  
 - Klaren darüber sind, dass Medienein-

fluss v. a. auf der eigenen Bedeutungszuwei-  
 - sung für bestimmte Medien beruht. Was für die  
 - eigene Themensuche bedeutsam ist, wird auch  
 - Einfluss auf Politik und Bevölkerung haben.

Insgesamt bietet der Band eine Fülle an in-  
 - struktiven Erkenntnissen zur Mediennutzung  
 - von Journalisten, die übersichtlich strukturiert  
 - – besonders hervorzuheben sind hier die häufi-  
 - gen Zwischenzusammenfassungen und gut auf-  
 - bereiteten Tabellen – und gut verständlich prä-  
 - sentiert werden. Die Anknüpfung an verschie-  
 - dene Forschungsansätze ist umfang- und  
 - kenntnisreich und bleibt gleichzeitig auf die  
 - Fragestellung fokussiert. Die Befunde sind gut  
 - dokumentiert und verständlich dargestellt. We-  
 - gen der sehr ausführlichen Präsentation vieler  
 - Einzelbefunde geschieht es jedoch trotz der  
 - guten Strukturierung, dass der Bezug der Di-  
 - mensionen Nutzung, Bedeutung und Medien-  
 - images zueinander aus dem Blick gerät und die  
 - Darstellung so im Ergebnisteil streckenweise  
 - etwas ermüdend wirkt. Die Lektüre des Bandes  
 - ist aber ohne Frage ein Gewinn. Das gilt nicht  
 - nur deswegen, weil sich hier interessante aktu-  
 - elle Daten zu einer Vielzahl auch über die Stu-  
 - die hinausgehender Fragestellungen finden las-  
 - sen. Keine andere Untersuchung beschäftigt  
 - sich derartig umfassend und gut informiert so-  
 - wie empirisch fundiert mit den basalen Kom-  
 - munikationsstrukturen journalistischer Rea-  
 - litätskonstruktion.

Christiane Eilders

## Dimitrios Doukas

## Werbefreiheit und Werbebeschränkungen

Eine europa- und grundrechtliche Unters-  
 - suchung der Kontrollmaßstäbe für Beschrän-  
 - kungen der kommerziellen Kommunikation,  
 - dargestellt am EG-Recht, an der EMRK, am  
 - deutschen Grundgesetz und an der griechi-  
 - schen Verfassung

Baden-Baden: Nomos, 2005. – 458 S.

ISBN 3-8329-0867-6

Europa hat ein Problem. Mittlerweile sollen in  
 - den EU-Staaten rund 14 Millionen Kinder  
 - übergewichtig sein, also jedes 4. Kind. Damit  
 - könnten die heutigen Teenager die erste Ge-  
 - neration sein, die eine niedrigere Lebenserwar-  
 - tung als ihre Eltern hat. Doch Hoffnung naht in  
 - Gestalt der EU-Kommission. Die Brüsseler  
 - Behörde will die Verbraucher mit weiteren

Einschränkungen der Werbefreiheit vor steigender Fettleibigkeit schützen. Dazu dient der kürzlich im Fachausschuss des Europaparlaments vorgelegte Verordnungsentwurf, der für gesundheits- und nährwertbezogene Angaben bei Lebensmitteln neue Regeln vorsieht. Mit den bereits vorhandenen Beschränkungen, denen Werbung und kommerzielle Kommunikation im europäischen Binnenmarkt begegnen, befasst sich die von *Dimitrios Doukas* vorgelegte Dissertation. Dabei unternimmt der Verfasser den Versuch, die verschiedenen Maßstäbe, die sich aus der Rechtsprechung des EuGH, der EMRK und den gemeinsamen Verfassungsüberlieferungen der Mitgliedsstaaten ergeben, in Hinblick auf eine mögliche Konvergenz zu vergleichen. Die Untersuchung richtet sich nicht nur auf eine Vereinbarkeit der Werbebeschränkungen mit den EG-Grundfreiheiten, sondern auch auf eine Vereinbarkeit mit den EG-rechtlich geschützten Kommunikationsgrundrechten.

Nach einer kurzen Einleitung zu Begriff und Funktion der Werbung befasst sich Doukas im ersten Kapitel mit der EuGH-Rechtsprechung zur Warenverkehrs- und Dienstleistungsfreiheit, wobei der Schwerpunkt auf die Keck-Entscheidung gelegt wird. Der Verfasser kommt zu der Feststellung, dass nur solche Werbebeschränkungen an der Warenverkehrsfreiheit nach Art. 28 EG zu messen sind, die eine Regelung des grenzüberschreitenden Warenverkehrs bezwecken und somit spezifische Ergebnisse aus anderen Mitgliedsstaaten betreffen. Jedoch gelten alle Werbebeschränkungen, die den innergemeinschaftlichen Dienstleistungsverkehr beeinträchtigen, als Beschränkungen der Dienstleistungsfreiheit nach Art. 49 EG. Das betrifft sowohl Maßnahmen, die sich auf Werbung als Dienstleistung selbst beziehen, wie auch Werbeverbote für Dienstleistungen, die in einem Mitgliedsstaat rechtmäßig erbracht wurden. Der Verfasser untersucht dann den durch die Keck-Rechtsprechung offenkundigen Bruch in der herkömmlichen Konvergenz von Warenverkehrs- und Dienstleistungsfreiheit und stellt fest, dass dieselbe werbebeschränkende Maßnahme im Einzelfall zwar eine Beschränkung der Dienstleistungsfreiheit sein kann, nicht aber zugleich eine Beschränkung der Warenverkehrsfreiheit. Zu weiteren Divergenzen kann es darüber hinaus auf der Ebene der Rechtfertigung und Verhältnismäßigkeit kommen, da sich die Kontrollmaß-

stäbe an der jeweils einschlägigen Grundfreiheit orientieren, wobei *Doukas* feststellt, dass Werbeverbote im Rahmen der Warenverkehrsfreiheit einer strengeren Verhältnismäßigkeitskontrolle unterliegen als bei der Dienstleistungsfreiheit. Herausgearbeitet wird eine höhere Intensität der Verhältnismäßigkeitsprüfung im Verbraucherschutz und bei Beschränkungen, die der Aufrechterhaltung der Medienvielfalt dienen sollen. Hinsichtlich einer Überprüfung der Werbeverbote anhand der Meinungsfreiheit ist keine systematische EuGH-Rechtsprechung zu verzeichnen. Dem gegenüber orientieren sich die Entscheidungen des EGMR, behandelt in Kapitel 2, bei der Bewertung von Werbeverboten an der Meinungsfreiheit, geschützt durch das einheitliche Kommunikationsgrundrecht aus Art. 10 EMRK. Zwar gelten alle Beschränkungen auf diesem Gebiet als Eingriffe, jedoch genießt die nichtkommerzielle Kommunikation einen größeren Schutz. Der Verfasser arbeitet heraus, dass strenge Kontrollmaßstäbe vor allem dann Anwendung finden, wenn der kommerzielle Bezug hinter dem nicht-kommerziellen und der öffentlichen Meinungsbildung zurücktritt. Dagegen kommt überwiegend oder ausschließlicher Werbung ein geringeres Schutzniveau zu. Gleiches gilt wegen des großen Beurteilungsspielraums jedes Staates im Rundfunkbereich auch für die rundfunkbezogene kommerzielle Kommunikation. Das dritte Kapitel widmet sich dem Vergleich der deutschen und griechischen Verfassung in Bezug auf Werbebeschränkungen. Bezüglich der Meinungs-, Informations- und Pressefreiheit kommt der Autor auch hier zu der Schlussfolgerung, dass die, grundsätzlich vergleichbaren, Kontrollmaßstäbe umso strenger sind, je mehr es sich um einen Beitrag zur öffentlichen Auseinandersetzung mit Fragen von allgemeinem Interesse handelt. Anders liegt die Situation wieder bei den Rundfunkmedien, wo sich im Vergleich zu den Printmedien ein schwächerer Bewertungsmaßstab feststellen lässt.

*Doukas* bietet eine umfassende, systematische und damit weiter führende Untersuchung der gemeinschaftsrechtlichen Kontrollmaßstäbe, die bei der Überprüfung von Werbebeschränkungen anzulegen sind, verbunden mit einer vorbildlichen Auswertung der jeweiligen Rechtsprechung zur kommerziellen Kommunikation. Dass dieses Gebiet spannend bleiben wird, dafür werden schon die übergewichtigen

Kinder Eur  
Verzicht de  
nen für un  
EU-Gesun  
nou mit ge  
„Haribo m  
wissenscha  
Vergangen

Ulla Fix (F  
Hörfilm –  
Linguistic  
chungen zu  
in Hörfilm  
mein Engel  
Berlin: Eric  
hang  
(= Philolog  
ISBN 3-50:

Das vorlieg  
ersten Blic  
besondere  
schreibung  
men, die f  
gestellt wei  
weist sich c  
höchst rele  
und sehr ab  
grundsätzli  
sprache un  
tisch komp  
len Medien  
hen, darste

Die Aut  
schungspre  
sich dabei  
grundlage  
tokoll mit  
und eine li  
spielfilmes  
gung mit h  
eine hervor  
neswegs zu  
schung geh  
hältnis de  
zum „Bildt  
zum Dialog  
unter vers  
sichtig zu t  
Im Einz

Kinder Europas sorgen. Bleibt ein freiwilliger Verzicht der Produzenten auf Marketingaktionen für ungesunde Produkte erfolglos, droht EU-Gesundheitskommissar Markos Kyprianou mit gesetzlich bindenden Werbeverböten. „Haribo macht Kinder froh“ könnte mangels wissenschaftlicher Überprüfbarkeit dann der Vergangenheit angehören.

Georgios Gounalakis

Ulla Fix (Hrsg.)

#### Hörfilm – Bildkompensation durch Sprache

Linguistisch-filmisch-semiotische Untersuchungen zur Leistung der Audiodeskription in Hörfilmen am Beispiel des Films „Laura mein Engel“ aus der „Tatort“-Reihe

Berlin: Erich Schmidt, 2005. – 171 S. + Anhang

(= Philologische Studien und Quellen; 189)

ISBN 3-503-07932-7

Das vorliegende Buchprojekt scheint auf den ersten Blick ein etwas spezielles Thema für besondere Interessen zu verfolgen: die Bildbeschreibungen (Audiodeskriptionen) in Hörfilmen, die für Blinde und Sehbehinderte hergestellt werden. Bei genauerer Betrachtung erweist sich das scheinbare Spezialthema aber als höchst relevant für eine weitaus allgemeinere und sehr aktuelle Fragestellung: es geht um das grundsätzliche Zusammenspiel von Sprechsprache und bewegten Bildern, das die semiotisch komplexe Grundlage für alle audiovisuellen Medien, insbesondere für Film und Fernsehen, darstellt.

Die Autoren des Bandes, der aus einem Forschungsprojekt hervorgegangen ist, können sich dabei auf eine sorgfältig erstellte Analysegrundlage stützen, ein filmisches Sequenzprotokoll mit einer genauen Einstellungsanalyse und eine linguistische Transkription des Beispielfilmes; allein diese empirische Grundlegung mit hilfreich aufbereitetem Material stellt eine hervorhebenswerte Leistung dar, die keineswegs zum Standard der einschlägigen Forschung gehört. So ist es aber möglich, das Verhältnis des Audiodeskriptionstextes sowohl zum „Bildtext“, den er ja ersetzen soll, als auch zum Dialog, in den er eingebettet werden muss, unter verschiedenen Aspekten und sehr umfänglich zu beschreiben und analysieren.

Im Einzelnen werden – nach einer Darstel-

lung des Materials und der Charakterisierung von Audiodeskription – sechs Aspekte (Informationsstruktur, Raum, Personenkennzeichnung, Verknüpfung mit dem Dialog, Narration und Kulturspezifika) behandelt, die allesamt die je speziellen Funktionen von Bild und Sprache zum Hintergrund haben; sie geben ein differenziertes Verständnis dieser Funktionen und können thematisieren, was geschieht, wenn die bildlichen Funktionen durch Sprache kompensiert werden müssen. Im Zusammenhang mit der Informationsstrukturierung wird deutlich, wie wichtig in der Sprache die syntaktische Abfolge ist, die auch für die Gliederung bei Szenenwechseln zuständig ist. Für die sprachliche Übersetzung von räumlichen Bild-Informationen kann auf Schemata zurückgegriffen werden, die es erlauben, differenzierte Vorstellungsbilder von Handlungsräumen zu geben. Bei den Personenbeschreibungen fällt auf, dass sie fast ausschließlich auf Äußeres eingehen und auch dabei hochselektiv sind. Die Verknüpfung der Audiodeskription mit dem Dialog zeigt, dass die Bildinformationen mit den nonverbalen kommunikativen Inhalten von Mimik, Gestik und Kinesik auch für das Verständnis der sprachlichen Informationen bedeutsam sind, so dass sie übersetzt werden müssen, allerdings auf möglichst neutrale Weise, um nicht zu viel Interpretation zu vermitteln.

Erstaunlich ist, dass die Analyse des Deskriptionstextes darauf führt, dass die Narration im Beispielfilm überwiegend durch Informationsvermittlung gesteuert wird und deshalb kaum von Formelementen der Bildseite getragen wird; entsprechend liefert auch die Audiodeskription nur den Rahmen der Narration, nicht die vorantreibenden Elemente der Komplikation, Auflösung und Evaluation.

Ein abschließender Beitrag geht auf visuelle Kulturspezifika ein, allerdings an anderen Beispielen (japanischen Zeichentrickfilmen für Kinder). Bilder enthalten, wie man hier sieht, eine Reihe von kulturellen Informationen, deren angemessene Explizierung im Zeichensystem der Sprache besonders anspruchsvoll ist und eigentlich eine genaue Kenntnis der Zielgruppe voraussetzt.

Alle Beiträge stützen sich auf aktuelle linguistische Konzepte der Syntax, Textlinguistik, Lexikalsemantik, Stilistik und Übersetzungstheorie. Einbezogen werden ebenso die gängigen Begrifflichkeiten der Filmanalyse. Sie enthalten damit eine erste Annäherung an die wei-