

Buchbesprechung

Averbeck-Lietz, Stefanie, Petra Klein und Michael Meyen (Hrsg.): Historische und systematische Kommunikationswissenschaft. Festschrift für Arnulf Kutsch. – Bremen: edition lumière 2009 (= Reihe: Presse und Geschichte – Neue Beiträge; Bd. 48). 682 Seiten. Preis: Eur 44,80.

Reinemann, Carsten und Rudolf Stöber (Hrsg.): Wer die Vergangenheit kennt, hat eine Zukunft. Festschrift für Jürgen Wilke. – Köln: Herbert von Halem Verlag 2010. 356 Seiten. Preis: Eur 29,50.

Merten, Klaus (Hrsg.): Konstruktion von Kommunikation in der Mediengesellschaft. Festschrift für Joachim Westerbarkey. – Wiesbaden: VS Verlag 2009. 311 Seiten. Preis: Eur 39,90.

Holtz-Bacha, Christina, Gunter Reus und Lee B. Becker (Hrsg.): Wissenschaft mit Wirkung. Beiträge zu Journalismus- und Medienwirkungsforschung. – Wiesbaden: VS Verlag 2009. 349 Seiten. Preis: Eur 49,90.

Eberwein, Tobias und Daniel Müller (Hrsg.): Journalismus und Öffentlichkeit. Eine Profession und ihr gesellschaftlicher Auftrag. – Wiesbaden: VS Verlag 2010. 560 Seiten. Preis: Eur 59,95.

Hackel-de Latour, Renate, Christian Klenk, Michael Schmolke und Ute Stenert (Hrsg.): Vom Vorwort bis zum Friedhofsgespräch. Randlinien gesellschaftlicher Kommunikation. Communicatio Socialis. Beiheft 11. – Grünewald: Schwabenverlag 2010. 177 Seiten. Preis: Eur 11,90.

Ralf Hohlfeld

Seit einigen Jahren heben vor runden Geburtstagen immer wieder die Klagen von Fachkollegen an, es müsse endlich Schluss gemacht werden mit der unseligen Wundertüte Festschrift, die dem Jubilar oft mehr schädige als ihn zu glorifizieren. Die traditionelle Festgabe binde Arbeitskraft bei Herausgebern und Beiträgern gleichermaßen, und das alles bei zweifelhaftem Nutzen und geringer Aussicht auf Resonanz. Viele etablierte

einen ersten historisch-systematischen Einstieg. Allerdings führt die Autorin insgesamt zehn Themenfelder als „Vielfalt des Fachjournalismus“ aus, die recht heterogen sind und doch eigentlich ganz unterschiedlich untersucht werden müssen: Neben Food-, Mode- und Musik- stehen dann gleichrangig Medien-, Technik-, Medizin- und Gesundheits-, Reise-, Auto- und Motor-, Sport- und Wirtschaftsjournalismus. Es fehlt im Wesentlichen nur der Politikjournalismus, der offenbar nicht unter das Label „Fachjournalismus“ fällt und exklusiv dem „Generellen“ zuzuordnen ist.

Alle diese Themenfelder unter einem Begriff zu bündeln und zu analysieren, hat wissenschaftlich nur Sinn, wenn sich daraus neue Erkenntnisse gewinnen lassen. Das Buch deutet an, dass der Erkenntniswert zwar begrenzt, aber vorhanden ist: zum Beispiel im Bereich fachjournalistischer Stile und Sprachen oder was den Bedeutungszuwachs der journalistischen Bildungsfunktion in der Wissensgesellschaft betrifft. Wer künftig über „Fachjournalismus“ forscht, wird das Buch gewinnbringend lesen. Ob „Fachjournalismus“ indes als Begriff und Konzept mit diesem Buch wissenschaftlich anschlussfähig wird, bleibt zweifelhaft.

Gripsrud, Jostein und Halvard Moe (eds.): The Digital Public Sphere. Challenges for Media Policy. – Göteborg: Nordicom 2010. 167 Seiten. Preis: Eur 25,-.

Maria Löblich

Die Medienpolitik befindet sich in einem Umbruch. Unter den Bedingungen von Globalisierung und Digitalisierung wandeln sich ihre Regulierungsgegenstände. Praktiker diskutieren schon lange, inwieweit die bisherigen Prämissen der Medienregulierung noch angemessen sind (sektorenspezifische Regulierung, regionale Aufsichtsstrukturen usw.). In der Forschung haben diese Debatten jedoch noch wenig Niederschlag gefunden. Deshalb dürfte der Sammelband der norwegischen Medienwissenschaftler Gripsrud und Moe auch hierzulande interessant sein, versucht er doch, dem komplexer und unübersichtlich werdenden Bereich der Medien- und Internetpolitik ein paar Eckpfeiler einzuziehen. Das Buch geht auf ein Symposium der internationalen Forschungsinitiative „Democracy and the Digitization of Audiovisual Culture“ (DigiCult) zurück und bietet Fallstudien sowie theoretische Beiträge zu einem breiten Spektrum aktueller Fragestellungen auf der nationalen, europäischen und internationalen Ebene. In neun Kapiteln sowie einer Einleitung geht es um die Regulierung von audiovisuellen Medien. Themen sind Netzneutralität und globale Copyright-Regelung, die audiovisuelle Mediendiensterichtlinie und myspace.de, Überwachung im Internet, öffentlich-rechtlicher Rundfunk in Europa oder der Zugang zu audiovisuellen Archiven.

Das Erkenntnisinteresse der beiden Herausgeber kreist um die Frage, welche Probleme sich einer Medienpolitik stellen, die die Öffentlichkeit demokratisch gestalten will und dabei unter den Bedingungen von Digitalisierung, Globalisierung und Ökonomisierung agieren muss. Die Einleitung bietet dazu einen Problemaufriss. Die Herausgeber vergeben hier aber die Chance, eine übergreifende Perspektive oder ein Modell zu entwickeln, das den Gegenstandsbereich und seine Elemente – Öffentlichkeit, Akteure, Einflussfaktoren und die drei in Wechselwirkung stehenden „Treiberprozesse“ – systematisiert. Die einzel-

nen Themen des Bandes hätten in einem solchen Rahmen gut verortet und miteinander verknüpft werden können. Das gilt insbesondere für den Begriff der Öffentlichkeit, mit dem sich Slavko Splichal in seinem ideengeschichtlichen Beitrag beschäftigt. Er untersucht, wie das Paradigma der „Public Sphere“ (Habermas) das Konzept von „Public“ ersetzt, behandelt aber den Wandel der Öffentlichkeit durch Digitalisierung allenfalls nachrangig.

Trotz dieser Kritik ist der Sammelband insgesamt spannend und verdienstvoll. Die Fallstudien stehen für unterschiedliche Dimensionen des Wandels, von denen an dieser Stelle nur ein paar herausgegriffen werden sollen. Tanja Storsul analysiert die norwegische Netzneutralitätsdebatte und geht damit den veränderten Interessenskonstellationen und Einflussstrategien neuer Akteure in der Medienpolitik nach. Sie zeigt, wie – nachdem Netzbetreiber in Norwegen einen ersten Vorstoß unternommen haben, Inhabergeber für den Transport von Daten bezahlen zu lassen – der Konflikt ohne Beteiligung des Staates ausgeglichen wurde. Hannu Nieminen untersucht eine finnische Firma, die Fernsehen über das Internet weiterverbreitet, und illustriert mit diesem Fall die Ambivalenz von Gemeinwohlzielen und Urheberschutz. Und Karen Donders und Caroline Pauwels gehen der gewachsenen Bedeutung der EU nach und analysieren die Auswirkungen von Beihilfe-Verfahren auf die Transformation des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in öffentlich-rechtliche Diensteanbieter.

Jostein Gripsrud und Hallvard Moe ist nicht nur wegen des raffinierten Coverbilds ein Kompliment zu machen, sondern auch weil sie interessante Einblicke in das neue Feld der Internetpolitik bieten. Solche Einblicke fehlen in der noch weitgehend der „offline-Medienpolitik“ verhafteten deutschen Kommunikationswissenschaft.

Hartmann, Maren und Andreas Hepp (Hrsg.): Die Mediatisierung der Alltagswelt. – Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften 2010 (= Reihe: Medien – Kultur – Kommunikation). 325 Seiten. Preis: Eur 34,95.

Marian Adolf

Der Band ist Friedrich Krotz als Festschrift gewidmet und versammelt 18 Beiträge, die sich im weiteren Sinne mit dessen Kernkonzept der Mediatisierung beschäftigen. Diesem ist somit, kaum ein Jahr nach Lundbys englischsprachigem Sammelband „Mediatization“ (Peter Lang, 2009), eine weitere Anthologie gewidmet. Auch diese Sammlung fällt sehr lesenswert aus, was nicht zuletzt der Breite der Zugänge (so der einzige inhaltliche Abschnittstitel der Sammlung) und der Zentralität einer Debatte geschuldet ist, die mindestens zwei disziplinäre Fragestellungen gleichzeitig behandelt: Einerseits geht es um die Rolle und Prominenz des Faches als sozialwissenschaftliche Schlüsseldisziplin unserer Zeit und andererseits um die Frage nach der theoretischen Ausrichtung und Anschlussfähigkeit unserer Forschung. Noch vor jeder konkreten theoretisch-konzeptuellen Ausgestaltung steht Mediatisierung heute zusehends für eine selbstbewusste Kommunikationswissenschaft, die sich traut, ihr Postulat als „Wissenschaft der Mediengesellschaft“ auch vorzutragen.