

## Claus Rieder: Neues Handbuch zur Medienwissenschaft

Leonhard, Joachim-Felix/Ludwig, Hans-Werner/Schwarze, Dietrich/Straßner, Erich (Hg.) (2002). Medienwissenschaft. Ein Handbuch zur Entwicklung der Medien und Kommunikationsformen. 3. Teilband. Berlin, New York: Walter de Gruyter, S.1789–2971, 368 €

Der hier vorgestellte dritte Teilband zur Mediengegenwart und Mediengesellschaft komplettiert das Handbuch „Medienwissenschaft“. Die „Mediengegenwart“ definieren Beiträge zu Film, Hörfunk, Fernsehen und neuen Diensten. Sie haben Technik, Organisations-, Programm- und Konsumentenstrukturen und die kommunikativen sowie ästhetischen Funktionen zum Thema. An dieser Stelle von Interesse ist der Beitrag zum Film. In Deutschland wird nach der Umbruchphase der 68er Generation der moderne Autorenfilm (Kluge, Herzog, Schlöndorff, Wenders, Fassbinder) „zu einem Leitmedium in der Auseinandersetzung mit der deutschen Geschichte und Gegenwart“ (S.1795). Mitte der 1980er Jahre beginnt die Ära der „neuen deutschen Beziehungskomödien“ (S.1795), die in den 1990er Jahren ergänzt werden mit Produktionen, die den „Lifestyle einer Post-68er-Generation“ reflektieren. Worauf um die Jahrtausendwende eine so genannte „Zweite Moderne“ mit einer realistischen Darstellungsform und neuen Körperästhetik folgt (S.1798).

Besondere Bedeutung ist dem Beitrag von Zimmermann (S.2298-2308) beizumessen, der den Warencharakter der Kommunikate des Mediums Fernsehen reflektiert. TV-Anbieter verkaufen „nicht Kulturwaren an Zuschauer, sondern Zuschauer als Konsumenten von Werbespots“ (S. 2301). Die Durchsetzung des „Markt-Prinzips“ führt bei der Produktgestaltung zu einer „Angleichung der Programmangebote“ (S.2303) der öffentlich-rechtlichen und der privaten Anbieter. Die Beiträge zu den neuen Diensten fokussieren technische, rechtliche und ökonomische Aspekte. Schmidts medientheoretisch motivierter Artikel sieht im Internet eine neue Kommunikationsbasis mit folgenden Merkmalen: Interaktivität, Entlinearisierung, Multi-, Hypermedialität, visuelle Begrenzung, Synchronität / Asynchronität, Globalität (S.2566). Die „Mediengesellschaft“ konstituieren Beiträge zum Medienmarkt, zur Medienpolitik, zum Medienrecht, zur Medienethik, zur Medienpädagogik und -didaktik sowie zu Forschungsschwerpunkten und -einrichtungen. Pädagogische Aufgaben und Fragen des sozialen Wandels als Begleiterscheinung der neuen Medien nimmt der Beitrag zur Medienpädagogik von Dieter Baacke in den Blick (S.2800-2807). Mit lernrelevanten Merkmalen von Medien und den Möglichkeiten der Medienverwendung in der Schule beschäftigt sich der Artikel zur Mediendidaktik von Gerhard Tulodziecki (S.2807-2819).

Der Schlussbeitrag widmet sich den Medienarchiven und der Frage, was aus der „Vielfalt des Zufälligen“ (S.2856) von heute für ein Gedächtnis von morgen bewahrt werden soll. Das umfangreiche Namen-, Institutionen- und Sachregister erleichtert dem Benutzer das Nachschlagen. Der Nutzer erhält einen Überblick zur Entwicklung der Medien und Kommunikationsformen in Theorie und Praxis.