merz | medien + erziehung | Arnulfstraße 205 | 80634 München
| fon 089.68989120 | merz@jff.de | www.merz-zeitschrift.de
| ISSN 0176-9418

merz
ZEITSCHRIFT FÜR MEDIENPÄDAGOGIK

Hepp, Andreas / Krotz, Friedrich / Winter, Carsten: Globalisierung der Medienkommunikation

Erhellende Einsichten zur Rolle der Medien auf der WeltbühneDa Globalisierung derzeit droht, zu einem „Plastikwort" zu degenerieren, erscheint die vorliegende medienbezogene Reflexion des Anwendungsradius' des Konzepts als einführendes Lehrbuch zur rechten Zeit. Studierende der einschlägigen Fachrichtungen Medien- und Kulturwissenschaften werden in ihrer beruflichen und wissenschaftlichen Praxis immer stärker mit den komplexen Konnektivitäten von Kommunikation und Information konfrontiert sein. Absehbar ist ferner für ein adäquates Verständnis der vielschichtigen Globalisierungsprozesse eine notwendige „Entgrenzung" von sozialwissenschaftlichen Teildisziplinen, insbesondere ökonomischer und kultureller Provenienz. Diesem Anforderungsspektrum wird der vorliegende Band mehr als gerecht. Verschiedene Beträge unterfüttern die Diskussion mit theoretischen Konzepten: Friedrich Krotz beispielsweise systematisiert die Modernisierungs- und Globalisierungstheorien und führt sie in einer eigenen Synthese zusammen, die vor allem auf die simultane Vernetzung unterschiedlicher Dimensionen kultureller, ökonomischer, sozialer und rechtlicher Prozesse abhebt, die als solche neue Vergesellschaftungsgrundlagen, aber auch neuartige Problemfelder schaffen, welche von der Ökonomisierung der Gesellschaft über Tendenzen der Spaltung durch die neuen Medien bis hin zur Kulturzerstörung reichen; allesamt Tendenzen, denen man zivilgesellschaftlich-regulierend entgegenzutreten habe. Ein anderes Bündel von Artikeln widmet sich ausgewählten Problemfeldern.

Besonders zu erwähnen ist hier der Beitrag von Günter Lang und Carsten Winter. Sie präparieren sehr anschaulich die Kerne eines medienökonomischen Globalisierungsblicks heraus, der differenziert die multinationalen Investitionsströme unter die Lupe nimmt und anhand der Filmindustrie klar vor Augen führt, dass Medienunternehmen in der globalen Welt einen eher geringen festen Mitarbeiterstab aufweisen und je nach Bedarf Leistungen dazu kaufen – ein Paradebeispiel für die weiter zu erwartenden Tendenzen der Unternehmensentwicklung. Interessant ist dann der inhaltliche Vergleich mit der Globalisierung der Zeitschriftenproduktion. Hier zeigen die Autoren, dass von einer Glokalisierung die wesentlichen Erfolgschancen ausgehen – also einer Anpassung von Zeitschriftenkonzepten an den jeweiligen nationalen Markt.In einer Reihe anschaulicher Fallbeispiele wird das „Publikum" bzw. der Rezipient stärker beleuchtet. Michael Neuner und Swaran Sandhu führen in vortrefflicher Weise vor, dass sich auch globale, multinationale Medienkonglomerate wie Time Warner nicht alles erlauben können: So wehrt sich die große Harry Potter-Gemeinde zunehmend und mit den Mitteln der modernen Informations- und Kommunikationstechnologien gegen die hegemonialen und regelrecht bedeutungsstandardisierenden Strategien des Konzerns. Das Publikum besteht auf seiner relativen Rezipientenautonomie und Time Warner kann nicht umhin, sich mit dieser widerständigen Fangemeinde auseinander zu setzen.

Mit einem umfangreichen Glossarium ergänzt, bietet dieses Lehrbuch einen umsichtig gegliederten, theoretisch fundierten wie empirisch informierten Einstieg in ein spannendes und komplexes Feld der Medienforschung, dessen Relevanz für die Medienpädagogik nicht hoch genug eingeschätzt werden kann.

Hepp, Andreas; Krotz, Friedrich; Winter, Carsten (2005) (Hrsg.). Globalisierung der Medienkommunikation. Wiesbaden: VS Verlag, 350 S., 27,90 €

kopaed verlagsgmbh | Arnulfstraße 205 | 80634 München
kopaed verlagsgmbh | fon 089.688 900 98 | info@kopaed.de | www.kopaed.de