

Besprechungen

Hardy Gundlach (Hrsg.)

Medienregulierung

Nomos, 2025. – 783 S.

3., vollständig aktualisierte und erweiterte Auflage

ISBN 978-3-7560-0086-9 (Print)

Ohne Zweifel: Fragen der Ausgestaltung des Medien- und Kommunikationssystems, das sich unter digitalen Bedingungen und unter starkem Einfluss mächtiger amerikanischer und chinesischer Unternehmen entwickelt, sind von großer gesellschaftlicher Bedeutung. Und sie sind, mehr denn je, auch von hoher wissenschaftlicher Relevanz. Von daher ist es sehr zu begrüßen, dass der einst von Wolfgang Seufert maßgeblich konzipierte Band eine Aktualisierung und Neukonzeption erfahren hat. Der Band schließt im deutschsprachigen Raum eine Lücke, sieht man einmal vom Buch von Manuel Puppis ab (Manuel Puppis [2023]. Einführung in die Medienpolitik. UTB, UVK, 3. vollständig überarbeitete und erweiterte Auflage). Daher leuchtet es ein, dass der in Fribourg lehrende Kommunikationswissenschaftler mit einem systematischen Beitrag, über die Medienregulierung in der Schweiz, im vorliegenden Band vertreten ist.

Der nun als Alleinherausgeber fungierende Hardy Gundlach hat, und das ist eine begrüßenswerte Innovation, dem D-A-CH-Raum viel Aufmerksamkeit geschenkt. Neben Puppis gibt es zwei weitere Beiträge aus Schweizer Federn, von Mark Eisenegger/Linards Udris zum Medien-Qualitätsmonitoring und von Matthias Künzler über die in der Schweiz erfolgreich erprobten Formen der ko-regulierten Medienqualitäts-sicherung. Josef Trappel und Autorenteam befassen sich auch mit diesen Problemstellungen in ihrem systematischen Überblicksbeitrag über die Medienpolitik in Österreich. Komparativ angelegt ist der Beitrag von Paul Clemens Murschetz zur Medienförderung im D-A-CH-Raum. Man lernt: Die Kleinststaaten übernehmen keineswegs nur Konzepte und Verfahren von ihren großen Nachbarstaaten, sie haben eigene Instrumente entwickelt, sind innovativ, so indem auf Medienqualität oder auf neue Akteure, bspw. Ombudsstellen, abgestellt wird. Da hat Deutschland noch einiges nachzuholen.

In 14 Kapitel wird das Thema vor allem aus medienökonomischer, selektiver aus kommunikationswissenschaftlicher Perspektive in den Beiträgen verfolgt. Die starke institutionenökonomische Perspektive ist zweifellos ein Alleinstellungs-

merkmal für den Band, man spürt den prägenden Einfluss von Seufert. Gundlach und Seufert haben den sehr überzeugenden Leitbeitrag über „Regulierungsziele und -konzepte“ gemeinsam verfasst. Das überaus komplexe Thema behandeln sie auf fast 180(!) Druckseiten, ein Buch im Buch. Medienökonomisch ausgerichtete Beiträge steuern zudem M. Björn von Rimscha (Werbung) und das Autorenteam um Annika Stöhr (Regulierung des Medienwettbewerbs) bei.

Deutlicher geringer ist – sieht man vom Beitrag Gundlachs über die „Regulierung der Medien in Deutschland“ ab – die sozialwissenschaftliche Perspektive auf Medien und deren Regulierung vertreten. Dem in Transformation befindlichen Politikfeld der Medienpolitik (Telekommunikations-, Digitalpolitik) wird zu wenig Aufmerksamkeit geschenkt. Immerhin werden bestimmte neue Akteure, so Influencer, betrachtet. Der Beitrag von Juliane A. Lischka ist innovativ.

Es ist verständlich, und das formuliert der Herausgeber im Vorwort, dass nicht auch noch die medienrechtliche Perspektive verfolgt werden kann. Die dann aber getroffene selektive Auswahl (Geistiges Eigentum) vermag nicht so ganz zu überzeugen, wenngleich der Beitrag von Svenja Hagenhoff sehr lesenswert ist.

Der Verlag hat, so die Eigenwerbung, ein „Handbuch“ vorgelegt. Im Vorwort zu 2. Auflage wird von „Lehrbuch“ gesprochen, im aktuellen Vorwort zu 3. Auflage kommt zudem der Begriff „Sammelband“ vor. Aufgrund der Zielsetzung Lehrbuch sind die Beiträge mit „Diskussionsfragen“ versehen, und es werden wenige, ausgewählte Literaturempfehlungen gegeben. Die unterschiedliche Qualität dieser Angaben ist auffällig. Auf die „Diskussionsfragen“ wird nicht weiter Bezug genommen. Als Lehrbuch wäre der Band selbst für die Master-Stufe sehr anspruchsvoll, vor allem auch – mit fast 700 eng bedruckten Seiten – deutlich zu umfangreich. Dem „Handbuch“-Charakter wird mit einem Sachregister zu entsprechen versucht. Es würde aber Sinn machen, Kernbegriffe nicht nur ab und an in Texten zu behandeln, sondern einen systematischen Überblick zu bieten. Insoweit sollten die Beiträge dann einheitlicher angelegt sein. Der Band ist sehr voluminös, die Texte sind unterschiedlich lang, sie sind unterschiedlich gegliedert. Hier sind m. E. rasch redaktionelle Verbesserungen möglich, um die Texte besser erschließen zu können.

Inhaltlich ist auffällig, dass die Beschäftigung mit Digitalisierungsphänomenen zu bescheiden ist. Das etablierte Regulierungsregime der EU kommt in den Beiträgen natürlich vor, aber diese regulatorisch bedeutenden Veränderungen (Kompetenzzordnung) werden nicht fokussiert

gewürdigt. Auch Digitalpolitik wird nicht ausgelassen, im Band dominiert eine medienpolitische Sichtweise. Lediglich in einem Beitrag (Birgit Stark: Transparenzpflichten von Plattformen) wird grundlegend und überzeugend dargelegt, vor welchen neuen Herausforderungen Regulierung steht. Im abschließenden Beitrag des Herausgebers zu den „Perspektiven der Medienregulierung“ finden sich viele anregende Hinweise, vor allem in Form von Aufzählungen. Selbstverständlich kann ein Band, so aufgrund der raschen Veränderung im digitalen Sektor, nicht allerneueste Entwicklungen (KI, AI Act, European Media Freedom Act etc.) berücksichtigen. Aber das vorhandene Wissen sollte im Rahmen der Möglichkeiten systematisch bzw. problembezogen gebündelt werden, wenn das Ziel Lehrbuch verfolgt werden soll.

Das Themenfeld ist und bleibt wichtig. Eine Weiterentwicklung dieses Bandes ist sehr wünschenswert. Der Hausgeber sollte sich zwischen Hand- oder Lehrbuch entscheiden, Sammelbände und Journal-Beiträge zu den vielen Spezialfragen gibt es ja. Eine Fokussierung auf theoretisches Basiswissen- und Problemwissen macht Sinn. Dabei sollte die europäische Perspektive stärker Berücksichtigung finden, sowohl was die einzubeziehende Forschungscommunity als auch die internationale Forschungsliteratur anbetrifft. Das sind durchaus anspruchsvolle Anforderungen. Aber der Kern für ein solches Vorhaben ist vorhanden. Es ist das Verdienst von Wolfgang Seufert und von Hardy Gundlach, Grundlagen gelegt zu haben, auf denen man weiter aufbauen kann.

Otfried Jarren

Prof. em. Dr. Otfried Jarren, Universität Zürich, Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung (IKMZ), Andreasstrasse 15, 8050 Zürich, Schweiz, o.jarren@ikmz.uzh.ch

Marcel Lemmes

Visuelle Desinformation

Digitale Bilder zwischen Populismus und Manipulation

Halem: 2025. – 368 S.

ISBN (Print) 978-3-86962-741-0

Marcel Lemmer verfolgt das ambitionierte Ziel, populistische Bildkommunikation und visuelle Desinformation theoretisch zu fassen und begrifflich präzise zu systematisieren. Die Arbeit ist theoretisch-konzeptionell angelegt.

In den Kapiteln 3 und 4 werden mit Populismus und Desinformation zwei zentrale Begriffe

der Arbeit ausführlich eingeführt. *Populismus* wird dabei ausdrücklich nicht nur als politischer Kampfbegriff verstanden, sondern als analytische Kategorie zur Beschreibung spezifischer Muster politischer Kommunikation (S. 38). Der Autor bewegt sich sicher innerhalb der medien- und kommunikationswissenschaftlichen Debatten und arbeitet die Relevanz populistischer Kommunikationslogiken für öffentliche Meinungsbildung überzeugend heraus. Auch wenn der Fokus hauptsächlich auf professionellen und institutionellen Akteur:innen liegt, trägt das Kapitel zur konzeptionellen Klarheit des Populismusbegriffs bei. Die Ausführungen zur digitalen Transformation politischer Kommunikation bleiben dagegen knapp und hätten durch die Einbindung aktueller Debatten noch gewinnbringend erweitert werden können (S. 50).

Das anschließende Kapitel zur *Desinformation* ist klar strukturiert und folgt einem konsistenten Aufbau: Auf die Darstellung bestehender Ansätze folgen deren Zusammenfassung und kritische Einordnung, bevor der Autor ein eigenes mehrdimensionales Begriffsverständnis entwickelt (S. 88). Besonders hervorzuheben ist die Entscheidung, Desinformation nicht über eine Täuschungsabsicht, sondern über den Begriff der Manipulation zu definieren (S. 96). Diese Verschiebung erweist sich als theoretisch produktiv und erlaubt eine differenzierte Betrachtung manipulativer Kommunikationsprozesse auf gesellschaftlicher Mikro-, Meso- und Makroebene, wenngleich die mittlere Ebene im Vergleich zu den anderen beiden teilweise unscharf bleibt (S. 101). Die anschließende Auseinandersetzung mit den Begriffen Propaganda, Verschwörungstheorien und Fake News verdeutlicht den Anspruch des Autors, den eigenen Desinformationsbegriff möglichst trennscharf zu positionieren, wenngleich Komplexität und Unschärfe der Gegenstände nicht immer aufzulösen sind.

Eine der größten Stärken der Arbeit entfaltet sich im umfangreichen fünften Kapitel zum *Bild*. Hier gelingt es Lemmer kunsthistorische, zeichentheoretische und kommunikationswissenschaftliche Perspektiven produktiv miteinander zu verbinden. Die Diskussion klassischer bildwissenschaftlicher Positionen (u. a. Bredekamp, Panofsky, Barthes, Eco, Mitchell, Belting) ist fundiert und wird konsequent auf den Forschungsgegenstand bezogen. Besonders überzeugend ist die zentrale Annahme, dass visuelle Kommunikation kein neutrales Abbild sozialer Realität darstellt, sondern stets kulturell, ideologisch und kontextuell geprägt ist (S. 198). Diese Einsicht wird sorgfältig hergeleitet und bildet ein tragfähiges Fundament für die Analyse populistischer Bildkommunikation.

Die Einführung einer integrativen Bildpragmatik stellt einen weiteren wichtigen Beitrag der Arbeit dar. Indem Bilder als Handlungsmedien verstanden werden, rückt ihre performative Dimension in den Mittelpunkt der Analyse. Die Betonung von Verwendungszusammenhängen, sozialen Praktiken und Machtbeziehungen erlaubt es, visuelle Kommunikation nicht isoliert, sondern als Teil gesellschaftlicher Aushandlungsprozesse zu begreifen. Gerade hier wird deutlich, dass die Arbeit über eine bloße Zusammenfassung bestehender Theorien hinausgeht und einen eigenständigen analytischen Rahmen entwickelt.

In den folgenden Kapiteln zum *digitalen Bild* wird diese Perspektive weiter vertieft. Die einbezogenen Fallbeispiele – Memes, Sharepics und Wahlplakate 2.0 – illustrieren sinnvoll den Zugang zum Gegenstand und verdeutlichen die Relevanz der theoretischen Überlegungen. Im siebten Kapitel werden schließlich *populistische Bilder* definiert (S. 297) und unterschiedliche Formen visueller Desinformation typologisch erfasst (S. 311). Die entwickelten Kategorien sind klar strukturiert und ermöglichen eine differenzierte Analyse manipulativer Bildstrategien. Die exemplarischen Bildanalysen illustrieren diese Typologien anschaulich und machen das analytische Potenzial des Ansatzes sichtbar.

Insgesamt überzeugt die Arbeit durch ihre begriffliche Präzision, ihre theoretische Breite und die sinnvolle Strukturierung eines schwer fassbaren Forschungsfeldes. Der Autor bewegt sich souverän durch unterschiedliche theoretische Traditionen und reflektiert die Grenzen begrifflicher Trennschärfe offen. Gerade in den bildtheoretischen Teilen entfaltet die Arbeit ihre größte Überzeugungskraft und stellt einen substanziellen Beitrag zur Forschung über visuelle politische Kommunikation dar.

Patrick Nehls

Dr. Patrick Nehls, Universität Trier, Institut für Medienwissenschaft, DFG-Projekt „Visuelle Kommunikation in Zeiten des Krieges“, Universitätsring 15, 54296 Trier, Deutschland, nehls@uni-trier.de, <https://orcid.org/0009-0003-8041-5504>

Karsten Rudolph

Sendestörung

Aufstieg und Krise des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

Beck, 2025. – 240 S.

ISBN 978-3-406-83690-9

In zwei Jahren wird der Öffentlich-Rechtliche Rundfunk (ÖRR) in Deutschland seinen 80. Ge-

burtstag feiern. Und die Rückblicke werden zeigen, wie eigentümlich diese Konstruktion ist: ein Implantat ohne Verankerung in der deutschen Medientradition, den Deutschen oktroyiert durch die britische und amerikanische Besatzungsmacht. Die „Anstalten“, etwa der WDR oder das ZDF, sind weder Unternehmen noch Behörden. Regional gegliedert, aber bundesweit aktiv. Hierarchisch organisiert, aber kontrolliert durch Gremien mit Vertretern aus Landtagsfraktionen und Verbänden. Mit großen publizistischen Freiräumen, aber medienpolitisch gerahmt und geformt.

Bereits jetzt kann man zurückblicken mit Hilfe eines Buchs von Karsten Rudolph, Historiker an der Ruhruniversität Bochum, ehemals SPD-Abgeordneter im nordrhein-westfälischen Landtag und Mitglied in den Aufsichtsgremien des WDR. In seinem Rückspiegel kann man sehen, welche gefährlichen Klippen diese Konstruktion in den 80 Jahren umschiff hat: so etwa den Versuch Adenauers, ein Staatsfernsehen zu gründen; die Konkurrenz durch private TV-Sender; die Osterweiterung im Zuge der Wiedervereinigung; die Übergriffe der EU mit Fernsichtlinie und Quotenvorgaben und und und.

Verblüffend ist im Rückblick: Aus jeder Bedrohung ist der ÖRR gestärkt hervorgegangen. Dies zeugt von einer enormen Resilienz. Die hat drei Gründe: Erstens hat das Bundesverfassungsgericht den Bestand und die Weiterentwicklung den ÖRR verfassungsrechtlich garantiert. Eine Säule dessen ist die Pflichtgebühr. Dadurch sprudelt eine nie versiegende Finanzquelle – der zweite Grund für die Resilienz. Dies ermöglicht vor allem, den Beschäftigten des ÖRR das Beste aus beiden Welten zu bieten: Gehälter, die mit der Privatwirtschaft konkurrenzfähig sind, und Versorgungsleistungen wie in den höheren Etagen des öffentlichen Dienstes. Und der dritte Grund ist die Einsicht von Union und SPD, nicht konfrontativ, sondern im Einvernehmen den ÖRR zu steuern.

Dafür entwickelten sie überaus komplizierte Verfahren. So wurden die Rundfunkanstalten entlang von Bundesländergrenzen zugeschnitten, was den Einfluss der jeweiligen Landesregierungen und Landespargamente sicherte. Oder es wurde gesetzlich vorgeschrieben, dass die Berichterstattung politisch ausgewogen zu sein habe. Damit bekommen Schwarz und Rot immer etwa gleiche Chancen, öffentlich gehört zu werden, auch wenn die Regierung wechselt. Und besonders augenfällig: Die Auswahl von Führungskräften geschieht nach dem Reißverschlussprinzip, immer im Proporz nach Parteifarben. Ab und an geriet der Einflussmotor ins Stottern, und es brach öffentlich Streit aus. Da wurde mal

ein aufmüppiger Journalist gegängelt, oder Bayern drohte mit Alleingängen. Aber das wurde immer schnell wieder eingefangen, und schon surrte die ÖRR-Maschine wieder. Folgenreicher waren die mehrfachen Anläufe der Union, ihren Einfluss auf die öffentliche Meinungsbildung dadurch zu vergrößern, dass kommerzielle Sender zum Zuge kamen. Das geschah, aber auch in dieser Konkurrenz konnte sich der ÖRR letztlich gut behaupten.

Höchst erstaunlich also, wie diese Konstruktion in all den Jahrzehnten so wachsen und gedeihen konnte. Doch nun scheint die Erfolgsgeschichte an ihr Ende gekommen zu sein. Dies liegt vor allem an einer völlig veränderten Mediennutzung: Das Web 1.0 mit der stationären Nutzung von Websites seit Mitte der 1990er Jahre und das Web 2.0 mit der mobilen Nutzung von Social Media ab Mitte der 2010er Jahre stellen die Kommunikation überall und insgesamt auf den Kopf und damit auch den ÖRR. Es schwindet die Nachfrage nach linear ausgestrahltem Hörfunk und Fernsehen. Selbst immer mehr Ältere brechen mit ihren Gewohnheiten und präferieren flexiblere, individuellere, attraktivere Quellen für Information und Unterhaltung, als sie der ÖRR mit seinen Mediatheken bietet. Ein gefährlich großer Teil der Bevölkerung kommt gut ohne die digitalen Angebote des ÖRR aus. Und zugleich schwindet die Akzeptanz des ÖRR in den politischen Eliten, wie der Streit um Erhöhung der nun „Beitrag“ genannten Gebühr zeigt – befeuert durch Enthüllungen zur Selbstbedienungsmentalität einiger Führungsfiguren des ÖRR.

Viele suchen nach Auswegen aus dieser Akzeptanzkrise. Bei dieser Suche ist Karsten Rudolph keine allzu große Hilfe. Denn den Großteil seines Buches verwendet er dafür, die Verästelungen der Medienpolitik vor 40, 60 oder 80 Jahren zu rekonstruieren. Das im Detail nachzulesen, ist weder amüsant noch lehrreich. Zumal er keine neuen Quellen erschließt, sondern sich auf medienhistorische Standardliteratur stützt, ohne dabei aber eine neue Sichtweise auf den Wandel zu eröffnen. Das Nacherzählen der vielen Scharmützel kostet viel Zeit und Raum, so dass nur wenige abschließende Seiten dafür bleiben, Ratschläge zu geben, wie es weiter gehen soll und wie nicht.

Und guter Rat ist dringend erforderlich. Denn es geht ja um mehr als um Gebühren, Gehälter und Pensionen. Es geht um eine Berichterstattung, die sich an klassischen journalistischen Standards orientiert und der gemeinhin immer noch stärker vertraut wird als anderen Quellen. Es geht um ein Rückgrat der Öffentlichkeit in

Deutschland. Und hoffnungslos ist die Lage des ÖRR sicher nicht. Es spricht einiges dafür, dass der ÖRR auch die Akzeptanzkrise überstehen wird. Schließlich hat er über 80 Jahre lang eine enorme Resilienz aufbauen können. Vor allem ist er im Unterschied zu Tageszeitungen ökonomisch abgesichert. Trösten kann vielleicht auch eine Erkenntnis der Mediengeschichte (Riepl 1913; Vowe & Henn 2025): Noch nie ist ein Medium vollkommen verschwunden, sofern es die Kraft hatte, sich an veränderte Bedingungen anzupassen. Selbst die Steintafel, gut 6000 Jahre alt, überdauert bis heute als Grabstein.

Fernsehen und Hörfunk und damit in Deutschland der ÖRR werden sich im Sturm der digitalen Disruption behaupten, wenn sich der ÖRR schneller und gründlicher wandelt als bislang. Noch wird seine Informationsleistung geschätzt. Fakten professionell zu überprüfen und Informationen zu kuratieren, ist arbeitsintensiv und bisher die Domäne klassischer Medienanbieter. Doch da droht schon die nächste Klippe: Dank KI ersetzt eine algorithmisch gesteuerte Informationsvermittlung Stück für Stück die redaktionell gesteuerte. Und noch wird der ÖRR auch deswegen anerkannt, weil er in einer individualisierten Welt Gemeinschaft stiftet: Noch versammelt sich die Nation rund um seine massenmedialen Angebote, bei großen Sportereignissen etwa oder bei Bundestagswahlen. Wobei dann parallel dazu in vielen kleinen Online-Gruppen über das Gesehene geredet wird. Aber auch dafür deuten sich bereits KI-basierte Lösungen an. Der ÖRR wird also rasch viel lernen müssen. Und erstmals in den 80 Jahren wird er lernen müssen zu schrumpfen.

Gerhard Vowe

Prof. Dr. Gerhard Vowe, Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf, Seniorprofessur Kommunikations- und Medienwissenschaft, Universitätsstraße 1, 40225 Düsseldorf, Deutschland, vowe@uni-duesseldorf.de

Literatur

- Riepl, W. (1913): Das Nachrichtenwesen des Altertums mit besonderer Rücksicht auf die Römer. Leipzig: Teubner
- Vowe, G., & Henn, P. (2025). Öffentliche Kommunikation im Übergang zum Internetzeitalter. Beitrag für das Dossier "Medienpolitik" der Bundeszentrale für politische Bildung. <https://www.bpb.de/themen/medien-journalismus/medienpolitik/572882/oeffentliche-kommunikation-im-uebergang-zum-internetzeitalter/>