

wie in der Literatur üblich, als wettbewerbs-schädliche Markteintrittsbarriere zu deuten sei, sondern vielmehr als eine notwendige Bedingung der Qualitätssicherung (vgl. S. 48ff., 56).

Aufbauend auf den in den letzten Jahren entstandenen industrieökonomischen Modellen zur Theorie der zweiseitigen Märkte modelliert May das optimal aufeinander abgestimmte Marktverhalten von Monopolzeitungen auf den durch bilaterale Netzwerkeffekte miteinander verbundenen Anzeigen- und Lesermärkten (vgl. S. 63-105), um auf Basis der Resultate zu schlussfolgern, dass der Missbrauchsaufsicht im Sinne einer Marktergebniskontrolle auf Zeitungsmärkten eine generelle Absage zu erteilen sei (vgl. S. 99, 105, 108). Auch dies ist provokant, doch gut fundiert. Zumindest zeigt die Modellierung, dass die bislang gängigen wettbewerbspolitischen Denkmuster, die die Dualität der Zeitungsmärkte teilweise einfach ignorieren, angesichts dieser neuen Theorieentwicklungen obsolet sind.

Enthält das Werk somit auch eine Fülle anspruchsvoller und innovativer Modellierungen, so ist doch zu bemängeln, dass der Autor es offenbar für überflüssig hält, seine Untersuchungen im Rahmen der aktuellen medienökonomischen Literatur zu verorten. So erfährt der Leser nicht, dass sich auch andere deutsche (Medien-)Ökonomen bereits intensiv mit der Übertragung der Theorie der zweiseitigen Märkte auf Medienunternehmen oder mit der Anwendung informationsökonomischer Reputationsmodelle auf die Qualitätsproblematik bei Medien befasst haben, um nur zwei Beispiele zu nennen. Auch Erkenntnisse der kommunikationswissenschaftlich orientierten Medienökonomie oder der allgemeinen Publizistikwissenschaft werden nicht hinzugezogen – selbst an Stellen, wo dies schon fast ignorant wirken muss.

Dies gilt insbesondere für das vierte Kapitel, in dem May der großen medienökonomischen Frage nachgeht, inwiefern die Marktverfasstheit der Presse einen funktionsfähigen Meinungswettbewerb gewährleisten kann. Hier diskutiert der Autor mehrere ernste Gründe dafür, warum die Marktabhängigkeit von Zeitungen zu systematischen Verzerrungen des öffentlichen Meinungsbildungsprozesses führen könnten. All diese Gründe kontert er jedoch immer wieder mit dem einzigen und sehr schlichtigen Argument, dass sich Zeitungen im Wettbewerb ja wechselseitig überwachen (vgl. etwa S. 131, 132, 135, 233). Hätte May die umfangreiche medienökonomische Literatur zu diesem Problemfeld rezipiert, wäre er früher oder später über den Hinweis gestolpert, dass

dieses für ihn zentrale Argument logisch an dem alten Problem eines infiniten oder zirkulären Kontrollregresses scheitert. Weiter wäre ihm aufgefallen, dass eine Analyse des Meinungswettbewerbs, die das Problem der rationalen Ignoranz der Bürger in politischen Fragen ignoriert, kaum problemadäquat sein kann.

Sieht man von diesen Problemen ab, so ist zusammenfassend festzustellen, dass May seinem Ziel, „stringente modelltheoretische Erkenntnisse“ zum Zeitungsmarkt zu erarbeiten, im Hinblick auf viele relevante medienpolitische Fragestellungen durchaus gerecht wird. Wie der Zeitungsmarkt durch die neue intermediale Konkurrenz mit dem Internet beeinflusst wird, untersucht die Studie hingegen leider nicht.

Ausführlich analysiert May jedoch die aktuelle Frage, ob der Marktzutritt von Gratiszeitungen wettbewerbspolitische Probleme aufwirft (vgl. S. 188ff.). Dezidiert wendet er sich hier gegen Argumente, die die Herausgabe von Gratiszeitungen als unlauteren Wettbewerb qualifizieren (vgl. S. 191ff.). Es könne allenfalls diskutiert werden, ob der Marktzutritt von Gratiszeitungen eine „nicht schöpferische Zerstörung“ bewirke und damit das Marktergebnis auf Zeitungsmärkten merklich verschlechtere. Dass ein solcher „ungewünschter Marktzutritt“ modelltheoretisch darstellbar ist, zeigt May unter Bezugnahme auf einschlägige industrieökonomische Modelle (vgl. S. 215ff.). Deren Bedingungen sieht May im Wettbewerb zwischen Gratis- und Abonnementszeitungen allerdings nicht als gegeben (S. 221). Es wäre spannend, dies auch für den Wettbewerb von Internet und Zeitung einmal differenziert zu überprüfen. Vielleicht wäre das Ergebnis in diesem Fall weniger beruhigend.

Frank Lobigs

Konrad Scherfer (Hrsg.)

Webwissenschaft

Eine Einführung

Münster: LIT, 2008. – 286 S

ISBN 978-3-8258-0947-8

Ist das World Wide Web (WWW) überhaupt ein Medium? Die Frage wird vor allem dort relevant, wo es um disziplinäre Zuständigkeiten geht. Wenn das Web ein Medium wäre, dann würde es dem Bereich der Medienwissenschaft zugerechnet. Doch wie genau soll man ein Medium definieren – fragt Herausgeber Konrad Scherfer –, das sich anders als Fotografie, Film oder Malerei nicht über eine Kunstform defi-

nier? Muss für das Web also eine eigene Wissenschaft, eine Webwissenschaft geschaffen werden, die das in den letzten Jahren sich rasant entwickelnde WWW zum Gegenstand hat?

Die Beiträge, die Konrad Scherfer in dem Band „Webwissenschaft – Eine Einführung“ versammelt, geben auf diese Fragen keine eindeutige Antwort, zeigen vielmehr ein heterogenes Feld von methodischen Ansätzen und Themen, die in der Summe einen guten Überblick bieten über zentrale Problemfelder, die derzeit die Diskussion über das Web 2.0 prägen und es damit als einen neuen Gegenstandsbereich wissenschaftlicher Forschung empfehlen: Beiträge zu anwendungsorientierten Aspekten, wie Medienrecht fürs Internet, wirtschaftliche Aktivitäten im Netz, Ratgeber (z. B. Medizin) im Web oder Webgestaltung, finden sich ebenso wie Reflexionen über Forschungsmethoden, etwa zur Suchmaschinenforschung oder zum Webjournalismus, und mithin eine Reihe von z. T. hervorragenden Aufsätzen zu Einzelaspekten, wie z. B. die übersichtliche Darstellung von unterschiedlichen Qualitätskriterien zur Beurteilung von Websites von David Kratz oder Rainer Leschkes entlarvende Analyse von Netzliteratur und ihres Mythos der grenzenlosen Kombinationsmöglichkeiten.

Gerade die Heterogenität der verschiedenen Aufsätze scheint dabei das programmatisch angelegte Vorhaben von Scherfer zu rechtfertigen: Muss nicht tatsächlich gefragt werden, ob man die unterschiedlichen Beobachtungsstandpunkte bei der Analyse des WWW nicht in einer neuen Wissenschaft vereinen könnte?

Besonders markant nehmen hierzu die beiden Aufsätze von Konrad Scherfer und Helmut Volpers Stellung, können sich aber zunächst – wie sie selbst eindringlich begründen – nur in Abgrenzung zu etablierten Disziplinen positionieren. Konrad Scherfer skizziert in seinem einleitenden Beitrag grundlegende Positionen des Diskurses über das Web (z. B. Digitalisierung, Hybridisierung, Interaktivität) und versucht sie in einen systematischen Zusammenhang zu bringen. Und Helmut Volpers drängt in seinem konzeptionellen Beitrag „Warum eine Webwissenschaft?“ darauf, theoretische Unschärfen bei der nunmehr zu beobachtenden Verfestigung des WWW nicht länger in Kauf zu nehmen, und verweist auf Ansätze – insbesondere der US-amerikanischen Kommunikationswissenschaft –, das Web als eigenen wissenschaftlichen Gegenstandsbereich zu konstituieren. Doch führt seine Konklusion letztlich zu der paradoxalen Feststellung, dass nur transdisziplinäre Ansätze hier weiterführend sein können, also Ansätze, die verschiedene Disziplinen im Hin-

blick auf eine übergreifende Fragestellung koordinieren. Dass dies „die Herausbildung einer eigenständigen Webwissenschaft kontraindiziert“, wird von ihm selbst eingeräumt, nicht ohne jedoch aus „forschungspraktischen Erwägungen für eine Webwissenschaft“ zu plädieren, um eine grundlegende „Phänomenologie“ des Webs zu erarbeiten.

Vielleicht ließe sich das Paradoxon in zukünftigen Arbeiten zum Web leichter auflösen, wenn man sich von der Logik der institutionellen Ausdifferenzierung des universitären Wissenschaftsbetriebs und dem Profilierungsdruck von Einzeldisziplinen zumindest für die forschungsleitende Diskussion befreien und stärker auf die – ja bereits existierenden – transdisziplinären Ansätze einlassen würde.

Fürs erste ist Konrad Scherfer und seinen Mit-Autoren mit dem Band „Webwissenschaft – Eine Einführung“ ein erhellender Fragenkatalog gelungen, der Grenzen bisheriger disziplinärer Methoden und Zuordnungen aufzeigt, eine erste Bestandsaufnahme von aktuellen Diskussionsansätzen über das Web bietet und damit eine wichtige Orientierungshilfe in einem neuen Forschungsfeld leistet.

Thomas Weber

Martina Schuegraf

Medienkonvergenz und Subjektbildung

Mediale Interaktionen am Beispiel von Musikfernsehen und Internet

(Medienbildung und Gesellschaft; 5)

Wiesbaden: VS, 2008. – 315 S.

ISBN 978-3-531-15636-1

Die im erziehungswissenschaftlichen Kontext der Arbeitsgruppe um Winfried Marotzki (Magdeburg) entstandene empirische Dissertation widmet sich in rezipientenorientierter Perspektive dem Thema, wie sich Jugendliche und junge Erwachsene in ihrem Alltag mit dem heutzutage überaus vielfältigen Medienangebot auseinandersetzen. Untersucht werden die Verwendungsweisen konvergenter Medienangebote durch junge Menschen am Beispiel der in Deutschland empfangbaren Musikfernseher mit ihren Websiteangeboten. Besondere Berücksichtigung findet die Frage nach den Einflussmöglichkeiten auf die Sender seitens der Zuschauenden. Die Untersuchungsergebnisse werden dazu herangezogen, die Bedeutung medienkonvergenter Interaktionen im Hinblick auf subjektkonstituierende Prozesse herauszuarbeiten.