

Gemeinsame Jahrestagung der Fachgruppen Medienökonomie und Computervermittelte Kommunikation in der DGPK 2005

Foto: www.pixelquelle.de



Dr. Jan Krone

Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft,
Freie Universität Berlin
✉ jkrone@zedat.fu-berlin.de

Vom 10. bis zum 12. November fand an der Humboldt-Universität zu Berlin eine gemeinsame Tagung der thematisch eng verwandten Fachgruppen Medienökonomie und Computervermittelte Kommunikation in der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft statt. Unter dem Titelthema ‚Neue Technik, Neue Medien, Neue Gesellschaft? Ökonomische Herausforderungen der Online-Kommunikation‘ wurden die nunmehr seit über einem Jahrzehnt im Bewusstsein einer breiteren Öffentlichkeit stehenden massenmedialen Angebote über den Vertriebskanal Internet aus unterschiedlichen Perspektiven in Vortragsblöcken analysiert und diskutiert und mit digitalen Technikoptionen im Unterhaltungssektor abgerundet. Insgesamt bildeten 19 Vorträge das Programm.

Die Durchführung der Veranstaltung unterlag der Verantwortung von Prof. Dr. Wolfgang Mühl-Benninghaus und seinem in jeder Hinsicht und zu jeder Zeit bestechend engagiertem Team. Die inhaltliche Begleitung übernahmen die Fachgruppenvorsitzenden Prof. Dr. Mike Friedrichsen und Dr. Wolfgang Schweiger für die Computervermittelte Kommunikation. Der traditionsreiche Tagungsort Studiobühne, unkonventionell, aber für manche Kollegen mit anregenden Erinnerungen verbunden, war in der Vergangenheit Schauplatz einer seit Mitte der neunziger Jahre durchgeführten ersten und lange einzigen Kooperation zwischen Freier

Universität und Humboldt-Universität auf der Ebene von Lehrveranstaltungen im Wechsel mit dem Otto-Suhr-Institut in Berlin-Dahlem. Die Ringvorlesung unter der Leitung von Prof. Dr. Axel Zerdick und Prof. Dr. Wolfgang Mühl-Benninghaus zum thematischen Überbegriff ‚Neuere Entwicklungen in den audiovisuellen Medien‘ lockte über viele Jahre hinweg Verantwortliche aus der Medienpraxis an und bescherzte den freiwillig und ohne Studienordnungsverpflichtung teilnehmenden Studierenden als auch Kollegen eine hochgeschätzte Informationsinstanz im kommunikationswissenschaftlichen Berlin.

Dem übergreifenden Charakter wurde auch die Jahrestagung gerecht, zumal sich die Medienwirtschaft einerseits progressiv mit den Wesenszügen und technischen Standards computervermittelter Kommunikation in ihren Kerngeschäften befasst und andererseits elektronische Kommunikationsprozesse in ihrer Leistungserstellung zunehmend ökonomischen Anforderungen unterliegen. Diesem Paradigma folgend untergliederte sich das Tagungsprogramm in fünf Unterthemen, die Hinweise auf Fragen wie ‚Können publizistische Qualität und ökonomische Interessen in Einklang gebracht werden?‘ oder ‚Welche neuartigen Chancen und Herausforderungen bietet die Internetwirtschaft für die Akteure der unterschiedlichen Teilsysteme Wirtschaft, Wissenschaft, Politik und Gesellschaft?‘.

Im ersten Unterthema wurden die publizistischen Medien im Internet aus je unterschiedlicher Perspektive beleuchtet. Die zunehmende Ökonomisierung des Verbreitungsweges Internet hat zwangsläufig zur Folge, dass Kosten-Nutzen-Rechnungen an Gewicht gewinnen und die Verantwortung immer häufiger die Etats der Marketing-Abteilungen ver-

lässt. Hieraus entstehen neben zu erweiternden Vermarktungsstrategien ebensolche Problemfelder in den klassischen Medien, verbunden mit Konzentrationstendenzen und Aspekten der Qualitätssicherung. Eine besondere Rolle und Berücksichtigung muss den Angeboten öffentlich-rechtlicher Anstalten attestiert werden.

Im zweiten Unterthema – den Medieninnovationen aus ökonomischer und kommunikationswissenschaftlicher Sicht – beginnt die Diskussion mit der Darstellung einer Multi-Methoden-Studie, die sich dem Begriff eines ‚Digital Lifestyle‘ nähert, aus dem neue Berufsrollen und Lebensweisen erwachsen können und letztlich zu Anpassungsanforderungen zweier Disziplinen führt. Ein Mehrebenenmodell, basierend auf netzwerktheoretischen Überlegungen, liefert für diesen Bereich Hinweise.

Crossmedia – Intermedia. Ein Themenbereich, der seit Jahren nahezu beständig mit neuen Untersuchungen und theoretischen Auseinandersetzungen bedient wird und auch auf dieser Tagung nicht fehlen durfte. Über die Herausforderungen zwischen einzelnen Mediengattungen im Spiegel der Digitalisierung wurden Einzelbeispiele ebenso aufgegriffen wie eine Inhaltsanalyse zur Untersuchung über eben jene Digitalisierung in Tageszeitungen angeführt wurde. Von Technologie-Verdross keine Spur!

Ein ebenso klassisches wie beständig für Irritationen sorgendes Feld wurde im vierten Themenblock zur Präsentation und Diskussion gestellt. Interaktivität unter den Aspekten Bekanntheit, Akzeptanz und Nutzung. Ein Forschungsprojekt aus München deckte hier das gesamte Line-Up ab. Die Breite des Projekts als auch ihre Ergebnisse ließen keine Zweifel darüber, dass Vereinheitlichungen von Aktivitätserwartungen der falsche Weg seien und zu Recht auch die Gesellschaft bedrohendes Potenzial individualisierter Medienprodukte auszumachen sei – vor dem Hintergrund einer integrativen Funktion von Massenmedien. Das abschließende Unterthema der Tagung – Kommunikationstechniken im Fokus – knüpfte an das Interaktivitätsparadigma an und analysierte zum Teil über empirische Auswertungen und mittels theoretischer Betrachtungen die Perspektiven der miteinander über technische Lösungen interagierenden Akteure Veranstalter und Nutzer – oder zumindest ihre Erwartungen. Auch für die empirische Kommunikations- und Medienforschung können neue Kommunikationstechniken nach erfolgter gesellschaftlicher Adaption Perspektiven aufzeigen. Der Short Message Service hat dies in den letzten Jahren treffend vorgeführt.

Aus den vielfältigen theoriegeleiteten Analysen und Forschungsergebnissen beider Subdisziplinen der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft wird noch in diesem Jahr ein konzentrierter Sammelband mit dem Titel „Medien

zwischen Personalisierung und Massenpublikum“ im Verlag Reinhard Fischer unter der Herausgeberschaft von Mike Friedrichsen, Wolfgang Mühl-Benninghaus und Wolfgang Schweiger hervorgehen.

Der Fachgruppentagungen eigenen Charakteristik nach thematisierte die parallel abgehaltene Mitgliederversammlung der Medienökonomie anlässlich des erhöhten Aufkommens von eingereichten Papers zur gemeinsamen Tagung vor allem das Begutachtungsverfahren. Es hatte zur Folge, dass wiederholt verschiedene Vorträge einer Person zur Auswahl gelangten. Die daraus resultierende Misstimmung von Kollegen nicht ausgewählter Einreichungen war letztlich einem großen Forschungsprojekt geschuldet und soll in Zukunft nicht zur Quotierung von Review-Verfahren führen und auch weiterhin nach DGPK-Kriterien vorgenommen werden.

Die nächste Fachgruppentagung beginnt am 10. November 2006 an der Corvinus Universität Budapest in Zusammenarbeit mit dem Department of Media Economics zu dem Thema ‚Theoretische Bezüge von Medienökonomie und Medienmanagement‘ und greift damit auch die Linie des erfolgreichen Salzburger Workshops zur ‚Politischen Ökonomie der Medien‘ des vergangenen Jahres auf, in der Fachgruppe neben inhaltlichen Spezifikationen auch durch gemeinsame theoretische Konzepte die eigene Disziplin gemeinsam weiterzuentwickeln.

TERMINE SEMINARE/TAGUNGEN

18.06.06- 19.06.06 **MEDIEN IN DER MARKTWIRTSCHAFT–**
Wie Wirtschaft die öffentliche Kommunikation und die öffentliche Kommunikation die Wirtschaft prägt, Dresden
DG PuK - Jahrestagung

26.06.06 **DIE WACHSENDE MACHT VON SUCH- MASCHINEN IM INTERNET –**
Auswirkungen auf User, Medienpolitik und Medienbusiness, Berlin
Friedrich-Ebert-Stiftung, Institut für Journalistik der Universität Dortmund, Lehrstuhl für Journalistik II an der Universität Leipzig

29.09.06- 30.09.06 **CONSUMING AUDIENCES, Kopenhagen**
Workshop des Media Management and Transformation Centre der Jönköping Business School