kratischen Abläufen; die darin arbeitenden Journalisten lösen sich nicht von der archaischen Vorstellung des Reportierens, sie haben noch keine Strategien entwickelt – insbesondere im Printjournalismus –, wie sie mit dem Druck umgehen sollen, den die neuen Techniken und Technologien sowie die ökonomischen Rahmenbedingungen auf sie ausüben und sie zwingen, immer schneller, aktueller und visueller Nachrichten zu produzieren, die für den Nutzer relevant und neu sind.

Insbesondere das Verhältnis zum Publikum muss sich nach Meinung Christopher Andersons grundlegend ändern bzw. die Journalisten müssen eine klare Vorstellung vom fragmentierten Publikum im digitalen Zeitalter entwickeln. Das ist allerdings eine große Herausforderung angesichts der Tatsache, dass Journalismus zunehmend auf Eliten und politische Insider fokussiert und sich damit möglicherweise selbst aus der Gesellschaft herauskatapultiert hat. Die notwendige kulturelle Evolution in diesem Berufsfeld funktioniert nicht auf der Basis von Arbeitspapieren, Seminaren, Vorträgen u. Ä. Insofern ist auch Andersons Studie mehr eine Bestandsaufnahme denn ein richtungsweisendes Strategiepapier oder gar eine hundertprozentig zutreffende Prognose in die Zukunft.

Beatrice Dernbach

Jörg Becker (Hrsg.)

Die Digitalisierung von Medien und Kultur

Mit einem Vorwort von Lothar Bisky

Wiesbaden: Springer VS, 2013. – 278 S.

ISBN 978-3-658-00728-7

Die Entstehung des Buches wurde von dem inzwischen verstorbenen Lothar Bisky in seiner Funktion als Mitglied des Kultur- und Bildungsausschusses des Europaparlaments angeregt (S. 31). Der Herausgeber Jörg Becker versteht sich als Gesellschaftstheoretiker, der vor allem das demokratietheoretische Potenzial der Medien hinterfragt. Diese abseits des Mainstreams wissenschaftlicher Forschungsfragen angesiedelten Problemstellungen finden ihren Niederschlag im theoretischen Ansatz und in der Wahl der aus mehreren EU-Staaten und den USA stammenden Autoren des vorliegenden Sammelbandes. Im Vorwort, in der Einleitung, spätestens aber im Musikkapitel (S. 67ff.) wird deutlich, dass sich Bisky, Becker und viele seiner Autoren wissenschaftlich in der Nachfolge der Kritischen Theorie von Theodor W. Adorno und Max Horkheimer verorten. Dementsprechend bestimmen Probleme der politischen Ökonomie, Fragen nach Manipulation oder potenziellem Machtmissbrauch der Medien, nach dem Verhältnis von Staat und Medien sowie die Forderung nach einer kommerzfreien medialen Kommunikation das besondere Erkenntnisinteresse der Autoren und der von ihnen verantworteten Beiträge. Die spezifischen Fragestellungen des Herausgebers und des Initiators der Publikation erklären, dass die einzelnen Beiträge – bis auf wenige Ausnahmen wie Kay Hoffmann vom Haus des Dokumentarfilms in Stuttgart – von unbekannteren Wissenschaftlern erarbeitet wurden.

Das Buch ist in 12 Kapitel unterteilt, jedem Medium ist ein Kapitel zugeordnet. Es überwiegen die Aufsätze zu den technischen Medien. Darüber hinaus befinden sich in dem Sammelband auch eigenständige Ausführungen zu den Themenbereichen wie „Sprache", „Werbung" und „Museen". Die Zusammenstellung der einzelnen Teilmärkte entspricht aus medienökonomischer Sicht insofern nicht dem gewohnten Verständnis, als auf eigenständige Ausführungen zum Buch- und Zeitschriftenmarkt verzichtet wurde. Ein kurzes Kapitel zum Thema „Funkfrequenzen" ist in diesem Kontext ebenso ungewöhnlich wie eine Abhandlung zum Thema „Internet und Smartphone". Die sozialen Netzwerke wurden im Sammelband völlig ausgeklammert. Eine Erklärung für die Themenauswahl oder den dem Band zugrunde liegenden Medienbegriff wird dem Leser nicht angeboten.

Die in den verschiedenen Aufsätzen verwendeten Statistiken sind, auf den gesamten Sammelband bezogen, problematisch. Sie beziehen sich zum Teil auf völlig unterschiedliche Zeiträume und Länder. Die für die verschiedenen Medienentwicklungen verwendeten Daten sind deshalb nicht miteinander zu vergleichen und so in ihrer allgemeingültigeren Aussagekraft sehr stark eingeschränkt. Diesen Aspekt verstärkt die Tatsache, dass die Basiswerte der einzelnen Statistiken stark differieren. Das verwendete Zahlenmaterial ist letztlich Ausdruck einer weiteren grundlegenden Problematik, die das gesamte Buch durchzieht. Es fehlt ihm an einer übergreifenden Systematik und an der vom Leser gewünschten Aktualität. Ausdruck dessen sind Statistiken, die die Jahre nach 2010 unberücksichtigt lassen, das Fehlen neuerer Entwicklungen wie Social Media, die zunehmende Mobilität der Internetnutzung oder die Folgen einer wachsenden, individuell getriebenen Mediennutzung auf verschiedenen Plattformen. Weitgehend ausgeklammert bleiben auch die sehr widersprüchlich verlaufenden Prozesse von Globalisierung und der zuneh-

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2014-2-277 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

menden Bedeutung lokaler und regionaler Inhalte für die Mediennutzung und damit auch für die Wertschöpfung. Vergeblich sucht man Antworten auf Fragen nach wachsender Kontrolle einerseits und Kontrollverlust andererseits, wie er sich im Mediengebrauch seit etwa dem Jahr 2000 herauskristallisiert hat. Gerade unter den von Becker anvisierten generellen wissenschaftlichen Fragestellungen wären diese Aspekte durchaus von Interesse.

Insgesamt dominieren die Publikation tradierte Sichtweisen. Sie beschwören zum einen die Angst vor dem Einfluss der großen Player auf dem Markt, zum anderen würdigen sie nicht die positiven Konsequenzen, die für das Individuum aus dem durch die Digitalisierung vielfältigeren und leichteren Zugang zu Informationen entstanden sind. Über die Möglichkeit, eigene Inhalte ins Netz zu stellen, daraus möglicherweise neue Ansätze zur Wertschöpfung zu entwickeln sowie die damit verbundenen neuen Formen von Individualitätsentwicklungen, fehlen sämtliche Hinweise. Stattdessen finden sich permanent Verweise auf die großen Player der Branche. Insbesondere im Kapitel über den Musikmarkt fällt auf, das die Bedeutung der vielen kleinen Label und die mit ihnen verbundene Ausweitung des Musikangebotes insgesamt in der Betrachtung völlig ausgeblendet wurde. Dabei sind es gerade die kleinen Label, die den Majors Jahr für Jahr Marktanteile abnehmen. Die Bedeutung branchenfremder Unternehmen für die digitale Medienkultur, wie etwa Apple oder YouTube oder die Streaming-Anbieter für den Musikmarkt, bleibt ebenfalls unreflektiert.

Nur bruchstückhaft und insgesamt unsystematisch werden an verschiedenen Problemen grundlegende Sachverhalte der Digitalisierung wie Konvergenz, die unterschiedlichen Abspielmöglichkeiten der gleichen Inhalte auf verschiedenen Plattformen und Kontextualisierungen angedeutet. So bleibt letztlich unklar, was die Besonderheiten der digitalen Medienkultur ausmachen. Trotzdem wird das Eingreifen des Staates in die Medienkultur im letzten Kapitel mit Vehemenz eingefordert. Seine von Becker zukünftig geforderten Aufgaben in diesem Wandlungsprozess bleiben letztlich nebulös, weil auch eine innere Stringenz der aufgestellten Forderungen jenseits der überkommenen Bewahrmodelle nicht erkennbar ist.

Bei aller Kritik an dem Sammelband darf nicht unerwähnt bleiben, dass das Vorwort von Bisky und der Aufsatz zum Kino sich positiv von den übrigen abheben. Biskys Bemerkungen enthalten eine Reihe von Punkten, die Nachdenkens wert erscheinen. Kay Hoffmann zeichnet einen in sich stringenten Überblick über die entscheidenden strukturellen Veränderungen der deutschen Kinolandschaft unter den Bedingungen der Digitalisierung. Der Verlauf der Umstellung auf die Projektion digitaler Bilder, der von Monopolisierungsbestrebungen seitens Hollywoods geprägt ist, gibt dem Leser einen guten Einblick in die aktuellen Auseinandersetzungen. Für den Historiker wird, wenn er es nicht schon wusste, schnell deutlich, dass hier viele Analogien zur Umstellung vom Stummauf den Tonfilm vorhanden sind.

Von den wenigen Ausnahmen abgesehen trägt der Sammelband leider kaum zur aktuellen Diskussion über Kultur und Medien in der digitalisierten Welt bei.

Wolfgang Mühl-Benninghaus

Inka Frederike Brunn

Cache me if you can

Verfassungsrechtliche Aspekte der urheberrechtlichen Einordnung von Suchmaschinen

Baden-Baden: Nomos, 2013. – 386 S.

(Hamburger Schriften zum Medien-, Urheber- und Telekommunikationsrecht; 6)

ISBN 978-3-8487-0214-5

(Zugl.: Hamburg, Univ., Diss., 2012)

I. Suchmaschinen sind für das Auffinden und Priorisieren von Inhalten im Internet unerlässlich geworden. Solche Dienste greifen auf urheberrechtlich geschützte Inhalte zu, indem sie technisch frei im Netz verfügbare und nicht gegen das Auffinden besonders abgesicherte Inhalte vervielfältigen, auf eigenen Servern abspeichern und von dort aus zugänglich machen, oft ohne den Urheber zu benennen. Vervielfältigung, Zugänglichmachung unter unterlassener Namensnennung betreffen Ausschließlichkeitsechte, erfordern daher grundsätzlich Einwilligungen oder Lizenzierungen. Der BGH hat klargestellt, dass Suchmaschinenzugriffe urheberrechtlich relevant und nicht durch Schrankenbestimmungen legalisiert sind. Doch kam das Gericht zu dem Ergebnis, dass derjenige, der seine Inhalte nicht technisch gegen das Auffinden absichert, sein tatsächliches Einverständnis in die suchmaschinentypische Nutzung abgibt (BGH GRUR 2010, 628 – Vorschaubilder I; GRUR 2012, 602 – Vorschaubilder II). So wurde ein Knoten im Informationszugang alexandrinisch gelöst.

II. Eine 2012 an der Universität Hamburg bei Wolfgang Schulz angefertigte Dissertation

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2014-2-277 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY