

## KOMMUNIKATIONSPOLITIK / POLITISCHE KOMMUNIKATION

Marc Raboy/Bernard Dagenais (ed.): *Media, Crisis and Democracy. Mass Media and the Disruption of Social Order.* – London, Newbury Park, New Delhi: Sage Publications 1992, 199 Seiten, £ 10,95.

Der vorliegende Sammelband, den die Herausgeber mit einem zusammenfassenden Überblick einleiten, enthält elf Beiträge verschiedener Autoren: *John Keane, Mustapha Masmoudi, Douglas Kellner, Julian Halliday/Sue Curry Jansen/James Schneider, Karol Jakubowicz, George Gerbner, Peter A. Bruck, Bernard Dagenais, Marc Raboy, Lorna Roth* und *Armand Mattelart/Michèle Mattelart*. Es handelt sich größtenteils um überarbeitete Versionen von Vorträgen bei der internationalen Konferenz »Media and Crisis«. Die Konferenz fand im Oktober 1990 an der Laval University in Québec, Kanada, statt.

Die Autoren stimmen weitgehend darin überein, daß Krisen Zustände darstellen, in denen die soziale Ordnung eines oder mehrerer Staaten bedroht, gefährdet oder sogar zerfallen ist; eine Änderung des Status quo steht hier in Frage und kann erwünscht oder befürchtet werden. Dabei sind sowohl das Urteil über die Notwendigkeit einer Änderung als auch die Etikettierung eines bestimmten Zustands als Krise ideologisch determiniert. Das gleiche gilt für die Etikettierung eines spezifischen Zustands als Normalität. Diese Etikettierungs- und Definitionsfunktion übernehmen in liberalen Demokratien weitgehend die Massenmedien. Mit anderen Worten: Die Massenmedien bestimmen wesentlich, ob eine bestimmte Situation überhaupt als Krise wahrgenommen wird, wobei ihr Einfluß nicht nur die (passiv rezipierenden) Normalbürger, sondern auch die politischen Akteure betrifft.

Die einzelnen Aufsätze kreisen um das Beziehungsgeflecht zwischen Medien, Krisen und staatlichem Handeln. Die Autoren diskutieren sehr unterschiedliche Phänomene des jüngsten Weltgeschehens aus unterschiedlichen Blickwinkeln. Zentral ist hierbei allerdings immer die Zielrichtung auf die Frage, inwiefern die Massenmedien eine demokratische Funktion erfüllen; und das läßt sich gerade in Krisensituationen kritisch beleuchten: Der Krisenberichterstattung selbst kommt – so der Grundtenor der Mehrzahl der Untersuchungen – vielfach ein

krisenkonstituierendes und den Krisenverlauf modifizierendes Moment zu.

Selbst wenn einige Beiträge spekulativ-essayistische Züge aufweisen, bietet der Sammelband einen fundierten Einblick in zum Teil divergierende Betrachtungs- und Interpretationsweisen des Verhältnisses von Massenmedien, Krise und Demokratie. Gerade auch die relativ breite internationale Streuung machen den Reiz dieser Publikation aus.

JOACHIM FRIEDRICH STAAB, Ludwigshafen

Günther Rager/Bernd Weber (Hrsg.): *Publizistische Vielfalt zwischen Markt und Politik.* Mehr Medien – mehr Inhalte? – Düsseldorf, Wien, New York: Econ Verlag 1992, 304 Seiten, DM 29,80.

Der vorliegende Reader umfaßt zwölf Beiträge zu verschiedenen Aspekten des Konzepts der publizistische Vielfalt (insbesondere im deutschen Mediensystem), ergänzt durch einen einleitenden Beitrag der Herausgeber. Im Zentrum des Bandes steht die Frage, inwiefern publizistische Vielfalt im Sinne von Informations- und Meinungsvielfalt gewährleistet ist bzw. gewährleistet werden kann.

*Holger Rust* beschäftigt sich mit den Folgen der internationalen Medienkonzentration, wobei er vor allem drei Gesichtspunkte akzentuiert: die Konzentration diversifizierter Medienmacht auf wenige multinationale Unternehmen, das Engagement branchenfremder Konzerne sowie die Aktivitäten bundesdeutscher Verlage im Ausland und der ehemaligen DDR. *Will Teichert* zeichnet den Prozeß der Regionalisierung des Rundfunks in den letzten Jahren nach, hebt hervor, wie hier Kommerzialisierung und Vermarktungsstrategien hineinwirken und kommt zu einem pessimistischen Resümee: »Die ursprünglichen Ziele könnten nach wie vor Gültigkeit beanspruchen, sind aber von der faktischen Entwicklung zum dualen Rundfunksystem überholt worden.« *Otfried Jarren* reanalysiert die Ergebnisse theoretischer und empirischer Studien zum Beitrag lokaler und sublokaler Printmedien (insbesondere der sogenannten Alternativpresse) zur publizistischen Vielfalt. Hierbei differenziert er