

tur, da der entscheidende Schritt von der Kalligraphie zur Typographie noch nicht gemacht worden sei. *hb*

Hermann Stümpert: *Ist das Radio noch zu retten?* Überlebenstraining für ein vernachlässigtes Medium. – Berlin: uni-edition 2005, 196 Seiten, Eur 19,90.

»Ist das Radio noch zu retten?«, fragt nach beinahe hundertjähriger Radiogeschichte Hermann Stümpert. Der Autor, selbst jahrelang als Journalist und Programmberater im Hörfunk tätig, lässt der Titelfrage die detaillierte Analyse folgen: Moderation, Wortinhalt, Musik, Technik und Vermarktung sind nur einige der Aspekte, die er bei der Diagnose seines »Patienten« berücksichtigt. Sein Fazit: Der Anteil anspruchsvoller Inhalte an den Programmen ist gesunken, auch bieten die Sender neuer Musik wenig Raum. Im Bereich Werbung gliedert sich der deutsche Radiomarkt unübersichtlich. Keine Diagnose ohne Therapie: Vor dem Hintergrund aktueller Medienpolitik, Unternehmensstrukturen, Zielgruppen sowie der Organisation von Vermarktung und Werbung formuliert Stümpert in knappen Punkten seine Ansätze zur »Rettung« des Radios.

*ting*

Rudolf Suntrup/Jan R. Veenstra/Anne Bollmann (Hrsg.): *Medien der Symbolik in Spätmittelalter und Früher Neuzeit*. – Frankfurt am Main etc.: Peter Lang 2005 (= Reihe: Kultureller Wandel vom Mittelalter zur Frühen Neuzeit; Bd. 5), 312 Seiten, Eur 51,50.

Wenn im Symbol eine Sache selbst repräsentiert wird, ist Symbolgeschichte die Geschichte politischer Kommunikation unter höfischen und religiösen Herrschaftsbedürfnissen. Dies wird in

diesem Buch, das aus zwei Arbeitsgesprächen 2001 in Groningen hervorging, besonders dort deutlich, wo sich Legitimitätskrisen abzeichnen, die Erinnerungsarbeit, öffentliche (nicht mehr nur höfische) Aufmerksamkeit und damit Tradierung erforderlich erscheinen lassen. Beispiele dafür sind u. a. die Bücher, die Kaiser Maximilian I. verlegen ließ, oder der gescheiterte Versuch, die Antike für das politische Ziel eines dauerhaften burgundischen Reiches nutzbar zu machen. *hb*

Wilbert Ubbens: *Jahresbibliographie Massenkommunikation 2003*. Systematisches Verzeichnis der im Jahre 2003 innerhalb und außerhalb des Buchhandels veröffentlichten Literatur zu Presse, Rundfunk, Hörfunk, Fernsehen, Film, Tele- und Netzkommunikation und angrenzenden Problemen. – Berlin: Wissenschaftsverlag Volker Spiess 2005, 456 Seiten, Eur 24,50.

Seit 1974 hat Wilbert Ubbens Jahr für Jahr die Titel sämtlicher Monographien und Sammelwerke zum Thema Massenkommunikation zusammengetragen, systematisiert und in seiner »Jahresbibliographie Massenkommunikation« veröffentlicht. Die nun vorliegende 29. Ausgabe der Bibliographie wird die letzte sein. Grund: Der Bearbeiter geht in Rente. Da somit die einzige fachlich umfassende Verzeichnung der Literatur zur Massenkommunikation endet, dürfte es künftig noch schwieriger werden, die Entwicklung des fachlich relevanten Buchmarktes zu beobachten, was zuletzt aufgrund der fortschreitenden thematischen Entgrenzung der Kommunikationsforschung und des verstärkten Abdriftens von Forschungsveröffentlichungen in das Internet schon diffizil genug war. Ob die vorhandenen Online-Plattformen zur Literaturrecherche die Leistungen der »Jahresbibliographie Massenkommunikation« ersetzen können, bleibt abzuwarten.

*tse*