

Günter Giesenfeld

Vorwort

1999

<https://doi.org/10.25969/mediarep/1314>

Veröffentlichungsversion / published version

Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Giesenfeld, Günter: Vorwort. In: *Augen-Blick. Marburger Hefte zur Medienwissenschaft*. Heft 29: Information ist Macht. Medien und politische Strategie der USA (1999), S. 5-5. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/1314>..

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute, or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

Vorwort

Die Medienwissenschaft kann sich nicht dauerhaft darauf beschränken, Filme zu analysieren, Stilformen, narrative Konzepte zu untersuchen, ideologiekritische oder formatbezogene Fernsehforschung zu betreiben und Film, Fernseh- und Mediengeschichte(n) zu schreiben. Auch wenn es um die sogenannten „neuen Medien“ geht, darf sie sich nicht damit begnügen, je nach Temperament euphorische oder apokalyptische Visionen zu evozieren. Es ist an der Zeit, eine medienbezogene Entwicklung zur Kenntnis zu nehmen, die sich im Spannungsfeld von Politik, Wirtschaftsgeschichte und Kriegskunde ereignet.

Die Texte dieses Bandes sind entstanden im Rahmen eines Forschungsseminars, das wir provokativ „US-Medienimperialismus“ genannt haben. Es stellte sich heraus, daß bei dem Versuch, Tendenzen in den USA zu beschreiben, die die Mediengeschichte in ganz anderer, und aktueller Weise beleuchten, die Methoden der Medienwissenschaft nicht hinreichen. Medienpolitik ist ein Untergebiet der Politik, und wir waren gezwungen, wie es so schön heißt, interdisziplinär zu arbeiten. Diese Notwendigkeit hat ihre Spuren in dem Band hinterlassen: Die aktuelle politische Diskussion in den USA und ihre Geschichte mußten aufgearbeitet werden. In ihr spielen die Medien, vor allem die neuen Informations- und Kommunikationstechniken eine große Rolle, die wir wohl noch nicht befriedigend herausfiltern und medienwissenschaftlich analysieren konnten. Es ist daher so etwas wie eine erste Probebohrung in ein Gebirgsmassiv (oder einen Sumpf), das als medienwissenschaftlicher Gegenstand erst erobert werden will.

Günter Giesenfeld