

**Eckart Voigts-Virchow: Introduction to Media Studies**

Stuttgart: Klett Verlag 2005 (UNI-WISSEN – Anglistik / Amerikanistik), 160 S., ISBN 3-12-939612-8, € 9,95

Die von Ansgar Nünning herausgegebene Reihe *UNI-WISSEN - Anglistik / Amerikanistik* des Klett Verlags zielt vorrangig darauf ab, Studenten die Prüfungsvorbereitung zu erleichtern. Eckart Voigts-Virchows in dieser Reihe erschienener Band *Introduction to Media Studies* ist ein Paradebeispiel, wie Fachwissen übersichtlich und lernbar aufbereitet werden kann.

Voigts-Virchow nähert sich dem Fachbereich in sechs Kapiteln an, die sich weitestgehend unabhängig voneinander durcharbeiten lassen. Ein Überblick über die Entwicklung des Gebietes und eine grundlegende Definition dessen, was ‚Media‘ in Media Studies bedeuten kann, machen den Anfang. Es folgt ein historischer Überblick über unterschiedliche Modelle, Schulen und Theorien der Medienwissenschaft, wobei, wie der Autor einschränkend anmerkt, Media Studies immer aus dem Blickfeld der ‚German Anglistik‘ betrachtet wird. Leicht verständlich werden unter anderem die Zusammenhänge von Semiotik und Medienwissenschaft dargelegt und ein kompakter Überblick über die Entwicklung der Cultural Studies und die großen Theoretiker geliefert. Weitere Themen des Bandes sind unter anderem Intermedialität, Intertextualität sowie unterschiedliche Formen der medialen Vermittlung. In seinem Schlusskapitel geht Voigts-Virchow auf jüngere Entwicklungen in den Media Studies ein und betrachtet Neue Medien und Cyberkulturen.

Der Klett Verlag stellt den Anspruch, Studenten mit den Bänden der *UNI-WISSEN*-Reihe eine zielgerichtete Prüfungsvorbereitung zu erleichtern. Diesem wird *Introduction to Media Studies*, nicht zuletzt aufgrund des übersichtlichen Aufbaus, voll und ganz gerecht. Zur schnellen Orientierung werden die wichtigen Schlagworte in Textkästen hervorgehoben, zahlreiche Diagramme und Tabellen fassen Inhalte zusammen und wissen zu veranschaulichen, ein Literaturverzeichnis von beeindruckendem Umfang schließt den Band ab. Hierin zeigt sich jedoch auch, was der Band nicht ist: leicht verdauliche Nachttisch-Lektüre. *Introduction to Media Studies* ist eine zu jeder Zeit lohnende Tour de Force durch den Fachbereich, gespickt mit universitärem Insider-Wissen über Graduiertenkollegs und aktuelle Forschungsprojekte. Vor allem Studierende der Anglistik-Studiengänge sollten nach gründlicher Lektüre des Bandes einen Überblick über die wichtigsten medienwissenschaftlichen Ansätze, aber auch über die Schlüsselthemen neuester Debatten des Gebiets haben und beruhigt in die Prüfung gehen können.

Joachim Kläschen (Kiel)

## Hinweise

- Grimm, Petra, Rafael Capurro (Hg.): Tugenden der Medienkultur. Zu Sinn und Sinnverlust tugendhaften Handelns in der medialen Kommunikation. Medienethik, Bd.5, Stuttgart 2005, 182 S., ISBN 3-515-08799-0
- Huber, Nathalie, Michael Meyen (Hg.): Medien im Alltag. Qualitative Studien zu Nutzungsmotiven und zur Bedeutung von Medienangeboten. Mediennutzung, Bd.7, Münster 2006, 296 S., ISBN 3-8258-9234-4
- Meister, Carolin: Legenden. Zur Sichtbarkeit der Bildbeschreibung. Berlin 2006, 224 S., ISBN 3-935300-96-4
- Nancy, Jean-Luc: Am Grund der Bilder. Berlin 2006, 176 S., ISBN 3-935300-51-4
- Rancière, Jacques: Politik der Bilder. Berlin 2006, 196 S., ISBN 3-935300-65-4
- Sachs-Hombach, Klaus, Jörg R. Schirra: Einführung in die Bildphilosophie. Eine morphologisch-semantische Propädeutik. Köln 2007, ISBN 3-938258-25-X
- Schanze, Helmut, Gregor Schwering, Gerhard Rusch: Theorien der Neuen Medien. Kino - Radio - Fernsehen - Computer. UTB 2840, München 2006, 416 S., ISBN 3-8252-2840-1
- Treibel, Annette, Maja S. Maier, Aven Kommer, Manuela Welzel (Hg.): Gender medienkompetent. Wiesbaden 2006, 352 S., ISBN 3-531-14931-8, € 34,90