

Medienwirtschaft

LEXIKA

- 05-2-310** **Gabler, Lexikon Medienwirtschaft** : [A - Z] / hrsg. von Insa Sjurts. - 1. Aufl. - Wiesbaden : Gabler, 2004. - XVIII, 676 S. : graph. Darst. ; 24 cm. - ISBN 3-409-12451-9 : EUR 69.00
[8394]

Die Herausgeberin hat dem Lexikon ein sehr systematisch ausgebildetes Schema zugrunde gelegt, das Grundbegriffe der Medienwirtschaft in Contentproduktion (Buch, Nachrichten, Musik, Film), Contentkombination (Zeitung, Zeitschrift, Hörfunk, Fernsehen) und Vertrieb von Medienprodukten (Print, Rundfunk, E-Commerce und M-Commerce) mit Aspekten der Betriebswirtschaftslehre, Volkswirtschaftslehre, Medien- und Kommunikationswissenschaft, Rechtswissenschaft und Technikwissenschaft in einer Matrix-Figur kombiniert (Vorwort, S. V). Man mag diesem Schema etwas ratlos gegenüberstehen, aber es vereinigt eine umfassende Zusammenschau aller gängigen Aspekte der Medienwirtschaft unter Hinzufügung von Grundbegriffen der Volks- und Betriebswirtschaftslehre. Dieses weitläufige Feld wird durch ca. 1600 Artikel und mehr als 1300 Verweisungen erschlossen; 54 Mitarbeiter ordnen sich den Feldern oder Teilbereichen der Felder des Schemas zu, der Umfang ihrer Mitarbeit wird allerdings nicht ganz deutlich, da nur etwa 250 Artikel gezeichnet sind (unter anderem auch von der Herausgeberin) und die Verfasserschaft für die große Mehrheit der Beiträge nicht ausgewiesen wird. Die Artikel sind von sehr unterschiedlichem Umfang, umfassen 3 bis 4 Zeilen oder auch 4 bis 5 Seiten im zweispaltigen Satz, wobei offensichtlich verschiedene Umfangstypen vorgegeben worden sind. Das Inhaltsniveau ist sachlich und wissenschaftlich, ungefähr 250 Artikel – gezeichnete und ungezeichnete – bieten auch Literaturangaben, gelegentlich werden Tabellen und Graphiken zur Erläuterung herangezogen, durch interne Verweisungen sind die Artikel auch untereinander verknüpft. Bei aller Dominanz der medienökonomischen Inhalte ist das Lexikon auch für NichtökonomInnen faßbar, allerdings strahlen die Artikel zu ökonomischen Grundbegriffen die Aura hermetischer Wissenschaftlichkeit aus. Da aber, wie oben angedeutet, den ökonomischen Aspekten andere wissenschaftliche Zugangsweisen nebengeordnet werden, bietet das Lexikon weit mehr als „nur“ Medienökonomie. Nicht nur den Studenten des Fachgebiets Medienmanagement der „Hamburg Media School“ hat dessen wissenschaftliche Leiterin, so die derzeitige Funktion von Insa Sjurts, ein ihr Studiengebiet weit umfassendes Fachlexikon aufgebaut, sondern allen Interessierten aus Ausbildung, Wissenschaft und Praxis, die sich auf sachlich-wissenschaftlichem Niveau über die ökonomische Seite der Medien informieren wollen, - daß alle darüber hinaus Weiteres zur Organisation und Funktion von Medien erfahren, ist dem Thema angemessen.

Wilbert Ubbens

QUELLE

Informationsmittel (IFB) : digitales Rezensionsorgan für Bibliothek und Wissenschaft

<http://www.bsz-bw.de/ifb>