

kontrollaufgaben am Ende (die üblicherweise „Lösungen“ im Anhang bekommen), durch kompakte Quintessenzen nach jedem Abschnitt, durch gekennzeichnete Kästen zu exemplarischen und nationalen Besonderheiten und symptomatischen Studien, durch Tabellen und Grafiken sowie empfohlene und annotierte Literatur zu jedem Kapitel. Wünschenswert wäre nur noch ein Sachregister gewesen, um die oftmals verstreuten Zusammenhänge und vielen Abkürzungen leichter zu finden. Aber dieses Manko tut dieser überragenden, kompetenten Arbeit, die im deutschen Sprachraum einzigartig ist, keinen Abbruch.

Prof. i. R. Dr. Hans-Dieter Kübler

## 2.

**Lutz Hachmeister/Christian Wagener/Till Wäscher:**

*Wer beherrscht die Medien? Die 50 größten Medien- und Wissenskonzerne der Welt. 2.,* völlig aktualisierte Auflage. Köln 2022: Herbert von Halem. 446 Seiten, 25,00 Euro

### **Die 50 größten Medien- und Wissenskonzerne der Welt**

Mit einem neuen Vorwort versehen, bieten die Autoren in dem Buch einen Einblick in die 50 größten Medien- und Wissenskonzerne der Welt. Die Einträge zu den Unternehmen gliedern sich in Basisdaten, Umsatzzahlen, Management, Geschäftsfelder und aktuelle Entwicklungen. Als Medien- und Wissenskonzerne gelten Unternehmen, „die publizistische Inhalte in Massenmedien verantwortlich erstellen und/oder verbreiten sowie maßgebliche Teile ihres Umsatzes mit Erlösen aus Rechten/Lizenzen und/oder Werbung erzielen und nicht als reine Telekommunikations- oder Technikprovider auftreten. Ferner berücksichtigen wir Konzerne, die durch Produktion und/oder Distribution maßgeblichen Einfluss auf die kommunikative Umwelt eines breiten Publikums haben“ (S. 19). Die Geschäftsfelder erstrecken sich auf die Produktion und Distribution von Film und Fernsehen, Social Media, Streaming, Print, Radio, Musik und Games.

Im Vergleich zur 1. Auflage werden die Verschiebungen in der globalen Medienwelt deutlich. In die Phalanx der klassischen Print-, Film- und Fernsehkonzerne sind mittlerweile die sogenannten Wissenskonzerne eingedrungen wie z.B. der Mutterkonzern von Google, Alphabet, der auf Platz eins liegt, oder der Mutterkonzern von Facebook und Instagram, Meta, auf Platz drei. Außerdem zeigt sich, dass die Medienwelt von heute hauptsächlich von US-amerikanischen und chinesischen Konzernen beherrscht wird. Europäische Firmen wie Bertelsmann und die französische Vivendi tauchen erst auf den Plätzen 19 und 20 der Liste auf.

Der Band weckt das Verständnis für die Entwicklungen im globalen Medienmarkt und macht deutlich, wie sehr ehemals getrennte Geschäftsfelder zusammengewachsen sind bzw. sich nicht mehr trennscharf unterscheiden lassen. Die Zahlen im Buch beziehen sich auf das Jahr 2020. Da ist es sinnvoll, dass die Liste jedes Jahr online aktualisiert wird. Die aktuellen Daten für die 100 größten Medienkonzerne der Welt finden sich auf [www.mediadb.eu](http://www.mediadb.eu).

Prof. i. R. Dr. Lothar Mikos

## 3.

**Nils B. Schulz:**

*Kritik und Verantwortung. Irrwege der Digitalisierung und Perspektiven einer lebendigen Pädagogik.* München 2023: Claudius. 152 Seiten, 20,00 Euro

### **Irrwege und Perspektiven der Digitalisierung**

Der gut lesbare Essay ist in fünf Kapitel unterteilt und aus der Innenperspektive eines Lehrers verfasst, der seit Jahren die Digitalisierung kritisch begleitet und selbst einen Kurs Medientheorie an seinem Berliner Gymnasium etabliert hat. Es beginnt mit einer Sprachkritik zur Digitalisierungsagenda im Bildungsbereich; im Blick ist vor allem das Strategiepapier der Kultusministerkonferenz (KMK) und seine Ergänzung aus dem Jahr 2021. In Sprache und Schulpraxis werde der EdTech kritiklos Einzug gewährt und zur digitalen Disruption der Schule keine Alternative gelassen. Digitale Medien im Klassenzimmer, so die zentrale pädagogische Position des Autors, trügen neben anderen Trends eines neo-liberalen „Change Managements“, z.B. der Kompetenzorientierung, zu einer ungunstigen Veränderung der Lehrerrolle bei. Als „Coachs“ und „Arrangeure“ digitaler Lernumgebungen und Tools gäben LehrerInnen die pädagogische Verantwortung ab. Das führe letztlich zum Verlust der Beziehung zwischen Lernenden und Lehrenden. Begeisterte und begeisternde Lehrkräfte, die strukturierten Unterricht verantworten und offene Begegnungen auch mit Widersprüchen ermöglichen, seien unabdingbare Voraussetzungen schulischen Lernens. Schüler seien Menschen und nicht eine Summe von Einzelkompetenzen, die digital überprüft werden könne. An einigen Stellen des Buches drängt sich der Eindruck auf, der Autor summiere alle Paradoxien der Digitalisierung und formuliere daraus Bedenken (Kapitel 4). Dennoch sollte man seine nachdenkliche Kritik nicht als unzeitgemäß abtun, sondern sich auf den Reflexionsprozess einlassen. Schule kann und muss Medienmündigkeit fördern, um „digitale Medien achtsam, selbstbestimmt, bewusst, in kritischer Distanz und zeitsouverän zu nutzen“ (S. 105). Allerdings könne man diese Mündigkeit erst von jungen Menschen ab etwa 12 Jahren erwarten und