

**A ALLGEMEINES**

**AR MEDIEN**

**Medienwissenschaft**

**HANDBUCH**

- 14-2** *Handbuch Medienwissenschaft* / hrsg. von Jens Schröter. Unter Mitarb. von Simon Ruschmeyer und Elisabeth Walke. - Stuttgart ; Weimar : Metzler, 2014. - VI, 571 S. : graph. Darst. ; 25 cm. - ISBN 978-3-476-02412-1 : EUR 49.95  
[**#3581**]

Medienwissenschaft und Medientheorie sind wichtige interdisziplinäre Forschungsfelder, doch besteht wenig Einigkeit darüber, was wirklich ihr Gebiet oder Gegenstand ist.<sup>1</sup> Denn über eine Definition des zugrundeliegenden Begriffs – Medium – gibt es schon konkurrierende Vorstellungen, ja manche (medien-)theoretischen Ansätze wollen gar auf den Begriff des Mediums überhaupt verzichten, und zwar zugunsten einer Vorstellung von Medialität als eines prozeßhaften Phänomens, wie es etwa Dieter Mersch vorgeschlagen hat (S. 170).<sup>2</sup> Medienspezifische Fragen sind jedenfalls, wie immer man sich dazu stellen mag, für alle Bereiche der Kommunikations-, Sozial- und Kulturwissenschaften von Bedeutung und Medialität ist zweifellos ein Grundbegriff der aktuellen Forschung, weshalb ein Handbuch wie das nun vom Metzler-Verlag vorgelegte, das von dem Siegener Medienwissenschaftler Jens Schröter herausgegeben wurde, von großem Wert ist. Es ergänzt als umfangreiches Kompendium die kürzeren Einführungen in die Medientheorie und Medienwissenschaft, von denen jeder Interessierte sicherlich mehrere lesen sollte – schon weil die theoretischen Ansätze und Auswahlkriterien sich stark unterscheiden können.

Der Band<sup>3</sup> gliedert sich in vier große Teile, die insgesamt eine Fülle an Informationen bereitstellen, auf die man öfters dankbar zurückgreifen wird. Der erste, recht knappe Teil ist dem *Medienbegriff* selbst und der *Medienwissenschaft* gewidmet. Man mag eine gewisse Paradoxie darin sehen, daß

---

<sup>1</sup> Einführend siehe z.B. *Theorien der Medien* : von der Kulturkritik bis zum Konstruktivismus / Stefan Weber (Hrsg.). - 2., überarb. Aufl. - Konstanz : UVK-Verlagsgesellschaft, 2010. - 331 S. : Ill., graph. Darst. ; 22 cm. - (UTB ; 2424 : Medien- und Kommunikationswissenschaft, Literaturwissenschaft). - ISBN 978-3-8252-2424-0 : EUR 24.90 [#1191]. - Rez.: **IFB 12-2**

<http://ifb.bsz-bw.de/bsz307253341rez-1.pdf>

<sup>2</sup> Siehe auch *Medientheorien zur Einführung* / Dieter Mersch. - 2. Aufl. - Hamburg : Junius, 2009. - 250 S. ; 17 cm. - (Zur Einführung ; 318). - ISBN 978-3-88506-618-7 : EUR 14.90 [#0409]. - Rez.: **IFB 09-1/2** <http://ifb.bsz-bw.de/bsz313873593rez-2.pdf>

<sup>3</sup> Inhaltsverzeichnis: <http://d-nb.info/1034271962/04>

das Medium zwar Wahrnehmung ermögliche, sich aber selbst der Wahrnehmung entziehe (falls das überhaupt stimmt ...!) und so „eine exakte wissenschaftliche Begriffsbestimmung äußerst schwierig, wenn nicht unmöglich“ ist (S. 20). Man könnte dies als einen mißlichen Umstand deuten, wenn die Medienwissenschaft selbst gar nicht genau sagen kann, was ein Medium, also der Gegenstand ihrer Forschung ist. Doch verhält es sich auch ähnlich mit andern Grundbegriffen verschiedener Wissenschaften, wie Leben, Text, Gesellschaft, so daß man vielleicht damit leben könnte. Es wird dann aber auch deutlich, daß derartige Skepsis gegenüber einer angemessenen präzisen Begriffsbestimmung selbst von philosophischen oder metaphysischen Annahmen abhängt, die problematisch bzw. nicht überzeugend sind. Das angeblich „der genauen Beobachtung nicht zugängliche Medium“ ähnele der Sprache, „die sich – zumindest in der Tradition beispielsweise der Heideggerschen Sprachphilosophie – ebenfalls einer Thematisierung entzieht, weil die Reflexion der Sprache immer nur im Sprachmedium selbst möglich ist“ (S. 20). Unabhängig davon, was aus sprachwissenschaftlicher Sicht von Heideggers Sprachdenken zu halten ist (nämlich eher nichts<sup>4</sup>) – daß sich die Sprache der „Thematisierung“ entzöge, ist nun wirklich nicht korrekt, weder empirisch noch theoretisch. Im Gegenteil – sie wird in vielen Zusammenhängen thematisiert, so daß man allerdings auch gegenüber dem analogen Argument skeptisch gestimmt wird, das Medium lasse sich nicht beobachten. Tatsächlich aber ist nicht einzusehen, weshalb dies stimmen sollte. Wie auch immer – die Medienwissenschaft ist jedenfalls mit grundlegenden philosophischen Problemen behaftet, über die nachgedacht werden muß. Und dazu kann das vorliegende Buch tatsächlich einen guten Beitrag leisten. Denn es stellt im zweiten Teil immerhin 23 verschiedenen *Medientheorien* vor, über deren Vereinbarkeit sicher lange Diskussionen geführt werden könnten. Beginnend mit sogenannten impliziten Medientheorien in der Philosophie von Platon und Aristoteles an, sowie mit klassischen Ansätzen wie der Semiotik und der Dekonstruktion, bietet das Handbuch konzise Lemmata zur phänomenologischen Medientheorien, zur kanadischen Schule u.a. von Innis, McLuhan, Havelock und Ong, zu marxistischen, kritischen, postmodernen systemtheoretischen, psychoanalytischen Medientheorien bis hin zu Medientheorien der Medien selbst. Der dritte Teil bietet eine umfassende Darstellung zu *Einzelmedien*, was etwas disparat erscheinen könnte, doch wird hier alles abgedeckt, was wohl dazu gehört, von den klassischen Printmedien bis hin zu den neuesten elektronischen Mobilgeräten.<sup>5</sup> Alle mit Zwischenüberschriften gegliederten

---

<sup>4</sup> ***Pseudodoxia philologica*** : verbreitete Irrtümer und abwegige Einzelfälle in der englischen Philologie ; mit einem Essay über die Sprache Heideggers / Ewald Standop. - Trier : Wissenschaftlicher Verlag Trier, 2011. - XII, 178 S. : graph. Darst. ; 21 cm. - (Studien zur anglistischen Literatur- und Sprachwissenschaft ; 38). - ISBN 978-3-86821-321-8 : EUR 21.50. - Hier S. 132 - 150.

<sup>5</sup> Zu einem Teilbereich liegt ebenfalls ein neues Handbuch vor. Siehe ***Handbuch Medien der Literatur*** / hrsg. von Natalie Binczek ... - Berlin [u.a.] : De Gruyter, 2013. - X, 596 S. : Ill., graph. Darst. ; 24 cm. - (De-Gruyter-Reference). - ISBN 978-3-11-020493-3 : EUR 149.95 [#3444]. - Rez.: **IFB 14-1**

Lemmata schließen mit ausführlichen Literaturlisten, die für den weiteren Einstieg in das Thema höchst nützlich sind.

Ein vierter Teil verhandelt sogenannte *Schnittstellen*, worunter man sich zunächst nicht so recht etwas vorstellen kann, aber man hätte genauso gut von Disziplinen oder Fächern reden können, in denen Medien und Medialität thematisiert werden (können). Hier finden sich einerseits klassische Fächer wie Theologie, Literaturwissenschaft, Sprachwissenschaft, Theaterwissenschaft oder Politikwissenschaft. Zum andern aber auch medien spezifische Fächer wie Medienökonomie, -soziologie, -psychologie, -informatik, während Medienunternehmen, die auch berücksichtigt werden, sich hier eher schlecht einordnen lassen.

Blickt man in das Register (nur für Personen, nicht für Begriffe), fällt sofort ins Auge, welche Autoren die höchste Referenzdichte haben. Man mag es vielleicht überraschend finden, daß am häufigsten auf Marshall McLuhan verwiesen wird, obwohl doch seine Theorien vielfach schon vor Jahrzehnten für erledigt angesehen worden waren.<sup>6</sup> Des weiteren seien genannt Adorno, Benjamin, Derrida, Foucault, Friedrich Kittler, Bruno Latour, Niklas Luhmann – es wäre interessant zu erfahren, ob dies ein spezifisch deutsches Phänomen ist oder auch darüber hinaus Gültigkeit beanspruchen kann (vgl. S. 9). Wie auch immer – wer sich lehrend oder wissenschaftlich forschend mit medienwissenschaftlichen Fragen befaßt, tut gut daran, sich das vorliegende Handbuch in die Arbeitsbibliothek zu stellen. Für die Lehrbuchsammlung bzw. die Präsenzbibliothek der Seminarbibliotheken in den Kulturwissenschaften sollte das Handbuch auf jeden Fall angeschafft werden. Denn es enthält viel Stoff zum Nachdenken und Nachlesen.

Till Kinzel

#### QUELLE

**Informationsmittel (IFB)** : digitales Rezensionsorgan für Bibliothek und Wissenschaft

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

<http://ifb.bsz-bw.de/bsz391530151rez-1.pdf>

---

<http://ifb.bsz-bw.de/bsz394160509rez-1.pdf>

<sup>6</sup> Siehe zu McLuhan etwa **Marshall McLuhan** : eine Einführung / Sven Grampp. - Konstanz : UVK-Verlagsgesellschaft, 2011. - 227 S. : Ill. ; 22 cm. - (UTB ; 3570 : Medien- und Kommunikationswissenschaft, Kunst, Kultur). - ISBN 978-3-8252-3570-3 : EUR 19.90 [#2355]. - Rez.: **IFB 12-2**

<http://ifb.bsz-bw.de/bsz346319978rez-1.pdf> - **Marshall McLuhan** : eine Biographie / Douglas Coupland. Aus dem Amerikanischen von Nicolai von Schweder-Schreiner. - Stuttgart : Tropen, 2011. - 221 S. ; 22 cm. - (Tropen-Sachbuch). - Einheitssacht.: Marshall McLuhan <dt.>. - ISBN 978-3-608-50306-7 : EUR 18.95 [#1983]. - Rez.: **IFB 11-3** <http://ifb.bsz-bw.de/bsz337888469rez-1.pdf> - **Theories of communication** / Eric McLuhan and Marshall McLuhan. - New York, NY ; Frankfurt am Main [u.a.] : Lang, 2011. - XIV, 253 S. : graph. Darst. ; 23 cm. - ISBN 978-1-433-11212-6 (pb) : EUR 25.50 - ISBN 978-1-433-11213-3 (hb) : EUR 103.30 [#2214]. - Rez.: **IFB 11-3** <http://ifb.bsz-bw.de/bsz337024111rez-1.pdf>