



Ute Planert (Hrsg.):
Todesarten. Sterben in Kultur und Geschichte. Köln 2023: Böhlaus. 312 Seiten, 49,00 Euro

Todesarten

Historiker, Kultur- und Medienwissenschaftler sowie Philosophen setzen sich mit verschiedenen Todesarten in Kultur und Geschichte auseinander. In ihrem einführenden Beitrag weist die Herausgeberin Ute Planert darauf hin, dass der Tod in unserer Gesellschaft nicht mehr nur verdrängt wird, sondern vor allem in medialen und virtuellen Welten sehr präsent ist, sodass „man von der Veralltäglichen des Todes in der Gegenwart sprechen“ müsse (S. 15). Tod und Sterben gehören zusammen und sind immer kulturabhängig. Das zeigt sich im Beitrag von Mira Menzfeld. Während das Sterben in Finnland und Deutschland vor dem Tod beginnt (präexitales Sterben), beginnt es in China erst nach dem Tod (postexitales Sterben) (vgl. S. 271). Es wird deutlich: Tod ist nicht gleich Tod und Sterben nicht gleich Sterben.

Auf die Kontextabhängigkeit von medialen Toden weist der Musikwissenschaftler Frank Hentschel in seinem Beitrag über die Filmmusik zu zwei Tötungsszenen in den Vietnam-Kriegsfilmen *Platoon* und *Full Metal Jacket* hin. Das Sterben und der Tod können unterschiedlich gestaltet sein. Dabei verdeutlicht die Filmmusik nicht nur die Vorgänge im Bild, sondern kann „auch weitergehende religiöse, kulturelle und politische Subtexte transportieren“ (S. 256). Während Benjamin Beil in seinem Beitrag die Flüchtigkeit des Todes in Computerspielen betont, da er immer wiederholbar oder durch einen Restart rückholbar ist, befasst sich Caroline Helmus mit den Ideen der Cyberwelt, das Leben künstlich zu verlängern, auch unabhängig vom Körper. Dabei geht es vor allem darum, das menschliche Bewusstsein digital für ein posthumanes Leben nachzubilden (vgl. S. 298).

Der Band bietet einen guten Überblick über verschiedene Konzepte des Sterbens und des Todes und weckt Verständnis für deren Abhängigkeit von kulturellen Kontexten.

Prof. i. R. Dr. Lothar Mikos



Sabine Schiffer:
Die Darstellung des Islams in den Medien. Sprache, Bilder, Suggestionen. Eine Auswahl von Techniken und Beispielen. Baden-Baden 2023²: Ergon. 342 Seiten, 79,00 Euro

Islamdarstellungen

Die Sprachwissenschaftlerin Sabine Schiffer befasst sich mit der Darstellung des Islams in den Medien. Hauptsächlich geht es ihr um die Presseberichterstattung. Das Thema liegt in ihrer wissenschaftlichen Biografie begründet und ist mit einem medienpädagogischen Anliegen verknüpft. Ausgangspunkt ist die Frage: „Wie ist es möglich, dass 1,2 Mrd. Menschen, die in verschiedenen Erdteilen und Ländern der Welt mit unterschiedlichsten politischen Systemen leben, die mal regierungspolitisch beteiligt sind, mal einer *Minderheit* angehören, deren soziokulturelle Umfelder heterogen sind, die auf dem Land leben oder in der Stadt, die reich oder arm sind, die modern ausgerichtet sind oder eher konservativen Werten anhängen, die ihre Religion – den Islam – im Alltag praktizieren oder nicht, deren Bildungsgrad sehr unterschiedlich ist usw., zunehmend als *homogene Masse* – als aggressiv, frauenfeindlich, rückschrittlich und bedrohlich – wahrgenommen werden?“ (S. 14, H.i.O.) Der Beantwortung dieser Frage versucht die Autorin mit ihrem eigenen medienanalytischen Ansatz näher zu kommen, indem sie Bild-Bild-Relationen, Bild-Text-Relationen und Text-Text-Relationen untersucht. Vor allem durch die Gestaltung der Titelseiten und des Layouts werde vereinfacht kommuniziert, dass der Islam vor allem Gewalt, Bedrohung und Rückschritt bedeute. Damit werde „das differenzierende Potenzial der Artikel [...] geradezu unterdrückt“ (S. 129). Da sich das gesellschaftliche Wahrnehmung und das Alltagsverständnis des Publikums auswirke, sei es wichtig, die Mediendarstellungen kritisch zu sehen.

Prof. i. R. Dr. Lothar Mikos

Außerdem auf mediendiskurs.online:

Dennis Henkel (Hrsg.):
Demenz im Film. Wie das Kino vergessen lernte. Berlin 2023: Springer Nature. 278 Seiten, 29,99 Euro

Reinhold Zwick/Joachim Valentin/Viera Pirker (Hrsg.):
Abschiede und Aufbrüche. Das Alter im Film. Marburg 2024: Schüren. 312 Seiten, 32,00 Euro