

Neuere Medienlexika

Wenn Wissenschaften ihr einschlägiges Wissen, ihre Begrifflichkeiten und analytischen Befunde für einigermaßen konsolidiert erachten oder zumindest avisieren wollen, dass sie auf dem Weg dahin sind und Anfängern sowie Außenstehenden einen verlässlichen und schnellen Überblick darüber verschaffen wollen, werden Fachlexika verfasst – entweder in Kooperation mit vielen Wissenschaftlern, um Breite und Pluralität zu garantieren, oder auch manchmal in der Herkulesarbeit eines Einzelnen, der damit seine Sicht der Dinge gewissermaßen kanonisieren will. Auch die moderne Kommunikations- und Medienwissenschaft verfügt bereits über solche Fachlexika, und so macht es neugierig, wenn gerade in letzter Zeit neue auf sich aufmerksam machen. Standardwerk für die sozialwissenschaftliche Publizistik- und Kommunikationswissenschaft – viele sagen auch: mit unübersehbarer Mainzer Ausprägung – ist nach wie vor das *Fischer-Lexikon Publizistik Massenkommunikation* (erstmalig 1971), ursprünglich vornehmlich von E. Noelle-Neumann, dann auch von ihren Schülern W. Schulz und J. Wilke herausgegeben, mit seiner letzten Auflage von 2002 – auf eine Aktualisierung darf man gespannt sein.

Diesem Werk stellten die Dortmunder Wissenschaftler K. Koszyk und K. H. Pruys 1969 und dann 1981 zweimal bei dtv zunächst ein *Wörterbuch zur Publizistik* und dann ein *Handbuch der Massenkommunikation* gegenüber.

Die sich aus den Philologien, auch anfangs in Opposition zur

Publizistikwissenschaft entwickelnde Medienwissenschaft präsentierte der inzwischen in Lüneburg lehrende Medienwissenschaftler Werner Faulstich zunächst in *Kritische Stichwörter zur Medienwissenschaft* (1979), aus denen sich seit 1998 das *Grundwissen Medien* entwickelte, das 2004 in „fünfter, vollständig überarbeiteter und erheblich erweiterter Auflage“ erschienen und mithin zum Standardwerk für alle medienwissenschaftlich Interessierten geworden ist. In ihm verknüpft Faulstich zwei Publikationsformen, nämlich Handbuch und Fachlexikon. Im ersten Teil, mit dem Universallabel „Medium“ überschrieben, skizziert der Herausgeber und Autor aus seiner Sicht wichtige inhaltliche Bereiche und Disziplinen, die sich übergreifend auf Medien beziehen bzw. sich mit ihnen befassen – angefangen von Medientheorie im Allgemeinen und Speziellen, über Medien-geschichte, -ökonomie, -politik, -recht-, -psychologie, -ethik, -ästhetik bis hin zu Medienkultur. Die Medienpädagogik klammert er mit Verweis auf ein anderes, inzwischen auch schon in vierter Auflage erschienenen Fachlexikon (*Grundbegriffe Medienpädagogik* [2005]) aus. Es werden jeweils die gebräuchlichsten Definitionen und Fachverständnisse aufgeführt und danach einzelne Aspekte erklärt. Faulstich ist bekannt für seine dezidierten, teils auch pointierten Auffassungen – schon beim Medienbegriff, erst recht aber bei der Mediengeschichte, die für ihn mit den „Menschmedien“ vor 40.000 Jahren bis ca. 2.500 vor Beginn unserer Zeitrechnung beginnt, die er in vier große Phasen bis über das Jahr 2000 hinaus untergliedert und in einer umfäng-

lichen, inzwischen fünfbändigen Mediengeschichte entfaltet (der letzte Band fehlt noch). Im *Grundwissen Medien* wird sie in Kurzfassung geboten, ebenso wie in einer gerade herausgebrachten Studienausgabe (2006). Bisher hat sich noch kaum jemand intensiv mit dieser umfassenden historiographischen Sichtweise auseinandergesetzt. Beeindruckend ist in jedem Fall die Fülle der Literatur und Quellen, die Faulstich jedes Mal verarbeitet und die ihn wohl als einen der belesensten und kundigsten Medienwissenschaftler auszeichnet, bei dem es sich lohnt, sich mit seinen auch mitunter eigenwilligen Positionen zu beschäftigen. Der zweite Teil ist lexikonartig den Einzelmedien gewidmet, die Faulstich als solche akzeptiert und die etwa mit „Blatt“ und „Brief“ – um nur die ersten zu nennen – über die herkömmliche Definition von öffentlichen Medien hinausgeht. Es werden von verschiedenen Autoren jeweils die wichtigsten Aspekte entsprechend dem klassischen Kommunikationsmodell behandelt: also Definition, Geschichte, Technik, Produktion, Formen und Inhalte, Rezeption, Funktion und Wirkungen. Ausführliche Literaturhinweise und ein Sachregister zum gesamten Buch erhöhen den Informationswert. Natürlich veralten am schnellsten die empirischen Angaben, aber immer noch geben die einzelnen Artikel im Umfang von etwa 20 Seiten sehr verlässlich, informativ und strukturiert Auskunft über das jeweilige Medium. Weitere Auflagen dürften daher folgen. Ein ungleich differenzierteres und wohl auch ambitionierteres Lexikon zur Medientheorie und Medienwissenschaft, an dem fast 80 Wissenschaftler mitgear-

beitet haben und das über 400 Stichwörter – sowohl zu Sachverhalten wie auch zu Personen – enthält, hat 2002 übrigens Faulstichs ehemaliger Siegener Kollege Manfred Schanze herausgebracht.

Diese Publikationen ließen wohl die Kommunikations- und Publizistikwissenschaftler nicht ruhen, so dass sie aus ihrer Sicht gleich zwei Lexika nachschoben – eines unter der Federführung von Hamburger Journalistikwissenschaftlern, nämlich von S. Weischenberg, H.-J. Kleinsteuber und B. Pörksen (*Handbuch Journalismus und Medien* [2005]), das andere in der Gemeinschaftsherausgabe von G. Bentele (Leipzig), H.-B. Brosius (München) und O. Jarren (Zürich): *Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft* (2005) und in der Reihe „Studienbücher“ gedacht als Ergänzung zum 2003 ebenfalls von diesen Herausgebern vorgelegten *Handbuch Öffentliche Kommunikation*.

Auch die Hamburger scheuen sich etwas vollmundig nicht vor dem Vergleich mit klassischen Enzyklopädievorbildern, obwohl sie ja nur ein Fachlexikon mit dem Schwerpunkt auf Journalismus und Journalistik vorgelegt haben. Immerhin beinhalten die 114 alphabetisch angeordneten Beiträge, verfasst von etwa 100 Autoren, Klärungen von Schlüsselbegriffen, befassen sich mit einzelnen Medien, ihren diversen Formen, Formaten und Inhalten, mit theoretischen Ansätzen, einzelnen Aspekten und liefern auch – was neu ist – medienbezogene Informationen über relevante Regionen und Länder. Aufgebaut sind die Artikel nach einem festen Schema: Definition, historische Einordnung, Forschung, Ausblick und



Werner Faulstich (Hrsg.): *Grundwissen Medien*. 5., vollständig überarb. und erheblich erweiterte Auflage. Paderborn 2004: Fink (UTB). 518 Seiten m. 4 Abb. u. 33 Tab., 37,90 Euro

Siegfried Weischenberg/ Hans. J. Kleinsteuber/ Bernhard Pörksen (Hrsg.): *Handbuch Journalismus und Medien*. Konstanz 2005: UVK. 500 Seiten, 34,90 Euro



Günter Bentele/ Hans-Bernd Brosius/ Otfried Jarren (Hrsg.): *Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft*. Wiesbaden 2006: Verlag für Sozialwissenschaften. 337 Seiten, 29,90 Euro



Alexander Roesler/ Bernd Stiegler (Hrsg.): *Grundbegriffe der Medientheorie*. Paderborn 2005: Fink (UTB). 266 Seiten, 14,90 Euro

Literatur:

Bentele, G./Brosius, H.-B./Jarren, O. (Hrsg.):
Öffentliche Kommunikation. Handbuch Kommunikations- und Medienwissenschaft. Wiesbaden 2003

Faulstich, W. (Hrsg.):
Kritische Stichwörter zur Medienwissenschaft. München 1979

Faulstich, W.:
Die Geschichte der Medien [bislang 5 Bände]. Göttingen 1996, 1997, 1998, 2002, 2004

Faulstich, W.:
Mediengeschichte von den Anfängen bis ins 3. Jahrtausend [2 Bände]. Göttingen 2006

Hüther, J./Schorb, B. (Hrsg.):
Grundbegriffe Medienpädagogik. 4., vollständig neu konzipierte Auflage München 2005

Koszyk, K./Pruys, K. H. (Hrsg.):
dtv-Wörterbuch zur Publizistik. München 1969

Koszyk, K./Pruys, K. H. (Hrsg.):
Handbuch Massenkommunikation. München 1981

Noelle-Neumann, E./Schulz, W./Wilke, J. (Hrsg.):
Fischer-Lexikon Publizistik Massenkommunikation. Frankfurt am Main 2002

Schanze, H. (Hrsg.):
Metzler-Lexikon Medientheorie – Medienwissenschaft. Ansätze – Personen – Grundbegriffe. Stuttgart und Weimar 2002

Bewertung. Am Ende sind sie mit einigen relevanten Literaturhinweisen versehen, so dass die Orientierung erleichtert wird. Leider fehlen ein Inhaltsverzeichnis am Anfang und ein Sachregister am Ende. Nur in den Texten selbst finden sich Querverweise. Da man auch an die Praktiker gedacht hat, sind die Artikel in der Regel recht verständlich und sachlich neutral geschrieben – ohne wissenschaftliche Überdrehungen; selbst der Beitrag zur „Systemtheorie“ lässt sich verstehen, zumal man solchen Theorie-Darstellungen den erforderlichen Raum von fünf Seiten und mehr mit zwei Spalten eingeräumt hat. So könnte dieses Lexikon in der Tat anstelle des *Fischer-Lexikons* genutzt werden, da es besser untergliedert ist. Eher im Stil des ehemaligen *dtv-Wörterbuchs* ist das *Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft* konzipiert, also mit recht kurzen, ungleich mehr Stichwörtern, verfasst von 92 Autoren. Ihnen wurde offenbar recht freie Hand gelassen, denn weder ist ein Schema erkennbar noch steht der jeweilige Umfang in nachvollziehbarem Zusammenhang mit der Relevanz und Reichweite des Stichworts. Manche Artikel haben Literaturhinweise, die meisten allerdings nicht. Querverweise sind vorhanden, aber ein Register fehlt. Gerade bei einem so auf Aktualität ausgerichteten Lexikon erwartet man jüngste Begriffe, die man nachschlagen möchte: Zwar ist beispielsweise MP3 vertreten, aber es fehlen I-Pod, (Web)Blog und Wiki als eigene Stichwörter, wie eine kurze Stichprobe ergibt. Ob sie in anderen Stichwörtern erwähnt sind, lässt sich mangels Register nicht verifizieren. Die Leser sollen den Gebrauchswert des

Lexikons testen und Verbesserungsvorschläge aufzeigen, darum bitten die Herausgeber im Vorwort. Grundsätzlich ist dabei zu fragen, wer ein solches Lexikon mit knappsten Angaben, die mitunter doch recht eigenwillige Ansichten der Autoren reproduzieren, in der Ära von Suchmaschinen und Wikipedia noch braucht und wem es nützt. Als Fachlexikon für Studierende dürfte es nicht ausreichen, sondern müsste von der Konzeption bis hin zur konkreten Umsetzung im Vergleich zu der Hamburger Variante noch einmal grundsätzlich überarbeitet werden.

Eine Medientheorie gibt es nicht, kann es vermutlich auch gar nicht geben; darauf verweisen sowohl Faulstich wie Schanze in ihren Einleitungen und begründen die unausweichliche Pluralität theoretischer Zugänge. Warum A. Roesler und B. Stiegler – beide derzeit Lektoren im Suhrkamp-Verlag – in ihrem Kompendium die „noch junge Medientheorie“ mit fast 40 Begriffen untermauern wollen, ist daher recht verwunderlich. Es seien theoretische Begriffe, vorgeblich streng ausgewählt, „die entweder genuin aus dem Bereich der Medientheorie stammen oder aber erst in diesem Kontext ihre theoretische Bedeutung gewonnen haben“, behaupten die Herausgeber. Aber offensichtlich rekurren sie auf ein bestimmtes medientheoretisches Denken, das Faulstich eher in den Bereich kulturkritischer, generalisierender Spekulation oder Scheintheorie verbannt. So befassen sich die 20 Autoren etwa mit Kittlers „Aufschreibungssystemen“, Virilios „Echtzeit“ oder Baudrillards „Simulacrum“, aber nicht mit gängigen sozial-

wissenschaftlichen Ansätzen wie Agenda Setting oder Uses-and-Gratification-Approach. Warum „Bilder“ nur als „technische“, dann aber doch als mediale thematisiert werden, bleibt ebenso unerfindlich wie die ganze unterschiedliche Abstraktionshöhe und Reichweite der Begriffe. Gegliedert sind die Artikel in der Regel in Begriffs-, Theorie- und Rezeptionsgeschichte. Literaturhinweise unter jedem Artikel, immerhin ein Sach- und Namensregister erhöhen den Informationsmehrwert. In der gebotenen Kürze ein „Maximum an Informationen und ein Optimum an Orientierung“ versprechen die Herausgeber. Dies wollen wohl alle Lexika, die Leser können sich angesichts der nicht unbeträchtlichen Zahl von Fachlexika entscheiden, wo sie diese Maxime am besten erfüllt sehen und welches Lexikon sie wofür nutzen.

Hans-Dieter Kübler