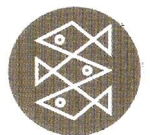


Hartmut Winkler

Basiswissen Medien



Originalausgabe

Veröffentlicht im Fischer Taschenbuch Verlag,
einem Unternehmen der S. Fischer Verlag GmbH,
Frankfurt am Main, Februar 2008

© 2008 Fischer Taschenbuchverlag in der
S. Fischer Verlag GmbH, Frankfurt am Main
Satz: Pinkuin Satz und Datentechnik, Berlin
Druck und Bindung: C. H. Beck, Nördlingen
Printed in Germany
ISBN 978-3-596-17811-7

Inhalt

| | |
|-----------------------------------|-----|
| Intro | 7 |
| 1 Kommunikation | 21 |
| 2 Symbolischer Charakter | 59 |
| 3 Technik | 89 |
| 4 ›Form‹ und ›Inhalt‹ | 133 |
| 5 Medien überwinden Raum und Zeit | 161 |
| 6 Zeichen und Code | 247 |
| 7 Medien sind unsichtbar | 297 |
| Anmerkungen | 313 |
| Basisliteratur | 326 |
| Glossar | 336 |
| Bildnachweise | 342 |
| Index | 343 |

Die Medienwissenschaft ist ein relativ junges Fach und hat daher kaum ihre Grundvorstellungen formuliert. Hartmut Winkler nimmt ihre wichtigsten Modelle und Begriffe auf und stellt sie in pluralistischer, aber zusammenhängender Form dar. Ausgehend von sieben Basisdefinitionen führt er knapp und anschaulich in die Medienwissenschaft ein. Ein umfangreicher Index macht das Buch gleichzeitig zu einem Nachschlagewerk für Schüler und Studierende.

Hartmut Winkler, geboren 1953, ist seit 1999 Professor für Medienwissenschaft, Medientheorie und Medienkultur an der Universität Paderborn. Zuletzt ist von ihm erschienen: *Docuverse – Zur Medientheorie der Computer* (1997), und *Diskursökonomie: Versuch über die innere Ökonomie der Medien* (2004).

www.uni-paderborn.de/~winkler

Unsere Adressen im Internet:

www.fischerverlage.de, www.hochschule.fischerverlage.de

■ Hartmut Winkler **Basiswissen Medien**

Fischer Taschenbuch Verlag

Was ist denn nun eigentlich ein Medium? Was muss man über Medien wissen? Gibt es so etwas wie ein *Basiswissen*, das die Medienwissenschaften als Fach vom Alltagswissen unterscheidet? Was kann man über Medien allgemein – nicht also über einzelne Medien – sagen?

Da die Medienwissenschaft ein relativ junges Fach ist, ist ein verbindlicher Bestand solcher Grundvorstellungen noch kaum formuliert. Und vor allem gibt es keinen Konsens: Wie in allen jungen Fächern wird um die theoretische Basis durchaus gestritten. Von wenigen Klassikern abgesehen scheint es auf den ersten Blick kaum mehr als unterschiedliche Perspektiven zu geben.

Was das Fach allerdings vorzuweisen hat, ist eine große Zahl sehr interessanter *Einzelmodelle*. Da diese in den unterschiedlichsten Kontexten entwickelt worden sind, fallen auch sie weit auseinander. Das aber kann durchaus einen theoretischen Reichtum bedeuten; und es zeigt an, dass der Medienbegriff vielfältige innere Spannungen enthält.

Das erste Ziel des vorliegenden Buches ist es, von diesen Einzelmodellen und -begriffen möglichst viele aufzugreifen und in einer undogmatisch-pluralistischen Form darzustellen. Um den Mosaik-Charakter zu betonen, geht das Buch in Modulen vor: Pro Seite wird genau ein Modell, ein Stichwort oder ein Gedanke andiskutiert.

Dem Streit der Meinungen allerdings kann sich auch ein solches Mosaik nicht entziehen.

Die Perspektive der Darstellung ist deshalb relativ deutlich und entschieden gewählt: Das Buch macht einen eigenen Vorschlag, wie die Modelle zu gruppieren und zu bewerten sind und welche Bestimmungen ins definitorische Zentrum rücken. Diese Perspektive ist mir wichtiger als das reine Referat; das Buch will gerade Anfängern des Fachs eine *Orientierung* bieten. Und hierzu gehört, bestimmten Auffassungen, auch wenn sie sehr populär sind, gezielt entgegenzutreten.

Mein Text hat verschiedene Quellen: Wenn es sich um die These eines einzelnen Autors handelt, ist der Name angegeben. Die meisten Inhalte allerdings – wie könnte es in einem ›Basiswissen‹-Buch anders sein – sind *Gemeingut des Fachs*; diese Inhalte sind durch viele Hände gegangen und deshalb nicht mit einzelnen Namen verbunden. Zum dritten gibt es auch eigene, selbst entwickelte Teile.

Um das Material zu ordnen, werden zu jedem Modul drei Zusatzinformationen gegeben:

- Ein Relevanz-Indikator zeigt an, ob es sich – aus meiner Sicht – um ein zentrales oder um ein eher randständiges Modul handelt (›R‹, ■ bis ■■■■■).
- Wichtiger ist der zweite Wert. Er besagt, inwieweit der Inhalt des Moduls *Konsens innerhalb der wissenschaftlichen Community* ist (›K‹, ■ bis ■■■■■).

Da dies der Autor selbst schwer einschätzen kann, haben diesen Wert zwei externe Fachkollegen (Prof. Dr. Lorenz Engell, Bauhaus-Universität Weimar, und Prof. Dr. Claus Pias, Universität Wien) vergeben. (Herzlichen Dank dafür.)

- Außerdem gibt es eine *Fastlane* für eilige Leser (›FL‹).

Hat ein Modul einen hohen Relevanz- und einen niedrigen Konsenswert, ist es deshalb nicht irrelevant. Vielmehr zeigt dies an, dass das Modul *perspektivisch* ist.

Und schließlich geht es mir darum, den Assoziationsraum rund um die Medien möglichst weit offenzuhalten. Medien sind ein äußerst suggestiver Gegenstand, voll von Widersprüchen, Einzelfällen und Kuriositäten.

Theorie kann, gerade wo sie in Modellen und Abstraktionen vorgeht, diesen Raum leicht verstellen. Es droht ein Bescheidwissen, das dem Gegenstand völlig unangemessen und in jedem Fall illusorisch wäre.

Theorie aber kann auch *Schlüssel* sein; und gute Theorie sollte neugierig machen.

Was also ist ein Medium?

Als Ausgangspunkt des Buches wähle ich eine erste, grobe Basisdefinition. Sie verläuft über 7 Thesen, die im Folgenden erläutert und ausgebaut werden:

1. »Kommunikation«

Medien sind Maschinen der gesellschaftlichen Vernetzung.

2. Symbolischer Charakter

Von anderen Mechanismen gesellschaftlicher Vernetzung – z. B. dem Warentausch, Arbeitsteilung, Politik, Sex oder Gewalt – unterscheiden die Medien sich durch ihren symbolischen Charakter.

3. Technik

Medien sind immer technische Medien.

4. »Form« und »Inhalt«

Medien erlegen dem Kommunizierten eine *Form* auf.

5. Medien überwinden Raum und Zeit

Die Überwindung geographischer Distanzen (Telekommunikation) ist für Medien ebenso typisch wie die Überwindung der Zeit, also der Aspekt von Speicherung und Traditionsbildung.

6. Zeichen und Code

Medien sind Zeichenmaschinen und arbeiten mit Codes.

7. Medien sind unsichtbar

Je selbstverständlicher wir Medien benutzen, desto mehr haben sie die Tendenz zu verschwinden. Mediennutzung ist weitgehend unbewusst.

Eine Vorüberlegung:

Der Medienbegriff, wie ihn die Medientheorie fasst, muss sich am Alltagsverständnis orientieren. Er muss in seinem Umfang all das einschließen, was auch die Alltagssprache unter ›den Medien‹ versteht; und gleichzeitig muss er, will Medienwissenschaft eine Wissenschaft sein, das Alltagsverständnis überschreiten.

In einem ersten Schritt muss der Medienbegriff vor fünf populären Verkürzungen in Schutz genommen werden:

