

Medien / Kultur

Petra Boden, Dorit Müller (Hg.): Populäres Wissen im medialen Wandel seit 1850

Berlin: Kadmos 2009 (LiteraturForschung, Bd. 9), 270 S., ISBN 978-3-86599-094-5, € 22,50

In der ‚Wissensgesellschaft‘ rücken die Erzeugung, Verarbeitung und Verbreitung von Wissen zunehmend ins Zentrum medien- und kulturwissenschaftlicher Untersuchungen. So auch die Wissenspopularisierung als eine Form der Wissensvermittlung und –präsentation, wie zahlreiche, bereits zu Standardwerken avancierte Publikationen belegen. Während frühere Studien von einer hierarchischen Wissensvermittlung von Experten an ein passives Massenpublikum ausgingen, favorisiert die aktuelle Forschung konstruktivistische bzw. interaktive Modelle. Somit verfolgt auch der vorliegende Sammelband das Ziel, alte Beschreibungsmodelle zu überprüfen, neue Konzepte zu erproben und dabei mediale und medientechnische Aspekte von Wissen in den Blick zu nehmen. Im Anschluss an die Tagung *Wissenspopularisierung im medialen Wandel seit 1850* des Zentrums für Literatur- und Kulturforschung suchen die Herausgeberinnen den negativen Konnotationen des Popularisierungsbegriffs dadurch zu entgehen, dass der Tagungsband den Titel *Populäres Wissen im medialen Wandel* trägt.

Der erste Teil des Bandes präsentiert Verfahren und Modelle der Popularisierung und Wissenstransformation: Carsten Kretschmann liefert die theoretische Basis für die übrigen Fallstudien. Er zeichnet den Paradigmenwechsel von diffusionistischen Modellen der Popularisierung hin zu einer interaktionistischen Sicht nach. Er deutet außerdem Verbindungslinien zwischen Popularisierungsforschung und Medien-/Kommunikationstheorien an und identifiziert Popularisierung als kulturelle Praxis der Demokratisierung und Vergemeinschaftung. Dorit Müller erhellt am Beispiel der Polarforschung „Transformationen populären Wissens im Medienwandel“ und fragt danach, welche Faktoren die Wissensgenese und -repräsentation beeinflussen. Dabei reflektiert sie mediale und medientechnische Bedingungen von Wissenstransformation und erarbeitet ein Analyseinstrumentarium, welches u.a. rhetorische, narrative, ikonografische, kinematografische, intermediale und kulturelle Faktoren einbezieht.

Der zweite Teil des Bandes versammelt Fallbeispiele zu diversen Medienformaten zwischen dem 19. und 20. Jahrhundert. Die Palette der „Bestände, Formate und Kulturen“ reicht dabei von Präsentations- und Inszenierungsstrategien über die Funktionalisierung und Hybridisierung heterogener sowie die Emergenz neuer Wissensbestände hin zur Transformation von Wissen durch Umcodierung. Angela Schwarz und Jens Ruchatz zeichnen am Beispiel der Weltausstellungen (1851-1940)

bzw. des Projektionsvortrags des 19. Jahrhunderts medienbedingte Wandlungsprozesse in der Wissenspräsentation nach. Während Schwarz die Ausdifferenzierung der Visualisierung, die Dynamisierung der Exponate und der Besucherinnen und Besucher sowie die Dramatisierung der Präsentation bei den Weltausstellungen nachvollzieht, belegt Ruchatz die Emergenz medienspezifischen Wissens und skizziert eine Geschichte des Medienbewusstseins, die kulturelle und mediale Praxen als Einflussfaktoren populären Wissens berücksichtigt.

Stefanie Samida, Barbara Wurm und Sigrid Nieberle untersuchen in ihren Beiträgen medienspezifische Darstellungs- und Inszenierungsweisen von Wissen. Am Beispiel der Troja-Ausgrabungen des deutschen Archäologen Heinrich Schliemann analysiert Samida rhetorische, narrative und emotionalisierende Strategien der Popularisierung und illustriert die Verschränkung von Akteuren, Wissensgenese und -verbreitung sowie die diskursive Aushandlung von Wissensansprüchen. Wurm arbeitet heraus, wie medienspezifische Darstellungsweisen im sowjetischen Kulturfilm auf Wissensbestände zurückwirken und durch Hybridisierung von Wissensformaten zur Konstituierung neuer Wissensobjekte beitragen. In ähnlicher Weise geht Nieberle Prozessen der intermedialen Transformation von Wissensbeständen im Dichterfilm der 1920er Jahre nach. Dieser stelle ein „hybrides Amalgam unterschiedlichster Referenztexte“ (S.182) dar, aus dem populäres Wissen als Produkt symbolischer Anverwandlung, narrativer Strategien und diskursiver Bezugnahmen emergiert.

Die Beiträge von Thomas Wegmann, Nicolai Hannig, Ramón Reichert und Manuela Günter nehmen Transformationsprozesse in den Blick und arbeiten heraus, wie diese zur Emergenz populären Wissens beitragen. Wegmann weist an der Reklame des frühen 20. Jahrhunderts nach, dass diese als Interdiskurs fungiert, der sich aus verschiedenen Wissensbeständen speist. Der Prozess der Transformation wird durch die Zirkulation von Vorstellungs- und Deutungsmustern, Modellen und Metaphern induziert, die die Wissensbestände strategisch neu ordnen und hybridisieren. Eine ähnliche Feststellung macht auch Hannig, der die Popularisierung des Religiösen unter Berücksichtigung der Logik und des Wandels der Massenmedien reflektiert. Er kann zeigen, wie eine „Umcodierung des Religiösen“ (S.249) als Bestätigung der vermeintlichen Faktizität biblischer Erzählungen fungiert. Überdies konstatiert er eine Verquickung von Popularisierung, journalistischen Methodenrepertoires sowie journalistischen und epistemischen Praktiken. Reichert erörtert am Beispiel der sozialpsychologischen Filme von Kurt Lewin technisch bedingte Prozesse der Wissenstransformation bzw. der Anpassung der Wissensgenese an medienspezifische Rahmenbedingungen. Die Filme stellen ein Hybridmedium dar, das je nach Kontext wissenschaftlich oder populär codiert werden kann. Manuela Günter zeigt schließlich am „Verhältnis von Literaturwissenschaft und populären Printmedien“ auf, wie populäres Wissen und wissenschaftliche Forschung des 19. Jahrhunderts interagieren und ein hybrides Wissensobjekt ‚Goethe‘ konstituieren.

Der vorliegende Band überzeugt durch die Bandbreite der behandelten Medienformate und Wissensbestände. Dadurch, dass die Beiträge den Blick für Phänomene jenseits (natur-)wissenschaftlicher Wissensbestände weiten, sind sie in hohem Maße instruktiv für weitere theoretische und methodologische Reflexionen. Die medienwissenschaftliche Perspektive erbringt den Beweis, dass jede Wissensordnung an medienspezifische Repräsentations- und Gestaltungsweisen rückgebunden ist, durch diese gar erst konstituiert wird. Die Einordnung der Wissenspopularisierung in die medien- und kommunikationswissenschaftliche Forschung wie auch die Berücksichtigung medienspezifischer Effekte eröffnen die Möglichkeit, vorhandene Modelle zu präzisieren und um ein Transformationsmodell zu erweitern. Für zukünftige, epistemologisch orientierte Forschung liefert der Band gleich selbst ein grundlegendes Analyseinstrumentarium und gibt Impulse für die Analyse des Prozesses der Wissenstransformation: Die Beiträge modellieren diesen diskurstheoretisch (Interdiskurse), kommunikationstheoretisch (Codierung) bzw. systemtheoretisch (Umcodierung, Emergenz) oder in Anlehnung an kulturwissenschaftlich inspirierte Ansätze (Wissenspoetik, Zirkulation), was sich insgesamt als sehr fruchtbar erweist. Lohnend wäre es an dieser Stelle gewesen, weitere Beispiele aus dem 21. Jahrhundert aufzugreifen. Kritisch anzumerken ist außerdem, dass die Distanzierung vom Begriff der Wissenspopularisierung zwar nachvollziehbar ist. Im Verweis auf Urs Stähelis Konzept des Populären entziehen sich die meisten Beiträge aber der Formulierung einer analytisch operationalisierbaren Wissensdefinition. Wünschenswert wäre es zudem gewesen, die Ergebnisse der einzelnen Beiträge zusätzlich zur Illustration durch Fallbeispiele nochmals zu bündeln und auch neuere kulturwissenschaftliche Ansätze zu diskutieren. Aus formaler Sicht wirkt daher die separate Aufführung von ‚Theorierteil‘ und ebenfalls theoretisch orientierter Einleitung unverhältnismäßig. Ähnliches gilt für die Länge und Strukturierung der einzelnen Beiträge, die (in der Länge) homogener und (in der analytischen Dichte) stellenweise konziser hätte sein können. Der Sammelband markiert und dokumentiert einen wichtigen Umbruch und neuen Impuls in der Popularisierungsforschung, der für eine informierte Leserschaft von größtem Interesse sein dürfte. Die einzelnen Aufsätze verdeutlichen, wie zentral Popularisierungs- und Transformationsprozesse von Wissen in einer mediengesteuerten Gesellschaft sind und welchen immensen Beitrag die Medien- und Kulturwissenschaften in deren Beschreibung und Analyse leisten können.

Stefan Halft (Passau)