

Manfred L. Pirner, Matthias Rath (Hg.): Homo Medialis. Perspektiven und Probleme einer Anthropologie der Medien

München: kopaed 2003, 222 S., ISBN 3-935686-47-1, € 18,-

Der ‚cultural turn‘ scheint seinen Höhepunkt in den deutschsprachigen Medienwissenschaften noch nicht erreicht zu haben. Zur Erweiterung der medienwissenschaftlichen Agenda haben bereits Ansätze wie die Cultural Studies, die Interkulturelle Kommunikation, die Kultur- und Mediensemiotik, die Medienkulturwissenschaft, die Mediensoziologie, die Mediologie oder die Phänomenologie der Medien beigetragen. Dass im Zuge dieser dynamischen Entwicklung auch die Konturen einer Medienanthropologie sichtbar werden würden, war wohl nur eine Frage der Zeit. Dieser Ansatz beschäftigt sich mit der medialen Verfasstheit des Menschen in der globalen Informationsgesellschaft. Der Zusammenhang von Evolution und Medien wird auf die „formalen Strukturen von Speicherung, Zugriff, Reproduktion, Gedächtnis, Tradierung, Ordnung des Wissens“ (S.36) zugespitzt. Ihre Legitimität bezieht die Medienanthropologie nicht nur aus der Digitalisierung der Arbeitswelt und der Kommunikationsflüsse, der Medialisierung der Freizeit und dem Problem der Informationsüberflutung, sondern auch aus der Notwendigkeit der Erforschung anthropologischer Konstanten von Medienproduktion und -konsumtion. Schließlich ist auch die Kommunikationsfähigkeit als zentraler Faktor für den Aufbau von kulturellen Beziehungen zu berücksichtigen.

Der Sammelband ist in drei Teile gegliedert. Während sich der erste Teil mit den begrifflichen und theoretischen Grundlagen der Medienanthropologie beschäftigt, lotet der zweite Teil ihre interdisziplinäre Anschlussfähigkeit an Teildisziplinen wie die Ästhetische Theologie oder die Medienpädagogik aus. Gerade für die Didaktik und die Pädagogik spielt es eine außerordentlich große Rolle, welche Konsequenzen aus den kognitiven Fähigkeiten und medialen Kompetenzen des Menschen für die Bildung und die Wissensvermittlung zu ziehen sind. Im dritten Teil werden schließlich eine Reihe von Untersuchungen zum Körperkult im Fernsehen, zum Menschenbild in der Werbung oder zu Performanccprojekten vorgestellt. So breit und originell die Themenwahl auch ist, kommen die Herausgeber nicht darum herum, freimütig ein Theoriedefizit der Medienanthropologie einzuräumen. Immerhin deuten Manfred Faßler und Hans-Dieter

Kübler in ihren Beiträgen an, in welche Richtung eine solche Theoretisierung zu gehen hätte. Allerdings gelingt es auch ihnen nicht, den auf die Qualität des Sammelbandes durchschlagenden Provinzialismus aufzuheben. Gerade bei einem kulturwissenschaftlichen Thema ist es unabdingbar, die internationale Entwicklung des medienanthropologischen Diskurses im Blick zu behalten. Die Autorinnen und Autoren vermögen diesem Anspruch leider durchgängig nicht gerecht zu werden und ignorieren beispielsweise den von Kelly Askew und Richard Wilk herausgegebenen Sammelband *The Anthropology of Media* (Oxford 2002), Mihai Comans *Pour une anthropologie des médias* (Grenoble 2003) oder Yves Winkins *Anthropologie de la Communication* (Paris 2001). Aber auch wichtige deutsche Beiträge wie Karl Ludwig Pfeiffers *Das Mediale und das Imaginäre: Dimensionen kulturanthropologischer Medientheorie* (Frankfurt/Main 1999) und Stefan Riegers *Die Individualität der Medien. Eine Geschichte der Wissenschaft vom Menschen* (Frankfurt/Main 2001) finden unerklärlicherweise keine Berücksichtigung.

Frank Wittmann (Fribourg/Schweiz)