

Walter Hömberg, Michael Schmolke (Hg.): Zeit Raum Kommunikation

München: Ölschläger 1992 (Schriftenreihe der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Bd.18), 416 S., DM 68,-

Die in den vergangenen Jahren deutlich verstärkte Forschungs- und Publikationstätigkeit zur Problematik der Zeit mußte dazu führen, daß sie auch im speziellen Rahmen der Kommunikationswissenschaft diskutiert wird. Erweitert um die buchstäblich naheliegende Raumproblematik wurde sie zum Thema einer österreichisch-deutschen Tagung, die 1990 in Salzburg stattfand. Die dort gehaltenen Referate sind im vorliegenden Band gesammelt. Sie befassen sich mit sehr unterschiedlichen Aspekten des Zusammenhangs von Zeit und Raum mit gesellschaftlicher Kommunikation. Da geht es einerseits um Fragen der Zeitökonomie bei der Mediennutzung, andererseits um Zeitstrukturen in den Medien selbst, um Fragen der Wahrnehmung von Zeit und Raum, schließlich auch um neu entstandene Kommunikationsräume. Es überwiegen die Präsentationen empirischer Ergebnisse, denen freilich oft knappe theoretische Erwägungen vorangestellt sind. Daneben gibt es ausschließlich theoretische Überlegungen, aber auch eine historische Arbeit über die Entstehung von Periodizität bei publizistischen Medien und zwei "Gastbeiträge" über Zeitstrukturen in der (Film-)Musik und in sprachlichen Texten. Eine Pointe ist es ohne Zweifel,

daß die Herstellung des Bandes besonders lange Zeit beanspruchte, weil man mit den zur Zeitersparnis angeforderten Disketten nicht zurechtkam. So rächt sich die Zeit an Technologien, die ihr den Garaus machen wollen.

Thomas Rothschild (Stuttgart)