

Werner Faulstich: Medienwissenschaft

Paderborn: Wilhelm Fink 2004 (Reihe UTB basics), 248 S., ISBN 3-8252-2494-5, € 11,90

Werner Faulstich ist an der Universität Lüneburg nicht nur Professor für Medien, sondern ausdrücklich auch für Öffentlichkeitsarbeit, also Experte dafür, Gedankengänge bis hin zu neuen Wortschöpfungen in Umlauf zu bringen, so z.B. „Menschmedien“ – dabei variiert Faulstich unbegründet zwischen „Menschmedien“, „Mensch-Medien“ und „Menschenmedien“, obwohl es keinen Bedeutungsunterschied gibt (S.13, S.23ff.) – die „Mensch-Medien“ werden seit 1994 von Faulstich für die Zeit bis ca. 1500 verwendet, die dann durch „Druckmedien“ (S.202) abgelöst werden. Oder er verwendet „medientotal“ (S.22), welches im „Merksatz“ den „Multimedienkonzern“ Bertelsmann charakterisieren soll. Aus seiner Vielzahl von Veröffentlichungen, besonders zur Geschichte der Medien hat er, zusätzlich zum immer wieder neu aufgelegten, überarbeiteten und erweiterten *Grundwissen Medien* (seit 1994 bei Wilhelm Fink) für die Reihe ‚basics‘ desselben Verlags *Medienwissenschaft* geschrieben bzw. mutatis mutandis ‚ad usum delphini‘ zusammengefügt. Um es vorweg zu sagen: Wem schulisches Lernen in Fleisch und Blut übergegangen ist (Pauken bis zum Test oder Examen, danach Vergessen), dem mag *Medienwissenschaft* helfen, wer selbständig studieren kann, ist mit der jeweils neuesten Ausgabe von *Grundwissen Medien* besser bedient.

In diesem Band präsentiert Faulstich zunächst Definitionsfragen und Abgrenzungen. Vorbildlich knapp (13f.) werden im ersten Kapitel vier Gruppen von „Primär-“ bis „Quartärmedien“ vorgestellt: „Menschenmedien“, „Druckmedien“, „Elektronische Medien“ und „Digitale Medien“, denen die Kapitel zwei bis fünf entsprechen. Allerdings wechselt die Bezeichnung. So ist das vierte Kapitel nicht mit „Tertiär-“ oder „Elektronische Medien“ überschrieben, sondern mit „Analoge Medien“, die vom Telegraf bis zu Video reichen. Abschließend befassen sich das sechste und siebte Kapitel mit „Methoden“ sowie „Medien und Gesellschaft“. Faulstichs Medieneinteilung ist an der historischen Entwicklung und nicht an den für die zwischenmenschliche Kommunikation primären Sinneskanälen (überwiegend auditiv/akustisch bzw. visuell/optisch) orientiert. Inwieweit historische Rückblicke den Nachwachsenden wirksam zu vermitteln bzw. aus deren Sicht überhaupt noch erwünscht sind, wäre eigens zu untersuchen. Aus ‚ökologischer‘ bzw. altherkömmlich sparsamer Sicht könnte man Medien auch nach der zum Rezipieren benötigten elektrischen Energie einteilen bzw. die Medien danach unterscheiden, ob sie gratis rezipiert werden können wie Blatt, Brief, Buch, Heftchen, Plakat, Zeitschrift und Zeitung – freilich sind auch diese nicht ohne (sehr hohen?) Energieverbrauch herzustellen.

Der didaktische Zeigefinger ist kontinuierlich präsent. Das den ‚basics‘ entsprechende Layout präsentiert kontinuierlich am Rand Stichwörter, blau unterlegt bzw. umrahmt „Definitionen“, „Merksätze“, im Druck hervorgehobene

„Weiterführende Arbeitsaufgaben“ sowie 232 „Übungs- und Wiederholungsfragen“ mit Lösungen im „Antwortteil“ (S.235-243), „ideal für die Prüfungsvorbereitung“ (Buchrückseite) – Vorgabe des Verlags oder Anpassung an die derzeit (verschult aufgewachsenen) Studierenden?

Geschichtliche Rückblicke durchziehen das Werk, einzelne Abschnitte sind ausdrücklich so betitelt, z.B.: „Menschmedien der Vor- und Frühgeschichte“, „Theatergeschichte“, „Briefgeschichte als Distributionsgeschichte“, „Buchgeschichte“, „Geschichte des Hefts“, „der Zeitschrift“, „Film-“ sowie „Radio- und Fernsehgeschichte“ und noch einmal zum Abschluss im siebten Kapitel „Mediengeschichte“ mit dem Unterabschnitt „Medienkulturgeschichte“. Selbst das Medium „Telefon/Handy“ stellt Faulstich „mit besonderer Betonung der historischen Entwicklung“ vor. (S.113) Dieses historische Übergewicht ist aus den fünf Bänden Werner Faulstichs der *Die Geschichte der Medien* (Göttingen 1996-2004) zu verstehen.

Aus Rezensentensicht wären geniale Medienverwender aus dem 20. Jahrhundert mit größerem Recht zu präsentieren als etwa die sogar im Bild vertretene „Venus von Willendorf“ aus dem Paläolithikum, die „Menschmedien der Vor- und Frühgeschichte“ repräsentiert. (S.24) Unverständlich bleibt, warum Faulstich, der immerhin im Merksatz festhält: „Das Medium Tonträger ist nach Zeitanteilen [...] das mit Abstand wichtigste Medium in der gesamten Medienkultur heute“ (S.117), nicht Ayatollah Khomeini erwähnt. Er zählt zu den einflussreichsten Personen des 20. Jahrhunderts. Das einfache Medium Tonkassette hat er genial zur Verbreitung seiner Gedanken eingesetzt. Seit 1964 im Exil in Frankreich, hat Khomeini 1978 seine überwiegend leseunkundigen Landsleute im fernen Persien gegen die westlichen Werte so beeinflusst, dass sie den Schah gestürzt und in relativ kurzer Zeit (Januar 1979) Khomeini an die Macht gebracht haben. Einen so außerordentlich spektakulären Medieneinsatz, der Analphabeten in der Ferne zur Revolution geführt hat, zu verschweigen, ist auch deshalb unbegreiflich, weil Khomeini mit diesem einfachen Medium genau Faulstichs seit Jahren vertretene These optimal bestätigt, dass gesellschaftlicher Wandel erst durch Medienwandel, also durch neue Kommunikationsmedien möglich wird.

Ottmar Hertkorn (Paderborn)