

Werner Faulstich: Einführung in die Medienwissenschaft

München: UTB Medien und Kommunikationswissenschaften (Wilhelm Fink) 2002, 353 S., ISBN 3-7705-3799-8, € 16,90

Gut gebrüllt! Dass sich Werner Faulstich im weiten und unwegsamen Gelände der Medien- und Populärkulturforschung gut auskennt, weiß man schon länger. Dass er auf diesem Gebiet keine ensig umherwuselnden Dilettanten duldet, konnte man ebenfalls zwischen seinen Zeilen herauslesen. Dass er aber gegen die Möchtegernmedienforscher zu einem geharnischten Rundumschlag ausholt, bei dem kaum ein Auge trocken bleibt, hat man nun doch nicht erwartet, schon gar nicht auf den ersten Seiten seiner neuen Einführung in die Medienwissenschaft.

In der Geschichte der Medienwissenschaft, heißt es da, nehmen „Selektion, Abgrenzung, Manipulation, zumindest Ignoranz“, deutlich zu. Das ganze Ausmaß an „Egoismen und Eitelkeiten [...]. Willkür und Parteilichkeit“ lasse sich durch eine vergleichende Lektüre bislang erschienener medienwissenschaftlicher Schlüsselpublikationen ermessen (S.13). Im Jahr 2003 sei es Medienwissenschaftlern zudem „leider immer noch folgenlos möglich, auf einem Wahrnehmungshorizont, einer Problemkonzeptualisierung und einer Methodenkenntnis etwa der 60er Jahre zu verharren.“ (S.22)

Als Beleg für diese Thesen nennt Faulstich einige so genannte „Pseudo-Medientheorien“, die nichts anderes seien als „gigantische Luftblasen“ und „irrationale Konzepte, bestenfalls philosophische Visionen oder literarische Entwürfe“

(S.27). Vertreter dieser Richtung seien McLuhan, Faßler, Baudrillard, Kittler und andere (vgl. S.19-33). Letztendlich lohne sich eine ernsthafte medienwissenschaftliche Beschäftigung mit solchen „Welt-Erklärungsmodelle[n] mit theologischem Grundzug“ nicht (S.32). Die Auslassungen etwa eines Virilio seien schon pathologisch zu nennen, Faulstichs Empfehlung lautet in diesem speziellen Fall: „Die Textanalyse macht hier nur als Psychoanalyse der Person des Autors Sinn.“ (ebd.)

Faulstich liegt so daneben nicht mit seiner harschen Kritik an den ‚Pseudo-Medientheorien‘ vornehmlich geisteswissenschaftlicher oder kulturwissenschaftlicher Provenienz. Allerdings sollte er dabei nicht vergessen, dass die philosophisch-philologischen Entwürfe der Postmoderne eben just zu der Zeit boomten, als die Medienwissenschaft begann, sich akademisch zum Beispiel in der Germanistik anzusiedeln. Der deutlich spekulative oder auch sophistische Akzent der geisteswissenschaftlich geprägten Medienforschung ist zumindest auf dieser Ebene nachvollziehbar. Insofern haben die Einführungsbände und Theoriekompilationen, die Faulstich kritisiert, durchaus ihren theoriegeschichtlichen Sinn. Außerdem ist die Frage berechtigt, ob die eigentliche Zielgruppe dieser Einführung die Studierenden eine solche ausführliche Warnung vor dem ‚Irrationalismus‘ überhaupt nötig haben. Wahrscheinlich können die meisten von ihnen zwischen Geschwafel und Theorie sehr gut unterscheiden.

Was bietet Faulstich nun noch außer unterhaltsamer Polemik? Seine Einführung ist wohlthuend übersichtlich und sinnvoll nach Forschungsschwerpunkten geordnet. Nach einem nützlichen Abriss zur Geschichte der (deutschsprachigen) Medienwissenschaft werden „Begriffswirrwarr und Metaphernsalat“ (S.19ff.) rund um den Medienbegriff angeprangert (siehe oben). Im zweiten Kapitel stellt Faulstich kurz und dennoch umfassend die wichtigsten Methoden der Medienforschung vor. Am Beispiel unterschiedlicher Medienproduktanalysen lernt der Leser im folgenden Abschnitt die praktische Anwendung einiger dieser Methoden kennen. Unterschiedliche medienhistorische Ansätze werden im vierten Kapitel am Beispiel der Fotografiegeschichte erläutert. Auch hier kommt Faulstich dem Orientierung suchenden Leser mit einem kompakten Überblick über die wichtigsten Tendenzen entgegen. Seine Präferenzen für „Mediengeschichte als Gesamtsystemgeschichte“ werden naturgemäß sehr deutlich, wenn er im Anschluss eine Zusammenfassung seiner eigenen umfangreichen Forschung zu diesem Thema präsentiert. Zu kurz geraten ist dagegen das Kapitel „Medienöffentlichkeit“. Zwar werden Konzepte von Öffentlichkeit umrissen, aber der komplexe Zusammenhang von Medien und Politik resp. Gesellschaft ist Faulstich gerade drei Seiten wert. Die abschließenden Kapitel „Medienproduktion“, „Medienorganisation“ und „Medienrezeption“ warten dagegen mit umso anschaulicheren Beispielen aus der Medien- und Forschungspraxis auf.

Man hat nicht den Eindruck, dass in dieser überschaubaren Einführung in die Medienwissenschaft besonders viel fehlt. Vielleicht vermisst der eine oder andere Leser bestimmte Einzelmedientheorien oder Teilbereiche der Medienwissenschaft. Zum Beispiel die Theater-, die Film- oder die Fernsehwissenschaft, die hier nicht gesondert behandelt werden. In diesem Fall kann man auf Faulstichs älteren Band über Medientheorien zurückgreifen, in dem übrigens die Kapitel noch nicht „Module“ heißen müssen und auch nicht mit eher lustlos gestellten „Fragen zur Lernkontrolle und Weiterarbeit“ enden. Aber modularisiert und geprüft studiert es sich halt gleich viel moderner! Wie dem auch sei, die Medienwissenschaft hat jetzt endlich ein Einführungsbuch, das diesen Titel zu Recht trägt.

Stefan Hoffmann (Mannheim)