

**Sven Hanuschek, Nina Ort, Kirsten Steffen, Rea Triyandafilidis (Hg.):
Die Struktur medialer Revolutionen**

Oxford, Bern, Berlin, Bruxelles, Frankfurt/M., New York, Wien:
Peter Lang Verlag 2000, 313 S., ISBN 3-631-35930-6, DM 89,-

„In einer Festschrift mit dem anspruchsvollen Leitthema ‚Struktur medialer Revolutionen‘ mag ein Beitrag befremden, der sich dezidiert einem Einzelfall des medialen Alltags widmet.“ (S.106) Mit diesem Zweifel über die Kongruenz von Buchtitel und Buchinhalt liegt der renommierte Buchhandelshistoriker Reinhard Wittmann durchaus richtig. Aber nicht nur sein – im Übrigen sehr lesenswerter – Aufsatz über einen Fall von Zensur in München um 1900 kommt dem Leser der vorliegenden Festschrift deplaziert vor. Wittmanns „Einzelfall“ ist nämlich kein Einzelfall in diesem Band, dessen Herausgeber sich im Titel an Thomas S. Kuhns bahnbrechende Studie anlehnen und dadurch Erwartungen wecken, denen sie nicht gerecht werden können. Denn den meisten Beitragenden geht es gar nicht darum, den Wandel von Leitmedien strukturell zu beschreiben. Allenfalls wird dieses Thema gestreift, etwa von Ernst Fischer in seinem Text über den deutlichen Welt- und Erfahrungsbezug der vermeintlich realitätsfernen virtuellen Kommunikation (S.20-35), in Siegfried J. Schmidts konstruktivistischer Betrachtung der Entwicklung von Mediengesellschaften (S.13-19) oder in dem Briefwechsel von Michael Giesecke und Georg Jäger (S.217-227).

Das wirkliche Leitthema der überwiegenden Mehrheit der Autoren ist vielmehr der Wandel im Buchhandel und im Verlagswesen. Dagegen ist nun nichts

einzuwenden. Die Beiträge informieren in unterschiedlicher Qualität und mit verschiedenen Ansprüchen über Leseförderung, Literaturagenten, Publikumsverlage und die Non-Book-Artikel im Sortimentsbuchhandel. Aber warum gibt man dann vor, sich mit „medialen Revolutionen“ und mit deren „Struktur“ zu befassen? Zusammengehalten werden die Texte jedenfalls durch die dürre These der Herausgeber, dass sich alte und neue Medien nicht ausschließen, sondern friedlich koexistieren und in der Kulturtechnik des Lesens ihr *tertium comparationis* haben. Mediale Revolutionen scheinen also gar keine grundstürzenden Veränderungen im Mediengebrauch mit sich zu bringen, sondern lediglich behutsame Modifizierungen oder gar Affirmationen des Bestehenden zu sein. Dazu passt die Vision des Verlegers Florian Langenscheidt im selben Band. Er träumt von einer surfenden jeunesse dorée, den Gewinnern einer medialen Revolution: „Wenn sie es mögen, werden sich unsere Söhne und Töchter aus dem Dschungel und vom Motorboot aus mit wasserdichten, lichtempfindlichen und leichten Flachbildschirmen per Satellit ins Netz einklinken können; und wenn sie es selbstbestimmt und klug tun, werden sie Freiheit, Spontaneität und Wissen gewinnen und der Welt in ihrer ganzen Schönheit und Komplexität noch stärker verbunden sein als wir Jahrtausendwender.“ (S.81) Na also! Der Band bietet doch auch noch große Gesten und nicht nur marginale Einzelfälle. Herr Langenscheidt ist übrigens Mitglied des Beirates zur Enquete-Kommission des Bundestages „Zukunft der Medien in Wirtschaft und Gesellschaft“.

Stefan Hoffmann (Mannheim)