

sei, sondern dem gestiegenen Interesse an ihrem Gegenstand geschuldet (S. 13); wir sind nur „begrenzt in der Lage, die Fragen, mit denen [wir uns] ... konfrontiert sehen, angemessen zu beantworten“ (S. 15), denn: Wir tun uns schwer, „mit der rasanten technischen Entwicklung und gesellschaftlichen Diffusion der Medien Schritt zu halten“ (S. 15). Der „quotenfixierte[n] quantitative[n] Medienforschung“ (S. 27) wird jede erdenkliche Lumperei zugetraut, namentlich sogar „TED-Umfragen“ (S. 27). Der methodologische Antichrist schwefelt in Gestalt der „quantitativen Medienforschung“ vor sich hin, ob angewandt oder akademisch, ist alles eins, und zwar von Grund auf schlecht. Flankiert wird dies durch den ebenfalls einführenden Beitrag von Hans Wagner zu „Beobachtung, Interpretation, Theorie“, in dem die Wirkungsforschung eine „sogenannte“ ist (S. 83), manche Lehrbücher „rezeptologisch“ orientiert sind (S. 92) und die Wissenschaftstheorie der quantitativen Forschung vermeintlich beim naiven Positivismus stehen geblieben ist (S. 82). Dass der Beitrag von Ruth Ayaß „Zur Geschichte der qualitativen Methoden in der Medienforschung: Spuren und Klassiker“ paradigmatisch wesentlich offener ausgefallen ist und einen höchst lesbaren Überblick der frühen (und zu Unrecht vergessenen) Forschung liefert, kann den Eindruck nicht revidieren: Wir befinden uns im Territorium der *paradigm warriors*. Nachdem die Methodenromantiker und -pazifisten langsam aber sicher aus ihrer Zwischenposition herausfrustriert werden, läge der Ratschlag nahe, das einfach mal zu akzeptieren. Eines aber sollte uns keine Ruhe lassen: Sieht sich die qualitative Forschung tatsächlich so defensiv, wie sie sich hier gibt? Muss sie für ihr Selbstvertrauen einen quantitativen Popanz aufbauen, um ihre eigenen Vorzüge zu definieren? Ich denke nicht. Eine qualitative Methodologie muss nicht entlang schlecht konstruierter Ruinen des quantitativen Paradigmas gestrickt sein. Unzählige Hand- und Lehrbücher, vor allem englischsprachige, zeugen von einer anderen, selbstbewussten qualitativen Methodenlehre, die nichts Verhuschtes, Feindseliges an sich hat. Angesichts der bereits geschilderten Berührungspunkte mit dem anderen Paradigma ist es nicht verwunderlich, dass sich in diesem Sammelband kein Beitrag mit einer Kombination qualitativer und quantitativer Verfahren beschäftigt – schade ist es allemal.

Helena Bilandzic

Yasmin Hoffmann / Walburga Hülk /
Volker Roloff (Hrsg.)

Alte Mythen – Neue Medien

Heidelberg: Univ.-Verl. Winter, 2006. – 283 S.
ISBN 3-8253-5184-X

In Zeiten der wachsenden Bedeutung crossmedialer Bezüge zwischen den Medien beginnt das Interesse an den kulturhistorischen Vorläufern dieser Wechselbeziehungen zu wachsen. Die bisherige historische Forschung zeigte: Medien sind sowohl in ihrer narrativen als auch in ihrer visuellen, sprachlichen und akustischen Vermittlung in kulturelle Traditionslinien von Literatur, Theater, Musik und bildender Kunst eingebunden. Diese Traditionslinien untersucht das Siegener Forschungskolleg „Medienumbrüche – Medienkulturen und Medienästhetik zu Beginn des 20. Jahrhunderts und im Übergang zum 21. Jahrhundert“ am Beispiel exemplarischer Medienumbrüche und ihrer Wechselwirkungen auf Literatur und Kunst. Vertreter der Teilprojekte zum „Europäischen Surrealismus“ (Volker Roloff) und „Macht- und Körperinszenierungen in Italien“ organisierten 2004 in Kooperation mit der Universität Orleans (Yasmin Hoffmann) eine Tagung über „die Aktualität alter Mythen, die im Prozess unaufhörlicher medialer Transformationen zugleich vertraut und fremd erscheinen.“ (7) Volker Roloff betont am Beispiel des Surrealismus, dass die „Avantgarden zu Beginn des 20. Jahrhunderts“ (11) einen neuen Blick auf Mythen und Mythentheorien erst geschaffen hätten. Der Surrealismus habe die gewohnten Oppositionen von Rationalität und Wahn, Realität und Imagination aufgehoben (11) und damit die Heterotopien der gegenwärtigen Mediengesellschaft präfiguriert. (12) Gerade die surrealistischen Zeitschriften verdeutlichen auf beeindruckende Weise die Vielfalt intermedialer Bezüge, die bereits in den 1930er Jahren zwischen Literatur, Malerei und Fotografie realisiert wurden. (15)

Wolfgang Asholt stellt fest, „dass die Surrealisten von Beginn an auch den neuen Medien ihrer Zeit besondere Aufmerksamkeit schenken.“ (124) Sein Beitrag widmet sich den Wechselwirkungen zwischen Fotografie und neuem Mythos bei André Breton, die er an unterschiedlichen Textbeispielen, die Fotos enthalten, illustriert. (123ff.) Breton nutze die Analogie zur Fotografie für sein Konzept der

„écriture automatique“ und setze so einen medialen Ursprung für eine literarische Weiterentwicklung. (124)

In dem Sammelband erweisen sich gerade die historischen Bezüge als von besonders aktueller Brisanz. Sabine Schrader vermag frühe Formen intermedialer Konzepte bereits in dem Zusammenschluss von Seh-Akt und Gestaltungsprozess in der Freiluftmalerei zu entdecken. (25) Sie beschreibt, auf welche Weise mythische Diskursivierungen des Bildes in eine Dichotomie aus Logos = Sprache und Ikon = Bild münden. Hanno Ehrlicher hingegen betont: „der italienische Futurismus (...) kann als ein besonders interessantes Beispiel für die Konjunktion von neuen Medien und alten Medien gelten.“ (71) Vertreter des Futurismus hätten die „Mythologisierung der technischen Medien vorangetrieben“ (71) und dabei auch Ideen des künstlichen Menschen entwickelt, die in spätere Cyborg-Theorien mündeten. (72) Gleichzeitig entstanden im Futurismus frühe Formen der Medienkunst, die die damals vorhandenen technischen Möglichkeiten nutzten. (78ff.) Winfried Wehle konstatiert in seinem Beitrag über die Entgrenzung ins Transhumane: „Was damals noch ein kühnes Projekt war – Simulationstechniken, Werbespots, Performance-art (sic), Video-Clips bis hin zu Cyborgs haben es inzwischen weithin popularisiert.“ (101)

Ehrlicher zeigt in seinem Beitrag eindrücklich die aktuellen PR-Strategien, mit denen Marinetti die Ziele des Futurismus und sich selbst medienwirksam in Szene setzte. So erkannte er den Aufmerksamkeitsfaktor des Skandals und nutzte 1910 einen Prozess wegen Verstoßes gegen die Sittlichkeit als „Bestandteil seiner Selbstpropagandamaschinerie“. (73) Die Mythologisierung der technischen Medien durch die italienischen Futuristen bildet auch einen thematischen Schwerpunkt des Bandes (Ehrlicher, Wehle).

Viele Beiträge konzentrieren sich auf die intermedialen Bezüge von Filmen. Volker Roloff konstatiert: „Filme können, ähnlich wie das Theater, aber in einer erweiterten Form, die intermediale Reflexion, die in den Mythen durch die Spannung von Text und Bild in Erscheinung tritt, aufnehmen und dabei neue Perspektiven entwickeln“. (17) Marijana Erstic zeigt, in welchen Bildspuren sich Aby Warburgs Ikonologie der Venusdarstellung in Peter Weirs Film „The Picknick at Hanging Rock“ wiederfinden lässt. „Die Analogie des Films zu Aby Warburgs Zei-

chen-Taxonomie liegt dabei nicht in der hier kulturwissenschaftlichen, dort fiktionalen Rezeption desselben Gemäldes. Vielmehr suchen beide, ausgehend vom Boticellischen Venusbild, auf der Oberfläche des Mythos das Chaos wie den Ursprung menschlicher, mythischer und künstlerischer Elementarsituationen.“ (39) Warburgs Modell der Medialisierung von Pathosformeln „beschreibt eine Überschichtung der Energie-Ebenen, die sich im historischen Wandlungsprozess ersetzen, invertieren und aufladen.“ (48)

Die Wirkungskraft nationaler Mythen illustrieren Filmbeispiele des spanischen Films. Kirsten von Hagen beschreibt die multimediale Umsetzung des Carmen-Mythos in Oper, Literatur und Film. Der spanische Regisseur Carlos Saura setzt den Körper als Ausdrucksmittel ins Zentrum seiner Filme und inszeniert nicht nur in „Carmen“, sondern auch in „Salome“ den Kampf der Geschlechter als Tanz. (Schumann) Pedro Aldomovars „Matador“ als filmische Thematisierung des Stierkampfes als nationalem Mythos impliziert auch das dauerhafte Wechselverhältnis von Sex und Gewalt bis hin zu androgynen Visionen der Geschlechterverhältnisse.

Die Romanistin Walburga Hülk konstatiert in ihrer Einleitung zu dem Sammelband „Alte Mythen – Neue Medien“ eine Kontinuität von Mythen als Inhalten von Medien. Im Bereich der Filmwissenschaft wurde eine vergleichbare Diagnose mit dem Begriff der Master Narratives umschrieben. Am Beispiel der Mythen von Venus (Erstic), Orpheus (Vickermann-Ribémont), Medea (Wagner) und Pygmalion (Geisler-Szmulewicz, Thomsen) wird in dem Sammelband die Intermedialität zwischen Künsten und Medien herausgearbeitet. Dabei bleiben intermediale Fragestellungen eher traditionell geisteswissenschaftlich häufig im Bereich der Wechselbeziehungen zwischen den Künsten verhaftet. Dies lässt sich am Umgang mit dem Orpheus-Mythos verdeutlichen: „Er kann das poetische Wort sowohl an die musikalische Vermittlung knüpfen – durch das Mythem des begnadeten Sängers, dessen Gesang die Natur in Bewegung und Harmonie versetzt – als auch an visuelle Momente durch zwei ebenso zentrale Mytheme: den Gesang in den Hades als eine Grenzüberschreitung zwischen Sichtbarem und Unsichtbarem und den verbotenen Blick, den Orpheus auf Eurydike wirft.“ (55) Gabriele Vickermann-Ribémont verweist

auf die Zeitabhängigkeit der Mythenrezeption: „Der Orphismus gehört um 1900 zu den Moderscheinungen eines antisozialistischen, eklektizistischen, sich künstlerisch in den Symbolismus verlängernden Zeitgeists.“ (57)

Einige Beiträge zeigen darüber hinaus auch faszinierende Wechselwirkungen in der visuellen Vermittlung zwischen klassischen Motiven der Malerei, die als Modelle für die Kunstfotografie u. a. von Fred Holland Days fungieren. (61, Vickermann-Ribémont) Walburga Hülk verweist auf die These Hans Beltings, dass mythische Bilder sich „aufgrund ihrer ‚internen Repräsentation‘ und ihrer ‚medialen Einrichtung‘ in jeder zeitgebundenen Wahrnehmung qualitativ verändern, auch wenn ihre Themen überzeitlich sind.“ (7) Somit ist der medienhistorische Ansatz der Mythenforschung unerlässlich.

Mechthild Albert und Helmut Schanze wechseln die Blickrichtung der Beiträge vom Film auf Radio und Fernsehen. Albert verweist in Abkehr von bisherigen Mythendefinitionen des Bandes auf „die mythische Bedeutung, die das Radio für mehrere Generationen von Hörern besaß.“ (138) Sie beschreibt das Radio als „Objekt mythischer Projektion seitens der künstlerischen Moderne“ und „beleuchtet anhand von Beispielen die Tendenz der humoristischen Avantgarde, das technische ‚Wunder‘ der drahtlosen Telegraphie durch mythologische Reminiszenzen spielerisch zu inszenieren, zu überhöhen und als Inspirationsquelle phantasievoller Assoziationen zu nutzen.“ (140f.) Helmut Schanze widmet sich in einer assoziativ-sprunghaften Argumentation den mythischen Potenzialen des Mediums Fernsehen selbst. Erstaunlich dabei ist, dass er bisherige Untersuchungen zu diesem Thema aus dem Bereich der amerikanischen und deutschen Forschung nicht zur Kenntnis nimmt. Außer in dem Beitrag von Helmut Schanze spielen die Umsetzungen von Mythen im Bereich des Fernsehens in dem Band kaum eine Rolle. So wundert es, dass in den Darstellungen zu aktuellen Umsetzungen des Vampir-Mythos eine Serie wie *Buffy* keinerlei Erwähnung findet.

Schließlich widmet sich der Sammelband auch zeitgenössischen Medienangeboten. Christian Thomsen setzt sich kritisch mit den Frauenbildern der aktuellen Digital Beauties aus unterschiedlichen Bereichen der Computergrafik, der Werbung, Zeitschriften, der Literatur und des Science-Fiction-Films auseinander. „Den meisten von ihnen ist gemeinsam, dass

ihre Körperkonstrukte kindlich-jugendlich bis jung sind: kurvenreich oder glattflächig, reine Oberfläche wie in der Metallurgie, aseptisch, steril wie im Labor, glatte Haut ohne Poren, Dellen, Haare, Runzeln, Cellulite, mit strotzenden Kunstbrüsten. Aber dennoch sind sie ihrer sichtbaren Künstlichkeit wegen irgendwie saft- und kraftlos wie die Umrislinien und Ornamentalerotik Beardsleyscher Jugendstilzeichnungen.“ (264) Thomsen diagnostiziert die Tendenz einer „industrialisierten Entindividualisierung“. (266) Dass die Orientierung in der Neuzeit offensichtlich etwas schwerfällt, zeigen fehlerhafte Titelbezeichnungen etwa von William Gibsons Roman „Neuromancer“ (87) oder Umbenennungen von Medienmitarbeitern etwa von Werner Pleister in Dr. Theodor Pleister. (169)

Nichtromanisten wird die Lektüre des Bandes teilweise schwerfallen. Nicht nur bleiben viele Zitate ohne Übersetzung, auch ein ganzer Artikel ist nur auf Französisch zu lesen. Dennoch bietet dieser Band eine Fundgrube für die weitere Forschung im Bereich der Mediengeschichte als Kulturgeschichte.

Joan Kristin Bleicher

Stephanie Reese

Der Funktionsauftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks vor dem Hintergrund der Digitalisierung

Frankfurt a. M.: Peter Lang, 2006. – 339 S.

(Studien zum deutschen und europäischen Medienrecht; 20)

ISBN 978-3-631-55472-2

Mit Bescheid vom 24. April 2007 hat die Europäische Kommission das Beanstandungsverfahren zur Finanzierung der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten in Deutschland eingestellt. Voraussetzung hierfür war die Zusage der Bundesrepublik, den spezifischen Auftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, insbesondere im digitalen Bereich, künftig deutlich präziser als bisher gesetzlich bzw. staatsvertraglich festzulegen und die Einhaltung der Grenzen dieses Auftrags künftig auch effizient zu beaufsichtigen. Insofern erscheint die Untersuchung von *Stephanie Reese*, eine von *Christine Langenfeld* betreute Dissertation, durchaus zum richtigen Zeitpunkt, darf man sich doch angesichts der Themenstellung Antworten auf die offene Fra-