

Das Raummodell ist in den Beiträgen mit unterschiedlichen Bereichen der Wahrnehmung und Interaktion verknüpft. So sieht Sven Werkmeister einen Zusammenhang zwischen der schrittweisen Transformation des Raums durch analoge Medien und dem räumlich-situierten Eingebundensein des Wahrnehmenden und der objektivierenden Ordnung des Wahrgenommenen (vgl. S. 27). Der allgemeinen interaktiven Nutzung des Social Webs entsprechen auch Neogeography-Praktiken, „die auf die persönliche, intuitive, idiosynkratische Anwendung geospatialer Techniken zielen. Hierzu zählen insbesondere die Erstellung eigener Karten mit Google Maps, sogenannte ‚Map Mashups‘“ (S. 33). Seit Mai 2008 bildet Google Map auch intramediale Verknüpfungen mit visuellen Angeboten wie etwa Panorama Fotos oder Informationen aus dem Web 2.0 wie Wikipedia (S. 35).

Problematisch erscheint die an einigen Stellen erkennbar werdende Gleichsetzung von Medien und Medienangeboten wie etwa Google Earth. Es erstaunt die fehlende Berücksichtigung bisheriger Ansätze und Ergebnisse ethnologischer, literaturwissenschaftlicher und medienwissenschaftlicher Raumphorschung. So ließe sich etwa für die Analyse des sog. „Places Layer“, der Inhalte unterschiedlicher Anbieter wie Wikipedia gemeinsam mit Google Earth visualisiert, Genettes Modell des Palimpsests fruchtbar machen. Hingegen widmet sich ein Abschnitt des Sammelbandes dem *medial turn* der Geographie, der sich u. a. in Untersuchungen medieninterner imaginärer Geographien (Stefan Zimmermann) oder in den medialen Konstruktionen und Transformationen physischer Räume (Mike Crang) niederschlägt.

Neue Kommunikationsmedien werden als Umbruch räumlicher Bezüge beschrieben. „Raum figuriert nicht mehr als ein einheitlich Gegebenes – als ‚Behälter‘ der Dinge, als festes Koordinatensystem oder als ein Apriori – sondern wird auf die faktische Pluralität historischer wie heutiger Raumwahrnehmungen und -konzeptionen bezogen“ (S. 11) Regine Buschauer befasst sich in ihrer an der Universität Basel entstandenen Dissertation aus historischer Perspektive mit dem Zusammenspiel aus Medien und Raumkonstellationen und den sie begleitenden Diskurs über Formen des Raumverlusts (S. 17). Dabei versucht sie, sowohl Kontinuitäten als auch Zäsuren medialer Veränderungen gleichzeitig zu erfassen. Ihr Focus liegt auf Zäsuren in den Entwicklungsstadien der Veränderung von Raumwahrnehmung durch die Lokomotive, die Telegraphie, den Cyberspace und den Mobilfunk. Etwas aus dem Rah-

men dieser Reihung fällt ein Exkurs zum Raum als Relation bei Leibniz, den Regine Buschauer selbst als Drehpunkt des Bandes begreift (S. 17). Einerseits werden vielfältige Quellen interpretatorisch ausgewertet, andererseits bleibt die Arbeit medienphilosophisch ausgerichtet und blendet bisherige medienwissenschaftliche Studien etwa zur Darstellung von Räumen eher aus. In seiner diskurshistorischen Ausrichtung liefert der Band jedoch eine sinnvolle Ergänzung zu Thielmann/Dörings Sammelband.

Joan Kristin Bleicher

Ruben P. Konig / Paul W.M. Nelissen / Frank J. M. Huysmans (eds.)

Meaningful Media

Communication Research on the Social Construction of Reality

Nijmegen: Uitgeverij Tandem Felix, 2009. – 325 S.

ISBN 978-90-5750-108-1

Maren Hartmann / Andreas Hepp (Hrsg.)

Die Mediatisierung der Alltagswelt

Wiesbaden: VS, 2010. – 325 S.

ISBN 978-3-531-17042-8

Wahrscheinlich werden beide Bücher nur in dieser Zeitschrift gemeinsam angezeigt. Den Grund verschweigen die Herausgeber in ihren Titeln: Es handelt sich um Festschriften für Karsten Renckstorf (Jahrgang 1944) und Friedrich Krotz (1950), zwei Kollegen, ohne die das Hans-Bredow-Institut heute nicht das wäre, was es ist. Renckstorf war hier von 1970 bis 1985 wissenschaftlicher Referent und steht neben Will Teichert und Janpeter Kob (Direktor von 1971 bis 1978) für die Umorientierung in Richtung Sozialwissenschaften und Empirie. In die Fachgeschichte eingegangen sind vor allem die Rezeption des *Uses and Gratifications* Approach durch Teichert und die Verknüpfung dieser Perspektive mit dem Symbolischen Interaktionismus durch Renckstorf (Nutzenansatz). Friedrich Krotz hat fast genauso lange am Institut gearbeitet (1989 bis 2001), kommt wie Renckstorf aus der Soziologie und hat sich mit ganz ähnlichen theoretischen und empirischen Fragen beschäftigt. Für das Hans-Bredow-Institut mindestens genauso wichtig war aber auch hier die Außenwirkung. Die Herausgeber Hartmann und Hepp erinnern in ihrer Einführung unter anderem an die „Bredow-Panels“ mit den Referenten Uwe Hasebrink, Ralph

Weiß und nicht zuletzt Friedrich Krotz, die stets zu den „Highlights“ der DGPK-Jahrestagungen gehört hätte. Mit Blick auf diese Kontinuitätslinie ist es nicht verwunderlich, dass Krotz 2008 Nachfolger von Renckstorf als Herausgeber der Zeitschrift *Communications* werden konnte.

Die Festschriften haben dagegen nicht viel gemeinsam. Während in dem Buch für Krotz immerhin ein paar Autoren aus dem alten Hamburger Umfeld auftauchen (neben Hasebrink zum Beispiel Knut Hieckethier, Irene Neverla, die die Habilitationskommission leitete, oder Doktorvater Gerhard Kleining) und dort auch ein angemessenes Porträt steht (fünf Seiten in der Einleitung), fehlt die Bredow-Zeit in der Renckstorf-Gabe genau wie jede persönliche Note – abgesehen vielleicht von einer Bibliografie (die es auch in dem Krotz-Buch gibt) und einem Hinweis auf die hohen Qualitätsansprüche des Meisters („as a consequence, all chapters in this book have been peer-reviewed“). Die drei Herausgeber, ein Professorenkollege aus Nijmegen, wo Karsten Renckstorf 1986 einen Lehrstuhl bekam, und zwei seiner insgesamt neun Doktoren, beschränken sich in ihrer Einführung auf knappe Zusammenfassungen der 20 Beiträge. Die Themen ergaben sich offenbar aus den Forschungsinteressen von Renckstorf (media use, active audience, campaigns and marketing, news, identity, policy). Welche Beziehung die einzelnen Autoren (fast nur Niederländer) zum Jubilar haben, bleibt der Phantasie des Lesers überlassen. In jeder Hinsicht eine Ausnahme sind lediglich die ersten beiden Kapitel, beigesteuert von „two lifelong allies of Karsten, Denis McQuail and Friedrich Krotz“ (S. 8). McQuail denkt hier über die Folgen des Medienwandels für das Publikumskonzept nach (das er am Ende sieht), und Krotz vergleicht in einem historischen Rundumschlag die Kommunikations- und Medienkonzepte von Soziologie und Kommunikationswissenschaft und würdigt dabei vor allem die theoretische Leistung von Karsten Renckstorf (nicht ohne Seitenhiebe auf die Rezeption in Deutschland). Beide Texte sind sehr anregend und hätten dem Buch eine Idee liefern können – wenn dies denn gewollt gewesen wäre.

Maren Hartmann und Andreas Hepp hatten es da leichter, obwohl (oder weil?) beide zumindest formal keine Krotz-Schüler sind (wohl aber intellektuell). Inhaltliche Klammer ist hier die Mediatisierungstheorie, die in der Einleitung knapp zusammengefasst und dann auch von allen 18 (alphabetisch geordneten) Autoren zitiert und (mehr oder weniger) gewürdigt wird. Allein die Zahl der Beiträge bestätigt noch

einmal, was die Fachgemeinschaft spätestens seit der Bewilligung des DFG-Schwerpunktprogramms „Mediatisierte Welten“ weiß: Friedrich Krotz ist hier ein großer Wurf gelungen. Dass seine Theorie akzeptiert wird und vor allem anschlussfähig ist, zeigt die Festschrift eindrucksvoll. Die Kolleginnen und Kollegen hatten offenbar keine Probleme, das, was sie schon immer machen, in ein neues (begriffliches und gedankliches) Gefäß zu gießen. Irene Neverla schreibt unter dem Dach Mediatisierung über „Medien als soziale Zeitgeber im Alltag“, Patrick Rössler über Propagandaausstellungen im Dritten Reich und Dieter Wiedemann über die Ausbildung an Filmhochschulen, Klaus Neumann-Braun über SNS und Joachim R. Höfllich über das Mobiltelefon. Dieses Themenspektrum lässt die Kehrseite von Akzeptanz und Anschlussfähigkeit erahnen: Was ist gewonnen, wenn eine Theorie für alle möglichen Fragestellungen genutzt werden kann? Das Buch stärkt den Verdacht, dass Mediatisierungsforschung in der Version von Krotz nichts anderes untersucht als die gute, alte Publizistikwissenschaft – erweitert natürlich um neue technische Medien wie Computerspiele oder Roboter. Der Erfolg des Konzepts lässt sich so auch als Reaktion auf den Bedeutungsgewinn öffentlicher Kommunikation deuten: Ein neues Label verspricht Aufmerksamkeit und damit vielleicht auch neues Glück.

Einzelne Beiträge zu diskutieren, macht bei Festschriften wenig Sinn, da es hier nicht (nur) um den Inhalt geht, sondern vor allem um Soziales. Solche Bücher sind Dokumente von Dankbarkeit und Verbundenheit und für den Fachhistoriker eine erstrangige Quelle, weil er hier etwas über die Persönlichkeit eines Wissenschaftlers erfahren kann, über seine Beziehungen zu Kollegen und vielleicht auch über private Details, die dann helfen, sein Werk zu verstehen. Aus dieser Perspektive ist zu bedauern, dass die Herausgeber bei beiden Büchern nicht erklärt haben, wie die Autorenlisten zustande gekommen sind und warum ausgerechnet sie den Gratulantenchor dirigieren.

Michael Meyen