

**A ALLGEMEINES**

**AR MEDIEN**

**Mediengebrauch**

**FACHWÖRTERBUCH**

**15-2** *Historisches Wörterbuch des Mediengebrauchs* / Heiko Christians ... (Hg.). Judith Pietreck ... (Red.). - Köln [u.a.] : Böhlau, 2015 [ersch. 2014]. - 722 S. ; 24 cm. - ISBN 978-3-412-22152-2 : EUR 69.90  
**[#3939]**

Der Professor für Medienkulturgeschichte an der Universität Potsdam, Heiko Christians, der apl. Professor für neuere deutsche Literaturwissenschaft an der Universität zu Köln, Matthias Bickenbach, und der Professor am Department of German der Princeton University in den USA, Nikolaus Wegmann, haben einen Kreis von fast vierzig weiteren Universitäts- und Hochschulprofessoren und jüngeren Wissenschaftlern aus dem Umkreis der Medienwissenschaft<sup>1</sup> um sich versammelt, um einen Grundstein für den Kanon „medienwissenschaftlicher Grundbegriffe“ zu setzen: 46 begriffliche Facetten des apostrophierten Grundbegriffs „Mediengebrauch“ werden in heuristischer Manier in einem historisch ausgelegten Wörterbuch beschrieben.<sup>2</sup> Die Herausgeber haben ihren Mitarbeitern hierfür ein für alle verbindliches Verfahren vorgegeben, erläutert in der *Gebrauchsanweisung* des Wörterbuchs (S. 7 - 10), und untermauert von Heiko Christians im Kapitel *Begriffsgeschichte als Mediengeschichte* (S. 11 - 32).<sup>3</sup> Diese Heuristik soll die Mitarbeiter in der Anwendung zuverlässig auf die jeweiligen Problemstellungen und deren politisch-sozialen, technischen und historischen Kontexte hinführen.

Jeder Artikel beginnt (1.) mit einer meist literarischen *Anekdote*, einer überraschenden historischen Erzählung, die Neugier und Interesse wecken soll, danach folgt mit intensiven Verweisen auf historische Wörterbücher und Le-

---

<sup>1</sup> Zu Begriff und Stand der Medienwissenschaft vgl.: *Handbuch Medienwissenschaft* / hrsg. von Jens Schröter. Unter Mitarb. von Simon Ruschmeyer und Elisabeth Walke. - Stuttgart ; Weimar : Metzler, 2014. - VI, 571 S. : graph. Darst. ; 25 cm. - ISBN 978-3-476-02412-1 : EUR 49.95 [#3581]. - Rez.: **IFB 14-2** <http://ifb.bsz-bw.de/bsz391530151rez-1.pdf>

<sup>2</sup> Inhaltsverzeichnis: <http://d-nb.info/1050944283/04>

<sup>3</sup> In das Internet sind die Titelei, Inhaltsverzeichnis, Gebrauchsanweisung und das Kapitel *Begriffsgeschichte als Mediengeschichte*, d.i. S. 1 - 31, vom Anbieter kitapi.de frei zugänglich eingestellt worden: <http://www.kitapi.de/products/reading-epub/product-id/3014145/title/Historisches%2BW%25C3%25B6rterbuch%2Bdes%2BMediengebrauchs.html> [2015-03-14]

xika (2.) eine Einführung in die *Etymologie* des Begriffs und (3.) in überlieferte *Kontexte* des Wortgebrauchs, weiter wird (4.) auf *Konjunkturen* eingegangen, um die Schwankungen des semantischen Felds und des Sprachgebrauchs nachzuzeichnen, (5.) werden zur Abgrenzung und Spiegelung *Gegenbegriffe* erkundet und ausgebreitet. Im Abschnitt (6.) *Perspektiven* sollen die „notorisch unübersichtlichen Verhältnisse“ des Sprachgebrauchs in Vergangenheit und Gegenwart auf die Zukunft gewendet und (7.) im Abschnitt *Forschung* möglichst in klaren Aufträgen konkretisiert werden. Es folgen (8.) einige *Literaturempfehlungen* zur Vertiefung und Ergänzung des Artikels, (9.) *Verweise* auf inhaltlich benachbarte Artikel im Wörterbuch und schließlich (10.) die „vollständige“ *Bibliographie* der beim Verfassen des Artikels benötigten Literatur. Als zusätzliche Hilfe zur Erschließung der Textbeiträge wird den Lesern noch ein Register der Personen angeboten, die im Fließtext der Artikel erwähnt werden. Vielleicht hätte man dem Buch noch ein vollständiges oder auch nur repräsentatives Register der in den Artikeln erwähnten und/oder abgehandelten weiteren Verben zum Mediengebrauch hinzufügen können, so wäre mit wenig Aufwand eine wohl recht vollständige Liste der deutschen Verben zum Mediengebrauch entstanden. Ausdrücklich zu bedauern ist, daß das Buch kein Verzeichnis der Autorinnen und Autoren enthält, - ihre Namen stehen auch nicht im Inhaltsverzeichnis, sondern lediglich unter den Überschriften der einzelnen Beiträge. Ein wenig zu wenig Anerkennung für ihre Arbeit!<sup>4</sup>

Die Herausgeber haben ihren Autoren ausreichenden Platz eingeräumt, die Artikel umfassen zwischen 9 und 25 Textseiten, Illustrationen sind nicht vorgesehen. Angesprochen werden sollen Studierende „vieler“ Studiengänge im Bereich Medien, aber auch nicht-akademische Leser. (S. 7) Als Stilebene wird ein notwendiger Grad an Abstraktion zwischen bloßer Empirie und überambitionierter Theorie angestrebt, der die unterschiedlichen disziplinären Ansätze zusammenführen soll: „Mediale Gebrauchsweisen werden weder reduziert auf quantitative Messungen und Statistiken noch werden sie wegabstrahiert in das idiosynkratische Vokabular eines Meisterdenkers“ (S. 7) In der Tat finden sich in den Artikeln keinerlei statistische oder andere sozialwissenschaftliche Daten, andererseits werden die angesprochenen philosophisch-theoretischen „Meisterdenker“ zwar zitiert, ihnen wird auf der Stilebene aber nicht nachgeeifert. Auffällig (und Beleg für die gute Betreuung der Autoren durch die Herausgeber und die beiden Redakteure Judith Pietreck und Josef Ulbig, beide Mitarbeiter der Professur für Medienkulturgeschichte der Universität Potsdam) ist, wie weitgehend konform die angestrebte Stilebene und insgesamt das vorgegebene Schema eingehalten worden sind. Die Artikel lesen sich als literarisch-fachliche Essays mit nur gelegentlich ermüdenden Aufzählungen oder Reihungen semantischer Explikationen.

---

<sup>4</sup> Daß die Autoren durchaus Wert auf ihre Mitarbeit am Wörterbuch legen, wird durch eine schlichte Recherche mit Hilfe von Google im Internet deutlich (Eingabe: „Historisches Wörterbuch des Mediengebrauchs“ + „Rezension“), die ergibt, daß zumindest die Mehrzahl der Mitarbeiter dies in ihren akademischen Literaturlisten dokumentiert.

Die alphabetische Reihung der 46 Lemmata von Gebrauchsweisen der Medien deutet zwar Abgeschlossenheit und Repräsentativität des Vokabulars an, dies ist jedoch keineswegs beabsichtigt, sie soll nur den gegenwärtigen Zeitpunkt in der permanenten Veränderung des Gebrauchs von Medien abbilden. Daher werden in den Lemmata konkrete Gebrauchsformen beschrieben, die dem historischen wie dem derzeitigen Stand der Medien(-technik) (und ihres Vokabulars) entsprechen: „Medien sind das, was ihr Gebrauch aus ihnen erst macht“ (S. 9). Die Verb(-grund)formen der Lemmata sollen den Blick auf die Wechselwirkung zwischen Medien und ihrem Gebrauch öffnen, eine komplexe Relation, die „als solche nicht theoriefähig ist“ (S. 10). „Machbar ist allein eine historische Analyse von Einzelgeschichten, ohne Anspruch auf einen übergeordneten Zusammenhang“ (S. 10). Die 46 Lemmata von *Abhängen* bis *Zitieren* umfassen eine weite Liste mit Gebrauchsweisen von Medien, wobei die beiden soeben genannten als eher untypisch erscheinen: Die Mehrzahl benennt zahlreich und unübersichtlich vielfache Varianten des aktiven wie passiven Gebrauchs alter und neuer, analoger und digitaler Medien, vom Buch bis zu den interaktiven, sog. sozialen Medien, von *Kanalieren*, *Klicken*, *Knipsen* und *Kompilieren* zu *Kopieren*, *Kritzeln*, *Lesen* und *Liken*, um beispielhaft die acht zentralen (im Buch nicht durchgezählten) Lemmata 20 bis 27 aufzuführen. Da der Medienbegriff selber nicht problematisiert wird, sondern nur über den Begriff des Mediengebrauchs angesprochen wird, ist es schwerlich möglich, die Liste der Lemmata auf Angemessenheit oder Vollständigkeit in der Berücksichtigung von „Medien“ zu beurteilen. Dem Rezensenten ist nur aufgefallen, daß sich kein Lemma der Tätigkeit des „Radiohörens“ zuordnen läßt, während die ausgeführten Lemmata *Lesen* und *Fernsehen* andere weitverbreitete mediale Rezeptionsformen ansprechen („Filmsehen“ oder „Bildschirmgucken“ oder gar „Zuschauen“ finden sich aber auch nicht), - doch Vollständigkeit ist nicht beabsichtigt. Insofern ist das Wörterbuch weder ein Lexikon noch eine Enzyklopädie, sondern ein Lesebuch mal mehr oder weniger, aber doch immer anregender, ausführlicher Essays zu Gebrauchsweisen von Medien und ihrem deutschsprachigen Vokabular.

Wilbert Ubbens

#### QUELLE

**Informationsmittel (IFB)** : digitales Rezensionsorgan für Bibliothek und Wissenschaft

<http://ifb.bsz-bw.de/>

<http://ifb.bsz-bw.de/bsz410273635rez-1.pdf>