

Matthias Buck
Florian Hartling
Sebastian Pfau (Hrsg.)

Randgänge der Mediengeschichte



VS VERLAG FÜR SOZIALWISSENSCHAFTEN

Inhalt

Einleitung

Matthias Buck, Florian Hartling, Sebastian Pfau
Randgänge der Mediengeschichte: Einleitende Bemerkungen 11

I. Historiographie

Rainer Leschke
Mediale Konstellationen und mechanische Bräute.
Überlegungen zur Konzeption von Kommunikationsgeschichte. 29

II. Bildgeschichte

Gerhard Lampe
Reflexionen zu William Henry Fox Talbots
Photographie *Die offene Tür* 49

Kathrin Fahlenbrach
Ikonen in der Geschichte der technisch-apparativen Massenmedien.
Kontinuitäten und Diskontinuitäten medienhistorischer
Ikonisierungsprozesse 59

Manja Rothe-Balogh
Stay – Neue Perspektiven im Schnitt- und Filmraum 75

III. Emotionen und Medien

Ingrid Brück
Liebesgeschichte(n) 95

Anne Bartsch
Zeitungs-Sucht, Lesewut und Fernsehieber.
Zur Geschichte der kritischen Diskurse
über Medien und Emotionen 109

IV. Technikgeschichte der Medien

Klaus Kreimeier

Eine technische Tour de Force.

Thomas A. Edison und seine Mitarbeiter..... 125

Claudia Dittmar

Geplatzte Träume im Äther.

Gescheiterte Projekte des DDR-Fernsehens im Wettstreit mit dem

Fernsehen der Bundesrepublik Deutschland..... 135

Jessica Quick

Vom Rezeptions- zum Selektionsmedium oder: Wie der Journalismus
digital wurde.

Eine exemplarische Untersuchung des Online-Engagements

in der deutschen Presselandschaft..... 149

Jürgen Beine

Edition von Materialien zur Geschichte der Ritualmordvorwürfe.

Wikis als eine Herausforderung für die Geschichtswissenschaft? 163

V. Hören und Medien

Karl Karst

Medium Ohr. Eine kurze Geschichte des Hörens 181

Thomas Wilke

Der Ton läuft.

Zur Reproduzierbarkeit historischer Hörräume 191

Golo Föllmer

Vision, Utopie und Pragmatismus.

Historische Positionen zum öffentlichen Raum

in Musik und Audio Art..... 205

VI. Medien und Öffentlichkeit*Cornelia Bogen*

Melancholie und Medien.

Aspekte der Gesundheitskommunikation

in der Epoche der Aufklärung..... 229

Reinhold Viehoff

Sinn und Form – „personality“ ... „private homepage“ ...

„under construction“.

Überlegungen zu kommunikativen Selbstdarstellungen im Internet.... 245

Daniela Pscheida und Sascha Trültzsch

Am Rande des guten Geschmacks?!

Eine kleine Medienkulturgeschichte der veröffentlichten Privatheit ... 259

Helmut Schanze

Der Computer als Medium:

Paradoxien der Computersicherheit..... 275

VII. Medienanalyse*Cordula Günther*

Mediengeschichte fängt bei Adam und Eva an..... 285

Matthias Uhl und Peter Hejl

Die alten Geschichten sind die Besten.

Eine evolutionstheoretisch-inhaltsanalytisch vergleichende

Untersuchung westlicher und indischer Erfolgsfilme. 299

Ulrike Schwab

Der Kriegsfilm:

Historisch-kritische Reflexionen zur Bestimmung eines Genres..... 313

Randgänge der Mediengeschichte: Einleitende Bemerkungen

Matthias Buck, Florian Hartling, Sebastian Pfau

Randgänge ziehen die Grenzen eines Gegenstandes nach. Sie erlauben eine Annäherung an den Untersuchungsgegenstand von dort aus, wo er sich von anderen unterscheidet. Der vorliegende Band zu den „Randgängen der Mediengeschichte“ widmet sich einem der größeren Themengebiete der Medien(kultur)wissenschaft. Er stellt aktuelle Forschungspositionen zusammen, die sich der Exploration von noch vorhandenen „weißen Flecken“ im Feld widmen, wie es Rainer Leschke in seinem Beitrag ausdrückt. Ob die Grenzen, die in den Beiträgen abgegriffen werden, ein großes Gebiet umfassen, ob eine Epoche nachgezeichnet, ob ein historiographisches Theorem geprüft oder ob ein kleines seltenes, kaum bemerktes Eiland vermessen wird, ist je vom methodischen Zugang abhängig. Neben Leschkes Überblicksartikel zur „Historiographie“ sind dies Studien zur Bildgeschichte, zu Emotionen und Medien aus mediengeschichtlicher Perspektive, zur Technikgeschichte der Medien, zur Geschichte von Hören und Medien, zur Geschichte von Medien und Öffentlichkeit sowie zur Medienanalyse unter medienhistorischer Fragestellung.

Dabei werden unterschiedliche systematische Facetten der Mediengeschichtsschreibung beleuchtet, sei es nun die technische Herausbildung von Einzelmedien, die Geschichte von institutionellen Entwicklungen oder die Beschreibung von programmgeschichtlichen Aspekten.

So wird gleichzeitig chronologisch ein Bogen geschlagen, von den Philosophen der Antike über die Gesundheitskommunikation der Aufklärung und dem frühen Film bis hin zu den medialen Bedingungen sozialer Netzwerke im 21. Jahrhundert. Letztere befinden sich derzeit noch an den Rändern einer Mediengeschichtsschreibung, werden aber, wie Jahresringe mehr und mehr in deren Zentrum rücken. Insofern haben Randgänge der Mediengeschichte nicht nur die Funktion noch bestehende „weiße Flecken“ zu beseitigen, sondern sollen immer auch neue Forschungsfelder initiieren.

Historiographie

Kann Kommunikationsgeschichte unter Zuhilfenahme der Vielzahl bestehender Kommunikationsmodelle geschrieben werden? Mit dieser Frage setzt sich Rainer Leschke mit seinem historiographischen Beitrag in diesem Band auseinander. Dabei stellt er zunächst normative sowie deskriptive Modelle von Kommunikation gegenüber und diskutiert ihre Stärken, beschreibt aber vor allem deren Unzulänglichkeit Kommunikation zu beschreiben. Keinesfalls geht er aber von einer prinzipiellen Unbeschreibbarkeit von Kommunikation aus, sondern zeigt die strukturellen Grenzen der jeweiligen Modelle auf, vor allem bei der Beschreibung von massenkommunikativen Phänomenen. Das Scheitern der meisten Kommunikationsmodelle führt Leschke auf deren „Fixierung auf nur eine [medienhistorische] Urszene“ zurück, weil sie alle anderen Medien ignorieren, „die in dieser Szene [...] keinen Auftritt haben“ und somit den medialen Geltungsbereich des Modells von vorneherein einschränken. Somit würde die Zuhilfenahme dieser Modelle bei der Konzipierung einer Kommunikationsgeschichte eher hinderlich als nützlich sein. Nur wenn auf die Beschränkung auf kommunikative Urszenen verzichtet wird und stattdessen von dem jeweiligen „spezifischen historischen Mediensystem“, in dem verschiedene Medien in funktionaler Beziehung zueinanderstehen ausgegangen wird, kann Kommunikationsgeschichte betrieben werden. Nicht die Beschreibung von Einzelmedien spielt dabei eine Rolle, sondern die Darstellung der kommunikativen Konstellationen und Infrastrukturen. Freilich gesteht Leschke auch zu, dass es bei der Erforschung von Einzelmedien noch zahlreiche weiße Flecken gibt, plädiert aber für eine historische Auseinandersetzung, welche die Strukturen eines historischen Mediensystems aufdeckt und sich nicht ausschließlich mit einzelnen Medien auseinandersetzt.

Bildgeschichte

Um die Authentizität von Bildern zu bekräftigen, werden vor allem zwei Topoi angewandt. Von spätantiken Ikonen wurde behauptet, sie seien nicht von Menschenhand gemalt, sondern göttlichen Ursprungs. Der zweite Topos wird erst zu Beginn der Neuzeit formuliert. Die Anwender und Theoretiker der Zentralperspektive heben als besonderen Vorzug ihrer Methode die Homologie menschlicher Wahrnehmung und perspektivischer Konstruktion hervor. Beide Topoi werden von den Pionieren der Fotografie zur Durchsetzung ihres neuen Bildmediums aufgegriffen. Gerhard Lampe zeigt dies anhand der Fotografie *Die offene Tür* von Henry Fox Talbot, die er zum Ausgangspunkt seiner Reflexionen über das Wesen fotografischer Bilder macht. Talbot hat mit seiner Erfindung des

Negativ-Positiv-Verfahrens als erster fotografische Bilder reproduzierbar gemacht. In seiner theoretischen Schrift *The pencil of nature* variiert er schon im Titel die Denkfigur, die die Ikonen begleitete: die Bilder haben keinen menschlichen Autor, sondern werden von der Natur hervorgebracht. Durch eine eingehende Bildanalyse gelangt Lampe weiter zu der Erkenntnis, dass Talbots Fotografie einer berankten Hauswand, mit offenstehender Tür, die den Blick ins Innere eines Raumes gestattet, gleichsam das Prinzip des fotografischen Verfahrens versinnbildlicht. Lampe erkennt in der Abfolge von Außenraum, Türöffnung und Innenraum die prototypische Konstellation der Fotografie: die Camera obscura. Talbot greift in seinen Bildern und Schriften systematisch die Argumente der Zentralperspektive auf und schreibt sie der Geschichte des eigenen Mediums ein. Ziel des Wiederaufgreifens der Topoi ist, wie erwähnt, die Authentizität der Bilder zu steigern. Dies gelingt umso besser, je erfolgreicher die Kultürlichkeit aller menschlichen Bilder geleugnet werden kann.

Die Reproduzierbarkeit fotografischer Bilder und der Glaube an ihre Authentizität war die Grundvoraussetzung für die Entstehung von Medienikonen, die Kathrin Fahlenbrach als zentrales, bildliches Phänomen der technisch-apparativen Massenmedien diskutiert. Sie zeigt, wie der historische, religiöse Bildkult in den modernen Medien wieder auflebt und wie sich in ihnen Mechanismen einer medialen Ikonisierung entwickelt haben. Während die Fotografie in ihrer Frühzeit vor allem von den herrschenden Eliten zur Selbstinszenierung genutzt wurde, werden Foto-Ikonen im 20. Jahrhundert vor allem von Fotografen, aber auch von Kameraleuten gezielt lanciert. Bilder und Filmaufnahmen etwa von Katastrophen ‚gehen um die Welt‘. Rund um das Medium Film sind Ikonisierungsprozesse vor allem an die Stars gekoppelt und durch deren (Selbst-) Inszenierungsstrategien bedingt. Gleichsam ein Paradebeispiel für moderne mediale Mechanismen der Image-Inszenierung ist Marilyn Monroe. Wobei es Fotografien und nicht Filmsequenzen sind, die im Mittelpunkt des Ikonisierungsprozesses stehen. Ähnliches ist auch beim Medium Fernsehen zu beobachten. Die Ikonisierung ist hier schwierig, weil sich Ereignisse nur unzureichend in audiovisuellen Sequenzen ikonisch verdichten lassen. Am Beispiel der Mondlandung zeigt Fahlenbrach auf, dass hier eben nicht die audiovisuelle Sequenz zur medialen Ikone wird, sondern Standbilder dieser. Schließlich werden massenmedial verbreitete Bilder im digitalen Zeitalter vollends dem Primat der Eliten und der Profis entrissen, zunehmend finden auch private Zeugnisse ihren Weg in die Massenmedien. Damit, so Fahlenbrach, „wird (...) die strategische Lenkung von Ikonen immer schwieriger, wenn nicht gar unmöglich“.

Mit der Digitalisierung verlieren die Theoretiker des fotografischen Bildes ihre wichtigsten Argumente, um Fotografie und Film einen privilegierten Wirklichkeitsbezug zuschreiben zu können. Dem Verlust an Authentizität steht ein

Zugewinn an Gestaltungsspielräumen gegenüber. Die Möglichkeiten, fotografische Bilder mit den Freiheiten eines Malers zu gestalten, wachsen und die technischen Mittel, die das ermöglichen, werden allgemein zugänglich.

Welche Möglichkeiten das im Falle der Videobearbeitung sind und wie sie sich von analoger Technik unterscheiden, ergründet Manja Rothe-Balogh: „Effekte wie Picture in Picture, Splitscreen, also Bilder parallel neben- oder übereinander, sowie Zeitraffer, Slow Motion, Vor- oder Rücksprung, die zwar schon im klassischen Filmschnitt möglich waren, sind nicht mehr aufwendig im Kopierwerk, sondern mit einfachen Mausklicks im Schnittprogramm realisierbar.“ Die neuen Möglichkeiten verändern auch die Konstruktion des filmischen Raums. Die Gesetzmäßigkeiten des klassischen Continuity-Editing verlieren an Verbindlichkeit. Um das zu verdeutlichen, skizziert Rothe-Balogh zunächst die historische Analogtechnik aus kulturgeschichtlicher Perspektive, um dann komparativ die heutigen digitalen Möglichkeiten zu betrachten. Der Kinofilm *Stay* von Marc Foster liefert schließlich Anschauungsmaterial in Sachen digitales Filmediting.

Emotionen und Medien

Kaum ein Forschungsgebiet der Medienwissenschaften hat in den letzten Jahren einen solchen Aufschwung erlebt wie die Erforschung der Emotionen. Das besondere Interesse der Medienwissenschaften galt dabei dem Horror, wohingegen das höchste aller Gefühle, die Liebe, nicht die ihr gebührende Beachtung fand.

Andere Disziplinen haben dagegen das Thema schon seit langem für sich entdeckt. Weil die Psychologie, Theologie, Anthropologie und Neurophysiologie die Liebe bereits ausgiebig erforscht haben, stützt sich Ingrid Brück für ihre Analyse des Liebesfilms zunächst auf deren Erkenntnisse. Das heißt: viele Disziplinen und noch mehr Ansätze: Liebe ist unmittelbare Anziehung, physische Erregung und sexuelles Interesse... Die Kunst der Liebe ist das Lieben, nicht das Geliebt-werden-wollen... Liebe wird gesteuert durch drei autonome Liebes-schaltkreise: Anziehung, Lust und Verbundenheit... Verliebte verhalten sich wie Zwangspatienten... Liebe soll die Wunden schließen, die die Vereinzelung in der mobilen Industriegesellschaft mit sich gebracht hat... Soviel ist klar, einfache Muster romantischer Liebe haben sich überlebt. Das Schema „Junge Frau trifft jungen Mann, gemeinsam überstehen sie Prüfungen und finden am Ende glücklich zueinander“ hat ausgedient. Zwar gibt es noch Fernsehfilme, die sich auf das überkommene Erzählmuster beziehen, sie sind aber nichts anderes als audiovisuelle Heftchenromane. Wo sich Liebesgeschichten der gesellschaftlichen Realität nähern, da geben die Lebensumstände von Patchworkfamilien, von verzeitlichten

Partnerschaften und serieller Monogamie den Rhythmus der Story vor. Vor allem Daily Soaps und Telenovelas spiegeln seit den 90er Jahren mehr und mehr die gesellschaftlichen Veränderungen wieder. Bei allem Wandel gibt es auch Konstanten des Liebesfilmgenres. Brück identifiziert als basale Dichotomie von Liebesgeschichten die Unterscheidung nach ‚richtiger‘ sowie ‚falscher Liebe‘ und erkennt darin den unveränderlichen Kern, von dem aus kulturelle Unterschiede und historische Veränderungen systematisch beschreibbar werden.

Das Fernsehen wird mehr und mehr zum Medium der Emotionen, es treibt die Emotionalisierung der Politik, der Wirtschaft, es fördert die Emotionalisierung jeglichen gesellschaftlichen Themas. Allerorten ist die Klage über die voranschreitende Emotionalisierung des Fernsehens zu hören, sogar von der ‚Diktatur der Emotionen‘ ist inzwischen die Rede. Anne Bartsch stellt angesichts des immer lauter werdenden Vorwurfs des fortschreitenden Verlustes der rationalen Welterschließung die Frage, ob die mit schöner Regelmäßigkeit von Seiten medienkritischer Autoren erhobene Klage über die Emotionalisierung der Medien eine Konstante ist. Belege für diese These finden sich in der Mediengeschichte zuhauf. Schon die Flugschriften gewannen die Gunst ihres Publikums durch Sensations- und Schreckensgeschichten; die frühen Zeitungen knüpften daran nahtlos an. Beide fanden zeitgenössische Kritiker, die wortreich die Sensationslust der Medien geißelten. Nicht anders als heute wurde befürchtet, dass die Darstellung von Verbrechen zur Nachahmung anregen könnte. Auf die Zeitungsucht folgte im 18. Jahrhundert die Lesesuchtdebatte, in deren Mittelpunkt die Abkehr von den Idealen der Aufklärung und die Hinwendung zu Empfindsamkeit und Sentimentalität stand. Das ‚Werther-Fieber‘ brach aus, es wurde über eine Epidemie von Nachahmer-Suiziden berichtet, womit die Debatte über die Emotionalisierung der Medien wieder einmal einen Höhepunkt erreichte, dem dann noch etliche in der Moderne folgen sollten. Im Kampf um Aufmerksamkeit ist die Emotionalisierung ein erprobtes Mittel, sie ist weder zu verdammen noch zu verharmlosen. Medien machen süchtig. Das kann man genießen, analysieren, sich zunutze machen und auch beklagen, ändern kann man es wohl nicht.

Technikgeschichte der Medien

Neben der Institutionsgeschichte, der Programmgeschichte und der Mentalitätsgeschichte ist die Technikgeschichte ein weiterer Aspekt der Mediengeschichtsschreibung. Diesem Bereich der Mediengeschichtsschreibung widmet sich der Abschnitt ‚Technikgeschichte der Medien‘ mit den Schwerpunkten Kino/ Film, Fernsehen und neue Medien. Freilich werden hier auch Themen behandelt, die über reine Beschreibungen von naturwissenschaftlich geprägten Entwicklungen

neuer Apparate zur Speicherung und Übertragung von Informationen hinausgehen. Es wird vielmehr der Einfluss der Technik auf ästhetische, institutionelle und gesamtgesellschaftliche Entwicklungen gezeigt.

Klaus Kreimeier behandelt in seinem Beitrag die Entwicklung des frühen Films. Thomas Alva Edison und seine Mitarbeiter stehen für eine Vielzahl von Erfindungen, die der Geschichte der Wahrnehmung in der industriellen Moderne wesentliche Impulse gaben. Bahnbrechend waren der von Edison und seinem Partner W. L. Dickson um 1890 entwickelte Kinematograph für die Aufnahme, und das Kinetoskop für die Betrachtung bewegter fotografischer Bilder. Daraus resultierten weitere Innovationen: 1893 richteten die beiden das erste Filmstudio in New Jersey ein. In dieser „Hexenküche früher Movies“, wie Klaus Kreimeier es in seinem Aufsatz in diesem Band nennt, entstanden Meilensteine der Filmgeschichte. Mit dem Kameramann Edwin S. Porter hatte Edison einen Studiochef engagiert, der die Montagetechnik vorantrieb und mit *The Great Train Robbery* den ersten Blockbuster der US-amerikanischen Filmgeschichte herausbrachte. Für die Erweiterung des kinematografischen Sehens steht die erste Kamerafahrt mit Hilfe eines Krans. Die Entwicklung der Distribution beginnt auf den Jahrmärkten und führt schon nach wenigen Jahren zur Errichtung von Kinos. Edison und seine Mitarbeiter treiben die Entwicklung auf allen Ebenen voran, experimentieren mit Erzählformen, kreieren Genres, schaffen eine neue Industrie und moderieren dabei den Weg der Gesellschaft in die Moderne.

Kreimeier fokussiert auf die kurze Phase eines Medienumbruchs und zeigt, wie sich Film binnen weniger Jahre von einer Jahrmarktsattraktion zu einem Massenmedium verwandelt, wie sich eine simple, von Vaudeville abgeleitete Erzähltechnik dramaturgisch anreichert und vom Aufzählen zum Erzählen voranschreitet, wie die starre Guckkastenoptik in Bewegung gerät und wie sich dies alles vor dem Hintergrund der Urbanisierung sowie einem sich wandelnden Massengeschmack abspielt. Der Text bietet einen panoramatischen Blick, der im Zeitraffer die Geburt des Kinos rekonstruiert.

Einen besonderen Aspekt der Entwicklung der deutschen Mediengeschichte behandelt Claudia Dittmars Aufsatz. Er beschreibt ein technisches Wettrüsten beider deutscher Staaten, die Fernsehtechnik betreffend. Seit seiner Existenz hatten die ostdeutschen Programmverantwortlichen mit dem Problem zu kämpfen, dass das ‚gegnerische‘ Programm von weiten Teilen der eigenen Bevölkerung gesehen werden konnte und somit allabendlich virtuell ‚auswandern‘ konnte. Darauf versuchten die Planer und Leiter des DDR-Fernsehens zu reagieren, indem sie westdeutsche Entwicklungen stets genau beobachteten und versuchten, diese zu wiederholen oder gar zu ‚überholen‘. Wie Dittmar zeigt, blieb der ostdeutsche Vorsprung beim Start des Versuchsprogramms im Jahr 1952 ein ‚einsamer Sieg‘. Alle weiteren Versuche, mit den Entwicklungen in den westlichen

Sendern ‚gleichzuziehen‘, scheiterten an den wirtschaftlichen Problemen in der DDR. Diese Geschichte der medialen Konkurrenz und des Scheiterns in diesem Wettstreit zeichnet die Autorin anhand zentraler Pläne des DDR-Fernsehens nach, die als ‚Luftschlösser‘ in dessen Historie eingingen. Das Projekt eines ‚Deutschland-Fernsehens‘ scheiterte Anfang der 1960er Jahre noch auf beiden Seiten, sowohl im Westen wegen der Ablehnung eines staatlich gelenkten Fernsehens als auch im Osten aufgrund wirtschaftlicher Probleme. Ein zweites Fernsehprogramm konnte dagegen in der DDR erst 1969 und damit mehrere Jahre nach dem Start des ZDFs (1963) auf Sendung gehen. Pläne zu einer Regionalisierung des Fernsehens blieben im Osten in den Anfängen stecken, von vollständigen dritten Programmen wie im westlichen Teil Deutschlands konnte man in der DDR nur ‚träumen‘. Gleiches galt für die Nutzung von Satellitentechnik. Im letzten Jahrzehnt des ‚real existierenden Sozialismus‘ „war selbst ein solches ‚pro forma‘-Gleichziehen unmöglich geworden. Die Potentiale der bundesdeutschen Medienlandschaft, zukünftig durch die Konkurrenz zwischen öffentlich-rechtlichen und privatwirtschaftlichen Rundfunkbetreibern weiter ausdifferenziert, und die des ‚Staatsfernsehens‘ der DDR drifteten mehr als jemals zuvor auseinander.“

Jessica Quick diskutiert die wesentlichen Entwicklungen in der noch kurzen, aber bereits sehr ereignisreichen ‚Geschichte‘ des an Printmedien orientierten Onlinejournalismus. 1994, in der Frühzeit des World Wide Webs und damit auch noch zu Beginn dessen Booms, startete das deutsche Nachrichtenmagazin ‚Der Spiegel‘ seinen Online-Auftritt und lag damit noch knapp vor der ersten US-amerikanischen Webpublikation. Diese erste Führung sollte aber einzigartig bleiben, alle weiteren Entwicklungen sind zuerst von den ökonomisch potenteren US-amerikanischen Medien angestoßen worden (und es steht zu erwarten, dass es dabei auch bleibt). Zu Beginn des digitalen Journalismus wurden vor allem noch die Möglichkeiten und Chancen des neuen Mediums, aber auch die notwendigen Kommunikationsregeln und Risiken ausgelotet. Mit der Zunahme der publizistischen Angebote einher gingen aber schnell professionalisierende und ökonomisierende Tendenzen: Erhebung von Online-Nutzerzahlen sowie die Kontrolle der Reichweite von Online-Medien. Das Jahr 2000 bildete so etwas wie den Wendepunkt im Onlinejournalismus: Während inzwischen fast alle massenmedialen Printprodukte auch online waren, gründete sich mit der ‚Netzzeitung‘ die erste reine Onlinepublikation. Ein Jahr später legte der Crash der New Economy schonungslos die ökonomischen Probleme des Onlinejournalismus offen. Wie Quick zeigt, ist die jüngere Geschichte des digitalen Journalismus vor allem von den Herausforderungen gekennzeichnet, die dieser von Seiten nicht-journalistischer Angebote erfährt. Dazu gehören bestimmte Genres von Weblogs als mögliche neue Journalismusformen, aber auch als Kontrollinstan-

zen. Zu nennen ist auch die produktive Einbindung der Leser, sei es unter dem Schlagwort des „user generated content“, sei es in Form von Microblogging („Twitter“). Deutlich wird, dass sich das Genre des Onlinejournalismus weiter in der Ausdifferenzierung befindet, und weiterhin erfolgreiche Konzepte für eine Ökonomisierung fehlen.

Mit der Edition historischer, schriftlicher Quellen wendet sich Jürgen Beine einem methodologisch eher geschichtswissenschaftlichem Problem zu. Ein Problem, das auch für mediengeschichtliche Projekte von Relevanz ist, welche mit schriftlichen Quellen umzugehen haben und etwa Editionen von medienwissenschaftlich relevanten Grundlagenmaterialien herausgeben. Wie Beine zeigt, hat die Editionswissenschaft seit der breiten Verfügbarkeit von (vernetzter) Computertechnik damit begonnen, historische Quellen in Datenbanken einzuspeisen, um von dort aus dann Reproduktionen in Buchform oder für den Bildschirm zu generieren. Dazu entwickelte die „Text Encoding Initiative“ (TEI) übergreifende Dokumentbeschreibungssprachen, welche von den einschlägigen Archivierungsinstitutionen und -projekten auch breit verwendet werden. Beine kritisiert nun allerdings, dass diese Sprachen recht komplex und damit schwer erlernbar sind; sie seien nur Experten zugänglich und schlossen Amateure aus.

Als alternative Plattform stellt Beine das wikibasierte Onlinesystem „Wikisource“ vor, das als Schwesterprojekt der bekannten Online-Enzyklopädie „Wikipedia“ deren leicht verständliche Sprache und damit einfache Benutzung teilt. Von Vorteil wäre hier insbesondere, dass eine große, nichtprofessionelle Gemeinschaft an den Quellen arbeiten könne und damit schnell eine gewisse Quantität erreicht worden sei. Außerdem wäre der gesamte Editionsprozess nicht-hierarchisch organisiert; durch ein mehrstufiges Editier- und Kontrollsystem sei aber stets sichergestellt, dass die fertigen Editionen eine hohe Qualität aufweisen. Beine skizziert zentrale Merkmale dieser Editierplattform am Beispiel von Quellen zu Ritualmorden. Er argumentiert für eine verstärkte Nutzung von „Wikisource“ für alle denkbaren netzbasierten Editionsprojekte, da diese bereits gute Standards bereithalten und nur so das Wachstum eines digitalen Archivs von kompatiblen Daten möglich ist.

Hören und Medien

Medien des Hörens – Hören und Medien; diese Dualismen werden von einer ganzen Reihe aktueller Forschungszugänge untersucht. In der analytischen Schnittmenge von Musik-, Film- und Medienwissenschaft sowie den Cultural Studies spielt etwa der Einfluss von Sound auf die ästhetische Wahrnehmung eine maßgebliche Rolle. Auch die wachsende Erforschung von Populärkultur

stellt das Hören in das Zentrum der Untersuchungen. Aus einer mediengeschichtlichen Perspektive widmet sich der Abschnitt „Hören und Medien“ dieser fruchtbaren Beziehung.

Karl Karst entwickelt in seinem Text eine kurze Geschichte des Hörens, die aber gleichwohl eng mit einer Geschichte des Sehens zusammenhängt, da beide unterschiedliche Moden erlebt hätten. Dabei spannt er den Bogen von der Antike hin zu aktuellen Konzepten des ZEN. In der Antike wurde das Sehen als der zentrale Sinn angesehen, mit dem Erkenntnisse gewonnen werden konnten, wie etwas Platons „Wesens-Schau“ deutlich werden ließ. Diese Auffassung setzte sich im Mittelalter fort und führte zur Entwicklungen von Technologien, die den Sehsinn des Menschen verstärken konnten. Der Hörsinn wäre dagegen erst ab dem Mittelalter in seiner Bedeutung entdeckt und allmählich dem Sehsinn gleichgestellt worden. Je mehr in der Moderne die visuelle Erkenntnisgewinnung versage, weil die Gegenstände der modernen Wissenschaften unsichtbar sind, desto mehr würde das Hören aufgewertet. Kennzeichen für diesen paradigmatischen Umschwung wäre etwa die Forschungsarbeit „Das Ohrlabyrinth als Organ der mathematischen Sinne für Raum und Zeit“, in der Elsie von Cyon im Jahr 1908 konstatierte, dass das Ohr sogar das wichtigste Sinnesorgan sei. Für die jüngere Vergangenheit stellt Karst eine marginalisierte Welterkenntnis durch die Sinnesorgane fest. Ebenso wie der Sehsinn reiche auch der Hörsinn nicht mehr für eine vollständige Durchdringung von Welt aus. Stattdessen wären innere, geistige und intuitive Organe notwendig, die etwa mit den Begriffen „drittes Auge“ oder „sechster Sinn“ bezeichnet werden könnten. Damit aber verliere Wissenschaft ihre dominierende Rolle für Welterkenntnis und gebe Raum für religiöse und spirituelle Welterkenntnis.

Thomas Wilke hat sich die scheinbar einfache Frage vorgelegt, wie sich die ersten Nutzungskonzepte zu einer Erfindung der Medientechnik verhalten. Zuerst ist da die technische Erfindung, bei Wilke also die Möglichkeit akustische Phänomene zu speichern, und erst danach folgen die Diskussionen über ihren möglichen Gebrauch. Es war im Falle des Phonographen nicht ein Bedarf, der der Erfindung voranging und gleichsam vorab ihren Gebrauch bestimmte. Alles war denkbar. So wurden die Leser der Gartenlaube 1878 darauf eingestimmt, dass in Zukunft Dichter ihre Gedichte und Erblasser ihre Testamente als Tondokumente hinterlassen würden. Der „Académie française“ schenkte Edison einen Phonographen mit dem Hinweis, dass von nun an die Reden der Akademiemitglieder für die Nachwelt gespeichert werden könnten. Dem deutschen Kaiser wurden Musikstücke vorgespielt, denen die Auskunft beigegeben war, dass vor allem Fortschritte beim Sprachunterricht zu erwarten seien, denn die Aussprache der jungen Untertanen würde verbessert. Reden des Kaisers, von Bismark und von Moltke sollten außerdem aufgezeichnet werden. Der Kaiser selbst erwartete

eine bedeutende Vereinfachung des Büro- und Kanzleidienstes. Nach einer zweiten Vorführung wünschte er sich einen eigenen Phonographen für Versuche. Edison und seine Emissäre dienten das neue Gerät den europäischen Eliten vor allem als Instrument der Überlieferung und der Erziehung an. Seine größten Erfolge feierte der Phonograph freilich auf einem anderen Feld. Die Antwort auf die Frage: „Wie verhalten sich eigentlich die ersten Nutzungskonzepte zu einer Erfindung der Medientechnik“, ist also komplex, denn die Diskussion wird nicht von denen bestimmt, die den Phonographen, und seinen Nachfolger das Grammophon, zu einem Massenmedium machten.

Golo Föllmer diskutiert den engen und produktiven Zusammenhang von Klangkunst und öffentlichen Räumen. Dies sei darin begründet, dass die Klänge in Stadträumen selbst von der Klangkunst aufgenommen würden. Umgekehrt würden klankünstlerische Projekte oft in öffentlichen Räumen aufgeführt, da sich die traditionellen musikalischen Veranstaltungsorte den experimentellen neuen Formen verschlossen. Föllmer fundiert seine Überlegungen theoretisch auf die Bedeutung von öffentlichen Räumen nach Vilém Flusser und zeigt auf, dass Klangkunst in diesen Zusammenhängen in höchstem Maße utopisch konzipiert ist und auch so wahrgenommen wird. Drei dieser utopischen Klangkunstwerke analysiert er näher, um daraus einen konzeptionellen Begriff des „Utopragmatismus“ ableiten zu können. Nicholas Schöffers „spatiodynamische Türme“ (1954/55 und 1961) stellten – erstens – einen Entwurf für die „funktionale künstlerische Gestaltung der zukünftigen, modernen Stadt“ dar. Diese Kunstwerke sollten im öffentlichen Raum platziert werden und die ästhetische Wahrnehmung seiner Bewohner beeinflussen. Damit steht Schöffers Arbeit beispielhaft für spätere, ähnliche Entwürfe. In seinen radiotheoretischen Arbeiten entwickelte Bertolt Brecht – zweitens – explizit keinen ästhetischen Ansatz, sondern wollte kunstsoziologisch die strikte hierarchische Trennung zwischen Rundfunkproduzent und -rezipient auflösen. Brecht konnte in seinen praktischen Experimenten diese Auflösung aufgrund des unzureichenden Rückkanals im Radio zwar nicht umsetzen. Allerdings knüpften spätere Radiokunst- und Netzmusikprojekte produktiv an seinen Überlegungen an (etwa Max Neuhaus). Glenn Goulds Vision richtete sich – drittens – stattdessen auf einen privaten Verwendungszusammenhang von Musik, in der jeder Hörer seinen eigenen Mix aus vorfindlichen Materialien zusammenstellen sollte. Auch damit wurde der Hörer zum Produzenten, wobei in diesem Fall die Reichweite des geschaffenen Kunstwerkes im eingeschränkten privaten Rahmen verblieb. Eine Rückkopplung an das Massenmedium Radio – wie etwa bei Brecht – war hier nicht vorgesehen. Diese Vision hat sich als außerordentlich anschlussfähig erwiesen, so ermöglichen etwa die sogenannten „Soundtoys“ auf Webseiten oder mit Hilfe spezieller Playersoftware auf ganz unterschiedliche Art und Weise eine solche Produktion.

Medien und Öffentlichkeit

Einen wichtigen medienhistorischen Zugang bildet die Frage, wie Öffentlichkeit durch (Massen-)Medien hergestellt wird bzw. wie solche medialen Öffentlichkeiten strukturiert sind. Gleichartig wird auch der öffentliche Charakter von Massenmedien sowie von offenen Individualmedien zu einer Herausforderung für die Mediennutzer bzw. für die Amateurproduzenten der digitalen Medien. Dieses oft problematische Verhältnis wird von den Beiträgen im Abschnitt „Medien und Öffentlichkeit“ gleichsam in einem historischen Schnitt untersucht.

Cornelia Bogen nimmt die Gesundheitskommunikation der Aufklärung unter die Lupe. Dabei führt sie den Nachweis, dass der öffentliche medizinische Diskurs weniger rational oder vernunftorientiert war, sondern vor allem durch seine mediale Bedingtheit erklärbar wird. In der Epoche der Aufklärung rückte ein Interesse an der Gesunderhaltung der Bevölkerung erstmals in das Bewusstsein der absolutistischen Herrscher Europas. Gesundheitsaufklärung war Sache von Experten. Ärzte und Wissenschaftler publizierten für ein Publikum von medizinischen Laien und bedienten sich dabei eingeführter Kommunikationsformen. Noth- und Hilfsbüchlein wurden zahlreich publiziert, Gesundheitswörterbücher erschienen, und interessierte medizinische Laien lasen Handbücher zur Volkshygiene. Ihr Beitrag zum öffentlichen Gesundheitsdiskurs der Zeit waren autobiographische Schriften, in denen auch Fragen der Volkshygiene behandelt wurden. Bogen wählt aus den zahlreichen Krankheitsbildern mit der Melancholie eines der beliebtesten der Zeit aus. An ihr zeigt sie, dass die Texte der Autoren von drei Ideen geprägt waren. Der *Sensationalismus* sah – erstens – die Melancholie als eine besonders schwere Erkrankung an, die sehr häufig bei Gelehrten anzutreffen war und in enger Beziehung zu Selbstmord und Mord gestanden hätte. Der Leitgedanke des *Widerspruchs* hätte – zweitens – die Melancholie als eine minder schwere Krankheit angesehen, die sich nicht direkt auf eine bestimmte Bevölkerungsgruppe bezogen hätte. Drittens beschäftigte sich eine Gruppe von Autoren mit der Wirkung der sich widersprechenden Melancholietheorien auf die interessierten Laien, denen die Aussicht auf Orientierung genommen wurde. Bogen fasst diesen Beitrag unter dem Stichwort *Selbstreferentialität* zusammen. Die Vertreter dieses Gedankens hätten einen Ausweg aus der Widersprüchlichkeit des publizierten Wissens gesucht, indem sie den Gesundheitsdiskurs auf die Ebene der wissenschaftlichen Publizistik zu heben trachteten, womit die mediale Bedingtheit des gesamten Diskurses in den Blick gerät.

Reinhold Viehoff widmet sich in seinem Beitrag dem onlinetypischen Genre der „privaten Homepage“ und dessen kurzer, aber reichhaltiger Mediengeschichte. Wie er zeigen kann, haben Homepages zwar ihren dominierenden Ty-

pus verloren, die sie Mitte bis Ende der 1990er Jahre innehatten. Mit der dispositiven Wandlung des World Wide Webs hin zum so genannten „Web 2.0“ geht die Zunahme von personalen Selbstpräsentationen in den Social Networks oder auf Weblogs einher. Viehoff kann allerdings darlegen, dass das Genre Homepage nach wie vor einen gewichtigen Anteil in der Netzkommunikation innehat und daran entwickelte Analyseschemata der personalen Selbstrepräsentation anschlussfähig sind für neue mediale Phänomene. Viehoff diskutiert das World Wide Web als Handlungsrahmen für „private Kommunikationen“ und stellt dabei insbesondere das paradoxe Changieren zwischen personaler Kommunikation (die Homepage richtet sich vor allem an Adressaten, die deren Autor kennen) und Massenkommunikation (die Homepage ist von der gesamten Netzöffentlichkeit einsehbar und bezieht diese Möglichkeit auch mit ein) heraus. In der ästhetischen, textlichen und argumentativen Gestaltung der Homepage sind für Viehoff sowohl literar-ästhetische Traditionen (etwa Fiktionalisierung oder Identifikationsangebote) zu berücksichtigen als auch Kulturen der Selbstdarstellung (etwa Thematisierung der Autor-Rolle oder des Erwartungshorizontes für Rezipienten). Aus diesen Grundlagen entwickelt Viehoff schließlich eine viergliedrige Analysetypologie für private Homepages: Bezug auf die eigene Person, Bezug auf die Gruppe, Bezug auf die kommunikativen Bedingungen der Inszenierung, Bezug auf die Handlungsbedingungen im World Wide Web. Diese Charakteristiken würden ergänzt durch zwei relevante Kompetenzen von Homepage-Kreatoren: kognitiv-ästhetische sowie kommunikativ-ästhetische Kompetenz. Im Gegensatz zu frühen Internettheoretikern (wie etwa Sherry Turkle) sieht Viehoff im Genre der Homepage keinen starken sozialen Wandel vollzogen, der Individualität und Identität völlig umstülpe. Stattdessen stellt er heraus, dass sie vor allem Glaubwürdigkeit und Authentizität einer realen Identität darstellen wollen. Diese Identität aber würde stets als integrierende Einheit der gesamten Homepage wirken.

Mit dem Verhältnis von Öffentlichkeit und Privatheit im Web 2.0 beschäftigen sich Daniela Pscheida und Sascha Trültzsch. Dabei beschreiben die Autoren zunächst das Verhältnis von Privatheit und Öffentlichkeit in seiner historischen Entwicklung und konzentrieren sich dabei vor allem auf die Veränderungen, die die Massenmedien seit dem Buchdruck herbeigeführt hätten. Sie diskutieren dabei verschiedene differenztheoretische Ansätze. Das Konzept von Privatheit, das hier verwendet wird, lässt sich zunächst auf drei zentrale Absetzungen bestimmen: das individuelle Verfügungsrecht über Privatsachen, die Freiheit des Staatsbürgers und Privatheit als Sphäre der Häuslichkeit gegenüber dem öffentlichen Leben. In modernen Gesellschaften übe Privatheit die wichtige Funktion aus, das Persönliche im Sinne von Individualität sowie deren Erhalt und Entfaltung zu schützen. Der von den Autoren verwendete Terminus der

„veröffentlichten Privatheit“ wird von Ihnen als Übertragung privater Inhalte in die öffentliche Sphäre verstanden, wobei von Fall zu Fall unterschieden werden soll, welcher Inszenierungsstrategien sich die Darstellungen dabei bedienen. Pscheida und Trültzsch beschreiben eine Tendenz, dass die Öffentlichkeit immer stärker in die Privatsphäre eindringe, seit sich die modernen Massenmedien entwickelt hätten. Vor allem sei dies durch das Fernsehen bedingt. Aber auch umgekehrt betrachten sie die immer stärkere Durchdringung der Öffentlichkeit mit privaten Themen anhand verschiedener historischer Entwicklungen. Stand zunächst nur die inszenierte Abbildung der Privatsphäre prominenter Personen in Form von Gemälden oder Photographien im Mittelpunkt des öffentlichen Interesses, gelangten mit der Etablierung der Boulevardpresse auch intimere Details an die Öffentlichkeit. Erst mit der Einführung des privaten Fernsehens wäre mehr und mehr das alltägliche Privatleben in den Fokus der Öffentlichkeit geraten. Im Kontext des World Wide Web hätte die Durchdringung beider Sphären eine neue Qualität erhalten, da nun ‚gewöhnliche‘ Personen fernab einer redaktionellen Kontrolle ihr Privatleben der Öffentlichkeit zugänglich machen können. Am Beispiel der Plattform „studiVZ“ untersuchen die Autoren diese aktuellen Entwicklungen. Sie analysieren ein Sample von 100 frei zugänglichen deutschen Profilen und beschreiben dabei, wie mit persönlichen Informationen im sogenannten „Web 2.0“ umgegangen wird.

Mit der Entwicklung des Computers und seiner Nutzung beschäftigt sich Helmut Schanze. War der Computer in den 60er und 70er Jahren des 20. Jahrhunderts nur wenigen Experten zugänglich, entwickelte er sich seit Beginn der 1980er Jahre immer mehr zum Alltagsgegenstand. Durch die Entwicklung des World Wide Webs und damit einhergehend mit steigender Nutzerzahl wurde aus der Maschine Computer ein Medium, das sowohl ein Individual- als auch ein Massenmedium sein konnte. Indem alle bisherigen Medien auf dieses Dispositiv aufsetzen konnten, entstand eine ‚digitale Plattform‘. So wurde der vernetzte Computer nahezu zu einem Universalmedium, das vor allem auch durch seine Interaktivität geprägt war. Darüber hinaus haben die Nutzer dieser digitalen Plattform nun erstmals die Möglichkeit, ihre eigenen virtuellen Welten zu entwickeln, zu gestalten und einer breiten Öffentlichkeit zur Verfügung zu stellen. Aber gerade hier beschreibt der Autor einen konfligierenden Anspruch der Privatsphäre mit den Interessen der öffentlichen Sphäre: Medien in ihrer Funktion als Agenturen der Öffentlichkeit wären letztendlich nicht dafür prädestiniert, Geheimnisse zu wahren. Daher spricht Helmut Schanze von einer „Paradoxie der medialen Sicherheit“, denn mit ihrer aufklärerischen Funktion ist der Geheimnisbruch den Medien schon inhärent. Davon ausgehend, dass sich alle bisherigen Medien auf einer digitalen Plattform darstellen lassen und diese Plattform mit dem World Wide Web vernetzt ist, stellt Schanze fest, dass ganz verschieden

abgestufte mediale Nutzungsformen existieren. Gemeinsam ist all diesen Nutzungsformen, dass sie Öffentlichkeiten herstellen. Während in einer „one to all“ Kommunikation ein Geheimnisbruch eher erwünscht ist, ist dies in einer „one to one“ Kommunikation nicht der Fall. Der Autor plädiert daher für eine dynamische Regulierung der Medien auf der Grundlage einer ausgearbeiteten medienwissenschaftlichen Begrifflichkeit, für ein Modell der Skalierung von Sicherheit im Web. Kritisiert wird letztendlich das allgegenwärtige Sicherheitsdenken in Sachen Computer und die damit verbundene Reduktion des Mediums auf eine reine Maschine. Er ruft damit die eigentliche, wenn nicht sogar die wesentliche Funktion eines Mediums in Erinnerung.

Medienanalyse

Einen Mediengeschichtsbegriff der auch Medieninhalte umfasst, wird von Cordula Günther verwendet, wenn Sie die Tradierung von Medieninhalten und deren Adaption in aktuellen Medien anhand der Darstellung des Sündenfalls aus dem 1. Buch Mose am Beispiel zweier Werbekampagnen untersucht und diese miteinander vergleicht. Dabei handelt es sich zum einen um ein Plakat aus der von der „Bild“-Zeitung initiierten Kampagne „Bild informiert. Leider erst seit 1952!“ und zum anderen um ein Werbemotiv von „Otto Kern Fragrances“. Werbung greift bei der Produktion von neuen Medienprodukten immer wieder auf vorhandene Medieninhalte zurück und bedient sich dabei an Stoffen, Motiven und Darstellungen der bildenden Kunst. Die Verwendung auch religiöser Motive verwundert dabei zunächst nicht, sind doch in der europäischen Kultur vielfältige Bezüge zur christlichen Religion verankert. Dennoch beschreibt Günther, dass die Synthese von Werbung und Religion widersprüchlich ist, da hier Heiliges und Profanes, Religiöses und Weltliches aufeinandertreffen. Die ausführlichen Bildanalysen der beiden Werbemotive erfolgen in Anlehnung an Panofkys Methode der ikonographischen Analyse und ikonologischen Interpretation. Auch wenn vereinzelt von der Entleerung religiöser Symbole die Rede ist, entstehen bei der Verwendung von religiösen Motiven in der Werbung Synergien. Auf der Seite der Werbetreibenden durch die Generierung von Aufmerksamkeit, auf theologischer und religionspädagogischer Seite durch die Weitertradierung religiöser Motive, auch wenn vereinzelte Stimmen eine Trivialisierung derselben kritisieren. Medienangebote der aktuellen Werbegeschichte kommen also kaum ohne überlieferte Stoffe und Motive aus, wie Günther exemplarisch anhand des Adam und Eva-Stoffes darlegt.

Wie Menschen mit Massenmedien umgehen gehört seit jeher zum Erkenntnisinteresse der Medienwissenschaft. Neu am Ansatz von Matthias Uhl und Peter

Hejl ist, dass fiktionale Filmhandlungen hier nicht nur als Resultate kultureller Entwicklungen und Wirkungsmechanismen betrachtet werden, sondern dass der Umgang mit Medien auch durch Mechanismen beeinflusst wird, die ihren Ursprung in der menschlichen Evolution haben.

Hollywood und Bollywood gelten gemeinhin als Paradebeispiele für den Massenmarkt produzierender Filmkulturen. Daher untersuchten Uhl und Hejl 100 amerikanische und 50 indische Filme mit Hilfe eines evolutionspsychologisch ausgerichteten Analyserasters, um ihre Annahme zu bestätigen. Sie erfassen dabei vor allem die Konflikte und Probleme, welche die Handlung der Filme dramaturgisch vorantreiben und mit denen die Protagonisten im Laufe der Filmhandlung umzugehen haben. Die Autoren belegen als Indiz für die kulturellen und sozialen Entstehungskontexte, dass im amerikanischen Film vor allem das Individuum im Vordergrund steht. Im Bollywood-Film genießt die Familie einen höheren Stellenwert, da die indische Gesellschaft deutlich familienzentrierter als die westliche Welt ist. Trotz unterschiedlicher Dramaturgien und Inszenierungen beider Filmmärkte, können die Autoren jedoch auch nachweisen, dass die Zuschauer mit grundsätzlich gleichen Inhalten konfrontiert werden, wenn Konflikte und Probleme die Handlung dramaturgisch vorantreiben sollen. Die Aufmerksamkeit der Rezipienten für fiktionale Narrationen ist somit immer auch abhängig von evolutionär geprägten Präferenzen.

Mit dem Phänomen des Kriegsfilms setzt sich Ulrike Schwab in Ihrem Beitrag auseinander. Eine allgemein verbindliche Bestimmung des Begriffs „Kriegsfilm“ ist bis auf den heutigen Tag nicht gelungen. Ein einheitliches Verständnis dessen, was ein Kriegsfilm sei und was nicht, würde die Diskussion dieses Genres aber auf ein sicheres Fundament stellen. Schwab geht deshalb den Ursachen für die bestehende Unbestimmtheit nach. Die Klärung des Begriffs lässt sich, so ihr Ansatz, durch das Studium der frühen Kriegsfilme vorantreiben. Erster Prüfstein der vorgeschlagenen Vorgehensweise ist die kontrovers debattierte Unterscheidung zwischen Kriegs- und Antikriegsfilmen, die keine Anwendung auf Filme findet, welche einen Krieg behandeln, der vor der Erfindung des Films liegt. Damit deutet sich an, dass schon die Unterscheidung zwischen Historien- und Kriegsfilm nicht scharf genug ist und zur Verunklärung beiträgt. Kriegsfilm und Antikriegsfilm erweisen sich in der Rekonstruktion als nahezu gleichursprünglich, woraus Schwab ableitet, dass sie nicht als zwei eigenständige Genres betrachtet werden sollten. Eine zweite Ursache für die widersprüchliche Begriffsverwendung sieht Schwab im Ineingreifen von fiktionalen und dokumentarischen Genreanteilen in Kriegsfilmen. Es ist nicht zu bestreiten, dass die Grenzen zwischen fiktionalem und dokumentarischem Darstellungsmodus fließend sind; und selbst wenn sich beim Re-Inszenieren dokumentarische und fiktionale Darstellungsmodi partiell überschneiden, sind auch dem Zuschauer die

unterschiedlichen Gattungsmodi stets bewusst, weshalb hier nicht leichtfertig eine handhabbare Unterscheidung eingegeben werden sollte. Der Weg zur Erkenntnis führt für Schwab über die Geschichte des Genres; weitere Bausteine zur Begriffsbestimmung liefert die Analyse der Sozialerfahrungen, der Genderproblematik und der Dramaturgie.