

rezensionen:kommunikation:medie n

Rezensionen aus den Bereichen Kommunikation und Medien

Rudolf Stöber: Neue Medien. Geschichte. Von Gutenberg bis Apple und Google

Redaktion · Montag den 24. Juni 2013

Rezensiert von Christoph Raetzsch



Neue Medien. Geschichte ist in gewisser Weise eine stark überarbeitete Neuauflage der zweibändigen *Mediengeschichte* von Rudolf Stöber, die 2003 im Westdeutschen Verlag veröffentlicht wurde. In dieser ersten Auflage wurde Mediengeschichte noch nach einzelnen Medienformen unterschieden (u. a. Presse, Rundfunk, Film), ein Verfahren, das den Autor auf konzeptioneller Ebene wenig zufrieden stellte. Im vorliegenden Band orientiert sich die Geschichtsschreibung nun an Phasen des Erscheinens und der Etablierung neuer Medien, nicht mehr nur an der Medienform. Stöber konzentriert sich auf die “Geschichte der Verbreitungsmedien” (20) in der Neuzeit und zählt dazu vor allem die Presse, Telefon und Telegraphie, Film, Rundfunk und Fernsehen, sowie Computer und Computernetzwerke. All diese Medien werden in den drei Phasen ihrer zeitgenössischen Emergenz präsentiert: ‘Invention – Innovation – Diffusion’.

Stöber stützt sich dabei auf das [Diffusionsmodell technologischer Innovationen](#) von Everett Rogers (2003 [1962]), das als Theorie mittlerer Reichweite hilft, den sehr heterogenen Quellenkorpus anhand vergleichbarer Kategorien zu strukturieren. Die erste Phase erläutert die begrifflichen und technischen Rahmenbedingungen von Innovationen. In einer zweiten Phase folgt technologische und marktwirtschaftliche Ausdifferenzierung einer Medieninnovation. In der dritten Phase findet die Bewertung im öffentlichen Diskurs statt, z. B. durch politische und rechtliche Regelungen. Stöber konzentriert sich vor allem auf den deutschsprachigen Raum, weist aber zuweilen ausführlich auch auf parallele oder ähnliche Entwicklungen in Großbritannien, den USA,

Frankreich oder anderen europäischen Staaten hin.

Mit der phasenbezogenen Perspektive auf Medienentwicklungen strebt Stöber an, die Ähnlichkeiten von Zyklen medialer Innovation zu verschiedenen Zeiten aufzuzeigen, ohne ihnen ein normatives Ziel wie Fortschritt zu unterstellen: “Geschichtsdeutung unter der Perspektive des Fortschritts ist eine normative Perzeption und hat in der Wissenschaft nichts zu suchen” (11). Stattdessen betont er, Mediengeschichte müsse vor allem “quellenkritisch” und nicht per se “gesellschaftskritisch” sein. Um die historischen Epochen neuer Medien “aus sich selbst heraus” zu verstehen, favorisiert er das Modell der “**dichten Beschreibung**” (22f.) vor allem mit Hilfe einer reichen Grundlage von statistischem Material zu Verbreitungshöhen und -geschwindigkeiten, Nutzerzahlen, und technischen Kennziffern.

Die stark technologisch-ökonomische Grundausrichtung des Diffusionsansatzes wurde zwar auch von Rogers im Sinne eines sozialen Wandels verstanden, relativiert bei Stöber tritt sie aber vor allem in Form einer Steigerungslogik technisch-kommunikativer Potenziale auf. Dies liegt nicht zwingend in der Absicht des Autors; sie entspringt vielmehr aus der Perspektive, Medieninnovationen primär in Form von Kennzahlen wie Preisen, Verbreitungsdynamiken und Geschwindigkeiten zu betrachten. Ästhetische, habituelle oder soziale Faktoren der Mediennutzung spielen nur insofern eine Rolle, als sie ökonomisches Handeln (der Produzenten wie Konsumenten) zu erklären helfen.

Komplementär zur Diffusion auf mittlerer Ebene wird als “Makrotheorie” zur Erklärung der “Ausdifferenzierung” des Medienangebots (36f.) der Begriff ‘Medienevolution’ eingeführt. Dieses heuristische Mittel will Stöber zunächst als “Analogie” der Medienentwicklung (38) verstanden wissen, reduziert es zum Ende aber lediglich zu einer Erklärung für die “Binnendifferenzierung der Ordnungen” einzelner Medien. Stöber tut damit seinem Plädoyer für eine Vertiefung des evolutionstheoretischen Ansatzes in der Mediengeschichte keinen Gefallen (vgl. Stöber 2008).

Stöber präsentiert seine umfangreiche Materialsammlung stets übersichtlich – oft tabellarisch – und unterscheidet in seinem Register nach Personen-, Medien- und Sachbegriffen. Er schreibt sprachlich anschaulich, leserorientiert und lässt dabei markant seine eigene Position erkennen. Die theoriegeleitete Darstellung geht dabei deduktiv vom Material aus und lässt Einzelphänomene auch ihren kontingenten Charakter, wie z. B. in dem Exkurs zum “Telefon als Programmmedium” (221f.). Allerdings bleiben zuweilen Wertungen stark allgemein oder sind nur ungenügend durch Quellen gestützt. Die Feststellung, das Internet habe, zwar nicht zuerst und nicht exklusiv, zu “Informationsmüll” (436) geführt, ist eine argumentativ unnötige Bemerkung. An anderer Stelle wird behauptet, ein ‘desktop-publishing tool’ von Microsoft [gemeint ist wohl MS Publisher] habe “das ursprüngliche Quasimonopol” von Apple in diesem Bereich “weitgehend abgelöst”. Das Festhalten an Apple als bevorzugtem Computer von Grafikern scheint jedoch weniger an “Tradition” zu liegen (317), als vielmehr an den äußerst spezialisierten (und sehr teuren) Softwarepaketen der Firmen Adobe (Illustrator, InDesign) und Quark (QuarkXPress), die längst den gesamten Produktionsprozess begleiten können und nicht mehr nur reine Layouthilfen sind. Der Vergleich einer Hardware- (Apple) mit einer Softwareumgebung (“Windows-Welt”) vermischt überdies zwei sehr distinkte Sphären der Medientechnologie.

Der Band bietet sich als Begleitung für mediengeschichtliche Einführungsveranstaltungen an, da er nicht nur in die historisch spezifischen Emergenzphasen von neuen Medien einführt, sondern auch ein Fülle an Datenmaterial liefert, was zum weiteren Studium anregt. Gerade weil sich *Neue Medien. Geschichte* für Studenten sehr gut eignet, hätte man seitens des Verlags stärker auf die

Verständlichkeit von Schaubildern (21, Abb.: 1-1: Übersichten, die einen “Lesehinweis” brauchen, erfüllen wohl kaum ihren Zweck), sowie einen ausgewogenen Schriftsatz achten sollen, in dem sich Hervorhebungen und eingerückte Zitate erkennbar vom Fließtext absetzen. Es bleibt zu wünschen, dass bei derart umfangreichen wissenschaftlichen Publikationen dem Autor zusätzlich zur Sachkompetenz nicht auch noch die Produktionskompetenz für Titelbilder, Grafiken und Satz aufgebürdet wird. In diesem Bereich wäre es wohl an der Zeit, sich von der “Windows-Welt” endgültig zu verabschieden.

Literatur:

- Rogers, Everett M.: *Diffusion of Innovations*. New York [Free Press] 2003 [Orig.: 1962]
- Stöber, Rudolf: *Mediengeschichte. Die Evolution ‘neuer’ Medien von Gutenberg bis Gates. Eine Einführung*. 2 Bände. Wiesbaden [Westdeutscher Verlag] 2003
- Stöber, Rudolf: Innovation und Evolution: Wie erklärt sich medialer und kommunikativer Wandel? In: Winter, Carsten; Andreas Hepp, Friedrich Krotz (Hrsg.): *Theorien der Kommunikations- und Medienwissenschaft. Grundlegende Diskussionen, Forschungsfelder und Theorieentwicklungen*. Wiesbaden [VS Verlag für Sozialwissenschaften] 2008: S. 139-156

Links:

- [Verlagsinformationen zum Buch](#)
- [Webpräsenz von Prof. Dr. Rudolf Stöber an der Universität Bamberg](#)
- [Private Homepage von Christoph Raetzsch](#)

Dieser Beitrag wurde publiziert am Montag den 24. Juni 2013 um 13:00
in der Kategorie: [Einzelrezension](#).
Kommentare können über den [Kommentar \(RSS\)](#) Feed verfolgt werden.
Kommentare und Pings sind momentan geschlossen.