

Inhalt

PETRA BODEN, DORIT MÜLLER Popularität – Wissen – Medien (Einleitung)	7
---	---

I. Verfahren und Modelle

CARSTEN KRETSCHMANN Wissenspopularisierung. Verfahren und Beschreibungsmodelle – ein Aufriss	17
--	----

DORIT MÜLLER Transformationen populären Wissens im Medienwandel am Beispiel der Polarforschung	35
--	----

II. Populäres Wissen: Bestände – Formate – Kulturen

ANGELA SCHWARZ Vom Maschinenpark zum Futurama: Popularisierung von Wissenschaft und Technik auf Weltausstellungen (1851–1940)	83
---	----

JENS RUCHATZ Vorträge sind Silber, Dias sind Gold. Medienkonkurrenz im Projektionsvortrag.	101
--	-----

THOMAS WEGMANN Kosmetik und Hygiene: Zur Formatierung bakteriologischen Wissens in der Reklame des frühen 20. Jahrhunderts.	119
---	-----

STEFANIE SAMIDA Heinrich Schliemann, Troia und die deutsche Presse: Medialisierung, Popularisierung, Inszenierung	135
---	-----

MANUELA GÜNTER	
Feine Unterschiede. Zum Verhältnis von Literaturwissenschaft und populären Printmedien im 19. Jahrhundert am Beispiel Goethe. . . .	153
SIGRID NIEBERLE	
Philologie auf der Leinwand? Helden der Literaturgeschichte im Kino der Weimarer Republik	173
RAMÓN REICHERT	
Medienpraktiken der Popularisierung: Die sozialpsychologischen Filme von Kurt Lewin	187
BARBARA WURM	
Heuschrecken & Buchstabentänze, Fieberkurven & Mikrowelten. Animiertes Wissen im frühen sowjetischen Kulturfilm. . . .	213
NICOLAI HANNIG	
Die Popularität der Religion. Massenmediale Verwissenschaftlichung und Aufbereitung des Religiösen in der frühen Bundesrepublik	243
DIE AUTORINNEN UND AUTOREN	271

Popularität – Wissen – Medien

PETRA BODEN, DORIT MÜLLER

Wie formiert sich populäres Wissen? In welchen Verwendungskontexten zirkuliert es? Wie lenken Präsentationsmedien die Auswahl, Verknüpfung und Perspektivierung von Wissensbeständen? Wie konditioniert Medienkonkurrenz die Genese populären Wissens? Diese und viele andere Fragen standen im Mittelpunkt einer Tagung am Berliner Zentrum für Literatur- und Kulturforschung, die am 23. und 24. November 2007 zum Thema *Wissenspopularisierung im medialen Wandel seit 1850* durchgeführt wurde. Sie verfolgte das Ziel, tradierte Beschreibungsmodelle der Popularisierungsforschung einer Überprüfung zu unterziehen, neue Konzepte zu erproben sowie die medientechnischen Bedingungen der Wissensproduktion und die mediale Verfasstheit populären Wissens genauer in den Blick zu nehmen.

Medientheoretische Aspekte wurden in der wissenschaftlichen Beschäftigung mit Popularisierungsprozessen bisher weitgehend ausgeblendet. Demgegenüber aber hat die Forschung in den letzten Jahren eine spürbare Intensivierung und Ausdifferenzierung erfahren: Frühere Beschreibungsmodelle, in denen Wissenspopularisierung als mehr oder weniger hierarchisch verlaufender und einseitig ausgerichteter Transfer zwischen Experten und Laien aufgefasst wurde, treten zunehmend hinter Konzepten zurück, die Rückkopplungsprozesse zwischen Wissensproduzenten, Kommunikatoren und Öffentlichkeit betonen.¹ Sie legen einen neuen Begriff von Popularisierung zugrunde, der nicht mehr ausschließlich die allgemeinverständliche und publikumswirksame Verbreitung (natur)wissenschaftlichen Wissens in den Blick nimmt, sondern kultur- und alltagsgeschichtliche, religiöse und andere identitätsstiftende Voraussetzungen als Bedingungen der Rezeption und zugleich Pro-

¹ Zuerst Terry Shinn/Richard Whitley (Hg.): *Expository Science: Forms and Functions of Popularisation*, Dordrecht (Reidel) 1985. Im deutschsprachigen Raum Andreas Daum: *Wissenschaftspopularisierung im 19. Jahrhundert: bürgerliche Kultur, naturwissenschaftliche Bildung und die deutsche Öffentlichkeit 1848–1914*, München (Oldenbourg) 1998 und Angela Schwarz: *Der Schlüssel zur modernen Welt. Wissenschaftspopularisierung in Großbritannien und Deutschland im Übergang zur Moderne (ca. 1870–1914)*, Stuttgart (Steiner) 1999.

duktion dieses Wissens einbezieht.² Auf diese Weise erscheint Popularisierung nicht mehr als ein Prozess, der komplexes wissenschaftliches Wissen in manipulationsstrategischer Absicht simplifiziert, sondern als ein Vorgang, in dem sich Transformationen und Neuordnungen des Wissens als eine Interferenz zwischen Wissenschaft und Öffentlichkeit beschreiben lassen.

Diesem Ansatz fühlen sich auch die Beiträge des Tagungsbandes verpflichtet. Statt von einem Wissensgefälle zwischen wissenschaftlichem und populärem Wissen auszugehen, betonen sie die konstitutiven Wechselbeziehungen zwischen beiden Bereichen und verstehen populäres Wissen als ein Feld, auf dem sich unterschiedliche Diskurse so miteinander verknüpfen und überlagern, dass »bei einem im wesentlichen unspezifischen Publikum über besondere Formen der Darbietung eine möglichst breite Annahme von Aussagen« erreicht werden kann.³

Populäres Wissen ist nicht – so die zugrunde liegende These – Ergebnis einer Transformation wissenschaftlichen Wissens, sondern Resultat eines komplexen Prozesses der Herstellung und des Aneignens von Wissen, der durch alltagsweltliche, religiöse und mentale Voraussetzungen und Aushandlungen, durch explizite und implizite Wissensformen bestimmt ist. Es ist deshalb kein Zufall, dass der Tagungsband in seinem Titel auf den Begriff der *Wissenspopularisierung* verzichtet und stattdessen *populäres Wissen* zum Ausgangspunkt seiner Untersuchungen macht. Popularisierung – ganz gleich wie interaktionistisch der Terminus auch gedacht wird – impliziert immer schon bzw. immer noch den Prozess der gezielten Übertragung und schreibt damit die hierarchisierende Trennung der Wissensbereiche ›wissenschaftlich‹ und ›populär‹ fort. Wissen ist jedoch nie in ›reiner Form‹ anzutreffen. Denn selbst in Kommunikationsräumen, die durch strikte Regularitäten von Alltagsdiskursen getrennt sein wollen bzw. den Anspruch haben, ein exklusives Wissen zu verhandeln, spielen Einstellungen und Vorannahmen, die nicht diesem exklusiven Raum zugehören, eine wichtige Rolle.⁴

Ebenso wenig wie es ›reines‹ Wissen gibt, kann es auch kein Wissen unabhängig von medialen Prozessen geben. Denn jedes Wissen ist gebunden an seine materielle Speicherung und Zirkulation, an konkrete Formen der Inszenierung, Darstellung und Vermittlung. Die Heraus-

² Vgl. etwa Carsten Kretschmann (Hg.): *Wissenspopularisierung. Konzepte der Wissensverbreitung im Wandel*, Berlin (Akademie) 2003 (= Wissenskultur und gesellschaftlicher Wandel, Bd. 4).

³ Gereon Blaseio/Hedwig Pompe/Jens Ruchatz (Hg.): *Popularisierung und Popularität*, Köln (DuMont) 2005, S. 9.

⁴ Zu diesen seit Ludwig Fleck verfolgten Einsätzen siehe jetzt stellvertretend Hans-Jörg Rheinberger: *Historische Epistemologie zur Einführung*, Hamburg (Junius) 2007.

bildung neuer Medien und daraus resultierende Verschiebungen im Mediensystem bewirken so immer auch einschneidende Modifizierungen der Wissenskonstitution, die wiederum auf mediale Bedingungen zurückwirken können.⁵

Im *ersten Teil* des Tagungsbandes wird der Versuch unternommen, bisherige Forschungsansätze einer Revision zu unterziehen, Defizite zu benennen und neue Perspektiven aufzuzeigen. CARSTEN KRETSCHMANN beschreibt, wie sich die Popularisierungsforschung schrittweise von »diffusionistischen Modellen« löste und interaktionistische Beschreibungsmodelle entwickelte. Dieser Vorgang geht mit der Einsicht einher, dass die Erforschung populären Wissens an medien- und kommunikationswissenschaftlichen Fragestellungen nicht vorbei kommt. Als wenig hilfreich erweist sich allerdings eine kulturkritische Sichtweise, wie sie die Kommunikationswissenschaft lange Zeit geprägt hat und auch heute zum Teil noch bestimmt: Denn begreift man Massenkommunikation als medial gestützte Vermittlung von simplifizierenden Aussagen an ein disperses Publikum, dann erscheinen Prozesse der Wissensgenese im populären Raum als Elemente einer manipulativen ›Kulturindustrie‹. Kretschmann plädiert hingegen dafür, den Begriff der Popularisierung nicht normativ zu verwenden, sondern in der Beobachtung von Popularisierungsprozessen beispielsweise dem »Faktor des Ökonomischen einen weitaus höheren Stellenwert« zuzubilligen. Daraus ergibt sich auch die Forderung, Interessen der beteiligten Verlage, der Rundfunk- und Fernsehanstalten oder der Filmproduktionsgesellschaften stärker einzubeziehen und danach zu fragen, wie sich diese auf die Auswahl der Inhalte, auf Gestaltung, Aufbereitung, Vermarktung und damit Neuordnung des Wissens auswirken.

Wie neuere Ansätze der *Science Studies* zeigen, spielen neben institutionellen und ökonomischen Bedingungen schon immer auch Darstellungspraktiken eine zentrale Rolle. Arbeiten zur sprachlichen und bildlichen Präsentation, Konstruktion und Inszenierung von Wissen demonstrieren, wie eng wissenschaftliche und ästhetische Praktiken miteinander verwoben sind. Eben deshalb bedarf die Analyse epistemischer Konstellationen einerseits poetisch-rhetorischer Kategorien,⁶ zugleich rü-

⁵ Mit diesen Zusammenhängen befasste sich jüngst die Jahrestagung der Gesellschaft für Medienwissenschaft, die vom 2.-4.10.2008 an der Ruhr-Universität Bochum stattfand: Zum Konzept der Tagung »Was wissen Medien« siehe *Mitteilungen der Gesellschaft für Medienwissenschaft* 2008, S. 10.

⁶ Um nur einige Arbeiten und Sammelbände zur Rhetorik, Metaphorizität und Narrativität von Wissenschaftstexten zu nennen: William Clark: »Narratology and the History of Science«, in: *Studies in History and Philosophy of Science* 26 (1995), S. 1-71; Michael

cken Fragen nach der Objektivität und Konstruiertheit von Visualisierungen in den Blick.⁷ Bisher blieben solche Untersuchungen im Wesentlichen auf den Wissenschaftsbereich beschränkt,⁸ obwohl die Zusammenhänge zwischen medialer Präsentationsweise und Wissensgenese im populären Bereich gleichermaßen virulent sind. In ihrem Beitrag versucht DORIT MÜLLER bisherige text- und bildwissenschaftliche Überlegungen zusammenzuführen und für den populär(wissenschaftlich)en Bereich produktiv zu machen. Sie entwirft ein Beschreibungsinstrumentarium, mit dessen Hilfe nicht nur rhetorische und narrative Strukturen und Verfahren in Text, Bild und Film als Strategien der Wissensgenerierung analysiert werden können, sondern das auch wissenskonstituierende Wirkungsweisen von Intermedialität in den Blick nimmt. Erprobt werden die Analysekatoren an historischen Beispielen aus der Darstellungspraxis der Polarforschung. Die exemplarischen Konstellationen belegen, wie unterschiedliche Medien (Texte, Fotografien und Film) in ein Wechselverhältnis treten und Wissen in divergierenden Verwendungskontexten auf je spezifische Weise arrangieren, mit traditionellen Wissensbeständen verknüpfen, inszenieren und neu generieren.

Die im *zweiten Teil* des Bandes veröffentlichten Beiträge konzentrieren sich auf die Eigenlogik einzelner Medienformate und Präsentationsformen. Ihre Wirkung wird auf unterschiedlichen Wissensfeldern untersucht, die in Grenzbereichen zwischen Wissenschaft und Alltag angesiedelt sind: Technik und Archäologie, Hygiene und Psychologie, Literatur und Religion. Den historischen Ausgangspunkt bildet der um 1850 beginnende Aufschwung der Zeitschriftenkultur und die mit ihm einhergehende Etablierung des Massenjournalismus. In seiner Folge vollzieht sich eine bis heute andauernde Dynamisierung des Medienwandels: Illustrierte Zeitschriften, Projektions- und Ausstellungspraktiken, Fotografie und Film avancieren im ausgehenden 19. und im 20. Jahrhundert zu sich wechselseitig bedingenden Präsentationsformen, die maßgeblich in den Prozess der Wissenskstitution eingreifen.

Hagner / Hans-Jörg Rheinberger / Bettina Wahrig-Schmidt (Hg.): *Räume des Wissens. Repräsentation, Codierung, Spur*, Berlin (Akademie) 1997; Timothy Lenoir (Hg.): *Inscribing Science: Scientific Texts and the Materiality of Communication*, Stanford (Stanford Univ. Press) 1998.

⁷ Dazu u. a. Caroline A. Jones / Peter Galison (Hg.): *Picturing Science, Producing Art*, New York – London (Routledge) 1998; Bettine Heintz / Jörg Huber (Hg.): *Mit dem Auge denken. Strategien der Sichtbarmachung in wissenschaftlichen und virtuellen Welten*, Zürich u. a. (Ed. Voldemeer) 2001 und Martina Heßler (Hg.): *Konstruierte Sichtbarkeiten. Wissenschafts- und Technikbilder seit der Frühen Neuzeit*, München (Fink) 2006.

⁸ Eine Ausnahme bildet u. a. Bernd Hüppauf / Peter Weingart (Hg.): *Frosch und Frankenstein. Bilder als Medium der Popularisierung von Wissenschaft*, Bielefeld (transcript) 2009.

Dieser dynamische Prozess lässt sich wohl kaum besser als im Massenmedium der Weltausstellung veranschaulichen, die ANGELA SCHWARZ auf der Zeitachse von 1850 bis 1940 untersucht. Auditive, visuelle und performative Medien wurden zunehmend miteinander verflochten und arbeiteten gemeinsam, zugleich miteinander konkurrierend, an einer Eventisierung von Wissenschaft und Technik mit. Visualisierung, Dynamisierung und Dramatisierung der ausgestellten Objekte verwandelten die Wissensvermittlung in ein Schauspiel. Ausstellungsobjekte übernahmen selbst Präsentationsfunktionen und veränderten die Wahrnehmung der Zuschauer, welche aktiv in die Bewegungsabläufe eingreifen und so die ›Wissensschau‹ steuern konnten.

Am Beispiel des Projektionsvortrags demonstriert JENS RUCHATZ, dass Medienkonkurrenz als Strategie der Wissenspopularisierung durchaus schon im ausgehenden 19. Jahrhundert reflektiert und problematisiert wurde. Durch die Verbindung von Sprache, Schrift und Bild fungierte der Diavortrag als eine Vorform moderner Audiovisualität und löste schon mit seiner Entstehung Debatten über das intellektuelle Potential der jeweiligen Medienformate aus. Es schien keineswegs irrelevant zu sein, ob in einem Projektionsvortrag Wort oder Bild den Vorrang erhielten, d. h. ob Bilder eher zu illustrativen Zwecken Verwendung fanden oder der Vortrag nur bildkommentierende Funktion besaß. Das historisch wechselnde Vertrauen in die didaktischen Leistungen von Schrift und Bild führte zu unterschiedlichen Medienkombinationen, die immer auch Wissenssätze waren. Denn in der Ausnutzung von Konkurrenz- und Synergieeffekten wurde Wissen über Medien operativ umgesetzt.

Populäre Darstellungsformate steuern den Prozess der Wissensgenese nicht nur aufgrund ihrer intermedialen Verfasstheit, sondern auch, indem sie vielfältige Diskurse bündeln. THOMAS WEGMANN kann am Beispiel der Kosmetik-Werbung um 1900 zeigen, wie aus der Amalgamierung von kulturellen, religiösen, medizinischen und ästhetischen Diskursen ein Wissen über Hygiene entstand, das zur gesunden Lebensführung anleiten sollte und zugleich wissenschaftliche Entdeckungen publik machte. Die Reklame für kosmetische Markenartikel rekurrierte nicht nur auf den Kunst-Kanon des Bildungsbürgers und appellierte an vertraute Emotionen, sie knüpfte auch an die wissenschaftliche Entdeckereuphorie der Bakterienforschung an und überführte wissenschaftliches Wissen über Mikroben in den alltagsweltlichen Bereich.

Wie kaum ein anderes Medium konstituierte und prägte die illustrierte Massenpresse des 19. Jahrhunderts das öffentliche Ansehen der Wissenschaft und wirkte zugleich auf die wissenschaftlichen Prozesse selbst zurück. STEFANIE SAMIDA und MANUELA GÜNTER gehen aus un-

terschiedlichen Perspektiven diesem Phänomen nach. Samida beschreibt, wie der Archäologe und Autodidakt Heinrich Schliemann versuchte, die zur Verfügung stehenden schriftsprachlichen und visuellen Inszenierungstechniken des Zeitschriftenmarktes gezielt für die Popularisierung seiner Troia-Forschungen auszunutzen, um seine Stellung im Wissenschaftssystem zu festigen. Paradoxerweise kam ihm dabei die auflagenstarke Satire-Zeitschrift *Kladderadatsch* zu Hilfe. Mit zahlreichen ironischen Kommentaren zur Person und ihrer Selbststilisierung hatte sie einen beträchtlichen Anteil an Schliemanns wachsender Popularität und verschaffte darüber der Archäologie als Wissenschaft größere Aufmerksamkeit. Das populäre archäologische Wissen der Zeit speiste sich also aus der medialen Inszenierung des ›Dilettanten‹ als Wissenschaftler – sei es in Form positiver Selbst- oder ironischer Fremdzuschreibung.

In Günters Beitrag hingegen geht es um das Verhältnis zwischen Literaturwissenschaft und populärem Goethe-Diskurs im ausgehenden 19. und frühen 20. Jahrhundert. Ihre Darstellung folgt der These, dass die wissenschaftliche Beschäftigung mit Goethe in der sich darüber erst etablierenden Neugermanistik maßgeblich durch Bildungspresse, Klassikerreihen und populäre Literaturgeschichten initiiert und mitgeprägt wurde. Besondere Bedeutung kam dabei den populären Darstellungen in auflagenstarken Familien- und Rundschauzeitschriften zu. Das Zusammenspiel von Text und Bild begründete einen Zugang zur literarischen Persönlichkeit, der an Konzepte der ›Künstlerreligion‹ anknüpfte und auf physiognomische Lektüren des Genies im ausgehenden 18. Jahrhundert rekurrierte. Diese Verschränkung physiognomischer, religiöser und philologischer Diskurse im populären Bereich wurde zum Ausgangspunkt eines ganzheitlichen Wissenschaftskonzepts, das die dichtende Persönlichkeit als Genie konstruierte, ihr ganzheitliches Wesen zu ergründen versprach und die literaturwissenschaftliche Tätigkeit quasi religiös aufwertete.

Als ein ausgesprochen hybrides Medienformat, an dem sich intermediale Transformationen und Generierungsprozesse populären Wissens beispielhaft beschreiben lassen, gilt der Film. Die Beiträge von SIGRID NIEBERLE, BARBARA WURM und RAMÓN REICHERT analysieren apparative, narrative und theatrale Bedingungen sowie intermediale und interdiskursive Verfahren des Films der 1920er Jahre. Nieberle kann am Dichtersfilm vorführen, wie der zeitgenössische literarhistorische Kanon durch Adaption kommerziell erprobter Vorlagen (Biographien, Operetten, Kinoerzählungen) und Aufnahme eingeführter Darbietungsmuster (Doppel-Plot, Heldenmetaphorik) interdiskursiv kontextualisiert wurde. Die Filme präsentieren nicht vordergründig philologisches Wissen, son-

dern erzählen von Medienkonkurrenz und Medienverbund, indem sie das Verhältnis zu älteren Medien reflektieren und Popularisierungsprozeduren durch die Bezugnahme auf tradierte Vermittlungsstrategien in historischem Roman, Operette oder Künstlerbiographie thematisieren.

Im Zentrum des Beitrags von Barbara Wurm steht die Animationstechnik als ein spezifischer Aufzeichnungsmodus in der frühen russischen und sowjetischen experimentellen Filmkunst. Sie demonstriert sowohl am dokumentarischen Tierfilm als auch an Entertainment-Produkten der vorrevolutionären Filmindustrie, dass Filmanimationen als zeitmanipulative Techniken »die Prozeduren und den Fokus der Generierung von Wissen« implizit und tiefgreifend steuern. So wird etwa das »natürliche« Verhalten der Wissensobjekte (in diesem Fall Insekten) durch Zerlegen der Tiere in Einzelteile und nachträgliche Reanimation mittels Zeitlupe und Zeitraffer moduliert, wodurch es seinen epistemischen Status verändert. Entomologisches Wissen und Medientechnik gehen hier eine Symbiose ein und werden genutzt, um komplexe Zusammenhänge zu vereinfachen und zu veranschaulichen. In den populärwissenschaftlichen Filmen der 1920er Jahre greifen Animationstechniken schließlich auf alle medialen Ebenen des Films über: Animierte Lettern, Diagramme und Figuren lenken die Aufmerksamkeit auf die materielle Beschaffenheit des Mediums und schärfen das Bewusstsein für die Konstruiertheit des Wissens.

Reicherters Beitrag analysiert die Filme des Sozialpsychologen Kurt Lewin. Er zeigt, wie Medienkapazitäten und Aufzeichnungspraktiken in die Wissenskonstitution eingreifen. Lewins Filme bieten nicht nur wissenschaftliche Interpretationen, sondern führen immer auch ihre technischen Möglichkeiten vor und verbinden narrative, theatralische und didaktische Darstellungsmodi. Als hybrides Medienformat integrieren die Filme vielfältige Präsentationsformen (Bewegtbilder, verbalsprachliche Kommentare, topologische Diagramme, Standbilder) und lassen diese in ein stets neues Verhältnis zueinander treten, so dass es zu einem in ständiger Bewegung befindlichen Prozess der Übersetzung und Transformation von Wissen kommt.

Die Massenmedien der westdeutschen Nachkriegszeit und ihr Anteil an einer Verwissenschaftlichung und Demokratisierung des Religiösen stehen im Zentrum des letzten Beitrags. NICOLAI HANNIG demonstriert, wie die Ausdifferenzierung der Medienlandschaft seit 1960 – etwa durch Einführung angelsächsischer Medienformate und die Übernahme soziologischer und psychologischer Verfahren in die Berichterstattung – eine Verschränkung von Kirche, Wissenschaft und Presse beförderte: Einflussreiche kritisch-kommentierende Beiträge in Magazinen stießen nicht nur

einen freieren Umgang mit Religion und Kirchenpolitik an, sie bewirkten auch Veränderungen in theologischen Diskursen und trugen zu einer Professionalisierung des Journalismus bei.

Die Konstitution populären Wissens – so zeigen die hier vorgelegten Beiträge – ist ein überaus komplexes Feld: Es wird bestimmt durch Aushandlungsprozesse, in denen unterschiedlich sozialisierte Akteure mit je konkreten Vorannahmen, Interessen und Geltungsansprüchen agieren und bestimmte Aufzeichnungs- und Darstellungspraktiken nutzen, um Wissen in differierenden Verwendungskontexten zu präsentieren bzw. an ein heterogenes Publikum mit je eigenen Erwartungen zu kommunizieren. Zudem wird die Herausbildung von Wissen auf vielfältige Weise durch mediale und medientechnische Bedingungen konfiguriert: Es unterliegt der Eigenlogik auditiver, visueller oder performativer Medien, die immer auch intermediale Aspekte aufweisen, da sie explizit oder implizit auf andere Medien rekurrieren. Aufgrund ihrer Hybridität und Interdiskursivität schaffen Medien neue epistemische Bezugsrahmen und damit Übergänge zwischen den Wissenskulturen. – Ein besonderes Anliegen der Tagung war es, diese Übergänge aus interdisziplinärer Perspektive zu untersuchen und medienhistorisch zu fundieren. Die verhandelten Wissensbestände decken wichtige wissenschaftsgeschichtliche Konstellationen ab und erweitern im Unterschied zu früheren Forschungen den Wissensbereich um geistes- und kulturwissenschaftliche Themen. Selbstverständlich kann der vorliegende Band nicht alle Facetten dieses weitreichenden Feldes abdecken. Ausgespart bleibt etwa der folgenreiche Medienwandel der letzten Jahrzehnte, obwohl gerade auch mit der Etablierung digitaler Medien und neuer Online-Plattformen veränderte Bedingungen der Konstitution populären Wissens gegeben sind. Eine auf kollektiver Autorschaft und Interaktivität beruhende Aufzeichnung und Speicherung von Wissen stellt eine Herausforderung für medien- und kulturhistorische Reflexionen dar, die an dieser Stelle nicht zu leisten sind.

Abschließend bleibt den Autorinnen und Autoren des Bandes für die kooperative Zusammenarbeit und rasche Fertigstellung der Beiträge zu danken. Weiterhin gilt unser Dank den hilfsbereiten Mitarbeitern des Zentrums für Literatur- und Kulturforschung Sultan Acikgüloglu, Nicolai Goetz, Anja Jouravel und Tanja Kunz, die einen reibungslosen Ablauf der Tagung ermöglichten und insbesondere Jana Wolf, die uns bei der Vorbereitung und Einrichtung des vorliegenden Buches zur Seite stand.