

Format de citation

Weckel, Ulrike: Rezension über: Werner Faulstich, Die Mediengeschichte des 20. Jahrhunderts, Paderborn: Wilhelm Fink Verlag, 2012, in: Archiv für Sozialgeschichte, 2013, 06, DOI: 10.15463/rec.1189720452, heruntergeladen über Website



copyright

Cet article peut être téléchargé et/ou imprimé à des fins privées. Toute autre reproduction ou représentation, intégrale ou substantielle de son contenu, doit faire l'objet d'une autorisation (§§ 44a-63a UrhG / German Copyright Act).

Werner Faulstich, Die Mediengeschichte des 20. Jahrhunderts, Wilhelm Fink Verlag, Paderborn 2012, 461 S., geb., 49,90 €.

Anders als alle bisherigen Mediengeschichten konzentrierte sich seine Überblicksdarstellung weder auf die historische Entwicklung eines einzigen Mediums noch sei sie eine bloße Buchbindersynthese der Entwicklungen diverser Einzelmedien, so Medienwissenschaftler Werner Faulstich in seiner Einleitung. Vielmehr werde er sämtliche Medien des 20. Jahrhunderts „als System“ darstellen, ihr „integrative[s] Miteinander und Nebeneinander“ solle „nach dem Kriterium der funktionalen Dominanz in seinen Veränderungen entfaltet werden“ (S. 11). 18 Einzelmedien hat Faulstich für das 20. Jahrhundert gezählt, denn er nimmt – wie in der Medienwissenschaft üblich – nicht nur die der öffentlichen Kommunikation mit einem anonymen Publikum dienenden Massenmedien in den Blick, sondern auch privat und individuell genutzte, alltägliche Kommunikationskanäle, die die Forschung bislang „noch nicht zureichend gewürdigt“ habe (S. 11). Ausgeschlossen hat Faulstich Primärmedien, verstanden als orale Kommunikation über Menschen *in* Wirklichkeit, wie etwa das Theater, weil dieses im 19. Jahrhundert seinen Mediencharakter eingebüßt habe und wie andere Medien vor ihm „zur Kunst mutiert“ sei (S. 12). Die von ihm in ihrem Zusammenspiel und ihrer Konkurrenz beleuchteten Einzelmedien fasst er unter den drei, in historischer Abfolge entstandenen Rubriken „Sekundärmedien“, definiert als Kommunikation *über* Wirklichkeit via gedruckter Sprache (Blatt, Brief, Plakat, Heft, Zeitung, Zeitschrift und Buch), „Tertiärmedien“ der elektronischen Kommunikation mittels Reproduktion von Wirklichkeit (Foto, Film, Hörfunk, Fernsehen, Telefon, Schallplatte, Kassette, CD und Video) und „Quartärmedien“ zur digitalen Kommunikation durch Simulation *als* Wirklichkeit (Computer, World Wide Web, E-Mail und Chat) (S. 11f. und 23). Die Darstellung bezieht sich auf Deutschland, wobei – wie schon in der von Faulstich herausgegebenen zehnbändigen, nach Dekaden gegliederten deutschen Kulturgeschichte des 20. Jahrhunderts – die DDR und damit zugleich die deutsch-deutsche Beziehungsgeschichte außer Betracht bleibt, hier mit der etwas verwunderlichen Begründung, dass die Mediengeschichte der DDR aufgrund ihrer Besonderheiten andernfalls „einen unangemessen breiten Raum“ hätte einnehmen müssen (S. 12). Platz gespart wurde auch mit dem Verzicht auf einen wissenschaftlichen Anmerkungsapparat, und die Bibliografie bietet mit ihren rund 500 Titeln lediglich eine vom Autor als Empfehlung verstandene Auswahl aus den über 4.000 Titeln, die er für seine Kompilation „als genuine Quellen“ konsultiert haben will (S. 13). Auch wenn es zunächst anders anmutet, nennt Faulstich seinen Anspruch „sehr bescheiden“: Einen Zwischenstand wolle er präsentieren, einen Rahmen für künftige Forschungen vorlegen. Es wird denn also zu fragen sein, ob eine Synthese, und sei es eine vorläufige, gelungen ist.

Die Darstellung ist in elf Kapitel gegliedert, wobei das erste einen kurzen Rückblick auf das ausgehende 19. Jahrhundert bietet, das letzte einen ebenfalls knapp gehaltenen Ausblick in das 21. Jahrhundert. Kapitel 2 beschäftigt sich mit Massenunterhaltung und Medienwerbung bis 1914, Kapitel 3 mit der Medienkultur während des Ersten Weltkriegs. Kapitel 4 greift noch mal zurück und beschäftigt sich mit Hochkultur in den Medien in den ersten drei Jahrzehnten, vor allem mit Kunstfotografie, dem Buch sowie den Bildungs- und Fachzeitschriften, während Kapitel 5 sich den „dominanten“ Medienkulturen der 1920er Jahre zuwendet, nämlich der kommerziellen und politischen Werbung sowie der Unterhaltung via Musik, Film und Radio. Kapitel 6 präsentiert das „Mediensystem“ in der NS-Zeit, Kapitel 7 schildert die Vielfalt der Medien in der Nachkriegszeit, der Faulstich ein „Wertevakuum“ attestiert. In Kapitel 8 über die 1960er und 1970er Jahre stehen einerseits das Fernsehen und andererseits die mutimediale Alternativkultur im Zentrum, Kapitel 9 zu den 1980er Jahren überschreibt Faulstich mit „Wechseljahre der Medienkultur“, womit er den sich anbahnenden, durch Privatrado und -fernsehen sowie die technischen Innovationen CD, Video, Handy und PC ausgelösten Funktions- und Strukturwandel offenbar auf einen einprägsamen Begriff gebracht zu haben glaubt. Kapitel 10

schließlich widmet sich dem Umbruch hin zum eigentlichen digitalen Zeitalter, dem Niedergang von Fernsehen, Buch und Brief auf der einen und dem Aufschwung der Kommunikation via World Wide Web, E-Mail und Chatrooms auf der anderen Seite. Jedes Kapitel schließt mit einer kurzen Zusammenfassung der skizzierten Entwicklungen, zudem gibt es ein Sachregister, um das Querlesen zu erleichtern.

Einige der diagnostizierten Grundzüge des Wandels seien hier genannt: Zwischen den beiden das 20. Jahrhundert einrahmenden Medienrevolutionen durch das Aufkommen erst elektronischer, dann digitaler neuer Medien sieht Faulstich vor allem eine zunehmende Kommerzialisierung und wirtschaftliche Konzentration sowie die Tendenz zu immer mehr Unterhaltung und Massensorientierung am Werk. Die Ausweitung kommerzieller Werbung in den Printmedien sei im Ersten Weltkrieg zwischenzeitlich zurückgedrängt worden, stattdessen habe Zensur und eine Instrumentalisierung für politische Propaganda Raum gegriffen (S. 70); zum Niedergang der bildungsbürgerlichen elitären Hochkultur habe es in den ersten drei Jahrzehnten bei vielen Medien zwar auch Gegenbewegungen gegeben (S. 88), doch habe bereits in den 1920er Jahren eine von den Massen bestimmte vielfältige Unterhaltungskultur dominiert (S. 130); im Nationalsozialismus sei es zu einem einmaligen Blockcharakter der Medien gekommen, gleichzeitig habe das Regime höchst wirkungsvoll auf „archaische Mensch- und Gestaltungsmedien“ wie Feste, Aufmärsche, Repräsentationsbauten und Denkmäler zurückgegriffen; ohne die systematisch instrumentalisierten Medien hätten die Nationalsozialisten ihre Herrschaft weder aufbauen noch so lange aufrechterhalten können (S. 192); beim Neuanfang nach Kriegsende habe es in den Medien neben dem Bemühen, das „Werte- und Sinnvakuum“ mit Konsum und Flucht zu kompensieren, diverse „zweifelhafte“ Versuche der Vergangenheitsbewältigung gegeben, das Telefon habe sich allmählich zu einem Volksapparat entwickelt und das Fernsehen „seinen Siegeszug zum Leitmedium der bundesdeutschen Gesellschaft“ angetreten (S. 255f.); im Zuge dessen habe das öffentlich-rechtliche Fernsehen in den 1960er und 1970er Jahren zunächst verschiedene Publikumskreise zu einer breiten Fernsehöffentlichkeit zusammengeführt, diese Integrationsfunktion durch Ausweitung des Programms und der Unterhaltungsanteile aber bald wieder verloren, damit allerdings zugleich den Illustrierten, dem Buchmarkt und dem Kinofilm starke Publikumseinbußen beschert; für die Alternativkultur seit 1967 seien Medien, insbesondere Schallplatte, Tonkassette und Video nicht nur Spiegel, sondern Motor des Aufbruchs gewesen (325f.); seit den 1980er Jahren bahne sich eine Annäherung der Einzelmedien an, so suchten Zeitungen etwa zu ihrer Konsolidierung Kooperationen mit Radio, Fernsehen und Internet; die Radionutzung habe mit der Privatisierung zwar zugenommen, doch diene das dominierende Musikprogramm weitgehend lediglich als Geräuschkulisse beziehungsweise als Umfeld für die Werbung (373f.); der umfassende Funktions- und Strukturwandel habe seit den 1990er Jahren auch damit zu tun, dass Zeitung, Buch, Brief und Fernsehen in ihren traditionellen Formen die durch das World Wide Web entstandenen neuen Erwartungen an Kommunikationsmedien, insbesondere die nach Interaktivität und Wirklichkeitssuggestion beziehungsweise virtuellen Welten, weniger gut erfüllen könnten als digitale Medien; so werde aus einem jahrzehntelangen weitgehenden Nebeneinander verschiedener Einzelmedien zum Ende des Jahrhunderts verstärkt ein Miteinander und partielles Gegeneinander (S. 375f.), das multifunktionale Handy etwa habe sich bereits zu Beginn des 21. Jahrhunderts in einen Multimedia-Terminal verwandelt (S. 419).

Vieles daran ist sicher nicht falsch, doch fragt sich, was mit derart allgemeinen, pauschalisierenden Aussagen gewonnen ist. Noch ratloser macht indes die Lektüre der eigentlichen Kapitel, deren Ergebnisse da resümiert werden. Je nach konsultierter Forschungsliteratur werden darin mal produkt-, mal genre-, mal organisations- und mal technikgeschichtliche Details für die diversen Einzelmedien aneinandergereiht. Die diese Medien machenden, weiterentwickelnden und nutzenden Menschen dagegen geraten kaum je in den Blick, im Falle der Machenden höchstens als Namen, im Falle der Nutzer am ehesten als Masse in Form von Zahlenangaben. Leitende Fragestellungen sind, soweit in der Präsentation zahlloser Detailinformationen überhaupt noch erkennbar, die in der Einleitung angekündigten nach jeweiliger „funktionaler Dominanz“, nach Interdependenzen diverser Einzelmedien bei quantitativen Zu- und Abnahmen sowie nach „supramedialen“ Produktverbünden. Ein darüber hinausgehendes problemorientiertes Nachfragen im Detail und Einordnen in sozial- und kulturgeschichtliche Zusammenhänge unterbleibt. Über weitere Strecken wird nicht einmal deskriptiv berichtet, wie etwas vonstatten gegangen ist – auf welche Weise sich etwa der Börsenverein Deutscher Buch-

händler in den 1920er Jahren gegen Buchgemeinschaften zur Wehr zu setzen versuchte (S. 81), wie Zeitungen in der NS-Zeit Leserbriefe zur Diffamierung politischer Gegner einsetzten (S. 234) oder was es bedeutet, wenn das Fernsehen die Produktion von „amphibischen“ Filmen fördert, die sich sowohl für das Kino als auch für die Fernsehausstrahlung eignen (S. 360). Stattdessen liefert Faulstich immer wieder bloße Aufzählungen, wen und was es alles gegeben hat, seien es Autoren und Autorinnen, Titel, Verlage oder Anbieter. Kennt man sie, sagen sie einem nichts Neues, kennt man sie nicht, sagen sie einem gar nichts. Weshalb gerade sie und nicht andere ausgewählt wurden, scheint dem Autor kein allzu langes Kopfzerbrechen bereitet zu haben. Wiederholt finden sich Formulierungen wie „um nur einige Beispiele (oder: die bekanntesten) zu nennen“ oder „die Liste ließe sich forsetzen“. Geradezu absurd mutet der Hang zum Aufzählen an, wenn anlässlich der Erwähnung von Schulbüchern beispielhaft verschiedene Schulfächer genannt (S. 83) oder zwecks Schätzung der quantitativen Verbreitung von Gebrauchsanweisungen potenzielle Haushaltsgeräte aufgelistet werden (S. 339). Ohne Interpretation tragen auch die zahlreichen Abbildungen nicht wirklich zum Verständnis bei.

Besonders deutlich wird der Mangel an Fragestellungen, wenn Faulstich Forschungslücken aufzeigt, die seiner Ansicht nach künftig unbedingt gefüllt werden sollten. Was an den bislang ungeschriebenen Geschichten des Telefonbuchs, der Gebrauchsanweisung, des Rätselhefts oder des unbeschriebenen Blatts Papier aufschlussreich sein könnte, erläutert er mit keinem Wort. Wenn eine Mediengeschichte des Bierdeckels sich allerdings in der Vermessung der regional differierenden Pappendicke sowie einer Aufzählung von aufgedruckten Motiven und Werbeslogans erschöpft (S. 38f., 91, 303, 347 und 373), scheint auch diese weiterhin entbehrlich. Andere angemahnte Forschungslücken hingegen sind nicht eigentlich welche: So werden Knipsersfotos von Amateuren durchaus bereits in fotohistorischen Studien berücksichtigt, zur Geschichte von Briefen gibt es etliche Arbeiten auch für das 20. Jahrhundert, selbst wenn das Themenfeld damit sicher noch nicht ausgeschöpft ist, und die Mediengeschichte der Weimarer Republik kann nun wahrlich nicht als „tabula rasa“ gelten, wie Faulstich behauptet (S. 91), der allerdings auch keine einzige der vielen neueren englischsprachigen Arbeiten gerade zu dieser Ära in seiner Literaturliste anführt.

Dass die Nutzung der Medien und die Rezeption ihrer Inhalte in Faulstichs Buch so eine geringe Rolle spielen, mag indes durchaus auch der Forschungslage geschuldet sein. Wenn jedoch solche Kenntnisse nicht vorhanden sind, können schlichte Rückschlüsse von vorhandenen Produkten auf entsprechende Publikumsbedürfnisse sie nicht ersetzen (S. 65 in Hinblick auf kitschige Postkartenmotive oder S. 205 hinsichtlich trivialer Erzählmuster in Romanheften). Und so bleibt denn auch unklar, woran Faulstich bemisst, dass bestimmte Plakate wie „Helft uns siegen!“ von 1917 oder „Samstags gehört Papi mir“ aus dem Jahr 1956 äußerst erfolgreich gewesen seien und die Briefmarke im NS ein „vorzügliches Propagandamedium“ zur „Konstruktion einer kollektiven Identität“ gewesen sein soll (S. 59, 203 und 169). Seltene Aussagen zur sozialen Praxis der Mediennutzung bleiben durchgehend auf der Ebene von Alltagsweisheiten und Klischees, etwa wenn Faulstich mutmaßt, Postkartengrüße seien „oft“ als lästige soziale Pflicht empfunden worden (S. 111) oder Frauen hätten in den 1950er Jahren häufiger und ausdauernder telefoniert als Männer, vor allem mit ihren Freundinnen (wozu er in Klammern das Stichwort „Quasselstrippe“ in Anführungszeichen setzt; S. 250).

Schwerer wiegen etliche sachliche Fehler, die sich im Kapitel zum Nationalsozialismus häufen. Dass Hitler nicht zum Reichskanzler gewählt (S. 187), die Bücherverbrennung nicht von der Regierung, sondern von der Deutschen Studentenschaft initiiert wurde und nichts mit dem Reichstagsbrand zu tun hatte (S. 134) oder es nicht Emil Jannings war, der die Hauptrolle in „Jud Süß“ spielte (S. 186), mögen die meisten Leser schlicht besser wissen. Mehr Verwirrung könnte stiften, dass Faulstich zum Beispiel behauptet, Hitler habe „Kampfreden“ zur Rechtfertigung „unpopulärer Maßnahmen wie der Judenverfolgung“ gehalten (S. 152) oder das NS-Regime habe Fotos mit grausamsten Szenen in Arbeits- und Konzentrationslagern „zur Abschreckung“ eingesetzt (S. 182). Eine verzerrende Verkürzung stellt es auch dar, nicht zu erwähnen, unter was für Bedingungen Kurt Gerron die Regie eines Films nicht etwa über „die Einrichtung polnischer Ghettos“, sondern einer bewusst irreführenden Darstellung von Theresienstadt übernahm, und dass es eben nicht die Nationalsozialisten selbst, sondern vielmehr die gezwungenen jüdischen Komparsen waren, die diesem Film den ironischen Titel „Der Führer schenkt den Juden eine Stadt“ gaben (S. 186). Unsicherheiten zeigen sich in Faulstichs gelegentlichen Andeutungen eines historischen Kontextes auch hinsichtlich anderer Zeitabschnitte, etwa wenn es heißt,

schon während der Weimarer Republik habe der Staat „nach rechts wie nach links gewendet, immer wieder diktatorisch“ eingegriffen (S. 100), wenn der Autor sämtliche Initiativen zu einer Auseinandersetzung mit der NS-Vergangenheit über einen Kamm schert oder die Einschränkung des Briefgeheimnisses durch die Notstandsgesetze 1968 für „ein kurioses Phänomen“ hält, weil sie in eine Zeit falle, der man ansonsten Befreiung von gesellschaftlichen Zwängen attestiert habe (S. 284).

Kurz: Für Historiker und Historikerinnen hat diese Mediengeschichte wenig zu bieten. Wer sich dafür interessiert, auf welchen unterschiedlichen Wegen sich bestimmte Gruppen von Menschen im Laufe des 20. Jahrhunderts informiert, gebildet, unterhalten und über Distanzen hinweg verständigt haben, welche Inhalte sie über welche Medien kommunizierten, wie diese jeweils medial aufbereitet waren und auf welche Weisen sie verstanden und angeeignet werden konnten, erfährt aus diesem dicken Buch erstaunlich wenig. Sollte einen doch einmal ein referiertes Detail neugierig machen, so sagt einem keine Anmerkung, wo man dazu Substanzielleres nachlesen könnte. Die Fassung sämtlicher Medien als „System“ liefert offenbar keinen Rahmen, der für die Geschichte der verschiedenen Einzelmedien sonderlich erhellend wäre, zumal wenn der Medienbegriff so weit gefasst wird, dass zum „System“ auch sämtliche bedruckte oder beschriebene Blätter hinzugehören wie etwa Geldscheine, Spielkarten und Einkaufszettel und was einem sonst noch einfallen mag. Dass sich daraus keine Konzeption ergibt, lässt sich schon daran erkennen, dass innerhalb der Kapitel die in den Blick genommenen Einzelmedien weitgehend schlicht nacheinander abgehandelt werden. Die Frage nach jeweiliger „funktionaler Dominanz“ ergibt da schwerlich einen roten Faden. Und so scheinen mir denn weiterhin fundierte wissenschaftliche Studien über die Geschichte einzelner Medien unter klugen problemorientierten Fragestellungen sowie mit Quellen- und Literaturnachweisen allemal ergiebiger als der Versuch, eine unüberschaubare Zahl von Detailinformationen in eine Synthese zu zwingen, zumal wenn man über etliche dieser Details schon im Internet, etwa bei Wikipedia, mehr erfährt.

Ulrike Weckel, Gießen

Zitierempfehlung:

Ulrike Weckel: Rezension von: Werner Faulstich, Die Mediengeschichte des 20. Jahrhunderts, Wilhelm Fink Verlag, Paderborn 2012, in: Archiv für Sozialgeschichte (online) 53, 2013, URL: <<http://www.fes.de/cgi-bin/afs.cgi?id=81473>> [12.6.2013].