

## **Jörg Requate (Hg.): Das 19. Jahrhundert als Mediengesellschaft. Les médias au XIXe siècle**

München: Oldenbourg 2009, S. 195, ISBN-Nr. 978-3-486-59140-8, € 24,80

Während Otfried Jarren sich 1996 lediglich „Auf dem Weg in die Mediengesellschaft“ (Otfried Jarren: „Auf dem Weg in die Mediengesellschaft. Medien und politische Kommunikation im Wandel“. In: *Rissener Jahrbuch* (1996). S.71-85) währnte, verortet der Historiker Andreas Schulz die Anfänge einer „Mediengesellschaft“ in den 1950er Jahren (Andreas Schulz: „Der Aufstieg der ‚vierten Gewalt‘: Medien, Politik und Öffentlichkeit im Zeitalter der Massenkommunikation“. In: *Historische Zeitschrift* 270 (2000). S. 65-97). Jörg Requate geht in dem von ihm im Jahre 2009 herausgegebenen Sammelband einen weiteren Schritt zurück und verlegt die „Mediengesellschaft“ ins 19. Jahrhundert. Der Bielefelder Historiker Requate spricht also nicht nur über die Anfänger der Medialisierung des Alltags, sondern postuliert eine entwickelte „Mediengesellschaft“ bereits für die Zeit um 1900.

Da die deutsche Medien- und Kommunikationswissenschaft, so Requate, die historische Entwicklung der Medien eher aus einem Interesse an der ‚Eigenlogik‘ der Medien heraus untersuche und der Blick aus der Geschichtswissenschaft auf die gesellschaftliche Bedeutung der Medien in Deutschland bislang eher die Ausnahme bilde, sei das Feld der Mediengeschichte ein vergleichsweise wenig bearbeitetes. In Frankreich habe es die Ausdifferenzierung einer eigenen Medien- oder Kommunikationswissenschaft in dieser Form nicht gegeben und deshalb sei die Untersuchung der gesellschaftlichen Bedeutung von Medien dort von jeher stark soziologisch, historisch und philosophisch grundiert und entsprechend würden die gesellschaftlichen Bezüge der historischen Medienentwicklung dort selbstverständlicher mitthematisiert. Es ist deshalb nur konsequent, wenn Requate den Blick zum Nachbarn wagt, um die deutsche Geschichtswissenschaft an die Erforschung der Entwicklung der Mediengesellschaft zu erinnern. Der Band *Das 19. Jahrhundert als Mediengesellschaft* ist dann auch aus einer gemeinsamen Tagung von deutschen und französischen Historikern im *Deutschen Historischen Institut Paris* hervorgegangen und vereint 13 Beiträge in französischer und deutscher Sprache, die in fünf thematische Kapitel gegliedert wurden. Das erste Kapitel widmet sich konzeptionellen Fragen der Mediengesellschaft des 19. Jahrhunderts, es folgt ein Kapitel zur Presse als dem Medium gesellschaftlicher Selbstorganisation. Kapitel III fragt nach den ‚alltäglichen Sensationen‘, Kapitel IV thematisiert die ‚Skandalisierungen‘ der jungen Mediengesellschaft und das abschliessende fünfte Kapitel zeigt die Möglichkeiten der ‚Visualisierung‘ im 19. Jahrhundert auf. Der Band will dabei weniger die Medienentwicklung in Deutschland und Frankreich vergleichen, als vielmehr die unterschiedlichen nationalen Historiographien miteinander ins Gespräch bringen und nationenübergreifende Entwicklungen sichtbar machen.

In Kapitel I zeigt Marie-Eve Thérenty, inwiefern für Frankreich mit dem Jahr 1836 das mediale Zeitalter beginnt und welche Rolle die Presse und hier vor allem der ‚Feuilleton-Roman‘ für die Entwicklung einer französischen Öffentlichkeit spielen sollte. Für Frankreich gilt also auch, dass der bekannte „Strukturwandel der Öffentlichkeit“ (Jürgen Habermas, Neuwied 1962) im 19. Jahrhundert weitgehend abgeschlossen ist und die Presse zum Ort der Selbstverständigung eines bürgerlichen Lesepublikums wird. Christian Delporte beschreibt, wie sich der Beruf des Journalisten herausbildete, der sich zunächst vor allem als ‚Missionar‘ einer politischen Idee verstand und dessen Selbstverständnis in Frankreich vom Kampf für die Pressefreiheit geprägt ist. Während die beiden französischen Beiträge im konzeptionellen Teil des Buches vor allem die Brüche und Dynamiken der Entwicklung betonen, verweist Requate in seinem Aufsatz auf die retardierenden Momente in der deutschen Medienentwicklung, die von der Zensurgesetzgebung stark eingeschränkt wurde. In Deutschland ist es vor allem ein ‚erzieherischer Auftrag‘, der den Medien zugeschrieben worden ist und der das Selbstverständnis der Journalistenprofession lange Zeit prägen sollte. In Kapitel II zeigen Thorsten Gudewitz und Alice Primi mit Hilfe von historischen Fallstudien, weshalb die Presse um 1900 als Medium gesellschaftlicher Selbstorganisation verstanden werden kann. Während Primi danach fragt, inwiefern die Presse die Position der Frauen in Deutschland und Frankreich zwischen 1848 und 1870 verändert hat, geht Gudewitz der Konstruktion eines ‚nationalen Festraumes‘ durch die Berichterstattung über die Schillerfeiern von 1859 nach und weist so auf die Rolle der Presse für die Herausbildung eines Nationalgefühls hin. Kapitel III thematisiert den Unterhaltungsaspekt der Medien: Anne-Claude Ambroise-Rendu untersucht die Entstehung der Rubrik ‚Vermischtes‘ in den Tageszeitungen und die Neudefinition von Normen und Werten, die dort zum Tragen kommt. Philipp Müller thematisiert das durch die Zeitungen angeregte Stadtgespräch zum ‚Hauptmann von Köpenick‘ und die soziale Funktion, die ein solches ‚Stadtgespräch‘ erfüllt. Der Skandal steht in Kapitel IV im Vordergrund, und so zeigen Frank Bösch und Martin Kohlrausch, wie die Skandalisierung als Strategie der Machtbehauptung und der Infragestellung von Macht verfolgt werden konnte. Im letzten und umfangreichsten Kapitel werden die Möglichkeiten der Visualisierung im 19. Jahrhundert beleuchtet. Daniela Kneißl und Laurent Bihl thematisieren Visualisierungsstrategien der Presse um 1880 (unter anderem anhand der illustrierten Presse für den ‚republikanischen Bauern‘) und Frank Becker analysiert das Panorama als nationalen Erlebnisraum nach dem Krieg von 1870/71. Dabei macht er deutlich, dass die riesigen Rundgemälde, die in eigenen Gebäuden zur Schau gestellt wurden, sowohl Massenmedium als auch nationale Erinnerungsorte waren. Ludwig Vogl-Bienek widmet sich in seinem Beitrag der Projektionskunst und der ‚sozialen Frage‘. Er zeigt, wie visuelle Medien (*Laterna Magica*) in der Armenfürsorge um 1900 zum Einsatz kamen und sowohl von Schaustellern als auch von pädagogischen und kirchlichen Einrichtungen zur ‚Unterhaltung und Erbauung‘ genutzt wurden.

Der Band ist mit seiner gelungenen thematischen Strukturierung und der stringenten Bezugnahme der einzelnen Beiträge auf das übergeordnete Thema ein wichtiger Beitrag zur Mediengeschichte des 19. Jahrhunderts und ein vorbildliches Projekt zur Beförderung eines deutsch-französischen kulturgeschichtlichen Dialogs. Die durchweg hohe Qualität der Einzelbeiträge und die für einen Tagungsband keinesfalls selbstverständliche Erschließung dieser Beiträge über ein Personen- und Medienregister machen das Buch zu einem knappen, aber wertvollen Überblick zur Mediengesellschaft um 1900.

Thomas Lenz (Luxemburg)