

**Jürgen Wilke (Hg.):**

**Mediengeschichte der Bundesrepublik Deutschland**

Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung 1999, 846 S.,

ISBN 3-89331-368-0

Köln, Weimar, Wien: Böhlau Verlag 1999, 846 S., ISBN 3-412-14898-9,

DM 68,-

Über fünfzig Jahre Mediengeschichte der Bundesrepublik Deutschland (und auch noch der DDR) zu erarbeiten und zu schreiben, bedeutet zunächst einige Vorüberlegungen und Auswahlentscheidungen: Jürgen Wilke, Publizistikwissenschaftler in Mainz, begründet die seinen im Vorwort sowie in der Einleitung des recht voluminösen Bandes allerdings nicht ganz ausreichend: So konzentriert sich die Darstellung vornehmlich auf die Massenmedien, auf Presse, Hörfunk und Fernsehen. Kino und Film bleiben explizit ausgeschlossen, weil dafür „Überblicksdarstellungen“ vorliegen (was für die anderen Medien freilich in unterschiedlicher Qualität ebenso gilt). Medien sind für Wilke also die klassischen (allerdings vornehmlich die für Erwachsene), dazu noch – und nicht ganz kompatibel – Nachrichtenagenturen, Werbung, Öffentlichkeitsarbeit und Multimedia (als Ausblick). Wie man die fünfzig Jahre in der Bundesrepublik periodisieren könnte, dazu diskutiert Wilke etliche Vorschläge, ohne dass einer davon von den Beiträgen durchgehend verfolgt worden wäre. Für die Massenmedien der DDR sieht Gunter Holzweißig offenbar überhaupt keine Entwicklungen, denn die „Rahmenbedingungen“ blieben aus seiner Sicht „nahezu konstant“, wurden von der SED lediglich „perfektioniert und verfeinert“ (S.573), bis das Regime Ende der achtziger Jahre bekanntlich ganz erodierte. Diese Übergangsphase samt den eiligen, mitunter rücksichtslosen Übernahmen der ehemaligen DDR-Medien durch Westkonzerne schildert Beate Schneider, gestützt auf eigene empirische Erhebungen, sehr pointiert.

Inhaltlich-sachlich entledigt sich Wilke der theoretischen Strukturierung und Vernetzung von Geschichte leider eher dezisionistisch, da er die Gattung des Sammelbandes wählt, in dem sich die einzelnen Beiträge ihres Themas recht unterschiedlich annehmen. So bekommt die Leserin der Leser trotz gut 840 Seiten keine komplexe, aufeinander Bezug nehmende Mediengeschichte geboten, sondern

einzelne, nach Medien und nach bestimmten thematischen Komplexen gegliederte Bausteine, die manches doppelt bieten, anderes vermissen lassen. Beispielsweise fehlt fast gänzlich eine Historiographie des enorm expandierten und ausdifferenzierten Marktes der Publikumszeitschriften (Bohrmanns Ausführungen sind dafür zu knapp) ebenso wie eine Annäherung an die mächtige Musikbranche – und wenn die kirchlich-konfessionelle Presse eine gesonderte Würdigung erfährt, fragt man sich, warum nicht anderen verbands- und gruppengebundenen Organen, der Parteien- und Gewerkschaftspresse etwa, Ähnliches zuteil wurde. Hier obsiegte offenbar die spezielle Kompetenz der Beiträger über sachliche Gesichtspunkte. Fünf Bildteile – Presse, Hörfunk, Fernsehen I und II, Werbung – sind zwischen die Kapitel geschoben: leider erklärt sich nicht jedes Bild von selbst, und in den einschlägigen Texten sucht man vergebens nach entsprechenden Hinweisen, so dass die Chance einer auch optischen Geschichtsschreibung ein wenig verschenkt wird. Und endlich: Für eine sachliche Suche vermisst man ein einschlägiges Register, das verfügbare personenbezogene wäre hingegen wohl entbehrlich gewesen.

Soweit einige kritische Einwände, die man an ein solch beachtliches Werk, finanziert auch von der Bundeszentrale für politische Bildung und deshalb sowohl in einer Verlagsfassung als auch in einer (kostenlos beziehbaren) amtlichen Fassung erhältlich, wohl richten darf. Die inhaltliche Einteilung, die Wilke gewählt hat, folgt keiner durchgängigen Systematik, sondern dürfte ebenfalls ein wenig den angefragten und eingegangenen Beiträgen geschuldet sein: Auf die „Vorgeschichte“ von Presse und Rundfunk nach Kriegsende folgt ein Kapitel des „Strukturwandels des Mediensystems“, in dem im wesentlichen die Organisationsgeschichte der Presse, des öffentlich-rechtlichen und des privaten Rundfunks abgehandelt wird. Allerdings folgt in Kapitel 6 („Rahmenbedingungen und Bedingungsfaktoren“) ein rechtsgeschichtlicher Abriss über das Presse- und Rundfunkrecht, das für besagte Organisationsgeschichte von Belang ist. Andere „Rahmenbedingungen und Bedingungsfaktoren“ sind „Nachrichtenagenturen“, „Journalismus“, „Werbung“ und „Öffentlichkeitsarbeit“; sie liegen offensichtlich auf anderen Ebenen. Außerdem vermisst man unter dieser Rubrik eine Darstellung der Medienwirtschaft samt den einschneidenden ökonomischen Strukturveränderungen, die sich nur in den einzelnen Medienkapiteln verstreut finden. Doch Konzentrationsprozesse verlaufen inzwischen intermediär und harren noch immer der analytischen Aufarbeitung unter historischer Perspektive.

Auf besagte organisationsgeschichtliche Skizzen folgen programmgeschichtliche, die für den Hörfunk und das Fernsehen bekanntlich anderweitig vorliegen. „Zeitungsberichterstattung im Wandel“ versteht hingegen H. M. Kepplinger eingeschränkt als empirische Inhaltsanalyse der Deutschland- und Politikberichterstattung der *Süddeutschen Zeitung*, der *Frankfurter Allgemeinen Zeitung* sowie der *Welt*. Damit dürfte das Thema kaum in der erforderlichen Weitsicht abgearbeitet sein, jedenfalls kommt ein völlig anderes Geschichtsverständnis hervor als bei den meisten anderen Artikeln. Dass Kepplinger am Ende nicht einmal mit

einer recht spekulativen Ursachenerklärung spart – die „starke Zunahme der pessimistischen Darstellung [sei] Folge des Berufseintritts der 68er Generation“ (S.209) –, lässt erneut an der Validität solcher Studien zweifeln und fragt auch ein wenig nach der Seriosität des gesamten Unterfangens (zumal Kepplinger in einem zweiten Artikel über „publizistische Konflikte“ ähnlich fragwürdige Interpretationen aufbietet). Abermals soll nicht verkannt werden, dass es methodisch schwierig ist, solch riesige Inhalts- und Programm-Mengen über fünfzig Jahre hinweg hinreichend zu erfassen und zu charakterisieren. Die anderen Beiträge bedienen sich dafür des üblichen typisierenden und strukturierenden Nacherzählens, wobei unterschiedliche Akzente gesetzt werden. Im fünften Kapitel „Rezeption und Publikum“ bieten Rüdiger Schulz von Allensbach und Marie-Luise Kiefer Abrisse der Mediennutzungsdaten, wie sie sich in dem kürzlich erschienenen Sammelband von Klingler u. a. (1998) finden lassen.

Ein spannender Versuch hätte es sein können, wichtige Phasen und Themen der Mediengeschichte in Fallbeispielen darzustellen. Dies war wohl unter dem nicht ganz treffenden Titel „Funktionswandel, Wirkungsgeschichte“ angedacht: Der Hamburger Historiker Axel Schildt skizziert „Mediengeschichte in den fünfziger Jahren“ vornehmlich unter alltagshistorischer Perspektive (so dass der Beitrag auch in historischen Kapiteln hätte Platz finden können). Jürgen Wilke selbst erinnert an diverse Anlässe und Objekte der Vergangenheitsbewältigung durch Medien, führt dazu viele Quellen an, aber ob es dadurch zu einer Vergangenheitsbewältigung in den Köpfen gekommen ist, lässt sich von der Produktseite nicht erfassen. Wie die 68er-Bewegung in den Medien behandelt wurde und was ihre Protagonisten selbst mit den etablierten Medien vorhatten, umreißt Bernd Söseemann. Wo Kepplinger zu stark auf Empirie setzt, tut es Söseemann zu wenig. Schließlich beschreiben Jochen Hoffmann und Ulrich Sarcinelli mögliche politische Wirkungen der Medien in der bundesdeutschen Geschichte. Da sie dafür aber keinerlei methodische Überlegungen anstellen, wäre für sie der Begriff „Funktionen“ angemessener gewesen. Denn „Wirkungen“ zwischen politischem und massenmedialem System, von denen sich viele im Laufe der fünfzig Jahre annehmen lassen, sind nun einmal nicht spekulativ zu postulieren, sondern hinreichend empirisch zu verifizieren.

Am Ende blickt Jürgen Wilke noch unter dem Stichwort „Multimedia“ in die laufende Gegenwart und Zukunft und beschreibt faktenreich wie zurückhaltend die Entwicklung, die sich unter den Stichworten Digitalisierung, Vernetzung und Globalisierung der Medienkommunikation abzeichnen. Gerade weil sich nicht alle Entwicklungen realisieren werden, dürften viele rasch historisch werden, wie es bei etlichen Zahlenangaben schon der Fall ist. Nüchtern betrachtet Wilke hingegen die gesellschaftlichen und kommunikativen Veränderungen. Er stimmt weder in den Chor der Euphoriker noch in den der Skeptiker ein. Geschichte geht weiter – scheint der Tenor zu lauten –, und bedarf immer wieder der sachlichen Rekonstruktion und Betrachtung. Zusammen mit den Daten und Grafiken im Anhang handelt es sich alles in allem um eine nützliche, materialreiche und informative Fund-

grube für die bzw. eine Mediengeschichte für fünfzig Jahre Bundesrepublik, die viele Entwicklungslinien, Sachkomplexe und Details nachzeichnet und herausarbeitet. Den Anspruch des Titels vermag sie jedoch insgesamt nicht ganz einzulösen.

Hans-Dieter Kübler (Werther Hamburg)

### Hinweise

Berry, David: *Ethics and Media Culture*. Oxford 1999. 320 S., ISBN 0-7506-4162-2.

Bolik, Silke Manfred Kammer Thomas Kind Susanne Pütz (Hg.): *Medienfiktionen. Illusion-Inszenierung-Simulation*. Frankfurt M. Bern Berlin Bruxelles New York Wien 1999. 472 S., ISBN 3-631-34613-1.

Bonfadelli, Heinz: *Medienwirkungsforschung I*. Konstanz 1999. 276 S., ISBN 3-89669-273-9.

Hickethier, Knut (Hg.): *Medienwissenschaft heute. Paradigmen – Methoden – Veränderungen*. Wiesbaden 2000. 260 S., ISBN 3-531-13431-0.

Huber, Christian: *Das Journalismus-Netzwerk. Wie mediale Infrastrukturen journalistische Qualität beeinflussen*. Wien, Innsbruck 1999. 352 S., ISBN 3-7065-1293-9.