

Thomas Lenz

## Werner Faulstich: Die Mediengeschichte des 20. Jahrhunderts

2013

<https://doi.org/10.17192/ep2013.1.998>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

### Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Lenz, Thomas: Werner Faulstich: Die Mediengeschichte des 20. Jahrhunderts. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen | Reviews*, Jg. 30 (2013), Nr. 1. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep2013.1.998>.

### Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

### Terms of use:

This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute, or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

## Werner Faulstich: Die Mediengeschichte des 20. Jahrhunderts

Paderborn: Wilhelm Fink Verlag 2012, 461 S.,  
ISBN 978-3-7705-526-89, € 49,90

Das 20. Jahrhundert kann sicherlich als das Jahrhundert der Medien und der Medienrevolutionen gesehen werden. In keinem Jahrhundert zuvor sind so viele verschiedene Medien von so vielen verschiedenen Menschen gleichzeitig genutzt worden und hatten einen so großen Einfluss auf die Kultur, die Wirtschaft und die Gesellschaft als Ganzes. Standen zu Beginn des Jahrhunderts die elektrischen Massenmedien Film, Telefon und Schallplatte noch weitgehend am Anfang ihrer großen Karriere, veränderte die elektronische Medienrevolution zum Ende des 20. Jahrhunderts die Massenmedien so stark, dass sie außer dem Namen mit ihrem Ausgangspunkt nur noch wenig gemein zu haben scheinen. Und auch die Kommunikationsmedien, die innerhalb der medienwissenschaftlichen Forschung weniger Beachtung finden, wie zum Beispiel der handgeschriebene Brief, das Blatt (Groschenromane, Bedienungsanleitungen, Kataloge etc.) und das Plakat sind entweder fast verschwunden oder haben ihren ‚ursprünglichen‘ Charakter stark verändert. Aber die Zeiten haben natürlich nicht nur die Medien verändert, sondern umgekehrt haben vor allem die Medien die Zeiten geprägt. Eine Geschichte dieser Artefakte ist damit auch immer mit kulturellen, wirtschaftlichen, technischen, sozialen

und politischen Entwicklungen verwoben. Mediengeschichte ist Kulturgeschichte, zumindest wenn sie mehr sein will, als das chronologische Nacherzählen technischer Entwicklungen und distributiver Innovationen. Die Geschichte der Medien ist zudem nicht nur auf das Engste mit der weiteren Kulturgeschichte verbunden, sie ist auch sehr komplex: Es ist die Ausdifferenzierung medialer Techniken, die es fast unmöglich macht, einen gemeinsamen Schirm über all die divergierenden Entwicklungen des 20. Jahrhunderts aufzuspannen.

Eine ‚Mediengeschichte des 20. Jahrhunderts‘ auf nur 400 Seiten unterbringen zu wollen – so wie Werner Faulstich es in dem vorliegenden Band tut –, zwingt damit zu starker Beschränkung. Dazu könnte man sich auf einige ausgewählte Medien konzentrieren und deren Veränderungen in und durch die Zeitläufe in größerer Genauigkeit analysieren, oder man verzichtet auf eine große analytische Tiefe und versucht die Entwicklung möglichst vieler Medien überblicksartig abzubilden. Werner Faulstich hat sich für die zweite Möglichkeit entschieden, stellt seinem Band allerdings programmatisch voran, alle ‚Einzelmedien des 20. Jahrhunderts als System‘ darstellen und ‚möglichst in ihrer kulturellen Verzahnung‘ (S.11) sichtbar machen zu wollen. Er möchte sich explizit nicht auf einzelne Leitmedien

konzentrieren, sondern holistisch alle Medien in Beziehung zueinander setzen. Sein Repertoire reicht entsprechend von den Zeitungen über Bedienungsanleitungen, Heftchen, Hörfunk, private Super-8-Filme, Telefonbücher bis hin zu Chats und Blogs. Bei dieser Masse an berücksichtigten Medien verwundert es also nicht, wenn die Tiefe der analytischen Einbettung leidet. Und so ist Faulstichs Mediengeschichte in weiten Teilen vor allem eine listenhafte Rekapitulation technischer Entwicklungen, eine Aneinanderreihung von Verbreitungs- und Jahreszahlen und ein summarischer Einblick in die Literatur- und Schlagwortdatenbank eines erfahrenen Medienhistorikers, der gerade an einer auf zehn Bände angelegten großen Studie zur Geschichte der Medien arbeitet. Entdeckungen sind bei der Lektüre dennoch so einige zu machen, vor allem weil Faulstich ein genuines Interesse an den etwas abseitigeren Massenkommunikationsmitteln des 20. Jahrhunderts pflegt. So behandelt Werner Faulstich auch

die Groschenhefte, die Werbeflyer, die Visiten-, Post-, und Starkarten, die in der herkömmlichen Mediengeschichte bestenfalls in Fußnoten abgehandelt werden. Ungewöhnlich – und den wissenschaftlichen Nutzwert des Bandes nicht unbedingt steigernd – ist der vollständige Verzicht auf Fußnoten beziehungsweise auf Quellenverweise. Faulstichs Datenmaterial bleibt damit einer näheren Prüfung verschlossen und auch das Literaturverzeichnis kann eher als Empfehlung zum Weiterlesen gesehen werden, denn als Beleg für seine Quellen. Faulstichs Mediengeschichte richtet sich damit weniger an Wissenschaftler als vielmehr an ein Publikum, das sich detailliert für die Medienentwicklungen des 20. Jahrhunderts interessiert und das von einer Mediengeschichte keine analytische Durchdringung des umfangreichen Stoffes erwartet.

Thomas Lenz (Luxemburg)