**Barbara Thomaß, Michaela Tzankoff (Hg.):
Medien und Transformation in Osteuropa**

Wiesbaden: Westdeutscher Verlag 2001, 254 S., ISBN 3-531-13476-0, DM 64,-

In der Öffentlichkeit gilt es längst als ausgemacht: Dass die Medien, die eigenen wie tendenziell die von außen, aus westlichen Ländern, eindringenden, maßgeblich am gesellschaftlichen Wandel und an den strukturellen Transformationen der politischen, meist sowjetischen, autoritären Systeme Osteuropas beteiligt waren, wenn sie sie nicht sogar bewirkt haben. Für die ehemalige DDR wird dafür besonders das westdeutsche Fernsehen in die Pflicht genommen, das nur die im ‚Tal der Ahnungslosen‘ Wohnenden um Dresden nicht erreichte. Doch merkwürdigerweise fehlt es in den einschlägigen Wissenschaften dafür an analytischen Belegen, begründeten Explikationen, ja selbst an theoretischen Ansätzen, wie die beiden Hamburger Wissenschaftlerinnen – die eine Kommunikationswissenschaftlerin, die andere Politikwissenschaftlerin – in diesem Reader, vor allem in ihren beiden einleitenden Literaturreports, herausarbeiten.

Zwar kursieren in beiden Disziplinen etliche theoretische Konzepte und Modelle, die geeignet und wert wären, auf die Transformationsproblematik angewendet zu werden, in der Politikwissenschaft etwa die systemtheoretischen Ansätze, Modernisierungs- und Kulturtheorien, Theoreme des „sozialen Kapitals“ und der „Zivilgesellschaft“ oder auch die der Eliten und Akteure, doch das Mediensystem als eigenständiger oder als integrierter Faktor kommt nicht ins Blickfeld: Selbst in der erklärten Transformationsforschung und bei deren expliziten Vertretern wie K. von Beyme und C. Offe, die M. Tzankoff speziell bearbeitet, behaupten die Medien allenfalls eine marginale Funktion, analytisch bleiben sie eine „Leerstelle“ (S.33). Umgekehrt versagt die Kommunikationswissenschaft darin, wie schon oft beklagt, auf makrotheoretischer Ebene die Rolle der Medien für gesellschaftliche Transformationen im Allgemeinen und für die postkommunistischen Staaten im Besonderen zu erklären. Medientheorien – soweit sie verfügbar sind – operieren mehrheitlich mit relativ statischen Annahmen, wiewohl Historie und Realität die Medien in vielfältigen Dynamiken kennen. Die Kommunikationswissenschaftlerin B. Thomaß muss daher weit ausholen und viele mögliche Ansätze heranzuführen, die längst noch nicht in der Kommunikationswissenschaft hinreichend verankert und anerkannt sind: neben systemtheoretischen Konzepten der Massenkommunikation – die noch nicht die medialen Transformationen zu den digitalen Medien einbeziehen –, funktionalistische Ansätze, die Arbeiten zur politischen Kommunikation, zur Öffentlichkeit wie einige deskriptive Strukturmodelle. Sie mustert sodann die Theorien mittlerer Reichweite wie agenda setting, Kultivierungsthese, gate keeper- und uses and gratifications-Theoreme durch, um erneut bestätigt zu finden, dass die „Rolle der Medien im Transformationsprozess“ in der Kommunikationswissenschaft noch wenig bearbeitet ist (S.60). Auch die Medienökonomie hat sich damit noch

wenig befasst, obwohl ihre strukturellen Vorgaben für die Medienentwicklung und -produktion sicherlich wiederum die entscheidenden sind.

Weithin von ‚native observers‘ stammen die dann folgenden Länderbeiträge über Bulgarien, Estland, Jugoslawien, Polen, die Tschechische Republik, Ungarn und Russland sowie jeweils deren Medien. Sie illustrieren zum einen, dass die Bedingungen und Prozesse in den Ländern jeweils kulturell unterschiedlich und phasenverschoben verlaufen, auf differenten Strukturen aufbauen und zu divergenten Veränderungen führten, so dass es schwer fällt, übergreifende Transformationsmechanismen und -kategorien zu formulieren, womit sich eine indirekte Erklärung für die mangelnde theoretische Fundierung ergeben könnte. Zum anderen machen die meist deskriptiven, in ihrem Duktus und in ihrer Reichweite variierenden Darstellungen deutlich, dass sie von den gemeinhin westlichen, angloamerikanischen Theorieansätzen noch wenig beeinflusst sind. Insofern markiert der Band auch in dieser Hinsicht Diskrepanzen und Desiderate.

Die lassen sich auch nicht mit dem löblichen Versuch der Herausgeberinnen auffangen, am Ende wiederum aus der Sicht beider Disziplinen Dimensionen und Fragestellungen aufzuzeigen, die für weitere Transformationsstudien von Belang sein könnten: Aus politikwissenschaftlicher Sicht sind es die Normen und ihre strukturelle wie soziale Realisierung unter der Überschrift ‚Freiheit und Vielfalt‘, der Grad der politischen Regulierung, die Professionalität, das Bewusstsein über den öffentlichen Auftrag der journalistischen Arbeit sowie die soziale Verbreitung und Akzeptanz des Modells einer Zivilgesellschaft. Aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht muss nach der funktionalen Autonomie der Medien, nach der Konzentration der Medienmärkte, dem Einfluss ausländischer Investoren sowie nach der Selbstregulierung der Medien und der journalistischen Ethik gefragt werden. Allerdings müssen auch verschiedene Phasen unterschieden werden, denn zu konstatieren ist, dass die innovativen, reformerischen Kräfte recht bald nach den ersten enthusiastischen Stimuli erlahmen, zum Teil sich die alten Seilschaften (wie etwa in Russland) wieder durchsetzen oder sich westliche, kommerzielle Routine einschleicht. In jedem Fall, so das Fazit der beiden Herausgeberinnen für diesen ersten wichtigen Überblick, sind „die Transformationsprozesse in Osteuropa nicht ohne Medien vonstatten gegangen, also auch nicht ohne sie erklären“ (S.251). Dafür haben die einschlägigen Wissenschaften noch viel, vor allem empirisch Aussagekräftiges, zu erarbeiten.

Hans-Dieter Kübler (Hamburg/Werther)

Hinweise

- Abromeit, Heidrun/ Jörg-Uwe Nieland/ Thomas Schierl (Hg.): Politik, Medien, Technik. Wiesbaden 2001, 527 S., ISBN 3-531-13653-4.
- Albersmeier, Franz-Joseph: Theater, Film, Literatur in Spanien. Literaturgeschichte als integrierte Mediengeschichte. Berlin 2001, 376 S., ISBN 3-503-04983-5.
- Auer, Peter/ Heiko Hausendorf (Hg.): Kommunikation in gesellschaftlichen Umbruchsituationen. Mikroanalytische Aspekte des sprachlichen und gesellschaftlichen Wandels in den Neuen Bundesländern. Tübingen 2000, 325 S., ISBN 3-484-31219-X.
- Beck, Hans-Rainer: Politische Rede als Interaktionsgefüge. Der Fall Hitler. Tübingen 2001, 225 S., ISBN 3-484-30436-7.
- Brosius, Hans-Bernd/ Friederike Koschel: Methoden der empirischen Kommunikationsforschung. Eine Einführung. Wiesbaden 2001, 251 S., ISBN 3-531-13365-9.
- Csáky, Moritz/ Peter Stachel (Hg.): Speicher des Gedächtnisses. Bibliotheken, Museen, Archive. Wien 2000, 280 S., ISBN 3-85165-458-7.
- Emig, Rainer: Krieg als Metapher im zwanzigsten Jahrhundert. Darmstadt 2001, 349 S., ISBN 3-534-15074-0.
- Favre-Bulle, Bernard: Information und Zusammenhang. Informationsfluss in Prozessen der Wahrnehmung, des Denkens und der Kommunikation. Wien, New York 2001, 271 S., ISBN 3-211-83468-0.
- Felix, Jürgen/ Bernd Kiefer/ Susanne Marschall/ Marcus Stiglegger: Die Wiederholung. Marburg 2001, 684 S., ISBN 3-89472-224-3.
- Fleming, Dan (ed.): Formations. A 21st century media studies textbook. Manchester 2001, 488 S., ISBN 0-7190-5846-5.
- Groshens, Marie-Claude/ Michel Colardelle: Mille Ans de héros populaires. Paris 2001, 165 S., ISBN 2-7118-4228-2.
- Klaus, Elisabeth/ Jutta Röser/ Ulla Wischermann (Hg.): Kommunikationswissenschaft und Gender Studies. Wiesbaden 2001, 280 S., ISBN 3-531-13554-6.
- Hess-Lüttich, Ernest W.B. (Hg.): Medien, Texte und Maschinen. Angewandte Mediensemiotik. Wiesbaden 2001, 264 S., ISBN 3-531-13622-4.
- Könches, Barbara: Ethik und Ästhetik der Werbung. Phänomenologie eines Skandals. Frankfurt/M., Berlin, Bern, Bruxelles, New York, Oxford, Wien 2001, 226 S., ISBN 3-631-37220-5.
- Lange, Sigrid (Hg.): Raumkonstruktionen in der Moderne. Kultur-Literatur-Film. Bielefeld 2001, 348 S., ISBN 3-89528-301-0.
- Meffert, Sylvia: Werbung und Kunst. Über die phasenweise Konvergenz der Sphären Werbung und Bildende Kunst in Deutschland von 1895 bis zur Gegenwart. Wiesbaden 2001, 322 S., ISBN 3-531-13537-6.
- Meyen, Michael: Mediennutzung. Mediaforschung, Medienfunktionen, Nutzungsmuster. Konstanz 2001, 234 S., ISBN 3-89669-316-6.
- Möhn, Dieter/ Dieter Roß/ Marita Tjarks-Sobhani (Hg.): Mediensprache und Medienlinguistik. Frankfurt/M., Berlin, Bern, Bruxelles, New York, Oxford, Wien 2001, 388 S., ISBN 3-631-37368-6.
- Ollivier, Bruno: Observer la communication. Naissance d'une interdiscipline. Paris 2000, 184 S., ISBN 2-271-05751.
- Schweidler, Walter (Hg.): Werte im 21. Jahrhundert. Baden Baden 2001, 292 S., ISBN 3-7890-6976-0.
- Sloterdijk, Peter: Menschentreibhaus. Weimar 2001, 77 S., ISBN 3-89739-208-9.
- Zurstiege, Guido/ Siegfried J. Schmidt: Werbung, Mode und Design. Wiesbaden 2001, 323 S., ISBN 3-531-13488-4.