

Irmela Schneider, Peter M. Spangenberg (Hg.): Medienkultur der 50er Jahre. Diskursgeschichte der Medien nach 1945, Band 1

Opladen: Westdeutscher Verlag 2002, 392 S., ISBN 3-531-13638-0, € 34,90

Medien sind eines der Gesprächsthemen überhaupt und auch *in* den Medien wird mit schöner Regelmäßigkeit *über* (andere) Medien berichtet. In der Medienwissenschaft ist dieser Sachverhalt seit langem bekannt, ohne allerdings Konsequenzen zu haben. Der Band *Medienkultur der 50er Jahre* setzt hier an und formuliert gleich eine doppelte Relevanz der allgegenwärtigen Mediendiskurse: Zum einen prägen diese das, was Medien sind und was als ihre ‚Gefahren‘ und ‚Chancen‘ wahrgenommen wird; zum anderen sind Mediendiskurse aber auch „prominente Orte gesellschaftlicher Selbstbeschreibungen“ – im Reden über Medien artikulieren sich Vorstellungen über Gemeinschaft und Gesellschaft, über Erziehung und Kultur.

Der Band versammelt insgesamt 20 – durchgehend lesenswerte – Analysen zu den Mediendiskursen der 1950er Jahre, von denen im folgenden nur einige exemplarisch genannt werden können. Den Schwerpunkt bildet eindeutig das damals neue Medium Fernsehen aber auch Radio und Film werden, zumal die Diskurse in der Regel medienvergleichende und -abgrenzende Strategien verfolgen, thematisiert (sowie in einem Beitrag von Barbara Becker der Computer als Metapher der Kognitionswissenschaft). Gleichermäßen bezeichnend wie bedauerlich ist, dass damit unter Medien einmal mehr die klassischen Massenmedien gefasst werden und dementsprechend das Telefon keine Beachtung findet.

Im ersten Teil des Bandes werden Mediendiskurse wissenschaftlicher Disziplinen diskutiert. Den Einstieg bildet der Beitrag von Rüdiger Zill, der einen Überblick über technikphilosophische Positionen erstellt. Schon hier zeigt sich (wie auch in vielen anderen Aufsätzen), dass den Techniken/Medien nicht nur gegensätzliche Eigenschaften zugesprochen werden, sondern dass diese unterstellten ‚Potenziale‘ zusätzlich auch vollkommen gegensätzlich bewertet werden. Dominant scheint allerdings die kultur- und damit medienkritische Position (etwa eines Günther Anders). Dies zeigt sich vor allem an der gängigen Denunziation der ‚Masse‘, die Christina Bartz (im ersten ihrer vier Beiträge zu diesem Band!) nachzeichnet. Im Zuge der Etablierung des Fernsehens wird die Massentheorie von Le Bon aus dem 19. Jahrhundert aktualisiert. Diese kann durch Verweis auf das

Fernsehen konkretisiert werden (Le Bon hat die Präsenz des Massenphänomens auch dort, wo gar keine Massenaufläufe stattfinden, zwar behauptet, konnte sie aber nicht erklären), unterliegt aber auch ‚medienspezifischen‘ Modifikationen: In dem Heimempfang fallen – aus der kulturkritischen Perspektive Anders’ – die negativen Effekte von Atomisierung und Uniformierung zusammen.

Schon in der Einleitung des Bandes betonen Schneider und Spangenberg, dass in den 1950er Jahren die Kategorie der Medien noch gar nicht zur Verfügung stand. Erhard Schüttpelz zeigt für die US-amerikanischen Kommunikationstheorie, dass diese sowohl in ihrer informationstheoretischen wie in ihrer sozialpsychologischen Variante durch eine erstaunliche „Medienvergessenheit“ (S. 59) geprägt ist. Ob die kriegsrelevante Telegrafie oder der werberelevante Rundfunk im Mittelpunkt der Untersuchungen stehen – die Fragestellung zielt durchgängig auf Erfolg und Effizienz von Einwegkommunikation. Der Medienbegriff taucht erst Ende der 1950er in der ‚Peripherie‘ auf: In den Arbeiten von McLuhan und Carpenter sowie in der Oralitätsforschung. Auch den britischen Cultural Studies, so die These von Angela Krewani, fehlt ein expliziter Medienbegriff; sie sind in den 1950er Jahren als Kulturtheorie entstanden und beziehen sich dabei überraschend wenig auf die mediale Bearbeitung ihrer Themen (Arbeiterklasse, Jugendkulturen) im britischen Free Cinema und den Fernsehspielen der BBC (Rolf Lindner vertritt in seiner Studie *Die Stunde der Cultural Studies* von 2000 allerdings die gegenteilige Position). Problematisch scheint mir in diesem Beitrag vor allem, dass den Cultural Studies auch für die Folgejahre ein defizitärer Medienbegriff unterstellt wird, wobei Raymond Williams’ Buch zum Fernsehen von 1975 keine Erwähnung findet.

Die beiden folgenden Teile des Bandes konzentrieren sich eher auf die publizistischen Diskurse der 1950er Jahre. Jens Ruchatz untersucht wie dem Fernsehen in (Fach-)Zeitschriften bestimmte Qualitäten in Abgrenzung zu Film und Radio zugewiesen werden. Die Betonung von Live-Übertragung und häuslicher Rezeption als Spezifika des Mediums dient dabei sowohl dazu, dem Fernsehen ein spezifisches gesellschaftliches Potenzial zuzusprechen (und es somit aufzuwerten), als auch dazu, das Fernsehen (normativ) auf bestimmte ästhetische Formen zu beschränken, um es nicht mit dem Kino konkurrieren zu lassen. Ruchatz macht deutlich, dass die Rede von dem Spezifischen eines Mediums immer auf der historischen Konstellation des Medienvergleichs beruht; außerdem betont er den notwendig performativen Charakter dieses Diskurses: „Das Paradox der Medienspezifika ist, dass sie nicht einfach gegeben sind, sondern dass sie im Schritt von der Deskription zur Präskription in die Produktionsabläufe eingeführt werden müssen, um wirksam zu werden und die Medien ästhetisch wie funktional zu differenzieren.“ (S.148). Ein prägnantes Beispiel für diese relationale und dynamische Festlegung von medialen Spezifika bietet, wie Christina Bartz in einer knappen Analyse zeigt, die Diskussion um Hörspiel und Fernsehspiel; da ersteres schon seit den 1920er Jahren durch das Fehlen des Visuellen (bzw. das

Modell eines ‚inneren Sehens‘) kulturell aufgewertet wird, muss letzteres seine Visualität gegen diese Hierarchie der Sinne begründen. Auch Gabriele Schabacher verdeutlicht am Beispiel des Themas ‚Aktualität‘, wie flexibel und dynamisch die diskursive Verarbeitung des Fernsehens stattfindet. Zunächst muss sich Aktualität in einem hochkulturellen Kontext gegen die Wertschätzung von Zeitlosigkeit durchsetzen; dies gelingt aber nur, indem fortlaufende Differenzierungen in gute und schlechte Aktualität vorgenommen werden, die beispielsweise die gleichmachende Reihung der Nachrichtensendungen gegenüber den ‚Direktübertragungen‘ abwerten.

Die Beiträge von Wolfgang Hagen und Bernhard Siegert setzen sowohl vom Gegenstand als auch methodologisch nochmals andere Akzente. Beide führen den Nachweis, dass das Hörspiel der 1950er Jahre (und danach) weiterhin durch die im Kontext des Nationalsozialismus zu verortende Hörspielontologie von Richard Kolb geprägt ist. Hagen verfolgt dessen These von der Stimme als „körperlose Wesenheit“ genealogisch zurück bis zur spiritistischen Deutung der Elektrizität im 19. Jahrhundert. Siegert weist plausibel nach, dass auch Hörspielproduktionen wie Frischs *Herr Biedermann und die Brandstifter* noch Kolbs Ideal verpflichtet sind und somit die Literarisierung des Radios festigen; die experimentelle Vorkriegs-radiokunst wird damit ebenso verdrängt wie der technisch-mediale Charakter des Radios generell.

Auch wenn diese und die weiteren Analysen einen sehr breiten Einblick in die Mediendiskurse der 1950er Jahre bieten, scheint es mir bedauerlich, dass in dem Band, der sich fast gänzlich auf die BRD beschränkt, keinerlei Auseinandersetzung mit Studien stattfindet, die Mediendiskurse der gleichen Zeit in anderen nationalen Kontexten analysieren; zu denken wäre etwa an die Arbeiten von Lynn Spigel und William Boddy für die USA oder von Monika Bernold für Österreich. Hierdurch wäre nicht nur ein regionaler, sondern auch ein methodologischer Vergleich möglich gewesen. Im Kontrast zu diesen Studien fällt nämlich auf, dass der vorliegende Band beispielsweise weder Werbungsdiskurse noch Bedienungsanleitungen etc. untersucht, die ja gleichfalls Teile einer Diskursgeschichte sind.

Markus Stauff (Bochum)