

Hans-Dieter Kübler

Annika Keute: Die Zeitung als Forschungsobjekt: Fachgeschichtliche Entwicklungslinien und aktuelle Perspektiven. Ein Forschungsbericht

2025

<https://doi.org/10.25969/mediarep/24102>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Kübler, Hans-Dieter: Annika Keute: Die Zeitung als Forschungsobjekt: Fachgeschichtliche Entwicklungslinien und aktuelle Perspektiven. Ein Forschungsbericht. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen | Reviews*, Jg. 42 (2025), Nr. 3, S. 417–418. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/24102>.

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Creative Commons - Namensnennung 3.0 Lizenz zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu dieser Lizenz finden Sie hier:

<https://creativecommons.org/licenses/by/3.0>

Terms of use:

This document is made available under a creative commons - Attribution 3.0 License. For more information see:

<https://creativecommons.org/licenses/by/3.0>

Annika Keute: Die Zeitung als Forschungsobjekt: Fachgeschichtliche Entwicklungslinien und aktuelle Perspektiven. Ein Forschungsbericht

Essen: Klartext 2024, 90 S., ISBN 9783837526837, EUR 14,95

Welche (kommunikationswissenschaftliche) Disziplin beziehungsweise Institution betreibt noch Zeitungsforschung, und wie hat sich die engere Fachgeschichte der ehemaligen Zeitungswissenschaft seit 1945 entwickelt? Dies fragte ein Forschungsprojekt am Dortmunder Institut für Zeitungsforschung von März 2022 bis Juni 2023, mit Unterstützung der Stiftervereinigung der Presse e.V. und der Stiftung Presse-Haus NRZ, über den dieser knappe Forschungsbericht informiert. Die Antwort auf die erste Frage kommt nicht überraschend – natürlich nur in Dortmund –, aber recht oberflächlich, wie selbst die Ausführungen zur zweiten Frage belegen. Denn ‚Zeitung‘ war und ist ja ein publizistikwissenschaftliches Konstrukt, das im Laufe seiner rund 400jährigen Geschichte ungleich viele Realisationen und Versionen verkörperte, unendlich viele Kontexte und Relationen einging und von entsprechend verschiedenen Disziplinen analytisch wahrgenommen wurde und wird (vgl. S.40). Sicherlich war die Erforschung der Zeitungsgeschichte ein deutsches Spezifikum (womöglich bis heute), aber auch dieses Desiderat ist nur lückenhaft erfüllt (vgl. S.36). Wenn die hiesige Zeitungs-, dann Publizistik- und Kommunikationswissenschaft seit den 1970er Jahren allmählich ihre historisch-normative

Orientierung ablegte und sozialwissenschaftliche Methoden und Fragestellungen integrierte oder gar präferierte – übrigens unter dem tatkräftigen Druck der damaligen sozialwissenschaftlichen Nestorin und gleichzeitigen Vertreterin der kommerziellen Demoskopie Elisabeth Noelle-Neumann –, dann fand sie nicht nur Anschluss an die von den Medien massiv eingeforderte Marktforschung, sondern auch an die internationale, vor allem US-amerikanische Ausrichtung der *communication research*. Anders wäre die deutsche Publizistik- und Kommunikationsforschung zu einem erbärmlichen Schattendasein verurteilt gewesen. Auch die von der Autorin Annika Keute als Substitution gelobte Geschichtswissenschaft erlangte damals ihre ‚Versozialwissenschaftlichung‘ in Form der Sozialgeschichte; anders hätte sie ‚die‘ Zeitung nicht als Quelle für Alltagsgeschichte und *oral history* entdeckt. Mit der Entstehung der kulturwissenschaftlichen Medienwissenschaft öffnete sich zudem der Medienbegriff, mit dem nun mediale Zusammenhänge, kulturelle Bedingungsgefüge und mediale Korrespondenzen, Medienverbände und Medialisierungen analysiert wurden. Dass in Keutes Buch etwa Werner Faulstichs fünfbandige *Geschichte der Medien* (Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht, 1996-2004) und zehnbän-

dige *Kulturgeschichte des 20. Jahrhunderts* (Paderborn: Wilhelm Fink, 2002-2019) unerwähnt bleiben, in denen just solch materiellen wie medialen Bezüge thematisiert werden, ist ein Versäumnis, werden doch erst mit solch theoretischer und methodischer Diversifizierung und Fundierung internationale Projekte wie die „Worlds of Journalism Study“ möglich, die Veränderungen des Journalismus vergleichend untersuchen und Triebkräfte der aktuellen Transformation entdecken (vgl. S.26).

Vor allem die in den letzten Jahrzehnten boomende „Journalismusforschung“ (S.24), die in den angelsächsischen Ländern seit jeher – anders als in der deutschen Publizistikwissenschaft – als enger Konnex von Theorie und Praxis betrieben wurden, löste einen gewaltigen Schub aus, nicht zuletzt unter dem Druck von Digitalisierung und Vernetzung, wodurch herkömmliche, ohnehin analytisch künstliche Mediengrenzen vollends erodierten. Die Journalismusforschung firmiert heute nicht zuletzt als moderne Version der herkömmlichen Medienproduktionsforschung, wobei in deutschsprachigen Veröffentlichungen nicht selten die Neigung zu erahnen ist, den Journalismus zu idealisieren, ihn weit ab von sämtlichen Markt- und Verlagsmaximen anzusiedeln und ihn erst recht von ökonomischen Zwängen fernhalten zu wollen. Damit würde die journalistische Praxis erneut ausgeblendet.

Ohne Frage hat Keute etliche Themen, Zusammenhänge und blinde Flecken der kommunikationswis-

senschaftlichen Fachgeschichte aufgearbeitet und etwa durch kleine empirische Fallstudien der Themenschwerpunkte retrospektiv veranschaulicht. Die eigentlich wichtigen Fragen der sogenannten Zeitungsforschung bleiben aber unterbeantwortet: Hat Print für Presse, Zeitung und Zeitschrift künftig überhaupt noch eine Chance – oder sind bald Auslaufmodelle? Wird es künftig noch Pressekonzerne geben oder werden sie alle digitale Mischkonzerne – mit einem renommierten Zeitungserzeugnis nur noch als PR-Aushängeschild wie in den USA (übrigens waren schon im frühen 20. Jahrhundert, der Hochphase der Presse, Zeitungsverlage ebenso Reiseveranstalter, Versicherungen, Buchverlage, Wettbüros etc.)? Welche Geschäftsmodelle lassen sich für Presseprodukte entwickeln und reüsilieren, nachdem der konventionelle Mix aus Werbe- und Verkaufseinnahmen zusammengebrochen ist? Wieviel Zeitungsgeschichtsforschung ist erforderlich – und was könnte sie für die moderne Presseentwicklung perspektivisch leisten? Welche Erwartungen und Bedürfnisse haben Leser:innen an die diversen Presseprodukte und -formate und wie werden sie sie künftig nutzen?

Solche Fragen und ihre sukzessive, vermutlich ständig neu anstehende Beantwortung dürften die künftige Zeitungs-, Presse- beziehungsweise Journalismusforschung und vor allem auch ihre Praxisrelevanz unter Beweis stellen.

Hans-Dieter Kübler (Werther)