Jürgen Wilke

Grundzüge der Medien- und Kommunikationsgeschichte

Von den Anfängen bis ins 20. Jahrhundert
Köln/Weimar/Wien: Böhlau, 2000. – 436 S.
ISBN 3-412-07300-8

Das neue, nicht nur wegen seines Volumens beeindruckende Werk von Jürgen Wilke verfolgt die Geschichte der publizistischen Massenmedien in Deutschland und dem deutschsprachigen Kulturraum Europas von ihren Anfängen bis ins 20. Jahrhundert (Weimarer Republik). Wenn man bedenkt, dass der Mainzer Medienhistoriker, dessen Namen schon seit Jahren auch in der internationalen Scientific Community ein Begriff ist, auch eine Mediengeschichte der Bundesrepublik (Köln/Weimar/Wien 1999), ein Werk über Pressepolitik und Propaganda vom Vormärz bis zum Kalten Krieg (Köln/Weimar/Wien 1997) und zahlreiche andere größere und kleinere Abhandlungen über die deutsche Mediengeschichte verfasst hat, kann man behaupten, dass mit seiner neuesten Arbeit nun von ihm als Gesamtwerk eine geschlossene mediengeschichtliche Auseinandersetzung mit der Medien- und Kommunikationsgeschichte Deutschlands von ihren Anfängen bis in die heutige Zeit vorliegt.

Doch auch die „Grundzüge" bleiben der Methodologie einer nationalen Betrachtung im internationalen Kontext treu, vor allem im Vergleich zu den Entwicklungen in Frankreich, England und später den USA, denn – wie der Autor in dem Einführungskapitel sicherlich auf Grund seiner langjährigen Erfahrungen als Wissenschaftler selbst bekennt – in der Medienhistoriographie lässt sich noch weniger als bei anderen „Geschichten" eine isolierte, nationale Perspektive wählen oder durchhalten.

Eine profunde, detaillierte Untersuchung, wie die hier vorliegende, lässt sich aber von einem einzelnen Autor nur dann vollbringen, wenn man sich nicht nur auf bestimmte nationale Entwicklungen konzentriert, sondern auch den Medien-Begriff möglichst präzise definiert und eingrenzt.

J. Wilkes Werk betrachtet die Genese der publizistischen Massenmedien in Deutschland, wobei ganz besonders die Druck-Medien im Fokus seines Interesses stehen. Traditionsgemäß setzt er den Anfang der Geschichte der Massenkommunikation mit der Erfindung und Einführung des Buchdrucks mit beweglichen Lettern Mitte des 15. Jahrhunderts, beschreibt aber zuvor in einem kurzen Abriss die Vorgeschichte der Massenkommunikation bis zu der Erfindung Gutenbergs. Der über Jahrzehnte und Jahrhunderte sich vollziehende kontinuierliche Werdegang der deutschsprachigen Presse ist in allen wichtigen Einzelheiten analysiert: von der geschriebenen Zeitung, den Einblattdrucken, Flugblättern und -schriften, den Messrelationen („ungebundenen Druckschriften in Heftform und Quartformat"), über die Serien- und Monatszeitungen, die so genannten Intelligenzblätter (Anzeigenblätter und Journale) bis zu den ersten eigentlichen Zeitschriften und Zeitungen und ihren Diversifizierungen im 19. und Anfang des 20. Jahrhunderts. Parallel zur Entwicklung des Medialen selbst wird der davon verursachte oder zumindest damit verbundene gesellschaftliche Wandel untersucht, die Veränderungen und Neuformierungen der Rezeptionsgewohnheiten, die Metamorphosen der Zensur, der staatlichen und kirchlichen Aufsicht und der entsprechenden Pressepolitik und Rechtverhältnisse. Es werden also jeweils medienkulturelle Gesamtbilder der verschiedenen Zeiten entworfen und in ein chronologisch angelegtes Mosaik der medienhistorischen Genese für den deutschsprachigen Raum (z. B. mit all den Unterschieden zwischen Preußen und Österreich) zusammengestellt.

Mit dem Beginn der „Plurimedialität", den der Autor im frühen 20. Jahrhundert ansetzt, wird auch der Blickwinkel der Untersuchung auf die optischen und auditiven Medien (Film, Hörfunk u. a.) und deren Programmangebote und Rezeptionsweisen ausgeweitet, wobei für jedes der Medien technisch vermittelter Kommunikation in diesem Kapitel dann auch seine Vorgeschichte in die Darstellung miteinbezogen wird. Diese Herangehensweise ist natürlich diskutabel, aber sicherlich medientheoretisch vertretbar, im Hinblick auf die reale und nicht (vor-)apparative Präsenz dieser Medien im gesellschaftlichen Kommunikationsprozess. Eine der Ursachen für die Wahl dieser Methodologie ist sicherlich der übersichtliche, prägnante Darstellungsmodus, der angestrebt und auch erfolgreich durchgeführt wird. Er macht das Buch auch als Lehrbuch und ein für das breitere Publikum angelegtes Nachschlagewerk verwertbar, zumal es in einer klaren, zugänglichen und zugleich professionellen Sprache geschrieben ist. Ob man an das Ende einer so breit und

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2002-2-282 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY

tief angelegten medienhistoriographischen Betrachtung des deutschen Sprach- und Kulturraumes statt der Zeit der Weimarer Republik nicht doch die des Dritten Reiches mit seiner bemerkenswerten medientechnologischen, wenn auch umstrittenen medienpolitischen Entwicklung, die End- und zugleich paradoxer Wendepunkt vieler Modernisierungsprozesse auch im Medialen war, hätte setzen sollen, ließe sich sicherlich diskutieren. Der Autor hat jedoch sowohl die Zeiten der Nazi-Diktatur als auch die der Bundesrepublik Deutschland medienhistorisch in anderen Werke erfasst und es ist sicherlich sein gutes Recht, entsprechende Periodisierungen vorzunehmen.

Es sei hervorgehoben, dass ähnliche wertvolle medienhistorische Gesamtdarstellungen über die verschiedenen Zeiten und Epochen hinweg nur für wenige europäische Länder vorliegen, aber unbedingt notwendig sind. Denn, wie der Autor selbst im Nachwort schreibt: „Wenn heute vom Wandel zur Informationsgesellschaft die Rede ist, dann mag der Blick zurück zeigen, wie weit der Weg bis dahin gewesen ist und welche Beschleunigung dabei stattgefunden hat".

Da die heutige gesellschaftliche Entwicklung nicht nur unter dem Vorzeichen der Informationsgesellschaft, sondern auch dem der Globalisierung und des erweiterten europäischen Einigungsprozesses verläuft, könnten solche umfassenden Darstellungen der Medienentwicklung in einem Land oder in einem sprachkulturellen Raum auch eine gute Grundlage bilden für eine in Zusammenarbeit von Medienhistorikern aus allen Teilen des alten Kontinents erstellte Medien- und Kommunikationsgeschichte Europas.

Rossen Milev

Christina Holtz-Bacha

Wahlwerbung als politische Kultur

Parteienspots im Fernsehen 1957 – 1998
Wiesbaden: Westdeutscher Verlag,
2000. – 270 S.
ISBN 3-531-13551-1

Eine gewisse Wahlmüdigkeit kann nicht nur der deutschen Wählerschaft, sondern auch den deutschen Wahlforschern attestiert werden. Nach Schweigespirale, Agenda-Setting, Personalisierung, Amerikanisierung und Theatralisierung fehlt gegenwärtig ein zündendes Konzept, mit dem die Forschenden zu neuen Kontroversen gereizt werden könnten. Der tendenzielle Stillstand auf der Theorieebene lenkt die Aufmerksamkeit auf konkrete wahlkämpferische Forschungsobjekte wie etwa den Parteienspot im Fernsehen, der bislang von den arrivierten deutschen Politik- und Kommunikationswissenschaftlern weitgehend ignoriert wurde.

Die Autorin, Professorin für Publizistik an der Universität Mainz, langjährige Sprecherin der DGPuK-Fachgruppe Politik und Kommunikation sowie Mitherausgeberin der Fachzeitschrift „Publizistik", legt mit ihrer Monografie eine Langzeitstudie der Wahlwerbespots in zwölf Bundestagswahlkämpfen seit 1957 vor.

Das Buch ist in fünf Kapitel gegliedert und mit zahlreichen Tabellen und Schaubildern, jedoch keinem Register versehen. Im ersten Kapitel wird Wahlwerbung als eine „Kommunikationsform mit Doppelfunktion" definiert, die kurzfristig ein persuasives Kommunikationsziel verfolgt und langfristig Teil von politisch-kulturellen Deutungsmustern wird. Im zweiten Kapitel folgt ein Exkurs zum „Vorbild USA". Hier wird die amerikanische Forschungsgeschichte sowie der Forschungsstand zum Wahlspot unter besonderer Berücksichtigung der wichtigen Arbeiten von Kathleen Hall Jamieson, Edwin Diamond/Stephen Bates sowie Lynda Lee Kaid rezipiert, jedoch ohne die deutschsprachige Rezeption amerikanischer Wahlkampfkommunikation zu berücksichtigen. Kapitel drei fasst die Vorgeschichte sowie den Forschungsstand der Wahlwerbung und ihrer Rezeption in der Bundesrepublik zusammen, während Kapitel vier eine „Chronik der Bundestagswahlkämpfe" bietet, wobei Christina Holtz-Bacha die vierzig untersuchten Jahre in fünf Perioden unterteilt: Wahlkämpfe im Nachkriegsdeutschland, Die Phase der Konsolidierung, Aufbruch und Polarisierung, Hoffnung und Zuversicht sowie Wahlen im vereinten Deutschland. In den jeweiligen Unterkapiteln sind die einzelnen Wahlkämpfe auf wenigen Seiten zusammengefasst, so dass sich dieses Kapitel als handliches Nachschlagewerk zu Themen, Kommunikation und Kontext der Bundestagswahlkämpfe eignet.

Der empirische Kern der Langzeitstudie wird abschließend in Kapitel fünf präsentiert: „Wahlspots im deutschen Fernsehen 1957 – 1998". Dabei unterscheidet sich das gewählte Forschungsdesign von vergleichbaren US-amerikanischen Untersuchungen. Deutsche

https://doi.org/10.5771/1615-634x-2002-2-282 https://www.inlibra.com/de/page/agb - Open Access - (cc) BY