

MEDIEN

Forum für historische & Kommunikationsforschung

&
ZEIT

Rundfrage

Neue Positionen zur Kommunikationsgeschichte (Teil 2)

mit Beiträgen von

Hans Dieter Kübler
Wolfgang R. Langenbacher
Peter Malina
Horst Pöttker
Holger Rust
Winfried Schulz
Jürgen Wilke

3/92
Jahrgang 7

Du schmeckst mit

TEA.VI 8800



Die mildesten Tabaksorten der Welt.

Nur wenige Gegenden der Erde bieten das spezielle Klima und den besonderen Boden, auf dem die mildesten Tabake der Welt gedeihen. Und nur solche Tabake werden für Milde Sorte Classic Light verwendet. Es ist eben die Milde aus der Natur, die Milde Sorte Classic Light so unverwechselbar macht.



AUSTRIA
TABAK

Inhalt

Rundfrage „Neue Positionen zur
Kommunikationsgeschichte“ (Teil 2)

Kommunikationshistoriographie nur als multivariates, interdisziplinäres Projekt. Beispiel: zeitgenössische Rezeptionsgeschichte. Ein Beitrag zur Rundfrage „Neue Positionen zur Kommunikationsgeschichte“	
<i>Hans-Dieter Kübler</i>	3
Darstellungslücken trotz reger Forschung. Zur gegenwärtigen Situation der Kommunikationsgeschichte. Ein Beitrag zur Rundfrage „Neue Positionen zur Kommunikationsgeschichte“	
<i>Wolfgang R. Langenbucher</i>	8
Ein Beitrag zur Rundfrage „Neue Positionen zur Kommunikationsgeschichte“	
<i>Peter Malina</i>	11
Kommunikationsgeschichte als Geschichte der Kommunikationswissenschaft. Über eine folgenreiche Erinnerungslücke. Ein Beitrag zur Rundfrage „Neue Positionen zur Kommunikationsgeschichte“	
<i>Horst Pöttker</i>	14
Dig where you stand. Erste Hinweise auf eine Archäologie der Theoriegeschichte. Ein Beitrag zur Rundfrage „Neue Positionen zur Kommunikationsgeschichte“	
<i>Holger Rust</i>	17
Der t-Faktor in der empirischen Kommunikationsforschung. Ein Beitrag zur Rundfrage „Neue Positionen zur Kommunikationsgeschichte“	
<i>Winfried Schulz</i>	21
Die Diagnose gilt noch. Die Befunde zur Rundfrage von 1987 sind nach wie vor aktuell. Ein Beitrag zur Rundfrage „Neue Positionen zur Kommunikationsgeschichte“	
<i>Jürgen Wilke</i>	24
<i>Rezensionen</i>	26

Inhalt

In Medien & Zeit 2/1992 finden Sie
den ersten Teil der Rundfrage
mit folgenden Beiträgen:

Geschichtsräume, Zeiträume. Zu den Orten einer zeitgeschichtlichen Kommunikations- und Medienforschung im vereinigten Deutschland. Ein Beitrag zur Rundfrage „Neue Positionen zur Kommunikationsgeschichte“	
<i>Verena Blaum</i>	3
Kommunikationsgeschichte: Aus zeitgeschichtlicher Sicht: Zwischen disziplinärer Vergangenheitskonstruktion und allgemeiner Aspektgeschichte? Ein Beitrag zur Rundfrage „Neue Positionen zur Kommunikationsgeschichte“	
<i>Gerhard Botz</i>	5
Verspätete Einheit? Zur Rolle des Journalismus in der Deutschlandpolitik. Ein Beitrag zur Rundfrage „Neue Positionen zur Kommunikationsgeschichte“	
<i>Wolfgang Donsbach/Bettina Klett</i>	8
Kommunikationsgeschichte als Konstitutionslogik kommunikativen Handelns. Ein Beitrag zur Rundfrage „Neue Positionen zur Kommunikationsgeschichte“	
<i>Franz Dröge</i>	11
Wozu Journalismusgeschichte? Ein Beitrag zur Rundfrage „Neue Positionen zur Kommunikationsgeschichte“	
<i>Hans Heinz Fabris</i>	15
Kommunikationsgeschichte als Gesellschaftliche Kritik: Anmerkungen zur U.S. Mediengeschichte. Ein Beitrag zur Rundfrage „Neue Positionen zur Kommunikationsgeschichte“.	
<i>Hanno Hardt</i>	17
Kommunikationsgeschichte in den Niederlanden: Aufschwung oder Veitstanz? Eine zurückhaltende Antwort eines mitverantwortlich Beteiligten. Ein Beitrag zur Rundfrage „Neue Positionen zur Kommunikationsgeschichte“	
<i>Joan Hemels</i>	19
Kommunikationsgeschichte: Geschichte der Medien-dispositive Ein Beitrag zur Rundfrage „Neue Positionen zur Kommunikationsgeschichte“	
<i>Knut Hieckthier</i>	26
<i>Rezensionen</i>	29

Editorial

Neue Positionen zur Kommunikationsgeschichte Eine Rundfrage

1987 haben wir in der Herbstnummer von *Medien & Zeit* erstmals eine Rundfrage mit dem Titel *Welche Zukunft hat die Kommunikationsgeschichte* durchgeführt. Damals im kleinen Rahmen und mit hoher Rücklaufquote. Es antworteten: Anton Austermann, Wolfgang Duchkowitz, Walter Hömburg, Wolfgang R. Langenbacher, Winfried B. Lerg, Kurt Koszyk, Bodo Rollka, Ulrich Saxer, Michael Schmolke und Jürgen Wilke.

Anlaß für die damalige Rundfrage war das „Erwachen“ der Kommunikationsgeschichte in den 80er Jahren. Es dokumentierte sich nicht zuletzt in der Wiener Tagung der DGPK und ÖGPK „Wege zur Kommunikationsgeschichte“, deren Ergebnisse in dem gleichnamigen, voluminösen Berichtsband versammelt wurden.

Mittlerweise sind fünf Jahre vergangen, die Euphorie der 80er Jahre hat sich gelegt, und die Position der Kommunikationsgeschichte hat sich gefestigt. Viele Forderungen wurden in der damaligen Begeisterung erhoben, viele Projekte geboren und viele Wünsche „von außen“ an die Kommunikationshistoriker herangetragen. Nicht wenig davon wurde realisiert, neue Themen wurden entwickelt und bearbeitet. Auch die ohnehin stattliche Liste der zu erledigenden Fachagenda wuchs in der Zwischenzeit kontinuierlich.

Die Initiative für all das entstand bei dem genannten Kongreß und kleineren Workshops. Die eigentliche Arbeit erfolgte dann in den „Studierstuben“, zumeist einzeln, im günstigen Fall in kleinen Teams.

Fünf Jahre zählen in der Kommunikationsgeschichte wenig, was sie für Kommunikationsgeschichte bedeuten können, war uns Anlaß, eine neue Rundfrage zu starten, also die Frage nach dem „State of the Art“ erneut zu stellen. Unter dem Titel „Neue Positionen zur Kommunikationsgeschichte“ luden wir 34 Kolleginnen und Kollegen aus den USA, aus Holland, der Schweiz, Deutschland und Österreich ein. Befragt wurden nicht nur Publizistik- und Kommunikationswissenschaftlicher, sondern auch Vertreterinnen und Vertreter thematisch benachbarter Fächer.

Die Ausführlichkeit und Vielzahl der Antworten überraschte uns. Überraschte uns so sehr, daß aus dem geplanten Heft 2 zwei Hefte wurden. Heft 2 und 3 enthalten die Ergebnisse unserer Rundfrage.

Wolfgang Duchkowitz/Hannes Haas/Fritz Hausjell

Impressum

Medieninhaber und Herausgeber:

Verein „Arbeitskreis für historische Kommunikationsforschung (AIHK)“, 1014 Wien, Postfach 208;

Vorstand des AIHK:

Dr. Wolfgang Duchkowitz (Obmann), DDr. Oliver Rathkolb (Obmann-Stv.), Claudia Wurzinger (Geschäftsführerin), Dr. Fritz Hausjell (Geschäftsführer-Stv.), Mag. Ing. Verena Winiwarter (Kassierin), Dr. Hannes Haas (Kassier-Stv.), Eva Kölblbacher (Schriftführerin), Mag. Gian-Luca Wallisch (Schriftführer-Stv.), Dr. Peter Malina, Margit Steiger, Dr. Theodor Venus, Stefan Wallisch

Verleger:

Literas Universitätsverlag, 1090 Wien, Berggasse 4, Tel. (0222) 310 56 66-0

Drucker:

Gröbner-Druck, 7400 Oberwart, Steinamangererstraße 161

Korrespondenten:

Dr. Hans Bohrmann (Dortmund), Univ. Prof. Dr. Hermann Haarmann (Berlin), Dr. Robert Knight (London), Dr. Arnulf Kutsch (Münster), Prof. Irene Neverla (München), Dr. Edmund Schulz (Leipzig), Prof. emer. Robert Schwarz (Florida)

Redaktion:

Vorstand des „Arbeitskreises für historische Kommunikationsforschung (AIHK)“; redaktionelle Leitung dieses Heftes: Dr. Wolfgang Duchkowitz, Dr. Hannes Haas, Dr. Fritz Hausjell

Lektorat:

Christian Haider

Erscheinungsweise:

Medien & Zeit erscheint vierteljährlich

Bezugsbedingungen:

Einzelheft (exkl. Versand): öS 48.-

Jahresabonnement:

Österreich (inkl. Versand): öS 165.-

Ausland (inkl. Versand auf dem Landweg): öS 235.-

Studentenjahresabonnement:

Österreich (inkl. Versand): öS 120.-

Ausland (inkl. Versand auf dem Landweg): öS 190.-

Bestellungen an:

Literas, 1090 Wien, Berggasse 4, Tel. (0222) 310 56 66-0;

Medien & Zeit, 1014 Wien, Postfach 208;

oder über den gutsortierten Buch- und Zeitschriftenhandel

ISSN 0259-7446

*Gefördert vom Bundesministerium für Wissenschaft und
Forschung, Wien*

HANS-DIETER KÜBLER

Kommunikationshistoriographie nur als multivariates, interdisziplinäres Projekt. Beispiel: zeitgenössische Rezeptions- geschichte

Ein Beitrag zur Rundfrage „Neue Positionen
zur Kommunikationsgeschichte“
Suchbewegungen in einem
amorphen Forschungsfeld

Zur Preisfrage erhob 1759 die Akademie der Wissenschaften das Thema: *Über den Einfluß der Sprachen in die Meinungen und der Meinungen in die Sprachen*. Prämiert und für den Preis würdig befunden wurde die Arbeit des Göttinger Orientalisten Johann David Michaelis (1717-1791). Aus heutiger Sicht kann dies als eine Frage nach dem wechselhaften Verhältnis von öffentlicher Meinung und Sprache verstanden werden, wobei für letztere (noch) nicht entschieden wird zwischen Sprache als System, also - entsprechend den nun schon traditionellen Begriffen F. de Saussures - langue, Sprache als kollektive Kommunikationsform (language) und Sprache als subjektive Sprechweise (parole). Und über die terminologischen Konjunkturen ersterer existieren ohnehin etliche breit angelegte Abhandlungen wie genügend Kontroversen, so daß sich hier ihre Reprise nicht nur erübrigt, sondern auch als unrealisierbar erweisen würde. Beantworten ließ sich die Frage damals nur phänomenologisch und historiographisch, heute könnte es auch bis zu einem gewissen Grad empirisch geschehen, allerdings nicht für den Systemaspekt und hinsichtlich der Reichweite unter Begrenzung sowie Reduktion der Wirklichkeit und ihrer Komplexität.

Welchen Ursprung Sprache hat, welchen Einfluß sie nimmt auf die Phylogenese und Ontogenese, wie sich etwa die Interdependenz von Sprache und Denken beschreiben und erklären läßt, das waren zu der Zeit bewegende, vielfach und von mannigfaltigen Denkrichtungen erörterte Fragen, Rousseau, Herder und andere beteiligten sich bekanntlich vehement an diesem Diskurs. Moses Mendelssohn, der jüdische Aufklärer und Humanist, begrüßte den Juryentscheid mit eigenen Überlegungen und gab zu bedenken: „Die Aufgabe fordert weit mehr als eine bloße Sprachgelehrsamkeit, sie erforderte eine gründliche Kenntnis der Meinungen und philosophische Beurteilungskraft“ (Nachama/Sievernich, 1991, S. 479).

In diesem Votum darf wohl zurecht das Postulat vermutet werden, daß zur Bearbeitung des Themas schon damals der gesamte verfügbare Kosmos analyti-

schen Denkens, die Universalität wissenschaftlichen Wissens vonnöten sei. Diese erwartete Mendelssohn seinerzeit noch recht selbstverständlich bei einer oder auch bei seiner Person. Gleich, ob diese Attribuierung schon damals einer Überschätzung gleichkam, für uns Zeitgenossen bedeutet sie heute in jedem Fall und weit Geringeres als das: Anmaßung oder auch nur peinliche Ignoranz.

Denn soviel ist Gemeingut, wenn nicht schon Platitüde: Kommunikation als Begriff wie als analytischer Gegenstand geht in keinem der gezogenen Disziplinterrains gänzlich auf, bleibt vielschichtig, diffus und widersprüchlich. Auch seine nicht einmal heuristische Eingrenzung oder Fokussierung als öffentliche oder gesellschaftliche Kommunikation befriedigt nur auf den ersten Blick; nachgerade aus historiographischer Perspektive relativiert sie sich grundsätzlich, wird selbst zum Gegenstand und Suchauftrag historiographischer Vergewisserung, Verortung und Erklärung in jeder Hinsicht: sowohl als Begriffs- wie auch als Realgeschichte, als wissenssoziologisches Konstrukt wie als empirische Erfassung von Gesellschaft und Öffentlichkeit ebenso wie für Kommunikation. Die dafür erdenklichen und erhältlichen Quellen und Gewährleute brauchen hier nicht aufgeführt zu werden, können es a limine auch nicht: Solches Unternehmen wäre schon das universalistische, prinzipiell uncinlösbare Programm, das das Postulat damals, erst recht heute impliziert. So geschehen ist Kommunikationsgeschichte letztlich Allgemein- oder gar Menschheitsgeschichte, mindestens läßt sie sich von ihr nicht trennscharf und valide isolieren, allenfalls die wissenschaftliche Arbeitsteilung und Disziplininstitutionalisierung verhilft ihr für diese oder jene Wegstrecke, für dieses oder jenes Teilgebiet dazu. Doch ihre analytische Semantik bleibt offen, zeit- und interessenabhängig, von Grund auf fraglich oder letztlich Aporie, Element und Dynamik der historiographischen Rekonstruktion selbst; und nur als wissenschafts-ethischer Appell, beileibe noch nicht als Validitätsmaß kann Michael Schmolkes zurückhaltender wie löblicher Vorsatz gewertet werden, „Kommunikationsgeschichte zunächst einmal als Kampfplatz der begrifflichen Redlichkeit“ zu begreifen (Schmolke, 1987, S.5).

Bedarf es angesichts dieser theoretischen wie analytischen Maßgabe noch der ohnehin summarischen Aufzählung dessen, was bereits für eine solcherart (letztlich als vollständige unerreichbare) Kommunikationsgeschichte zum einen vorgearbeitet ist und relativ differenziert vorliegt und was zum anderen mindestens programmatisch und paradigmatisch intergriert gehört? Nicht einmal die honorable, weit ausgefächerte und detaillierte Sprachgeschichte im engeren Sinn kann allein bekanntlich den phylogenetischen Ursprung markieren, die vorgängigen wie flankierenden taktilen, visuellen und symbolischen Zeichensystemen - auch schon als öffentliche Kommunikation initiiert und vergegenständlicht - müssen hinzugerechnet werden. Erst in jüngster Zeit anerkennt und erkundet man ferner die Schrift als spezifisches, in Graden autonomes Kommunikationssystem (Haarmann, 1990). Und wenn als ana-

lytische Hoffnung und Perspektive vorgeschlagen wird, Kommunikationsgeschichte vorrangig als „Institutionalisierung-, Institutionen- und Entinstitutionalisierungsgeschichte von öffentlicher Kommunikation und ihren Medien“ (Saxer, 1987, S. 74; Langenbucher, 1987, S. 13) aufzufassen und zu beschreiben, was zunächst eher einer pragmatischen Setzung und Versicherung gleichkommt denn einem theoretischen Konzept, dann müßte eruiert und begründet werden, ob und wie die - notabene weltweit längst noch nicht abgeschlossene - Verschriftlichung oraler Kultur und ihre Reproduktion in diesen zwei elementaren, begrenzt autonomen, aber wechselseitig verknüpften Systemen von Mündlichkeit und Schriftlichkeit nicht den zentralen Institutionalisierungsprozeß darstellt, der durch die Technisierung und Vergesellschaftung durch zusätzliche Medien fraglos weiter getrieben, differenziert, auch objektiviert, aber nicht mehr strukturell transformiert wird. Doch es steht zu vermuten, daß dieser essentielle, noch anhaltende Prozeß mit der genannten Terminologie nicht gemeint ist. Im übrigen wird er gegenwärtig durch die modernen Technologien der Schrift und Edition weiter diversifiziert, mindestens verlagern und transformieren sich handschriftliche Formen auf und in maschinelle, elektronisch gesteuerte.

In ihren kulturell hochgeschätzten, als Tradition anerkannten, ästhetischen Emanationen und Objekten nennen wir sie Kunst - ist und wird Kommunikationsgeschichte unaufhaltsam, in buchstäblich allen erdenklichen Variationen und prinzipiell unbegrenzt dokumentiert und interpretiert: zum einen gleichsam selbstgänglich, autopoesisch - wie man bezeichnenderweise sagt - in ständig neuen Produkten und Deutungen, die sich als dialektische Folgen von Tradition und Innovation, von Aneignung und Veränderung, von Kontinuität und Variation, von Reproduktion und kreativem Gegenwurf in den verschiedenen Interaktionsformen und Medien manifestieren beziehungsweise so gedeutet werden, zum anderen konzeptionell, intentional und analytisch in allen Strukturen und Erscheinungsweisen der rezipierenden, dokumentierenden, erschließenden und deutenden Rekonstruktion, heißen sie archivalische und bibliothekarische Speicherung, Literatur-, Kunst- und Musikgeschichte bis hin zur Allgemeingeschichte, deren Quellen selbst wiederum auf kommunikativen Akten beruhen, mithin Fundus und Gegenstand der Kommunikationsgeschichte sind und bleiben. Aus solchen Zirkularitäten und Aporien kann die Historiographie der Kommunikation prinzipiell nicht entlassen werden, selbst wenn man ihr in heuristischer Hinsicht ein stattliches Tableau von Aufgaben und Arbeitsbereichen, ohne Frage bislang Blindstellen in der Forschung und Desiderate allesamt, aufreißen und anempfehlen kann, wie es beispielsweise Wolfgang R. Langenbucher (1987) so kundig und anregend getan hat.

Jene Historiographie der erhabenen Kommunikation, wie man sie ein wenig respektlos bezeichnen könnte, ist mehrheitlich (immer noch) werkorientiert, ignoriert oder vernachlässigt zumal in ihren Phasen immanenter (respektive historisierender, philologischer etc.) Prioritätensetzung Gegenheiten, Strukturen, Me-

dien und Instanzen ihrer Produktion, aber auch ihrer Rezeption. In Phasen ihrer nicht zuletzt auch politisch, ideologiekritisch oder zumindest soziologisch motivierten Kontextuierung, Herangchensweise und Begründungsfindung entdeckt und beschreibt sie auch jene, ohne daß sowohl empirisch als auch theoretisch die Erschließung und Funktionsbeschreibung der diversen Vermittlungsinstanzen hinreichend gelingt. Die diversen Unternehmen, „Sozialgeschichten der Literatur“ zu schreiben und damit das Hausersche Vorhaben (1953) auf heutigem Erkenntnis- und Methodenniveau zu komplettieren wie zu überflügeln, zeugen von diesen Dilemmata. Auch daran bestätigen sich wiederum die analytische Wechselhaftigkeit oder auch die theoretisch-wissenssoziologische Eingebundenheit von Kommunikationsgeschichte, in diesem Fall von Literaturgeschichte.

Auf dem Gebiet des ältesten konzisen Mediums, des Buches, sind sie ebenso erkennbar wie auf dem der sogenannten neuen Medien. Für das Buch etwa bemüht man sich erst jüngst gründlich, seine Produktion seit der Erfindung des Buchdrucks als grundlegenden Emanzipations- und Revolutionsschub zu deuten (Giesecke, 1991), seine Distributionsformen und -bedingungen, von den Verlagen bis hin zu den Buchhandlungen und Bibliotheken einerseits, zu Kritiken, Lesungen, Werbungsformen andererseits, hinreichend detailliert zu erfassen (Wittmann, 1991) und bis für die Gattungskonstitution materiale Bedingungen zu entdecken (Gumbrecht/Pfeiffer, 1988).

Weithin noch phänomenologisch sind die Befunde für die periodischen Printmedien, für die populären Zeitschriften scheint die wissenschaftliche Historiographie gänzlich versiegt zu sein (Fischer, 1985), obwohl sie ja mindestens thematisch, aber wohl auch medien- und textsortenspezifisch die Vorläufer für die derzeit boomenden elektronischen Versionen verkörpern. Für ein publizistisches Segment, das die publizistikwissenschaftlich verorteten Kommunikationstheoretiker vermutlich nicht primär in den Blick nehmen, das aber nicht nur wegen seiner medialen Multifunktionalität und Polyvalenz paradigmatische Relevanz beanspruchen kann, sondern sich auch in der heutigen Medienkonkurrenz mit einer hohen Resonanz und einem sich ausweitenden, ausdifferenzierenden Produkt- und Nachfragespektrum mächtig behauptet, nämlich für die Comics, hat kürzlich das Frankfurter Institut für Jugendbuchforschung unter eindrucksvollen Beweis gestellt, wie zumindest eine bundesdeutsche Kommunikationsgeschichte aussehen kann (Dolle-Weinkauff, 1990).

Integraler und umfassender als die Historiographie mancher anderer Medien und damit den vorgebrachten Intentionen und Standards schon näher stellt sich die Film- und Kinogeschichte dar. Gewiß tun sich bei eingehender Betrachtung noch mancherlei empirische Lücken und in theoretisch-analytischer Hinsicht missing links auf; aber ihr Einfordern (Lerg, 1987) relativiert sich angesichts der vergleichbaren Defizite anderwärts. Verursacht kann man diese relativ positive

Lage wohl dadurch sehen, daß das in vielerlei Hinsicht zwitterhafte Phänomen Film/Kino seit jeher unkonventionelle, Disziplinengrenzen ignorierende oder überspringende, dafür dem Gegenstandsfeld sich annähernde und angemessene Betrachtungsweisen herausforderte: ambivalent und changierend in seiner Entstehung zwischen plebejischem Vergnügen und künstlerischer Gestaltung beziehungsweise dokumentarisch-journalistischer Vergewisserung, zwischen alsbaldiger industriehäufiger Produktion, dem arbeitsteilig hergestellten Produkt Film und dem verdächtigten oder später aufgewerteten Aufführungsort Kino, zwischen dem Seriencharakter und dem respektierten Einzelwerk, zwischen künstlerischem Anspruch und attraktiver, kassen- und publikumswirksamer Illusionierung, zwischen politischer Indienstnahme und ästhetischer Autonomie respektive Aura. Da im Konzert der Wissenschaft sich zumindest hierzulande lange Zeit (und fast bis heute anhaltend) keine Disziplin so richtig zuständig fühlt, waren es vorrangig Außenseiter, die sich um dieses Massenmedium entsprechend unvoreingenommen, querdenkerisch und objektfasziniert kümmerten und kümmern: von Siegfried Kracauer bis Dieter Prokop, von Peter Bächlin bis Klaus Kreimeier, von Rudolf von Arnheim und Bela Balazs bis Ulrich Gregor und Enno Patalas, um nur einige wenige zu nennen. Kommunikationswissenschaftler mit Siegel und Amt waren und sind sie im übrigen alle nicht.

Weißer Karte: Rezeptionsgeschichte

Die weitesten und schmerzlichsten Blindstellen weist die Kommunikationsgeschichte, sofern man sie in toto überhaupt anvisieren kann und darf, auf dem gesamten Feld der Rezeption auf, und wird es voraussichtlich auch immer tun. Denn auch unsere kommunikative Gegenwart wird hinsichtlich der Rezeptionsdimensionen beileibe nicht so umfänglich und intensiv registriert, wie es methodisch erforderlich und möglich und wie es für die Traditionsbildung wünschenswert wäre. Ökonomisch und gesellschaftlich bestimmte Selektionen und interessengeleitete Akzente befinden hier über Trendverfolgungen und spezielle Terrainerschließungen, so daß Überzeichnungen in beiderlei Richtungen, Verzerrungen, aber auch viele weiße Flecken nicht ausbleiben und trotz eines gewachsenen, methodisch elaborierten Geschichtsbewußtseins der Nachwelt überantwortet werden.

Für die weitere und nähere Vergangenheit nehmen sich Ungewißenheiten und Halbwahrheiten natürlich ungleich gravierender aus. Oftmals muß man sich mit interpolierender Analogiebildung und heuristischer (Retro-)Spekulation auf der Basis der verfügbaren Daten begnügen - so wenn die Ausmaße, soziale Qualität und Rezeptionsmodi des Lesepublikums über die Jahrhunderte hinweg nachgezeichnet werden sollen (Hohendahl, 1985; Schön, 1987). Insofern könnte sich die genannte Beschränkung der Kommunikationsgeschichte als Historiographie der kommunikativen Institutionalisierungsprozesse als forschungspragmatisch und

empirisch unausweichlich erweisen, in theoretischer Hinsicht bleibt sie jedoch rudimentär und einseitig und müßte so zumindest metatheoretisch stets angemahnt werden. Denn die Konstitution von gesellschaftlichem Sinn und kulturellem Kapital geschieht erst durch und in der Rezeption, gleich ob man sie radikalkonstruktivistisch ursächlich oder interaktionstheoretisch äquivalent begreift.

Vor nunmehr zwanzig Jahren behalf sich die Literaturwissenschaft über den Mangel empirischer Daten in der sogenannten Rezeptionsästhetik durch die Konstruktion der (werk-)inneren Leserrolle hinweg, die außerdem als je subjektives, aber für eine Epoche verallgemeinerbares Konstrukt das gesellschaftlich-ästhetische Rezeptionsniveau, den „rezeptiven Erwartungshorizont“ mindestens der kulturellen Elite repräsentieren soll(te) (Jauß, 1970). Aber bis dato ist das ambitionöse Projekt, solcherart Rezeptionsgeschichte zu schreiben, nicht eingelöst worden, manche halten inzwischen den konzeptionellen Ansatz sogar für falsch und die Idee der Rezeptionsästhetik für gescheitert. Denn - kurz gefaßt - die Summe der Einzelwerke, zumal allein der herausragenden, vermag nicht den gesamten kulturellen Diskurs, erst recht nicht seine kollektive Empirie widerzuspiegeln, sondern bleibt jeweils den vermittelnden Disposition der einzelnen Autoren verhaftet.

Gleichviel: Eine Rezeptionsästhetik der journalistischen Textformen ist meines Wissens niemals erprobt worden; sie müßte zuallererst Auskunft darüber geben, ob die immanente Rezipientenrolle „nur“ eine ästhetische Kategorie, also ein Element fiktional-künstlerischer Texte ist oder ein Konstituens jedweder Äußerung, mithin auch der prosaischen und pragmatischen Texte, wie es im übrigen die konventionelle Wirkungsforschung mit ihrer Unterstellung von Intentionalität jedweden Kommunikationaktes annehmen muß. Doch auch diese theoretische Korrespondenz ist noch nicht expliziert.

Die empirische Rezeptionshistoriographie bleibt fraglos auf die materialisierte Kommunikationsakte, auf Rezeptionsdokumente jedweder Art, Gattung und Qualität verwiesen. Da sie, versteht sich, von Menschen stammen, sind sie allesamt Elemente wie Resultate menschlicher Kommunikation und als vorfindliche Quellen zugleich öffentlicher Natur. In dieser Traditionssetzung läßt sich der Trennungsstrich zwischen öffentlicher und privater Kommunikation nicht mehr ziehen. Selbst der persönlichste Brief ist, soweit er (anerkannte) historische Quelle geworden ist, nunmehr Teil der öffentlichen Traditionsbildung, der Vergewisserung von Kommunikationsgeschichte. Außerdem wurde er bis in unser Jahrhundert hinein von den gesellschaftlich herausragenden Schreibern als solch bedeutsames, der Nachwelt zu überlieferndes Dokument, eben als kommunikative Gattung zwischen Privatheit und Öffentlichkeit, konzipiert. Schließlich spiegeln sich in ihm die subjektiven Diskurse über eine Epoche authentischer, detaillierter, mitunter auch unmittelbarer als in den für die Öffentlichkeit primär produzierten Druckerezeugnissen. So sind solche private Kommunikations-

quellen nicht nur als Rezeptionsdokumente zu erfassen und zu verstehen, in jedem Fall mindestens als das, da sie gewiß viele Informationen und Bewertungen der öffentlichen Kommunikation und Kultur enthalten, sondern auch als a priori intendierte, mindestens als nicht unterdrückte, durch Objektivierung material und damit zugänglich gewordenen Faktoren gesellschaftlicher Kommunikation. Dieser Doppelcharakter - Quelle und Faktor von Kommunikation(sgeschichte) zugleich zu sein - eignet heute jedem Dokument, das auf die Vergangenheit hin befragt wird.

Allein mündliche, vom Forschenden selbst eingeholte Rekonstruktionen können letztlich den Anspruch haben, nicht mehr als nur Rezeptionsaneignungen zu sein, freilich auch schon wieder entäußerte und damit verarbeitete und gedeutete. Sie lassen sich nur noch bei lebender Zeugenschaft erheben. Daß dies viel zu selten und zu wenig differenziert hinsichtlich der sozialen Pluralität geschieht, markiert eines der Versäumnisse und Defizite der Kommunikationsgeschichte - und dies in Anbetracht des Umstandes, daß viele der jüngeren Medien zu der Zeit eingeführt worden sind beziehungsweise populäre Verbreitung gefunden haben, deren Zeugen allmählich aussterben.

Außerdem sind viele Erscheinungen und Ausgaben, viele Produkte dieser neuen, elektronischen Medien zu ihrer Anfangszeit - man denke etwa an Radio und Fernsehen! - nicht der Archivierung und historischen Vergewisserung wert befunden worden, so daß ihre Anfänge nur in Rezeptionserinnerungen und -dokumenten auffindbar sind (z.B. Deutsches Rundfunkarchiv, 1986). Auch vorrangig auf diese Objektivationen bezogene Historiographie müßte deshalb an ihrer möglichst vielfältigen und vollständigen Erhebung und Erschließung interessiert sein.

Beispiel: Hamburger Alten-Studie

Allerdings: auch auf Seiten der Rezipienten sind noch genügend methodische Probleme zu bedenken und zu lösen. Denn ein bevorzugtes, leicht erschließbares Erinnerungsfeld ist alltägliche Medienrezeption nicht. Da sie habitualisiert, wenn nicht ritualisiert ist, eher einer kontinuierlichen flüchtigen Abfolge denn einem exzeptionellen, sich ins Gedächtnis eingravierenden Ereignis ähnelt, in ihrer Periodizität eher die routinetafliche Wiederkehr des Alltags hervorhebt und existentiell verankert, wird gemeinhin nur wenig erinnert, und das Wenige ist dann an biographische, vorzugsweise medienunspecifische Fixpunkte gebunden. Es sind mithin eher biographische Höhe- oder Tiefpunkte denn medienhistorische; diese werden dann bestenfalls mit medialen Komponenten geschmückt, aufgefüllt, konkretisiert oder auch recht intuitiv verwoben. In der Befragung werden sie dann oft erst hervorgeholt und damit künstlich isoliert und aufgewertet.

Ähnliche Erkenntnisse muß selbst die Lesebiographieforschung gewärtigen, obwohl ihr meist monographischer Stoff, die Lektüre, mindestens singuläre Titel

zur Verfügung stellt, die als - wie auch immer - bedeutsam im Gedächtnis haften bleiben. Aber in der Regel sind es recht wenige, häufig auch durch die Population beziehungsweise Generation identische, und es sind vor allem emotional bewegende Lektüre-Erinnerungen, kaum kognitive und kultur- oder kommunikationsgeschichtlich bedeutsame (Schön, 1990). Werden hingegen Autoren auf ihre Lese- und Lektüre-Erinnerungen hin befragt oder sogar aufgefordert, sie als herausragende Momente der bewußten, zumal professionalisierenden Schriftsteller(-)Biographie, als Wegmarken zur Autorenschaft, zu kennzeichnen, dann fallen diese ungleich gewichtiger, genauer und markanter aus (vgl. etwa Unseld, 1975; Pleticha, 1978): Der Biographieforscher muß sich indes eher als literarische Quellen, als gestaltete Texte im Kontext weiterer Literaturproduktion werten denn als authentische Rezeptionszeugnisse (zusammenfassend: Fuchs, 1984).

Die flüchtigen, elektronischen Medien hinterlassen weniger und ungenauere Spuren; imaginierte Erinnerungen, wie sie etwa Woody Allen in seinem Film „Radio Days“ (1987) episodisch-leicht vergegenwärtigt und inszeniert hat, rechnen zu jener bereits beschriebenen Kategorie der subjektiven Rekonstruktion des reflektierten und reflexiven „Medienmenschen“ - auch Francois Truffaut etwa tat dies in seinen ersten Filmen, nun auch in einem publizierten Briefwechsel auf seine Weise -, der seinen Individualisierungs- und Professionalisierungsprozeß zurückverfolgt und selbst deutet, vielleicht auch medienpezifisch zuspitzt oder verklärt, wie es aber das durchschnittliche Publikum kaum vermag.

In einer gerade abgeschlossenen Studie zum Medienverhalten und zur Medienkompetenz älterer Menschen (ab 60 Jahre) in Hamburg und Umgebung (Kübler u.a., 1991) richteten sich sowohl einige Fragen in der repräsentativen Erhebung als auch in den qualitativen Interviews auf medienhistorische Erinnerungen und biographische Angelpunkte. Allerdings: In quantitativer Hinsicht erwies sich die Ausbeute als wenig ergiebig und belegt damit die angestellten theoretischen Überlegungen. Die Frage, „Gab es irgendein Ereignis in Ihrem Leben, das sich auf Ihre Beschäftigung mit Büchern, Zeitungen, Rundfunk und Fernsehen deutlich ausgewirkt hat?“, bejahte nur ein Zehntel aller Befragten, drei Viertel verneinten sie, und 14 Prozent zeigten sich unschlüssig. Dabei stimmten eher die Jüngeren (66 bis 70 Jahre: 15%) und die höher Gebildeten (Real- und Fachschule: 14%; Abitur, Studium: 18%) zu. Außerdem waren unter ihnen einige mehr, die die Zeitung und den Hörfunk länger, das Fernsehen hingegen kürzer nutzten. Kann an diese Verteilung die - freilich noch schwache - Vermutung geknüpft werden, daß etwas größere medienhistorische Bewußtheit - allerdings, wie umschrieben, eingebettet in und verwoben mit der ungleich dominanteren biographische Erinnerung - bei denjenigen anzutreffen ist, die mit Medien gezielter und kompetenter umgehen? Die anzuschließenden qualitativen Äußerungen einzelner können darüber freilich recht begrenzte Auskunft geben.

Bei den wenigen, die sich erinnerten, blieben persönliche Ereignisse am nachhaltigsten im Gedächtnis. Sie dürften vornehmlich die äußerliche Abfolge des Lebens, wohl aber auch die innere Perspektive und Identität beeinflusst oder verändert haben. Ein Drittel nannte einen Todesfall (wohl des Partners oder der Partnerin) oder eine Krankheit; Krieg und Reisen folgten im weitem Abstand. In einer Restkategorie „Sonstiges“ tauchte einige Male auch ein genuines Medienereignis auf, aber es blieb in verschwindender Minderheit. Bei den Hamburger Alten setzten mithin die Medien keine überzeugenden, anhaltenden biographischen Merkmale, mindestens nicht in der leicht aktivierbaren Erinnerung der Befragten.

Das Radio war für Herrn Sz., einen unserer 53 in „themenzentrierten“ Interviews Befragten, schon von Jugend an recht bedeutsam, „bis das Dritte Reich endlich in Trümmer ging“. Herr Sz. war 1990 79 Jahre alt, besuchte in seiner Jugend die Volksschule und schloß eine Lehre ab. Er war Facharbeiter, kommt aus der Arbeiterbewegung und war 1933/34 als Mitglied der SPD-Jugend eingesperrt, danach mußte er eine Zeitlang untertauchen. Er erinnert sich noch an Sendungen zu den Luftangriffen im Juli 1943, seine Frau und er saßen dann nächtelang am Lautsprecher. Auch die Hamburger Flutkatastrophe erlebte er vorrangig am Radio, mithin als eine Art Medienereignis. Befragt nach Erinnerungen via Fernsehen, fielen Herr Sz. die dramatischen Szenen aus Dallas, anlässlich der Ermordung Kennedys, die Ablösung von Kanzler Kiesinger durch Willy Brandt und „später die große Mehrheit bei der Wahl“ ein, das war für ihn „sehr eindrucksvoll und unvergänglich“. An besonderen Gattungen und Protagonisten blieb ihm nur Hans-Joachim Kulenkampff mit seiner Show „EWG/Einer wird gewinnen“ in Erinnerung.

Auch Frau Ma., 81 Jahre alt, alleinlebend, noch sehr rüstig und aktiv und vor allem viel lesend, ist das Radio seit seinen Anfängen vertraut: „Wir saßen am Detektor, dann kamen Lautsprecher. Während der Nazizeit wurde BBC gehört.“ Einmal tauschte Frau Ma. sogar ihren Schmuck gegen ein Radiogerät ein, so wichtig war ihr der Kontakt zur Außenwelt. Robert Lembke, den Fernsehponier, kennt sie noch aus dem Hörfunk, „der hatte im Radio schon eine gute Sendung, bevor es Fernsehen gab“. Damals hörte sie gern „die plattdeutschen Sachen am Montagabend, und Lesungen von berühmten Schauspielern, und viel Schulfunk“.

Das Radio als kulturelle Bühne nutzte auch Herr Ri., 61 Jahre alt und bis vor drei Jahren selbst beim Rundfunk beschäftigt. Daher vermag er über programmliche Änderungen gut Auskunft zu geben und sie auch politisch einzuordnen. Mit Vorliebe hörte er früher Hörspiele: „Paul Temple“ zum Beispiel, „aber solche Detektivsendungen sind jetzt vom Fernsehen abgelöst worden“. Noch gut erinnert er sich an die Uraufführung des Hörspiels „Draußen vor der Tür“ von Wolfgang Borchert, ebenso an Hörspiele von Günter Eich, mithin an veritable Medienereignisse, die es wert sind, rezeptionsgeschichtlich dokumentiert zu werden. Herr Ri.

begründet sein gutes Gedächtnis damit, daß „man damals konzentrierter zugehört“ hat.

So sieht es auch - um eine letzte Gewährsperson anzuführen - Herr Br., Anfang 60, mit Abitur und noch berufstätig, als Angestellter in verantwortlicher Stellung. Früher hörte er gern Ratesendungen, zum Beispiel „17 + 4“ und die BBC-Quizprogramme. Robert Lembke und die Funklotterie mit Just Scheu gehörten ebenfalls zu seinen Favoriten. Hörspiele und Lesungen mit Matthias Wiemann, O.E. Hasse und Will Quadflieg, Sportreportagen mit Herbert Zimmermann sind ihm unvergessen ebenso wie Eike Christian Hirsch mit seinen Stülblüten in „Deutsch für Besserwisser“. Früher, ordnet Herr Br. als einer der wenigen die Medien in seine Biographie ein, „1934 bis 1939 etwa, war ein selbstgebautes Radio eine mediale Faszination“. Wortbeiträge und klassische Musik bedeuteten ihm viel. An das Radio nach dem Krieg, von 1945 bis 1951, in der SBZ beziehungsweise späteren DDR, erinnert sich Herr Br. nur als „Tortur“, der politischen Indoktrination wegen. Ab 1951 diente das Radio zur Gestaltung und angenehmen Begleitung des Feierabends, und das ist es eigentlich bis heute geblieben, so zumindest seine geäußerte Einschätzung. Erst recht spät, um 1966 herum, schafften sich Herr und Frau Br. einen Fernsehapparat an. Aber nach ein paar Monaten „war der Neugierkeitseffekt weg“. Die Kinder bekamen oder behielten eindeutig Vorrang. „Das Fernsehen war eine Nebensache. Und das gilt bis heute.“

Gleich, ob diese Einordnungen und Gewichtungen tatsächlich zuträfen und zutreffen, ob sie in ihrer subjektiven Wertigkeit im Verlauf des Lebens stimmen oder nicht auch aus der gegenwärtigen Sicht umgedeutet werden, sie sind Zeugnisse und Momente subjektiver Medienrezeption; ihre empirische Richtigkeit läßt sich ohnehin nicht unmittelbar verifizieren, sondern allenfalls vergleichend abwägen und relativieren, ihre soziale Validität besteht uneingeschränkt und rechnet zur bislang unregistrierten und -geschriebenen kollektiven Kommunikationsgeschichte. Ohne Frage sind die hier aufgeführten Rezeptionsspuren recht spärlich, zu wenig differenziert, kontextuiert und damit kaum interpretierbar. Großenteils rührt ihre magere Ausbeute daher, daß die durchgeführte Studie zuallerletzt Kommunikations- und Medienhistorie aufspüren, subjektive Rezeptionsdokumente erheben wollte; sie war wie so viele einschlägige Untersuchungen auf die aktuelle Nutzung und Rezeption der Medien durch die spezifische Population der über 60jährigen gerichtet. Aber auch an den spärlichen und sporadischen Rekonstruktionen kann und muß gezeigt werden, welcher methodischen Kompetenz und Komplexität, welcher Empathie und sozialen Sensibilität und welchen forschungspraktischen Aufwandes bei der Erhebung wie bei der Auswertung es bedarf, um Kommunikationsgeschichte auch in ihrer unverzichtbaren Dimension als Rezeptionsgeschichte zu konzipieren und zu verwirklichen. Darüber sollten die Beispiele eine ebenso redliche wie anspruchsvolle Ahnung geben.

Angeführte Literatur:

- Manfred Bobrowsky/Wolfgang R. Langenbacher (Hrsg.): *Wege zur Kommunikationsgeschichte*. München 1978.
- Deutsches Rundfunkarchiv: Historisches Archiv der ARD (Hrsg.): *Materialien zur Rundfunkgeschichte*. Bd. 2: *Projektgruppe Programmgeschichte. Zur Programmgeschichte des Weimarer Rundfunks*. Frankfurt am Main 1986.
- B. Dolle-Weinkauf: *Geschichte einer populären Literaturform in Deutschland seit 1945*. Weinheim/Basel 1990.
- H.-D. Fischer (Hrsg.): *Publikumszeitschriften in der Bundesrepublik Deutschland. Palette - Probleme - Perspektiven* (= Journalismus, Bd. 22 (Neue Folge)). Konstanz 1985.
- Werner Fuchs: *Biographische Forschung. Eine Einführung in Praxis und Methoden*. Opladen 1984.
- Martin Giesecke: *Der Buchdruck in der frühen Neuzeit. Eine historische Fallstudie über die Durchsetzung neuer Informations- und Kommunikationstechnologien*. Frankfurt am Main 1991.
- Hans Ulrich Gumbrecht/K.L. Pfeiffer (Hrsg.): *Materialität der Kommunikation*. Frankfurt am Main 1988.
- Hermann Haamann: *Universalgeschichte der Schrift*. Frankfurt am Main/New York 1990.
- A. Hauser: *Sozialgeschichte der Kunst und Literatur*. 2 Bde., München 1953.
- P.U. Hohendahl: *Literarische Kultur im Zeitalter des Liberalismus 1830 - 1870*. München 1985.
- H.R. Jaub: *Literaturgeschichte als Provokation*. Frankfurt am Main 1970.
- Hans-Dieter Kühler u.a.: *Ältere Menschen und neue Medien. Eine Rezeptionsstudie zum Medienverhalten und zur Medienkompetenz älterer Menschen in Hamburg und Umgebung* (= Schriftenreihe der HAM). Berlin 1991.
- Wolfgang R. Langenbacher: *Ein Plädoyer, Kommunikationsgeschichte endlich zu schreiben*. In: *Medien & Zeit*, 3/1987, 13 - 17.
- Winfried B. Lerg: *Film: Quelle, Zeugnis, Dokument*. In: *Medien & Zeit*, 3/1987, 24 - 32.
- A. Nachama/G. Sievernich (Hrsg.): *Jüdische Lebenswelten. Katalog zur Ausstellung*. Berlin 1991.
- Horst Pleticha (Hrsg.): *Lese-Erlebnisse 2*. Frankfurt am Main 1978.
- Ulrich Saxer: *Kommunikationsinstitutionen als Gegenstand von Kommunikationsgeschichte*. In: Bobrowsky/Langenbacher (Hrsg.): *Wege zur Kommunikationsgeschichte*. München 1978, 71 - 78.
- Michael Schmolke: *Eine Antwort*. In: *Medien & Zeit*, 3/1987, 5 - 7.
- E. Schön: *Der Verlust der Sinnlichkeit oder die Verwandlungen des Lesers. Mentalitätswandel um 1800*. Stuttgart 1987.
- E. Schön: *Die Leser erzählen lassen. Eine Methode in der aktuellen Rezeptionsforschung*. In: *Internationales Archiv für Sozialgeschichte der deutschen Literatur*, 2/1990, 193 - 201.
- S. Unseld (Hrsg.): *Erste Lese-Erlebnisse*. Frankfurt am Main 1975.
- R. Wittmann: *Geschichte des deutschen Buchhandels. Ein Überblick*. München 1991.

WOLFGANG R. LANGENBUCHER

Darstellungslücken trotz reger Forschung

Zur gegenwärtigen Situation der
Kommunikationsgeschichte.

Ein Beitrag zur Rundfrage „Neue Positionen
zur Kommunikationsgeschichte“

Der Eindruck von Mitte der 80er Jahre hat sich weiter verstärkt: Die diversen Geschichtswissenschaften und die Geschichtsbeschreibung haben Konjunktur. Immer neue Sammel- und Einzelmonumentalwerke werden angekündigt beziehungsweise erscheinen tatsächlich. Und noch immer ist die Kommunikationswissenschaft an dieser intellektuellen wie verlegerischen Konjunktur nicht beteiligt. Da trotz aller Teamworks-Co-Autorschaften die am meisten hochgelobten Werke noch immer von einzelnen AutorInnen stammen, muß dieses Defizit kommunikationsgeschichtlicher Gesamtdarstellungen wohl einfach damit erklärt werden, daß es diese schreiberischen Kapazitäten nicht gibt oder diese vorläufig noch nicht soweit sind, um mit den Größen anderer historischer Disziplinen zu konkurrieren. Hinzu kommt gewiß, daß derartige „Werke“ ja nicht voraussetzungslos entstehen, sondern das Resultat langdauernder und breit wuchernder Forschungsprozesse sind.

Wie aber steht es um die kommunikationshistorische Forschung der vergangenen fünf Jahre? Die erste Antwort auf diese Frage kann nur positiv lauten: Mit dieser Zeitschrift hat dieses Forschungsinteresse ein eigenständiges Fachforum gefunden. Was sich in den letzten Jahren hierin zugetragen hat, kann jeder Nutzer selbst beurteilen. Deshalb versuche ich eine zweite Antwort durch einen resümierenden Blick in die vergangenen fünf Jahrgänge der Zeitschrift *Publizistik*, zu deren redaktionellen Traditionen schon immer auch historische Themen gehören. Ich beginne meine Suche mit dem Heft eins des 32. Jahrganges 1987 und notiere, was mir in der Abfolge der zwanzig Hefte so auf- und einfällt.

Als erstes eine Buchbesprechung, die Dissertation von Harald Jossé über *Die Entstehung des Tonfilms*. Im Untertitel nennt sich dieses Buch *Beitrag zu einer faktenorientierten Mediengeschichtsbeschreibung*. Wenn der Umkehrschluß erlaubt ist, daß es auch eine nicht an Fakten orientierte Mediengeschichtsschreibung gibt, so wäre dieser Zustand gewiß eine der Hauptursachen für alle Probleme dieser Disziplin. Daß hier ein Problem liegen könnte, wird vom Rezensenten Ulrich von Tüna immerhin angedeutet, wenn er betont, daß in dieser Studie zu den Primärquellen zurückgegangen wurde. So wird, was bisher eine Filmgeschichte von der anderen abgeschrieben hat, endlich in allen Einzelheiten proto-

kolliert. Ob dies wohl auch für andere Gebiete der Mediengeschichte gilt, also die selbstverständliche Primärquellenforschung nicht intensiv genug und nicht häufig genug betrieben wird?

Das nächste Heft (2/87) bringt dann zwei typische historische Aufsätze. Im einen geht es um das Ende des Lizenzzwanges in Bayern, also die Nachkriegsgeschichte der Wiederentstehung eines Pressewesens unter der Kontrolle der US-amerikanischen Militärregierung. Ich erinnere mich, daß dazu in den letzten Jahren häufiger Magister-, Diplomarbeiten und Dissertationen vorgelegt wurden. Die unterschiedlichen Verhältnisse in den verschiedenen Besatzungszonen der späteren Bundesrepublik Deutschland und in Österreich mußten inzwischen, im fünften Jahrzehnt nach Kriegsende, ausreichend erforscht sein. Dann aber wäre Zeit für eine neue Gesamtdarstellung, denn das von uns allen immer noch benutzte Werk von Harold Hurwitz¹ ist zwar gründlich und umfangreich, vermittelt aber nur einen Ausschnitt der damaligen Geschehnisse. Ob es nicht aber doch noch Forschungslücken gibt, weiß ich nicht. So oder so - es wäre Zeit für eine Bilanz.

Der zweite, für einen historischen Beitrag wohl charakteristisch lange (!) Aufsatz stammt von Annemarie Kleinert und gilt der Figur von Balzac, dessen Jugendjahre zwischen 1819 und 1822 sie schildert, um daran zu analysieren, wie journalistische und schriftstellerische Karriere miteinander zusammenhängen. Wieder ein großes Thema, zu dem es wohl eine Menge von Einzelstudien gibt - hauptsächlich an den Instituten in Wien und München entstanden - aber wenn man darüber Zusammenhängendes lesen will, so wird man vorläufig nur in Literaturgeschichten fündig, zum Beispiel bei Friedrich Sengle und seinem monumentalen Werk *Biedermeierzeit*².

In den Buchbesprechungen erinnert mich ein Hinweis auf die Veröffentlichung der Projektgruppe „Programmgeschichte“ an diese intensiven Diskussionen der 80er Jahre. Was ist eigentlich daraus geworden? Die ursprüngliche Vorstellung, daß der fünfbändigen Geschichte *Rundfunk in Deutschland* einmal ein vergleichbares Projekt folgen könnte - war das doch allzu hochgegriffen? Andererseits wird uns nur Programmgeschichte eine Antwort darauf geben, welch politischer, gesellschaftlicher und kultureller Stellenwert dem Rundfunk zukam, als er noch ein überschaubares Gebilde war. Nur nebenbei gefragt: Wo in dieser heutigen Rundfunklandschaft ist eigentlich nach dem Tode von Hans Bausch eine Persönlichkeit zu entdecken, die so entschlossen wie er, die Rundfunkgeschichte fördert?

Ein bemerkenswertes historisches Dokument enthält das dritte Heft des Jahrganges 1987. Ausschnitte aus Theodor Geigers *Geschichte der Werbung*. Eine be-

merkenswerte Ausgrabung von Rainer Geissler und Horst Pöttker, der es bis jetzt wohl aber noch nicht gelungen ist, die Analyse und Geschichtsschreibung über Werbung von den üblichen kritischen Klischees abzubringen.

Im Rezensionsteil des vierten Heftes wird offensichtlich endlich fündig, wer immer auf der Suche nach Gesamtdarstellungen ist. Erhard Schreiber zeigt dort das *Handbuch der politischen Presse in Deutschland (1480 - 1980)* von Heinz-Dietrich Fischer an. Doch trotz der 731 Seiten lautet das kritische Urteil: „Der Weg zu einem Handbuch auch nur der politischen Presse in Deutschland ist noch weit und dornenreich.“ Schreiber wäre sogar mit viel weniger zufrieden: „Dessiderat bleibt weiterhin eine kurz gefaßte deutsche Pressegeschichte im Sinne eines Leitfadens durch das Labyrinth der Forschungsliteratur.“ Ein bescheidener Wunsch und zugleich ein Hinweis auf Darstellungs-, nicht Forschungslücken.

Den neuen Jahrgang eröffnet ein Aufsatz von Arnold Kutsch über *Max Webers Beitrag zur empirischen Journalismusforschung*. Diese gründliche, wissenschaftsgeschichtliche Studie macht geradezu schmerzhaft klar, wie provinziell über Jahrzehnte die zeitungskundliche und zeitungshistorische Arbeit in unserem Fach war und auch, welche Diskontinuitäten für alle Forschungsbemühungen charakteristisch waren und wohl auf allzu vielen Gebieten bis heute sind.

In den Rezensionen dieses Heftes, die historischen Büchern gelten, tauchen nun schon bekannte Argumente wieder auf: So lobt Martin Moll an Peter Steins' Buch über die NS-Gaupresse, daß dieser der „sorglosen Abschreiberei“ ein sorgfältiges Quellenstudium gegenüberstelle; Hannes Haas nimmt die Dissertation von Michael Knoche über *Volksliteratur- und Volksschriftenvereine* zum Anlaß, um die noch „ungeschriebene Rezeptionsgeschichte der unteren Sozialschichten“ anzumahnen. Ein anderes Defizit benennt Georg Hellack anhand eines Buches von Klaus Wasmund über *Politische Plakate* aus dem Nachkriegsdeutschland: Eine systematische und aus den Quellen belegte Darstellung der Geschichte des Plakates in jener Zeit.

Das weitere Blättern in den Heften summiert sich zu dem Eindruck - aus den Themen der Aufsätze wie der rezensierten Bücher gleichermaßen abgelesen -, daß es bei allen Diskontinuitäten (der Vergangenheit?) doch auch sehr deutliche Schwerpunkte gibt. Dazu gehören die Zeit nach 1930 bis 1945, ebenso als NS-Thematik wie als Exilforschung - und die Filmgeschichte. Zu beiden historischen Phänomenen erscheinen auch mit einer gewissen Regelmäßigkeit biographische Untersuchungen. Auch die Nachkriegsgeschichte der Entstehung einer neuen Kommunikationsordnung ist offensichtlich dabei, zum systematischen Forschungsschwerpunkt zu werden.

Diese Konzentration geht offensichtlich zulasten anderer historischer Epochen. Das läßt jedenfalls der erste Satz eines Aufsatzes von Holger Böning vermuten: Über das Thema *Französische Revolution und deutsche*

¹ Harold Hurwitz: *Die Stunde Null der deutschen Presse. Die amerikanische Pressepolitik in Deutschland 1945-1949*. Köln 1972.

² Friedrich Sengle: *Biedermeierzeit*. 3 Bde., Stuttgart 1972 ff.

Öffentlichkeit hält sich - auch in der wissenschaftlichen Diskussion - manche Legende: „Das Bild von der verspäteten Nation, von den rückständigen, unpolitischen Deutschen, die am Ende des 18. Jahrhunderts bloß kommentierend das Handeln der Franzosen verfolgten.“ (Heft 4/1989, S.405). Wie im Aufsatz dann überzeugend gezeigt wird, ist der Strukturwandel der Öffentlichkeit am Ende des 18. Jahrhunderts durchaus noch ein forschungsintensives Thema. Das bestätigt auch H.-M. Kirchners Hinweis auf die kommentierte Bibliographie der deutsch- und ungarischsprachigen Zeitschriften in Wien, Preßburg und Pest-Buda, die von Andrea und Wolfram Seidler im Rahmen des Forschungsvorhabens der Österreichischen Gesellschaft zur Erforschung des 18. Jahrhunderts erschien. Diese Rezension enthält übrigens einen nachdenklich stimmenden einleitenden Satz: „Wie fast alle Grundlagenforschung des Faches Kommunikationswissenschaft ist auch dieses Standardwerk von Außenseitern geschrieben.“ (Heft 4/1989, S. 523). Verbirgt sich hinter dieser an so beiläufiger Stelle geäußerten These vielleicht ein Teil des Problems, um das es in dieser Umfrage geht?

Die beiden Jahrgänge 1990 und 1991 fügen diesem bisher skizzierten Bild keine neuen Farben hinzu. Aber

auch das ist wichtig genug, bedeutet es doch, daß die kommunikationshistorische Forschungs- und Publikumsintensität keineswegs am Nachlassen ist. Und sie findet insbesondere nicht nur in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft statt, sondern in einer beträchtlichen Zahl anderer Fächer. Auf diese Weise kann man dann so bemerkenswerte Entdeckungen machen, wie die des Sozialreporters Max Winter, offensichtlich einem „Wallraff der k.u.k. Monarchie“, den der Sozialhistoriker Stefan Riesenschellner als Quelle für seine wissenschaftlichen Interessen entdeckte. Und gleichzeitig macht ein solches Buch auf die zentralen Desiderate der Kommunikationsgeschichte aufmerksam: Zwar ist es nicht mehr originell, eine Journalismusgeschichte einzuklagen, aber soweit ich sehe, sind wir ihr ja heute nicht näher als vor fünf oder zehn Jahren. Weiters bestätigt sich der Eindruck, daß wir uns als Fach nun endlich auch kontinuierlich unserer Fachgeschichte annehmen. In ersten Beiträgen deutet sich die Historisierung der Kommunikationsphänomene des untergegangenen, real existierenden Sozialismus an. Dazu gehören auch die Neu-Drucke solcher Klassiker wie Walter Lippmans *Öffentliche Meinung* oder Emil Dovifat's *Der amerikanische Journalismus*.

ZEITUNGS-LOS

Essays zu Pressepolitik und -konzentration in Österreich
herausgegeben von W. Duchkowitsch/F. Hausjell/P. Pelinka
184 S., brosch., ÖS 198,-, DM 29,80, ISBN 3-7013-0830-6

INHALT

Wolfgang Duchkowitsch/Fritz Hausjell:
Pressevielfalt - was ist das?
Eine aktuelle Rundfrage

Roman Hummel:
Einfalt statt Vielfalt.
Pressesituation und -politik der 70er
und der 80er Jahre.

Wolfgang R. Langenbacher:
Ausländisches Kapital in Österreichs
Presse

Norbert Knitter:
Rettung der Medienvielfalt durch
Entflechtung der Medienkonzerne?

Gian-Luca Wallisch/Stefan Wallisch:
Der Versuch einer „regressiven“
Medienpolitik in Italien - ein
ermutigendes Beispiel?

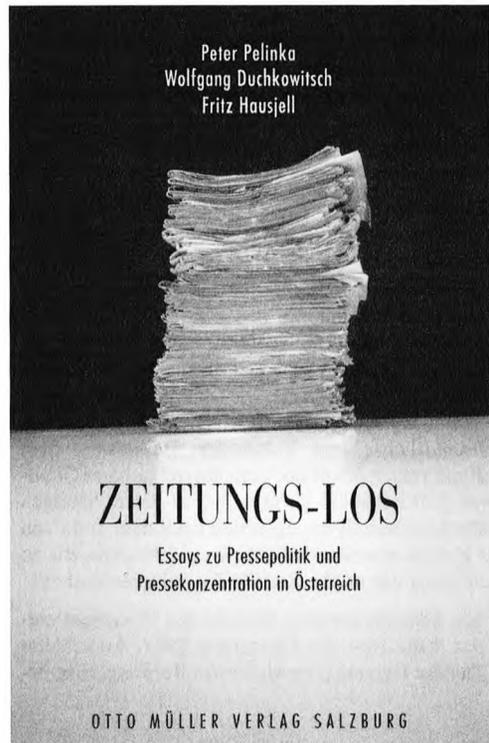
Holger Ilst:
Der Streik bei „Profil“ und „Trend“
Dokumentation und Analyse

Peter Pelinka
So starb eine Zeitung
Das Ende der „AZ“

Arno Mauerbrugger:
Elefanten im Porzellanladen.
Über Meinungsmacher, Geldscheffler
und Medienmagnaten

Angela Fritz
Zeitungslesen in Österreich.
Ein Stimmungsbild

Armin Thurnher:
Meinungsfreiheit und Werbung



ERHÄLTlich IN JEDER GUTEN BUCHHANDLUNG
ODER DIREKT BEI:

OTTO MÜLLER VERLAG, Postfach 167, 5021 Salzburg
Tel. 0 66 2/88 19 74, Fax 0 66 2/87 23 87

OTTO MÜLLER VERLAG SALZBURG

PETER MALINA

Wie historisch ist die Historische Kommunikationsforschung?

Einige unsystematische Bemerkungen
eines Historikers

Ein Beitrag zur Rundfrage „Neue Positionen
zur Kommunikationsgeschichte“

Die historische Kommunikationsforschung ist wieder im Gespräch. Als Geschichtsforscher ist für mich an der historischen Kommunikationsforschung vor allem das „Historische“ interessant. Im folgenden möchte ich daher meine Überlegungen auf zwei Fragenkomplexe konzentrieren: Was macht das „Historische“ aus und was kann die Geschichtswissenschaft in Fragestellungen der historischen Kommunikationsforschung einbringen?

I.

In einer Zeit, da manche sich die Frage stellen und sie zugleich auch eindeutig mit ja beantworten, ob „die Geschichte“ schon zu Ende sei, ist es notwendig, selbstbewußt und kompetent die Auseinandersetzung mit der Vergangenheit (wieder) aufzunehmen. Was das Aufgabengebiet der Historischen Kommunikationsforschung betrifft, so scheinen die Dinge zunächst ganz klar zu sein: Kommunikation ereignet sich weder im gesellschaftlich „leeren“, noch im geschichtslosen Raum. Dort, wo Menschen miteinander in Kommunikation treten, ist immer auch ihre „Vergangenheit“ mit im Spiel, und es ist daher notwendig und legitim, sich mit Kommunikationsprozessen in ihrem historischen Zusammenhang zu beschäftigen.

Beschäftigung mit der Vergangenheit - egal von welchem Fachbereich sie auch unternommen wird - muß sich allerdings bewußt sein, daß die Geschichte als ehemals geradezu imperiale Wissenschaft schon längst ihre Unschuld und für manche tatsächlich auch ihre Berechtigung verloren hat. Umgang mit Vergangenheit heißt daher auch für die Historische Kommunikationsforschung bereit zu sein, in einen permanenten Prozeß des Hinterfragens bislang gar zu sicherer Geschichtsbilder einzutreten und zunächst einmal den eigenen Geschichtsbegriff zu hinterfragen. Auch und gerade für historische Projekte gilt: Fragen, nicht die Antworten sind es, die den entscheidenden Qualitätssprung innerhalb eines wissenschaftlichen Forschungsprozesses ausmachen.

Wesentlich scheint mir daher, daß die Historische Kommunikationsforschung sehr konkret und hartnäckig auch im Umgang mit sich selbst, ihren eigenen wissenschaftlichen Voraussetzungen und Zielsetzungen. Wissenschaft, die nicht in dogmatischen Gehäusen erstarrt, bedarf der Diskussion und der Auseinandersetzung mit ihren eigenen theoretischen wie

methodischen Grundlagen. Voraussetzung für jeden wissenschaftlichen Diskurs ist zunächst die Aufdeckung des eigenen Selbstverständnisses als Wissenschaft. Das Ergebnis historischer kommunikationswissenschaftlicher Arbeiten wird entscheidend davon abhängen, welchen Begriff von Geschichte und welche geschichtswissenschaftlichen wie geschichtstheoretischen Vorüberlegungen in den Diskurs eingebracht werden.

Ein Geschichtsbegriff, der Geschichte als bloße Ereignisgeschichte versteht oder ihren Gegenstand auf eine simple Diplomatiegeschichte beschränkt, wird nicht imstande sein, mobile, vernetzte, durch Kommunikationsbeziehungen geprägte industrielle Gesellschaft einzichtig zu machen und die permanenten Veränderungen, die unter anderem - wenn auch nicht ausschließlich - durch Innovationen in der Qualität der Kommunikationsmöglichkeiten zustande gekommen sind, in den Griff zu bekommen. Auch die Historische Kommunikationsforschung wird sich daher der Versuchung, Geschichte als einen bunten Bilderbogen der Vergangenheit miß-zuverstehen, bewußt entziehen müssen. Das soll nicht heißen, daß es auch notwendig sein wird, sehr konkret Ereignisse festzuhalten, Details nachzuspüren und bisher nicht Bekanntes einer (immer noch staunenden) Öffentlichkeit zu präsentieren.

Geschichte hat es immer sehr konkret mit „Leben“ und mit Veränderungen zu tun. Diese Veränderungen sind nicht zuletzt das Ergebnis gesteigerter (oder unterbrochener) Kommunikation, anders gesagt: der Gestaltung der Beziehungen zwischen Menschen, Menschengruppen, Gesellschaften sehr verschiedener Zielrichtungen, ideologischer Ausrichtungen und persönlicher wie gesellschaftlicher Interessen. Kommunikationsgeschichte ist wesentliche Beziehungsgeschichte von Menschen auf den unterschiedlichsten Beziehungsebenen. Es geht im wesentlichen auch darum, die am Kommunikationsprozeß Beteiligten, ihre Funktion innerhalb der verschiedensten gesellschaftlichen Kommunikationsräume, aber sowie Ziele und Interessen in den Blickpunkt des Forschungsinteresses zu rücken. Daß dabei Tabus aufgebrochen werden müssen - nicht immer zur Freude der Betroffenen - ist eine notwendige, manchmal schmerzhaft Begleiterscheinung.

Umberto Eco hat die „Massenkommunikation“ als das „Universum“ bezeichnet, in dem sich menschliches Leben ereignet. Medienergebnisse und die Bilder - zum Beispiel der unmittelbaren Nachkriegszeit -, die in der Erinnerung festgehalten werden, sind nicht so ohne weiteres voneinander zu trennen. Medien- und Kommunikationsgeschichte ist so zu einem entscheidenden Bestandteil der Lebens-Geschichte ganzer Gesellschaften geworden. Kommunikationsprozesse innerhalb einer Gesellschaft lassen sich ohne die Berücksichtigung ihrer historischen Entwicklung nicht zu begreifen. Eine bloß vordergründige Beschreibung der Vergangenheit ist allerdings zu wenig. Gewiß ist es faszinierend, in der Forschungstradition Leopold von Ranke festzuhalten, wie es denn eigentlich gewesen sei. Ausgeklammert bleibt dabei allerdings, daß Geschichte immer rekonstruierte Vergangenheit ist und daher niemals deckungsgleich mit dem Vergangenen sein kann.

II.

Eine wesentliche Voraussetzung für eine ernsthafte Auseinandersetzung der Historischen Kommunikationsforschung mit der „Geschichte“ ist es daher, sich zunächst einmal selbst der eigenen Voraussetzungen und Einbindungen in historische Kommunikations-Geschichten bewußt zu werden. In seinen Überlegungen zum „Beruf“ des Historikers hat der französische Historiker Marc Bloch mit Leidenschaft darauf hingewiesen, daß Geschichte, die für Menschen wichtig werden soll, immer nur als Menschen-Geschichte zu verstehen ist. Eine wesentliche Aufgabe der historischen Kommunikationsforschung sollte es daher sein, sehr erst und bewußt auch die gesellschaftlichen und politischen wie die ökonomischen Rahmenbedingungen von gesellschaftlicher Kommunikation zu berücksichtigen und an konkreten Beispielen nachvollziehbar zu machen. Dazu gehört es wohl auch, Veränderungen wie Konstanten in den Beziehungen der an gesellschaftlichen Kommunikationsprozessen Beteiligten festzuhalten und zu analysieren.

Denn auch Historische Kommunikationsforschung ist im Grunde nicht anderes als eine Angelegenheit „neugieriger Menschenfresser“ (Bloch). Speziell die Biographische Kommunikationsforschung wird sich bewußt werden müssen, daß die herkömmliche, von vielen, namhaften Historikern gestalteten und beim Publikum beliebten „großen“ Biographien als historische Gattung im Grunde überaus fragwürdig sind. Gleichzeitig läßt sich feststellen - und hier wäre ein wichtiger Ansatz für eine historisch-kommunikationswissenschaftliche Analyse gegeben -, daß der Funktionswandel der „Großen“ dieser Welt durch die sich verändernden Kommunikationsprozesse moderner Industriegesellschaften einen wesentlichen Bedeutungswandel erfahren hat. Zu fragen wäre in diesem Zusammenhang, welchen Einfluß die neuen Kommunikationsmedien auf die Selektion, Funktion und Präsentation führender Persönlichkeiten haben.

Geschichtswissenschaft wandelt sich zusehends einer „historischen Sozialwissenschaft“, begleitend zu ereignisgeschichtlichen Forschungsprojekten finden strukturelle Zusammenhänge und gesellschaftliche Veränderungsprozesse verstärkt Berücksichtigung und werden jene Geschichtsbereiche (Lokalgeschichte, Alltagsgeschichte) zu entdecken, die bisher verdeckt geblieben sind. Auf die Historische Kommunikationsforschung angewandt hieße dies zum Beispiel, ganz bewußt jenen Kommunikationsprozessen und ihren historischen Entwicklungen nachzuspüren, die sich nicht „oben“, sondern „unten“, nicht in den Zentren, sondern an der Peripherie, nicht weit weg, sondern konkret vor Ort eignen. In diesem Sinne wäre die Historische Kommunikationsgeschichte auch als Versuch zu verstehen, den vergangen, verwehten Spuren vergangener Kommunikations- sprich auch: Beziehungsprozesse - nachzugehen: Also Sicherung der Spuren jener, die bisher in der Rekonstruktion gesellschaftlicher Kommunikationsvorgänge vergessen geblieben sind, und Aufdecken von Verdecktem und Verdrängtem, das bislang

unter einer Decke des Schweigens gehalten und dem öffentlichen Diskurs entzogen worden ist.

Geschichte ist weder das Privileg noch das Reservat einiger weniger Kundiger, die mit ihrem Fachwissen als Experten auftreten und anderen ihre Geschichte erklären. Dies sollte auch für die Aufarbeitung von historischen Kommunikationsprozessen gelten. Eine emanzipatorische Historische Kommunikationswissenschaft wird sich deshalb in zwei Richtungen (weiter) entwickeln müssen: Zum einen wird es - analog zu den Erfahrungen der Geschichtswissenschaft - notwendig sein, zu begreifen, daß Kommunikation sich nicht mehr ausschließlich auf die mächtigen Eliten beschränkt werden kann. Dies bedeutet andererseits für die Historische Kommunikationsforschung, es nicht bei einem elitären, allzu selbstsicheren Umgang mit ihrem Gegenstand zu belassen. Kommunikationsprozesse betreffen eben nicht nur die „Großen“, sondern ganz wesentlich auch die Kleinen und die Ohnmächtigen; nicht nur die Handelnden, sondern auch die Leidenden; nicht nur diejenigen, die sich zungenfertig artikulieren können, sondern auch diejenigen, die stumm und sprachlos sind. Historische Kommunikationsforschung sollte daher beginnen, bisher sprachlos Gebliebene in den Kommunikationsprozeß mit der Vergangenheit miteinzubinden.

Die Geschichtswissenschaft hat in einem gewiß schmerzhaften Prozeß zur Kenntnis nehmen müssen, daß sie die historische Kompetenz nicht allein für sich beanspruchen kann: Geschichte als wesentliche Grundbefindlichkeit menschlicher Existenz kann nicht zum Monopol einiger weniger „Wissender“ werden. Analog zur Entwicklung der Geschichtswissenschaft zu einer „neuen Geschichte“, könnte beziehungsweise sollte schließlich auch zu überlegen sein, ob der Gegenstand der Historischen Kommunikationsforschung (vergänger Kommunikationsverhältnisse und Kommunikationsgeschichten) weiterhin den Kommunikationswissenschaftlern allein überlassen bleiben sollte. Betrachtet man Kommunikation als einen Grundbestand menschlichen Lebens, dann ist ja tatsächlich zu fragen, ob die Geschichte (vergänger) Kommunikationsverhältnisse und Beziehungen nur den Forschern und „Gelehrten“ an den Hohen Schulen „gehören“ soll.

Nimmt man diese Überlegung ernst, dann wäre es wohl notwendig, die Historie der Kommunikation dorthin zu verlagern, wo sie wesentlich ihren Ort hat: in den „Alltag“ lokaler Kommunikationsräume. Dies hieße allerdings auch, Kommunikationsgeschichte vor allem wieder in die Hände derer zurückzugeben, die ihre eigentlichen Träger sind: nämlich die Betroffenen selbst. In diesem Sinne könnte sich die Historische Kommunikationsforschung (wenngleich nicht ausschließlich) als Moderator und Begleiter von historischen Projekten verstehen, in denen versucht wird, vor Ort den Kommunikationsbeziehungen der Vergangenheit und ihren Nachwirkungen auf die Gegenwart nachzugehen. Das heißt freilich nicht, daß die historische Kommunikationsforschung ihre wissenschaftliche Kompetenz abgeben soll. Weiterhin wird es ihre Aufgabe sein, Denk-Arbeit zu leisten, indem sie methodisch wie theo-

retisch Grundzüge und Zugänge zur Vergangenheit erschließt, neue Ansätze diskutierbar macht und neue Forschungsfelder erschließt. Die Historie kann ihr dazu gute Dienste leisten.

III.

Historische Kommunikationsforschung, die sich ihrer sozialwissenschaftlichen Aufgaben bewußt bleibt, ist mehr als Medien-Geschichte. Als Gesellschaftsgeschichte ist sie dort angesiedelt, wo es um den Austausch von Erfahrungen, Interessen und Zielsetzungen geht. Lebensorte sind wesentlich Kommunikationsorte, an denen Menschen mit Menschen in Beziehung treten, Erfahrungen, Wissen, Gehalt austauschen und weitergeben. Als wissenschaftliches Korrektiv historisch geprägter Überlieferungen ist die Historische Kommunikationsforschung daher mitbeteiligt an der Aufdeckung gesellschaftlich gewünschter beziehungsweise unterdrückter Kommunikationsprozesse. Sie ist Indiz dafür, wie eine Gesellschaft mit sich selbst, ihren Träumen, Sehnsüchten und Zielsetzungen umzugehen bereit ist. Leitbilder menschlichen Umgangs, Veränderungen der politischen Rahmenbedingungen und ihre Auswirkungen auf die gesellschaftliche Öffentlichkeit, Strategien der Durchsetzung und Unterdrückung von nicht gewünschter Meinung sind Forschungsfelder, die der Historischen Kommunikationsforschung schon bisher offen gestanden sind.

Kommunikationsgeschichte zu betreiben, ist immer Erinnerungsarbeit: Erinnerung an vergangene, teils vergessene, teils verdrängte, teils bewußt, teils unbewußt noch nachwirkende Kommunikations-Geschichten. Hier und jetzt leben Menschen mit sehr verschiedenen Vergangenheiten, und sie treten mit diesen verschiedenen Lebens- und Kommunikationserfahrungen miteinander in eine Beziehungsgeflecht, das über den individuell-privaten Bereich hinausreicht. Es macht daher Sinn, die Inhalte dieser Kommunikationsabläufe über die unterschiedlichen Geschichts- und Lebenserfahrungen hinweg in eine Analyse gesellschaftlicher Kommunikation mit einzubeziehen.

Historische Kommunikationsforschung funktioniert als ein Teil gesellschaftlicher Identitätsarbeit, in der es darum geht, im Rückblick auf die Vergangenheit den eigenen Standpunkt im Hier und Jetzt zu überprüfen und gegebenenfalls zu korrigieren. Sie ist Erinnerungsarbeit auch in dem Sinne, als es ihr zudem darum gehen sollte, die Erinnerung an vergangene, verblaßte, verschüttete Kommunikationsprozesse wachzuhalten und auch verdrängte, „böse“ Erinnerungen wieder ins Bewußtsein zu holen.

Ausgehend von diesem dynamischen Begriff einer sozialwissenschaftlich orientierten Historischen Kommunikationsforschung zeigen sich der österreichischen Kommunikationshistoriographie noch gar manche Forschungsfelder offen. Es genügt dabei sicherlich nicht, sich lediglich auf den offiziellen staatlichen Bereich zu beschränken. Wichtig wird es sein, die gesellschaftlichen Agenturen, die über die Möglichkeit und die

Machtmittel zur Gestaltung öffentlicher Kommunikationsprozesse verfügen, zu analysieren: die Kirchen, die Parteien, die Verbände. Zugleich müssen notwendigerweise die Gegenöffentlichkeit und jene Kommunikationsprozesse mit einbezogen werden, die sich im vorstaatlichen Bereich ereignen. Untergrund- und Alternativpresse sind dabei ebenso gemeint wie die vielfältigen Versuche, Kommunikationsprozesse abseits der Großen und Mächtigen in Gang zu setzen, und/oder aufrechtzuerhalten.

Die Chance der Historischen Kommunikationsforschung liegt nicht darin, der Geschichte Konkurrenz zu machen. Historische Kommunikationsforschung überzeugt dort, wo sie versucht, über den historischen Gegenstand hinaus sehr konkret Kommunikationsprozessen und Kommunikationsverhältnissen mit ihrem fachspezifischen Instrumentarium, beispielsweise der Kommunikationstheorie oder der Sprachanalyse aufzudecken. Hier können durchaus die Ergebnisse der Diskussion um Methoden und Zielsetzungen der Geschichtswissenschaft (Oral History, Alltagsgeschichte, Quantifizierung etc.) eingebracht werden. Für die Historische Kommunikationsforschung gilt dabei allerdings ebenso wie für die Geschichtswissenschaft: Ein verantwortlicher Umgang mit der Vergangenheit kann und soll sich nicht auf ein nostalgisch-wehleidiges Vergraben in den vergangenen Verhältnissen beschränken. Notwendig ist es, als Ergebnis der Auseinandersetzung mit der Vergangenheit den eigenen Standpunkt in der jeweiligen Gegenwart zu finden und Perspektiven für die Zukunft zu entwickeln: „Die Erfahrung ist nicht ein Schluß, sondern eine Eröffnung; ihr Bezirk ist die Zukunft“ (Max Frisch).

Literatur

Das Zitat im Titel ist die Paraphrasierung einer Bemerkung von Max Frisch zur Geschichte: Max Frisch: *Geschichten*. In: W. Dahn (Hrsg.), *Ästhetische Erfahrung und literarisches Lernen*. Frankfurt/Main 1974, 123-124; zitiert nach: Detlef Lecke (Hrsg.): *Lebensorte als Lernorte: Handbuch Spurensicherung. Skizzen zum Leben, Arbeiten und Lernen in der Provinz*, Frankfurt/Main 1983, 45.

Michael Bosch (Hrsg.): *Persönlichkeit und Struktur in der Geschichte. Historische Bestandsaufnahme und didaktische Implikation*. Düsseldorf 1977. (Geschichtsdidaktik. Studien, Materialien. 1).

Detlef Lecke (Hrsg.): *Lebensorte als Lernorte: Handbuch Spurensicherung. Skizzen zum Leben, Arbeiten und Lernen in der Provinz*, Frankfurt/Main 1983.

Lutz Niethammer/Dirk van Laak: *Posthistorie. Ist die Geschichte zu Ende?* Reinbek/Hamburg 1989 (RoRoRo-Taschenbuch. 1680).

Wolfgang Ruppert: *Erinnerungsarbeit. Geschichte und demokratische Identität in Deutschland*. Opladen 1983.

HORST PÖTTKER

Kommunikationsgeschichte als Geschichte der Kommunikationswissenschaft

Über eine folgenreiche Erinnerungslücke.
Ein Beitrag zur Rundfrage „Neue Positionen
zur Kommunikationsgeschichte“

I.

In der Kommunikationswissenschaft ist eine erfreuliche Belebung des Interesses an der eigenen Vergangenheit zu bemerken. In der zweiten Hälfte der 80er Jahre wurde beispielsweise in umfangreichen Publikationen an den vergessenen Heidelberger Journalisten-Ausbildner Adolf Koch¹ und an den eigentlich nicht vergessenen Gründervater der Berliner Publizistikwissenschaft, Emil Dovifat², erinnert.

An dieser Nostalgiewelle fällt auf, daß sie vornehmlich Gelehrten gilt, die bereits eine besondere Identität als Zeitungswissenschaftler hatten oder zur Entwicklung dieser Identität im Prozeß der Institutionalisierung der Publizistikwissenschaft Entscheidendes beigetragen haben. Mit Medienthemen *auch*, aber nicht nur befaßte Klassiker des sozialwissenschaftlichen Denkens allgemein geraten dagegen - wie Max Weber - bei Vergleichen mit ihren spezialisierteren Zeitgenossen in ein negatives Licht³ oder werden - wie Karl Bücher und Paul F. Lazarsfeld - sogar auf Kongressen, die eigens ihrem Werk gewidmet sind, weniger wahr- und ernstgenommen als die aktuellen Auseinandersetzungen innerhalb der Disziplin⁴.

Dabei haben sich fast alle soziologischen Klassiker mit Medienthemen befaßt, vermutlich weil die Gründungsphase der modernen Sozialwissenschaft von der Frage nach den Besonderheiten der Moderne geprägt war und die Massenkommunikation zu den spezifischen Phänomenen der modernen Gesellschaft gehört. Die einschlägigen Schriften von Karl Marx und Fried-

rich Engels, Max Weber, Robert E. Park, Ferdinand Tönnies, Paul F. Lazarsfeld oder Theodor Geiger, man könnte auch noch Georg Simmel, Karl Mannheim und Alfred Schütz hinzunehmen, sind von der gegenwärtigen Publizistikwissenschaft (wie übrigens auch von der gegenwärtigen Soziologie, die das Medienthema lange der Publizistikwissenschaft überlassen hat) nicht in dem Maße rezipiert, das ihrer Bedeutung entspricht. Im deutschsprachigen Gebiet sind diese Texte größtenteils vergriffen oder - wie bei Weber, Geiger und Lazarsfeld - noch gar nicht publiziert.

Vielleicht hängt diese Erinnerungslücke auch damit zusammen, daß die Publizistikwissenschaft noch nicht aus den Kinderschuhen heraus ist und nach wie vor ein unbefriedigtes Identitätsverlangen hat. Warum sonst reden Kommunikationswissenschaftler so gern von ihrer „Zunft“ - die doch gerade keine geschlossene Zunft ist und auch hoffentlich keine werden will?

Daß sich die Medienforschung kaum an ihre sozialwissenschaftlichen Ursprünge erinnert, bringt Verluste an Weltoffenheit, Problembewußtsein und Allgemeinverständlichkeit mit sich, die durch den Zuwachs an empirischen Daten und an Fachterminologie nicht wettgemacht werden. Das zeigt beispielsweise ein Vergleich zwischen Ferdinand Tönnies' und Elisabeth Noelle-Neumanns Theorien der öffentlichen Meinung⁵. Zwar ähneln sich diese stark hinsichtlich des beobachteten Phänomens, aber was Relevanz, Plausibilität und Differenziertheit der Erklärungsmuster betrifft, kann die *Schweigespirale* nicht mit dem Klassiker des soziologischen Denkens mithalten. Auch bei der Lektüre verschollener Texte Max Webers, Theodor Geigers oder Paul F. Lazarsfelds erheben sich Zweifel, ob in den letzten 50 bis 80 Jahren in der Kommunikationswissenschaft tatsächlich ein Erkenntnisfortschritt stattgefunden hat.

II.

Immer noch unveröffentlicht, wengleich im Rahmen der bevorstehenden Gesamtausgabe eine Publikation erwartet werden kann, ist Max Webers *Vorbericht über eine vorgeschlagene Erhebung über die Soziologie des Zeitungswesens*⁶ aus der Zeit vor dem Ersten Weltkrieg. Immerhin hat Arnulf Kutsch den Text beschrieben und ausführlich daraus zitiert⁷. Aber Kutsch hat nicht versucht, den Weberschen Vorschlag zu evaluieren und nach den besonderen Leistungen zu fragen, die diesen

¹ Vgl. Bernhard Obst: *Ein Heidelberger Professorenstreit. Die Auseinandersetzung zwischen Adolf Koch und Max Weber 1910 - 1914*. Köln 1987.

² Klaus-Ulrich Benedikt: *Emil Dovifat. Ein katholischer Hochschullehrer und Publizist*. Mainz 1986 (= Veröffentlichungen der Kommission für Zeitgeschichte. Reihe B: Forschungen, Bd. 42).

³ Vgl. Obst, *Professorenstreit*.

⁴ Diese Kritik betrifft mehr - aber nicht ausschließlich - die Karl Bücher gewidmeten „Ersten Leipziger Hochschultage für Medien und Kommunikation“ von Anfang November 1991, weniger - aber durchaus auch - das Paul F. Lazarsfeld-Symposium der deutschen und österreichischen Gesellschaften für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft im Mai 1988 in Wien.

⁵ Vgl. Horst Pöttker: *Tönnies und die Schweigespirale. Zur Mutation einer Theorie über die öffentliche Meinung*. In: Günter Benete/Manfred Rühl (Hrsg.): *Theorien öffentlicher Kommunikation* (= Materialienband zur Bamberger Jahrestagung der DG/PuK 1991; in Druck).

⁶ Landesbibliothek Kiel, Signatur Nr. Cb 54.61: 1.2.08.

⁷ Vgl. Arnulf Kutsch: *Max Webers Anregung zur empirischen Journalismusforschung. Die „Zeitungsenquête“ und eine Redakteurs-Umfrage*. In: *Publizistik*, 1/1988, 5-31, hier: 6-11.

auch heute noch lesenswert machen, weil er für die Gewinnung medienwissenschaftlicher Problemstellungen reaktiviert werden kann. Ein durchaus gelungener Ansatz zu einer inhaltlichen Deutung findet sich bei den Soziologen Stephan Müller-Doohm und Klaus Neumann-Braun⁸, die darauf hinweisen, daß Weber die Presse nicht isoliert, sondern aus einer breit angelegten kulturwissenschaftlichen Perspektive betrachtet. In der Tat steht bei Weber die Idee am Anfang, die Presse sei eine „Komponente der objektiven Eigenart der modernen Kultur“ und als solche wichtiger Teil „jenes Apparats von psychischen Suggestionen, durch welche die moderne Gesellschaft kontinuierlich den einzelnen sich einzufügen und anzupassen trachtet“⁹.

Da Weber auf den folgenden sechs Seiten die Fragestellungen für eine großangelegte Presseforschung umreißt, liegt der Vergleich mit späteren Versuchen nahe, das Forschungsfeld der Medienwissenschaft zu strukturieren; beispielsweise mit der berühmten „Lasswell-Formel“, anhand der - entgegen den ursprünglich bescheideneren Ambitionen ihres Urhebers - ganzen Generationen von Studenten beigebracht worden ist, was die Publizistikwissenschaft eigentlich untersuchen soll: „Who says what in which channel to whom with what effect?“¹⁰

An dieser Formel ist oft kritisiert worden, was sie ausläßt: *Warum* nämlich etwas medial übermittelt wird und *welche Rückwirkungen* die Rezeption medialer Botschaften durch ein Publikum auf Sender, Kanäle und andere Elemente des Kommunikationsprozesses hat. All diese Fragen hat Max Weber schon vor über 80 Jahren im Rahmen seiner kulturwissenschaftlichen Betrachtungsweise gestellt. Er hatte ein ganzes Bündels von ökonomischen, ideologischen, ethischen, professionellen und anderen Faktoren im Auge, die das Handeln von Journalisten und Presseleuten beeinflussen; und zu diesen Faktoren gehörten für ihn auch die (anti-zipierten) Rezeptionsweisen des Publikums. In Teil B. *Die Zeitungsgesinnung*, formuliert Weber beispielsweise folgende Fragen: „Welche Mittel der Föhlung mit dem Leserkreise besitzen die Zeitungen? Welchen faktischen Einfluß übt die Gesinnung des Leserkreises, und wie?“¹¹

Der Umweg der Medienwissenschaft über eindimensionale Strukturierungskonzepte wie die „Lass-

well-Formel“ wäre nicht nötig gewesen, wenn man Max Webers Konzept im Auge behalten hätte. Generationen von Studenten haben überflüssigerweise etwas zu Enges gelernt, Ressourcen, die der Kreativität der Forschung hätten zugute kommen können, sind vergeudet worden.

III.

René König hat es 1984 als „beschämend für die Deutschen“ bezeichnet, daß keines der dänischen Werke Theodor Geigers ins Deutsche übersetzt worden war, wobei König ausdrücklich auf die *Kritik af Reklamen*¹² hinwies. Rainer Geißler und der Verfasser hatten bereits eines Übersetzung dieses Buchs in die Wege geleitet, als Königs Bemerkung erschien¹³. Die deutsche Fassung *Kritik der Reklame* liegt seit 1986 als Manuskript vor. Drei Kapitel daraus sind mittlerweile in Fachzeitschriften erschienen¹⁴. Ein Verlag, der willens wäre, das ganze Buch herauszubringen, hat sich bisher nicht gefunden.

Dabei ist Geigers Analyse der Reklame noch immer außerordentlich erhellend, weils sie das Phänomen vor dem Hintergrund der Entstehungsgeschichte des modernen Kapitalismus betrachtet. Aufgrund dieser umfassenden Perspektive läßt sich Geigers Periodisierung der Entstehungsgeschichte der Reklame als Periodisierung der Entstehungsgeschichte der marktregulierten Industriegesellschaft insgesamt lesen. Beispielsweise interpretiert Geiger den Beginn der Markenartikelreklame für Massenprodukte im letzten Drittel des 19. Jahrhunderts als Ausdruck des Übergangs zur Überflußproduktion bei den Gütern des alltäglichen Bedarfs, so daß von nun an die Nachfrage stimuliert werden muß¹⁵.

Die umfassende Betrachtungsweise ist es, die Geiger vor Irrtümern bewahrt, die sich bis heute gehalten haben. So setzt er sich beispielsweise außerordentlich kritisch mit dem Argument auseinander, erst die Reklame ermöglihe eine vielfältige Presse:

Eine Illustrierte kann so viele Werbeaufträge erhalten, daß der Verlag gezwungen ist, neue Blätter herauszugeben, um alle Inserate plazieren zu können, ohne daß das einzelne Exemplar zu dick wird. Neue Zeitschriften entstehen, vom gleichen Genre wie das Muttermagazin, auf das gleiche Publikum abzielend - das sind die selektiven Gesichtspunkte.

⁸ Vgl. Stephan Müller-Doohm/Klaus Neumann-Braun: *Öffentlichkeit, Kultur, Massenkommunikation - Bezugspunkte für die Aktualisierung der Medien- und Kommunikationssoziologie*. In: Dies. (Hrsg.): *Öffentlichkeit, Kultur, Massenkommunikation. Beiträge zur Medien- und Kommunikationssoziologie*. Oldenburg 1991, 7-30, hier: 12-14. Bezeichnenderweise kommt es erst jetzt wieder zur Gründung einer Sektion „Medien- und Kommunikationssoziologie“ in der Deutschen Gesellschaft für Soziologie, nachdem das Thema Massenkommunikation in der deutschen Soziologie lange ein Schattendasein geführt hat.

⁹ Landesbibliothek Kiel, Signatur Nr. Cb 54.61: 1.2.08., 1.

¹⁰ Elisabeth Noelle-Neumann/Winfried Schulz/Jürgen Wilke (Hrsg.): *Publizistik, Massenkommunikation*. Frankfurt am Main 1989. (=Das Fischer-Lexikon), 100.

¹¹ Landesbibliothek Kiel, Signatur Nr. Cb 54.61: 1.2.08., 5.

¹² Theodor Geiger: *Kritik af Reklamen*. Kopenhagen 1943.

¹³ René König: *Über das vermeintliche Ende der deutschen Soziologie vor der Machtergreifung des Nationalsozialismus*. In: *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, 1/1984, 1-42, hier: 30.

¹⁴ Theodor Geiger: *Kritik der Reklame - Wesen, Wirkungsprinzip, Publikum*. In: *Soziale Welt*, 4/1987, 471-492 (dazu: Rainer Geißler/Horst Pöttker: *Anmerkungen zu Theodor Geigers „Kritik der Reklame“*. In: Ebd., 493-497); Theodor Geiger: *Die Genesis der Reklame*. In: *Publizistik*, 1987, 325-337 (dazu: Rainer Geißler/Horst Pöttker: *Theodor Geigers Geschichte der Werbung*. In: Ebd., 320-324); Theodor Geiger: *Die „Milchkuh“ der Presse. Hat Reklame positive Kultureffekte?* In: *medium*, 4/1988, 29-32 (dazu eine knappe redaktionelle Einführung auf Seite 29).

¹⁵ Vgl. genauer: Geißler/Pöttker, *Anmerkungen*.

te, die bestimmen, von welcher Sorte Menschen das Blatt gelesen werden soll. (...) Die neue Zeitschrift ist ein Anzeigenblatt und ihr redaktioneller Teil ist von entsprechender Qualität.¹⁶

Übertragen auf den Rundfunk hat man hier den kritischen Kommentar zu dem mittlerweile schon wieder etwas aus der Mode gekommenen Argument unserer Tage, eine Öffnung für private, ausschließlich werbefinanzierte Sender sei erforderlich für mehr Vielfalt bei den elektronischen Medien.

Die Anfangsdefinition Geigers lautet:

Reklame ist die mit geschäftlichem Eigeninteresse vor Augen ausgeübte suggestive Beeinflussung von Personen in Massen, um sie als Käufer für Waren oder Dienstleistungen auf dem öffentlichen Markt zu gewinnen.¹⁷

In dieser Definition zeigt sich eine für Geiger typische, aus der Tradition der Aufklärung gespeiste Abneigung gegen *unterschwellige* Einwirkungen auf das Bewußtsein. Im Umkreis der Kritischen Theorie ist in diesem Zusammenhang von „Massenbetrug“ durch die „Kulturindustrie“ die Rede¹⁸. Anders als Adorno setzt Geiger sich jedoch gründlich mit der Reklamefachliteratur auseinander, die er als Beleg für seine kritischen Thesen heranzieht. Kundigkeit, Sachlichkeit, Genauigkeit, Nüchternheit - diese Tugenden Geigers täten der Kritik an der überquellenden Werbung unserer Tage immer noch gut, die sich leicht in eine nur moralische, aber uninformierte Ablehnungshaltung hineinsteigert.

IV.

Paul F. Lazarsfeld hat nicht erst im nordamerikanischen Exil, sondern bereits Anfang der 30er Jahre in Österreich empirische Publikumsforschung betrieben. Seine Studie zur Hörserschaft der Wiener Radiogesellschaft RAVAG von 1932, bei der 110.312 Hörerinnen und Hörer dem Sender auf einen Fragebogen hin ihre Programmwünsche schrieben, war die Geburtsstunde der Rundfunknutzungs- und Rundfunkwirkungsforschung, die in unseren Tagen der Einschaltquoten-Konkurrenz eine ungeahnte quantitative Blüte erlebt.

Das 52-seitige Manuskript, in dem Lazarsfeld die Ergebnisse dargestellt hat, ist bis heute unpubliziert. Paul Neurath, der das Lazarsfeld-Archiv aufgebaut hat und leitet, hat den Text auf der Wiener Lazarsfeld-Tagung 1988 beschreiben¹⁹. Ich danke ihm, daß er mir

Einblick in diese frühe, aber für die gegenwärtige Medienforschung sowohl in methodischer wie in inhaltlicher Hinsicht immer noch anregende Arbeit gewährt hat.

Bemerkenswert ist vor allem, daß Lazarsfeld das Publikum nicht nur nach den Merkmalen „Alter“ und „Geschlecht“ differenzierte, wie es heute üblich ist, wodurch leicht der Eindruck entsteht, als sei der Umgang mit Medien im wesentlichen durch *naturgegebene* Verhaltensmuster geprägt. Lazarsfeld berücksichtigte darüberhinaus die Kategorie „Beruf“ und unterschied bei den Hörern Arbeiter, Gewerbetreibende, Angestellte, Intellektuelle und Landleute, bei den Hörerinnen Arbeiterinnen, Angestellte, Intellektuelle, Hausgehilfinnen und Hausfrauen²⁰. Ein Ergebnis dieser *soziologischen* Differenzierung: „Die Anteilnahme an aktuellen Ereignissen ist im Durchschnitt sehr stark vom intellektuellen Training abhängig.“²¹ Außerdem hat Lazarsfeld zwischen großstädtischer und ländlicher Hörserschaft unterschieden und dabei unter anderem festgestellt, daß Sprechsendungen außerhalb Wiens besonders unbeliebt waren²².

Diese Differenzierungsmerkmale lassen den Umgang mit Medien als ein Verhalten erscheinen, das von der *sozialen Position* des Rezipienten abhängig ist und durch Sozialisationsinflüsse verändert werden kann. Lazarsfelds Vorgehen förderte damit Grundeinsichten in die Beschaffenheit des Publikums, die nicht zuletzt den Medienmachern unserer Tage helfen könnten, sich aus ihrer lähmenden Fixierung auf die Einschaltquoten zu befreien und wieder zu einem Selbstverständnis als Kulturproduzenten zu gelangen, deren Produkte auf den Geschmack und die Mediengewohnheiten der Rezipienten Einfluß nehmen.

Weil Lazarsfeld *nicht nur* Medienforscher, sondern Sozialwissenschaftler mit breit angelegten Interessen und Kompetenzen war, war es für ihn schon vor 60 Jahren selbstverständlich, daß der Umgang mit Medien als soziales Handeln zu betrachten ist, dem ein subjektiver, beispielsweise auf das Verhalten der Kommunikatoren rückbezogener Sinn unterliegt. Diese Einsicht ist der Publizistikwissenschaft später großenteils verlorengegangen und muß heute mühsam wiedergewonnen werden, als sei sie eine Errungenschaft des wissenschaftlichen Erkenntnisfortschritts.

V.

Der Vergleich vergessener Texte Webers, Geigers und Lazarsfelds mit den Leistungen gegenwärtiger Medienforscher zeigt, daß die Kommunikationswissenschaft seit jenen Autoren in eine Horizontverengung hineingekrungen ist, die es wieder aufzubrechen gilt. Der Vergleich

¹⁶ Geiger, „Milchkuh“, 30. Als Reklamist bezeichnet Geiger „die Person, Institution oder Gruppe, die Reklame macht. Reklamant ist die Person, an die sich die Reklame wendet.“ Ebd., 29.

¹⁷ Ebd.

¹⁸ Max Horkheimer/Theodor W. Adorno: *Kulturindustrie. Aufklärung als Massenbetrug*. In: Dies.: *Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente*. 7. Auflage, Frankfurt am Main 1980, 108-150, hier 108.

¹⁹ *Hörerbefragung der Ravag*. Wirtschaftspsychologische Forschungsstelle, Wien 1932, unv. Manuskript, 52 Seiten. Dazu: Paul Neurath: *Paul Lazarsfelds Beitrag zu den Anfängen der Massenkommunikationsforschung*. In: Wolfgang R. Langenbacher (Hrsg.): *Paul F. Lazarsfeld. Die Wiener Tradition der empirischen Sozial- und Kommunikationsforschung*. München 1990 (= Schriftenreihe der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Bd. 16), 75-86.

²⁰ *Hörerbefragung der Ravag*, 20 ff., 30 ff.

²¹ Ebd., 27.

²² Vgl. ebd., 13.

legt gleichzeitig die These nahe, daß diese Horizontverengung der Preis für die Institutionalisierung einer besonderen Medien- und Kommunikationswissenschaft war, und er verweist damit auf die unvermeidlichen Schattenseiten der Ausdifferenzierung des Wissenschaftssystems.

Eine Erinnerung an die soziologischen Klassiker, die sie nicht nur wissenschaftsgeschichtlich oder gar nostalgisch betrachtet, sondern als Reservoir von Lernmöglichkeiten ernstnimmt, ist offenbar ein gangbarer Weg, um die verlorene Blickweite zurückzugewinnen. Diesen Weg zu beschreiten, erfordert eine Bedeutungsübertragung über eine Zeitspanne von bis zu einem Jahrhundert hinweg. Dies wäre eine *diachrone Kommunikationsleistung*, die die *Empfänger* der Bedeutung zu erbringen hätten. Kommunikationsgeschichte erweist sich damit selbst als besondere Art von Kommunikation, bei der die Empfängerkompetenz im Vordergrund steht.

HOLGER RUST

Dig where you stand

Erste Hinweise auf eine Archäologie der Theoriegeschichte.
Ein Beitrag zur Rundfrage „Neue Positionen zur Kommunikationsgeschichte“

Mittlerweile besteht kein Legitimationsbedarf mehr. Daß Kommunikationsgeschichte einen unerläßlichen Bestandteil der professionellen Sozialisation der einschlägigen Wissenschaftler darstellt, ist unbestritten. Gründe sind vielfältig ausgearbeitet und kontroverslos akzeptiert worden. Die Tagung der Deutschen und der Österreichischen Gesellschaften für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft 1987 in Wien hat eine flächendeckende Bestandsaufnahme geleistet. Ob in der Zwischenzeit „neue Positionen“ sichtbar geworden sind, ist hingegen offen. Die Haltung zur Kommunikationsgeschichte (und damit zur Geschichte der Kommunikationswissenschaft) ist von einem wohlwollend indifferenten Voluntarismus geprägt. Archivarische Freude und fallstudienartige Zeitreisen, die Porträtierung der Ahnen des modernen Journalismus, wenig methodologische Grundsatzdebatte, wie sie beispielsweise in der historischen Forschung diskutiert wird, und doch wieder auch hier und da enthusiastische Oral-History-Archäologie: Es bleibt die Frage nach einer eigenständigen Teildisziplin.

Um Mißverständnisse von vornherein zu vermeiden - diese Frage ist kein Plädoyer für die Segmentierung der Kommunikationswissenschaft. Im Gegenteil: Die Konzentration auf einen Teilaspekt erwirkt, wenn man auch die Wissenschaft plausibel als ein System in einem engmaschig vernetzten Kontext betrachtet, eine neue Wahrnehmung aller anderen Bereiche, namentlich der methodologischen und analytischen Sphären. Denn Wissenschaft lebt von der steten gegenwarts-, zukunfts- und vergangenheitsbezogenen Prüfung ihrer Aussagen. Um diese Prüfungen vollziehen zu können, muß die Geschichte dessen, was heute ist, erarbeitet werden, um die Bedingungsfaktoren des Vorfindlichen kennenzulernen. Nur auf diese Weise läßt sich in einem weiteren Schritt auch die Geschichte von morgen prognostisch erfassen. Die Frage nach einer eigenständigen Teildisziplin bedeutet daher die Relativierung aller kommunikationswissenschaftlichen Arbeit im Hinblick auf ihre Abhängigkeit von dem, was war. Das gilt für die Wissenschaft und ihren Vergesellschaftungsprozeß selbst und für die Erfassung ihres Gegenstandes, das heißt also der Wahrnehmung der Umfeldgeschichte.

Theorien sind nur zu begreifen, wenn die - um ein leider abgenutztes Wort zu gebrauchen - „zeitgeistlichen“ Umstände ihrer Entstehung sowohl alltagshistorisch als auch wissenschaftssoziologisch, medien-

politisch und im Hinblick auf die großen kultur- und zeithistorischen Linien der jeweiligen Epochen bekannt sind. Die Methode besteht zunächst einmal in der systematischen Archivierung der Umfeldbedingungen, unter denen die jeweils heute noch geltenden Theorien formuliert worden sind. Das heißt, die Methode besteht auch aus einer faszinierenden Reise durch Raum und Zeit. Die Frage ist zum Beispiel, was Chapel Hill im amerikanischen Bundesstaat North Carolina mit der Welt zu tun hat. Immerhin hat sich dort die Idee der „Agenda-Setting“-Funktion der Massenmedien zu einem theoretischen Konzept verdichtet, was dann globale Attraktivität erlangte. Was war in Chapel Hill, was war dort 1968? Wahlkampf zwischen Richard Nixon und Hubert Humphrey. Was zeichnete diesen Wahlkampf aus? War er anders als andere Wahlkämpfe zuvor? So ist es also notwendig, die Geschichte der amerikanischen Wahlkämpfe zu studieren, um die Eigenart oder die Routine dieses Ereignisses zu analysieren, um von dort dann das Konzept der Agenda-Setting zurückzuverfolgen und es, soweit das jeweilige Material es zuläßt, auf die Vergangenheit anzuwenden. Das gleiche gilt natürlich für andere Konzepte, etwa - um es pauschal auszudrücken - für den Ansatz der in den späten sechziger Jahren akzentuierten „Uses and Gratifications“-Forschung.

Diese zeitliche Vernetzung von Theorien und Konzepten ist bislang nicht geleistet. Das heißt, daß die Prüfung eines Gedankens - mit wenigen Ausnahmen - immer erst in der Folge seiner Entdeckung stattfand. Eine faszinierende Position der Forschung der Kommunikationsgeschichte und ihrer theoretischen Aufarbeitung entwickelt sich also aus der Wiederaufnahme der analytischen Verfahren längst vergangener Episoden. Auf diese Weise wird die Geschichte der Kommunikationswissenschaft angereichert und das Verständnis für die Theorie erweitert. Auf diese Weise wird auch deutlich, daß diese Kommunikationswissenschaft sich nicht in wilden Sprüngen und als Produkt der Zufallserfindlichkeit ihrer Protagonisten entwickelt, sondern in einem historischen Kontinuum. Das Problem entsteht erst dann, wenn dieses historische Kontinuum durch die Verweigerung der Lektüre der klassischen Arbeiten verleugnet wird. Es ist eine didaktische Notwendigkeit in der Ausbildung des wissenschaftlichen Nachwuchses, diesen historischen Kontextualismus zu vermitteln und ihn einzuüben. Damit vollziehen wir gewissermaßen die kulturanthropologische Selbstbetrachtung eines gesellschaftlich mittlerweile arrivierten Teilsystems. Gleichzeitig entwickelt sich eine größere Sensibilität für die Zusammenhänge der Mediengeschichte, die sich dann bald aus der kommunikationswissenschaftlichen Betrachtung zu einer kontextuellen Bestandsaufnahme der involvierten Ebenen der gesellschaftlichen, der politischen, der kulturellen, der technischen und der wirtschaftlichen Entwicklungen erweitert.

Diese Betrachtungsweise ist weniger komplex, als es sich hier anhört. Das liegt daran, daß sich die gesellschaftlichen, kulturellen, politischen, technischen und wirtschaftlichen Zeiterscheinungen jeweils am dichte-

sten in den medialen und kommunikativen Entwicklungen der unterschiedlichen Epochen zeigten. Auf der Reise durch die Orte, die durch kommunikationswissenschaftliche oder kommunikationssoziologische, manchmal auch journalistische oder gar belletristische Beschreibung und Analysen bekannt wurden, fügen sich die Beobachtungen der Medien nahtlos in die Beobachtungen der Zeitumstände; oder: Wenn aus der Sicht von Nicht-Kommunikationswissenschaftlern die Zeitumstände beschrieben wurden, zeigt die unvermeidlich eingeflochtene Position der Medien ihre repräsentative Bedeutung.

Die Verdichtung dieser kulturanthropologischen Methodologie auf die Soziologie der Massenkommunikation hat eine Epoche der Wissenschaft geprägt. In ihrem Zentrum stand und steht die Wahlstudie in Sandusky, Ohio im Erie County 1940, absolviert von Paul Lazarsfeld, Hazel Gaudet und Bernard Berelson. Was diese Studie aber zu bedeuten hat, unter welchen zeitgeistlichen Bedingungen die Idee vom „opinion leading“ und vom mehrstufigen Kommunikationsfluß zustandekam, welche Bedeutung dieser Ort, Sandusky, besaß, ob er repräsentativ war und was sich heute in ähnlichen Situationen abspielen würde - das sind Fragen, die sich nur mit einer retrospektiven Analyse beantworten lassen. Mit dieser retrospektiven Analyse beginnt ein faszinierendes Spiel - immerhin darf Wissenschaft auch als ein Sprachspiel zur Weltorientierung betrachtet werden. Wenn wir Sandusky in den Mittelpunkt stellen, wird mit Hilfe der Fragestellung einer kommunikationsgeschichtlichen Perspektive dieser Ort zu einem Gegenstand der soziologischen Überprüfung.

Den Kontext dieser Überprüfung, um nun auch exemplarisch und illustrativ zu argumentieren, lieferte Paul Lazarsfeld (in Zusammenarbeit mit Rowena Wyant) selbst, in einer sekundäranalytischen Studie über die Kommunikationskultur von 90 kleineren und größeren Städten der USA. Die Studie wurde 1937, also im ersten Jahrgang der *Public Opinion Quarterly* veröffentlicht. Untersucht wurde die „Galaxie der Medien“, um die kulturellen Niveaus unterschiedlicher Gemeinden auf der Grundlage von Indikatoren zu errechnen, die sich aus den Ansprüchen und der Gestaltung dieser Medien ergaben. Der mittlere Wert, die Durchschnittlichkeit war zu diesem Zeitpunkt bereits belegt: durch die Studien von Helen und Robert Lynd über das Städtchen Muncie in Indiana, „Middletown“. Die Lynds hatten lange gesucht und gerechnet, bis sie auf das durchschnittliche Ambiente des durchschnittlichen Amerika stießen. Und so entwickelte sich als eines der interessantesten Ergebnisse der Lazarsfeld/Wyant-Studie der Befund der Mittelmäßigkeit dieses „Middletown“ auch im Hinblick auf die Mediennutzung. Im Vergleich zu Lexington/Kentucky, Elmira/New York (wo später eine der Columbia Studien über den Einfluß der Medien auf das Wahlverhalten durchgeführt wurde), Williamsport in Pennsylvania, Aurora/Illinois, Bay City/Michigan, Stamford/Connecticut, Clifton/New Jersey, Waterloo/Iowa, Berwyn/Illinois und Portsmouth in Virginia, durchwegs Städte mit der gleichen Einwoh-

nerzahl wie Muncie von knapp 50.000, zeigte sich das „magazine reading“ für zehn verschiedene Titel als durchschnittlich.

„Es ist wirklich Middletown“, resumierten Lazarsfeld und Wyant. Das heißt, daß wir die von den Lynds 1924 und 1937 jeweils für ein Jahr bewohnte und beobachtete Stadt als Ausgangspunkt einer „Reise ins Innere Amerikas“ wählen könnten. So wie es damals in Muncie war, so war es mit geringeren Nuancen überall im Land in den kleineren Städten: selbstbezogen, provinziell, an der Schwelle zum Radiozeitalter, das die Phantasien eingrenzen würde. Aber die Mentalität, die Helen und Robert Lynd beschrieben, war so leicht nicht aus den Angeln der Tradition zu heben. Aber diese sah sich zunehmend in Konkurrenz zu den „neuen Medien“ der zwanziger und dreißiger Jahre, zum Phonographen und vor allem zum Radio. Es ersetzte, wie Bewohnerinnen und Bewohner des Städtchens berichteten, das Kino und das Lesen. Seine Allgegenwart führte zu pädagogischen Zweifeln. Ein Lehrer beklagte sich darüber, daß die Kinder abends zu lange aufblieben, um Radio zu hören und am nächsten Tag müde in der Schule erschienen. Man hörte Musik aus den Konzertsälen in Chicago, Los Angeles und Boston, und allmählich sickerte in die Provinz um die Main Street der Erfahrungsschatz einer weiteren Welt, vor allem bei den jungen Leuten, den Jugendlichen und den Kindern. Andererseits zeigte sich eine neue Bereitschaft, die Abende im Kreis der Familie zu verbringen, das heißt präziser: im Halbkreis. Denn auf den Fotos dieser Jahre sehen wir Vater und Mutter in den Sesseln neben dem Gerät und die Kinder hockend oder liegend auf dem Boden davor; meist betrachten sie das neue Medium, das ihr Leben so veränderte.

In den Drugstores fanden sich damals schon die Magazine, die heute noch verbreitet sind, oder zumindest ähnliche. *Cosmopolitan* und *Vogue* für den gehobenen Anspruch, *Needlecraft*, das verbreitete Handarbeitsheft für die Unterschichten, die *Saturday Evening Post* und das *American Magazine*. Sie wurden in Muncie, Indiana, 1924 und 1937 in der gleichen Weise benutzt, wie in den anderen Städten, die wir aus der Lazarsfeld-Untersuchung über die „90 cities“ kennen; und wie sie sich in den Feldstudien über das *Social Life in a Modern Community* bei W. Lloyd Warner in wunderschönen Tabellen darstellen.

Das Faszinierende an den Beschreibungen, den Antworten in den Interviews und an den Tabellen, die der ethnologischen Darstellung der eigenen Gesellschaft beigegeben sind, ist die Vertrautheit ihrer Aussagen. Wir sind es, die da beschrieben werden. Es sind unsere Erinnerungen an die vierziger und die fünfziger Jahre, als das Radio aufs Dorf und das Fernsehen in die Stadt kamen, zum Beispiel kurz vor Weihnachten 1948 nach Pichl bei Wels.

Alois Brandstetter beschreibt das historische Ereignis in seinen Erinnerungen:

Es war ein kalter Tag Anfang Dezember, als die Mutter mit dem 12-Uhr-Autobus aus Wels mit einem Radio heimkehrte. (...) Unser neues Radio war ein Apparat mit einer ausgeprägten Vorder- und Rückseite. Die Front war eine richtige Fassade, ein mit zwei kleinen hölzernen

Halbsäulen an den Ecken regelrecht architekturnäßig gestalteter Prospekt. (...) Das Gehäuse machte insgesamt einen sehr massiven Eindruck, es war Vollbau. Damals wurde von der Radioindustrie auch noch Tischler und Maler beschäftigt. Gestrichen war der Kasten wie ein feines Schlafzimmernmöbel.

Da die Mutter dem Verkäufer mitgeteilt hatte, daß der Vater vor allem die politischen Nachrichten, sie und die Kinder aber eher das Wunschkonzert hören würden, hatte der das Radio gleich auf die Wünsche der neuen Besitzer eingestellt:

Nachdem nun das neue Radio von uns allen gehörig bestaunt und eine Zeitlang ausprobiert worden war, sagte die Mutter, daß wir den Radio jetzt abdrehen und erst am heiligen Tag zu Mittag, wenn sie aus Rom den Segen des Heiligen Vaters übertragen, wieder einschalten wollen.

So fügte sich das Radio in die Kultur des religiös dominierten Alltagslebens, und sein Genuß zählte unzweideutig, wie das Kino, zu den „Lustbarkeiten, die einem Kirchengebot zufolge - wie das Hochzeithalten - zu den sogenannten geschlossenen Zeiten nicht angebracht waren,“ - es sei denn, die auf dem Krankenlager darniederliegenden Mitglieder der Kirchengemeinde nahmen über das neue Medium an der Messe teil, in Pichl bei Wels und in Muncie, Indiana, und im Süden Frankreichs, im Dörfchen Peyrane zum Beispiel am Fuße des Mont Ventoux in der Vaucluse.

Laurence Wylie, ein in einer Kleinstadt in Indiana aufgewachsener amerikanischer Romanologe mit grossem ethnologischen Geschick und der Gabe sensibler soziologischer Beschreibungen, lebte in den Jahren 1950 und 1951 in Peyrane, so wie die Lynds viele Jahre zuvor in „Middletown“, der durch und durch durchschnittlichen amerikanischen Kleinstadt. Auch Peyrane war durchschnittlich: „Man braucht nur die Statistiken des Institut national de la statistique et des études économiques zu studieren, um festzuhalten, daß die Vaucluse ein in jeder Hinsicht recht durchschnittliches Departement ist.“ Das Dorf, das Wylie für seine Studie wählte, „sollte weder zu nahe bei Paris noch bei einer anderen großen Stadt liegen, noch versteckt in einem abgelegenen Gebiet.“ So kam man auf die Vaucluse und schließlich auf das Dörfchen, dessen Leben uns in einem der schönsten Berichte über wissenschaftliche Reisen nahegebracht wird, das *Dorf in der Vaucluse - der Alltag einer französischen Gemeinde*, auf deutsch im Fischer Verlag 1969 erschienen und heute leider vergriffen. Die „Medien“, die erwähnt werden, sind das Radio, das Kino, das Café, vor allem das Café.

Bei der Betrachtung der Bilder, die dem *Dorf in der Vaucluse* im Anhang beigegeben sind, Bilder vom Boulespiel und von der Apéritifrunde, von der Feuerwehr und den pittoresken Häuschen, vom Klempner, vom Bürgermeister und von Monsieur Vincent, dessen Restaurant später einen Stern für gute Küche erhielt, fühlt der Leser sich an das Dörfchen St. Sévère im Departement Indre erinnert, wo wenige Jahre zuvor vom genialen Komiker Jacques Tati das „Schützenfest“ gedreht worden war. Auch in diesem Film spielen die Medien ihre wichtige Rolle: In einem Festzelt werden amerikanische Streifen gezeigt, unter anderem über die Post, die den bis dahin gemächlich seiner Routine folgenden Postler des Dörfchens aus der Ruhe bringt.

Die Bilder des Films und die Romane des Marcel Pagnol über das dörfliche Leben in der Provence (*Marcel* und *Die Wasser der Hügel*), weitere ethnologische Studien, unter anderem die Studie über *Chanzeaux - ein Dorf im Anjou* von Laurence Wylie, vermitteln den Eindruck, daß das alltägliche Leben und in diesem alltäglichen Leben die Medien kaum anders gehandhabt wurden als irgendwo sonst in vergleichbaren Dörfern und Städtchen und Städten der westlichen Welt. Vielleicht war die Entwicklungsgeschwindigkeit in den USA ein wenig größer. Aber wenn man sich spätere Arbeiten über „Middletown“ anschaut, dann hat sich eigentlich allzuviel nicht geändert: An der Oberfläche hat ein Modernisierungsprozeß zwar die Verhaltensweisen modifiziert. Doch die Grundwerte des Verhaltens haben überlebt.

Ein halbes Jahrhundert nach den Lynds reisten die Soziologen Theodore Caplow und Howard M. Bahr noch einmal nach Muncie, um die Einstellungen der Jugendlichen zu untersuchen. Es gab nur wenige grundlegende Unterschiede zu den peers der vergangenen Epoche. Die Haltung den Medien gegenüber, die man miteinander vergleichen konnte, gehörte nicht dazu. Man mißtraute den überregionalen Zeitungen weit mehr als den Regionalblättern, 1924 wie 1979, ganz gleich ob nun Frauen oder Männer, „blue“- oder „white-Collars“ oder Collegestudenten befragt wurden. Die standardisierten Formen der Alltagskommunikation dominierten. Aus ihnen heraus bestimmte sich die Rolle der Medien, die als repräsentative Organe den Alltag reflektieren. Wie weit die einzelnen Aspekte mit den Konzepten der „Agenda-Setting“-Forschung oder der „Uses and Gratifications“-Ansätze, der „Knowledge Gap“-Hypothese oder der Kultivierungstheorie beschrieben, erklärt und in ihrer Entwicklung verfolgt werden können, ist noch offen. Diese Arbeit ist noch zu leisten.

Aber eigentlich war das, was das „Middletown“-Remake zutage förderte - eine überdauernde Konventionalität des Alltagsverhaltens - schon ein Ergebnis, das sich bei Lazarsfeld, Gaudet und Berelson in Sandusky 1940 gezeigt hatte: Und was 1940 im Städtchen Sandusky am Eric-See diagnostiziert werden konnte, bestätigte sich acht Jahre später in Decatur, Illinois, und wiederum vier Jahre darauf in Elmira im Staat New York. Und es bestätigte sich noch einmal, rund vier Jahrzehnte später, als der Journalist und Pulitzerpreisträger J. Anthony Lucas vor den Präsidentschaftswahlen 1984 eine zeitlang in Mansfield, Ohio, zubrachte.

Mansfield hatte zu der Zeit etwa 54.000 Einwohner. Es liegt im Richland County, in dem in 48.100 Haushalten 129.600 Menschen leben, die über ein durchschnittliches Haushaltseinkommen von 22.700 Dollar jährlich verfügen. Sandusky hat heute etwa 31.000, Erie County in 29.400 Haushalten 80.600 Einwohner. Das mittlere Haushaltseinkommen beträgt 22.100 Dollar. Die Städte gleichen sich. Und sie gleichen sich in den vierziger Jahren, sodaß die Befunde, die Anthony Lucas 1984 niederschrieb, aus der gleichen Tradition resultierten, wie sie sich auch in Muncie, Decatur, Elmira, Newburyport und anderen Zielen der

kommunikationswissenschaftlichen Reisenden fand und findet.

Trotz der stark veränderten Mediensituation haben die Medien für die Wahlentscheidung offenbar keine herausragende Bedeutung. Die Menschen leben, wie Lucas berichtet, egozentrisch-individualistisch und durchschnittlich amerikanisch. Football am Samstagnachmittag ist das größte Ereignis des Universums, und noch heute erinnern sich die Alten an die gloriosen Siege der Mansfield Seniors in den dreißiger, vierziger und fünfziger Jahren, noch heute spricht man gelegentlich von jenem Oktoberabend im Jahre 1949, als die Mannschaft aus Mansfield den Gegner Massillon mit 16 zu 12 vom Platz fegte.

Von den Medien spricht man nicht, nicht einmal vom Fernsehen. Es gehört einfach dazu, beeinflußt aber die Entscheidung nicht sichtlich. Die Präferenzen für Politiker stammen aus der Arbeitssituation, sind von opportunistischen Erwägungen abhängig, von Traditionen und sozialen Bindungen. In J. Anthony Lucas' faszinierendem Bericht in *New York Times Magazine* entwickelt sich das Bild einer zwar modernen, aber dennoch irgendwie zeitlos auf sich selbst orientierten kleinen Stadt, wie sie heute das Modell für einen Sinclair-Lewis-Roman mit dem Titel *Main Street* abgeben könnte:

Mansfield besitzt die ganze Komplexität einer wirklichen amerikanischen Gemeinde. (...) Nur selten während meiner drei Besuche hörte ich, daß irgendjemand seine Position durch die Bedürfnisse von anderen definierte, oder durch die Bedürfnisse der Nation gesamt.

Ähnliche Bemerkungen finden wir bei Wylie in der Beschreibung Peyranes in den 50er Jahren, bei den Lynds für Middletown/Muncie 1924 und 1937 und bei Caplow und Bahr für dasselbe Middletown/Muncie im Jahre 1979; wir finden sie bei Lloyd Warner für Newburyport, Massachusetts, in den Vierzigern, in denen sich die Lektüre der Zeitschriften kaum von der unterschied, die Lazarsfeld und Rowena Wyant als durchschnittlich für die USA diagnostizierten.

Naturngemäß ist diese Illustration nicht vollständig. Sie bietet erste Hinweise auf die kontextuelle Rekonstruktion der Geschichte der Kommunikationswissenschaft und der Umfeldgeschichte der Kommunikationspraxis. Ihr Ziel ist die Archäologie der Theoriegeschichte. Denn jede Theorie ist die Kondensation einer Wirklichkeit - sie sollte es zumindest sein. So gilt also die Arbeit einer engagierten Kommunikationsgeschichtsforschung der flächendeckenden und systematischen Rekonstruktion. Ihr Ziel kann mit einem der ambitioniertesten Projekte der Ethnologie verglichen werden, mit einer einschlägigen Datenbank namens „Human Relations Area Files“ (HRAF). Diese Idee zu adaptieren und einen CRAF, einen „Communicative Relations Area File“ zu schaffen, erfordert natürlich eine Spezialisierung. Doch ist diese Spezialisierung, wie ich an der Illustration hoffentlich zeigen konnte, der ständige Bezug zur kommunikationswissenschaftlichen Arbeit insgesamt. Dabei sollten wir auch ein Gespür dafür entwickeln, daß Geschichte nicht immer alt sein muß, sondern täglich geschieht, und daß ohne die Bestandsaufnahme der jeweiligen Bedingungsfaktoren die Inter-

pretationen in die Irre gehen können. Beispiel „Spiegel TV“: Wir werden eine kommunikationswissenschaftliche Analyse der Akzeptanz dieses Produkts nicht leisten können, ohne daß die Tatsache mitgedacht wird, daß es ein politisches Oktroi war. Damit führt sich beispielsweise eine wirtschaftswissenschaftlich orientierte Behauptung ad absurdum, daß allein die Publikumsnachfrage zu einer pluralistischen Programmgestaltung führe. Theoretisch ist dieser Prozeß des angebotabhängigen Pluralismus als Sozialisationsgrundlage des Publikums oft vorgedacht worden. Das heißt, daß in diesen Fällen die Theorie der Wirklichkeit beziehungsweise einem Teil der Wirklichkeit vorausgegangen ist. Sie hat die aus der geschichtlichen Betrachtung gewonnene prognostische Kraft bewiesen, ähnlich wie im Falle der Diagnose vom „Decline of Mass Media“ durch den amerikanischen Soziologen Richard Maisel 1973 und die Forschung zur wachsenden Wissensluft anfang der siebziger Jahre, die heute von einer neuen Aktualität ist und sich mit Richard Maisels Segmentierungstheorie zu einem Erklärungsansatz der horizontalen Differenzierung unserer Gesellschaft in immer losere soziale Verbände verknüpfen läßt.

Die Konfrontation mit einer genuin historisch ausgerichteten Theorie, der der „Kultivation“ und des „Mainstreaming“ wird zeigen, daß wir es heute mit einer höchst seltsamen Situation der oberflächlichen Integration und der tiefergreifenden Segmentierung zu tun haben. Was bedeutet das? Wann hat dieser Prozeß begonnen? Und auf welche Weise muß der historisch gewachsene Theoriebestand neu arrangiert werden? Schließlich: Wie kann gesichert werden, daß wir den nachfolgenden Generationen von Kommunikationswissenschaftlern die Mühe ersparen, durch komplizierte Sekundär- und Metaanalysen das zu erreichen, was ein sorgsam angelegtes zeitgeschichtliches Gesamtarchiv, die CRAF, leisten könnte?

WINFRIED SCHULZ

Der t-Faktor in der empirischen Kommunikationsforschung

Ein Beitrag zur Rundfrage „Neue Positionen zur Kommunikationsgeschichte“

Sie sei ahistorisch, wird der empirisch-quantitativen Forschung oftmals von Kritikern vorgeworfen. Gemeint ist damit in erster Linie, daß Sachverhalte in bezug auf ihren Zustand zu einem bestimmten Zeitpunkt t empirisch-statistisch untersucht werden, ohne zu berücksichtigen, daß dieser Zustand nur ein Zwischenstadium zwischen den Zeitpunkten t-1 und t+1 beziehungsweise aller zurückliegenden Zeitpunkte t-n und aller zukünftigen Zeitpunkte t+n ist; ohne zu berücksichtigen, daß sich das Charakteristische des Zustandes t nur einigermaßen vollständig erfassen und erklären läßt, wenn man seine Entwicklung über t-n kennt, wenn man also historische Zusammenhänge herstellen, Ursachen und Hintergründe aufklären, Entwicklungen und Kontexte erkennen kann.

Tatsächlich können die meisten Methoden der empirisch-quantitativen Forschung dies nicht leisten, zumindest nicht in der ausgreifenden zeitlichen Perspektive und zeitlichen Komplexität, um den Ansprüchen historischer Forschung zu genügen. Das liegt zum einen an den äußerst strengen Anforderungen an die Datenerhebung bei der empirischen Methodik, die meist nur zu erfüllen sind, wenn der Forscher einen eigenen Zugang in „Realzeit“ zu seinen Untersuchungsobjekten hat, womöglich Reaktionen von ihnen verlangen muß. Alle reaktiven Verfahren - Interviews, Tests und experimentelle Untersuchungen - sind nur in der Gegenwart durchführbar und - streng genommen - nur für den Augenblick gültig. Zum anderen sind die meisten statistischen Verfahren, die für eine adäquate Auswertung der empirischen Daten in Frage kommen, ohne Zeitbezug. Sie gehen in der Regel von unconnecteden und zeitlich nicht definierten Mengen aus.

Dennoch ist der Faktor t nicht ganz und gar aus den empirischen Untersuchungen herausdefiniert.¹ Oft wird versucht, zeitliche Entwicklungen und historische Zusammenhänge wenigstens notdürftig einzubeziehen. Ein einfaches, wenn auch äußerst problematisches Verfahren besteht darin, von den Untersuchungsobjekten - konkret: von den Befragten im Interview - eine histori-

¹ Eine Reihe von Aspekten des Faktors Zeit in der Kommunikationsforschung, auf die wir an dieser Stelle nicht eingehen, diskutiert F. Gerald Kline: *Time in Communication Research*. In: Paul M. Hirsch/Peter V. Miller/F. Gerald Kline (Hrsg.): *Strategies for Communication Research*. Beverly Hills 1977, 187-204.

sche Rückbesinnung oder Rekonstruktion zu verlangen. Beispiel: „Sind Sie bei der letzten Bundestagswahl zur Wahl gegangen?“ „Welche Partei haben Sie damals gewählt?“ Der erfahrene Datenanalytiker weiß natürlich, daß eine solche Frage wenig über das tatsächliche Verhalten bei der letzten Wahl, sondern mehr über die gegenwärtige politische Stimmung aussagt.

Um eine objektive Aussage über die Vergangenheit zu erhalten, so daß diese beispielsweise für einen Zeitvergleich verwendet werden kann, muß ein zeitbezogenes Untersuchungsdesign eingesetzt werden. Die in dieser Hinsicht ergiebigsten Methoden sind das Panel- und das Zeitreihendesign. Beim Panel werden dieselben Erhebungen an denselben Untersuchungsobjekten zu verschiedenen Zeitpunkten vorgenommen. Eine Rückbesinnung oder zeitliche Rekonstruktion erübrigt sich beim Panel, da die frühere Messung objektiv vorliegt und mit späteren verglichen werden kann. Das Paneldesign, von Paul Lazarsfeld für seine berühmte Erie-County-Studie 1940 erfunden und danach bald wieder in Vergessenheit geraten, hat seit den ausgehenden sechziger Jahren zunehmend an Bedeutung in der Kommunikationsforschung gewonnen. Allein von den zwölf Studien im DFG-Schwerpunkt „Publizistischen Medienwirkungen“ verwendeten zehn ein Paneldesign.²

Das Paneldesign birgt allerdings eine Reihe von methodischen Problemen. Das unangenehmste ist die sogenannte Panelmortalität, das heißt der Ausfall von Befragten im Laufe der Wiederholungsbefragungen, so daß die Stichprobe nicht nur kleiner, sondern auch immer untypischer wird. Dieses Problem begrenzt die Einsatzmöglichkeit des Panels über historisch lange Zeiträume. Es gibt allerdings Beispiele für Panels, die über viele Jahre angelegt sind.³ Noch mehr wird die Einsatzmöglichkeit des Panels dadurch begrenzt, daß es nur eine beschränkte Anzahl von Variablen umfassen kann und daß diese prospektiv - also im Hinblick auf künftige Entwicklungen und Auswertungen - ausgewählt werden müssen. Was in einer früheren Panelwelle nicht gemessen wurde, kann in einer späteren nicht zeitvergleichend ausgewertet werden. Retrospektive Untersuchungen, wie sie für die historischen Forschungen typisch sind, lassen sich mit Panels nur dann durchführen, wenn die für eine Analyse von später aufkommenden Fragestellungen erforderlichen Variablen zufällig (oder vorausschauend) in frühere Panelerhebungen bereits einbezogen wurden.

Beide Probleme - Mortalität und Variablenbeschränkung - spielen eine weit geringere Rolle bei Er-

hebungen mit nonreaktiven Verfahren. Das für die Kommunikationsforschung wichtigste nonreaktive Erhebungsverfahren ist die Inhaltsanalyse. Da es in den Gesellschaften, für die sich Kommunikationsforscher meist interessieren, seit langem üblich (und oft sogar gesetzlich vorgeschrieben) ist, Medienprodukte sorgfältig und lückenlos zu archivieren, können inhaltsanalytische Untersuchungen auch über historisch lange Zeiträume, anhand einer Vielzahl von Variablen und mit retrospektiv entwickelten Fragestellungen durchgeführt werden. Ein hervorragendes Beispiel für eine solche historisch orientierte, empirisch-quantitative Untersuchung ist die Nachrichtenanalyse über vier Jahrhunderte von Jürgen Wilke.⁴ Leider gibt es bisher viel zu wenig derartige Untersuchungen. Und leider ist es auch bisher nicht möglich, auf die Archive der Rundfunkanstalten zuzugreifen und die Funkmedien in ähnlicher Weise wie die Printmedien historisch-retrospektiv zu untersuchen.

Neben den Medienarchiven gibt es eine Reihe anderer Datenquellen, die für eine historisch orientierte, empirisch-quantitative Forschung herangezogen werden können. Zuallererst sind hier die archivierten Datensätze zu nennen, die in Deutschland über das Zentralarchiv für empirische Sozialforschung in Köln allgemein zugänglich sind.⁵ Etliche davon sind unmittelbar oder doch mittelbar kommunikationsgeschichtlich relevant, so beispielsweise die Leseranalen beziehungsweise Media-Analysen der Arbeitsgemeinschaft Lesersanalyse/Media-Analyse. Leider ist eine der interessantesten Studien, der auf einen längeren Zeitreihenvergleich angelegte ALLBUS des Zentrums für Umfragen, Methoden und Analysen (ZUMA) Mannheim, bisher völlig blind für das wichtige Kulturphänomen Massenkommunikation.

Die Berücksichtigung des Faktors t in der empirischen Kommunikationsforschung ist inzwischen auch durch einige wichtige Neuerungen auf dem Gebiet der statistischen Analysemethodik interessant geworden. Diese Neuerungen betreffen zeitbezogene Daten, insbesondere die Verfeinerung der Panelanalyse und die Entwicklung von spezifischen Methoden der Zeitreihenanalyse. Die „klassische“ Panelanalyse hat in letzter Zeit wesentliche Impulse durch die Analyse linearer Strukturbeziehungen nach dem LISREL-Modell erhalten. Der besondere Vorzug des LISREL-Modells für die Analyse von Paneldaten besteht darin, daß es sehr komplexe, zeitbezogene Beziehungssysteme statistisch handhabbar macht und quantitative Parameterschätzungen auch unter den unvollkommenen

² Vgl. Winfried Schulz (Hrsg.): *Medienwirkungen. Einflüsse von Presse, Radio und Fernsehen auf Individuum und Gesellschaft*. Weinheim 1992, insbes. 299 ff.

³ Vgl. etwa: Hilde Himmelweit u.a.: *How Voters Decide. A Longitudinal Study of Political Attitudes and Voting Extending over Fifteen Years*. London 1981; Karl Erik Rosengren/Sven Windahl: *Media Matter. TV Use in Childhood and Adolescence*. Norwood/New York 1989.

⁴ Jürgen Wilke: *Nachrichtenauswahl und Medienrealität in vier Jahrhunderten. Eine Modellstudie zur Verbindung von historischer und empirischer Publizistikwissenschaft*. Berlin/New York 1984.

⁵ Vgl. Zentralarchiv für empirische Sozialforschung (Hrsg.): *Daten der empirischen Sozialforschung. Datenbestandskatalog des Zentralarchivs mit Beschreibungen von Daten der empirischen Sozialforschung von 1945 bis 1990 und Daten der historischen Sozialforschung*. Frankfurt am Main/New York 1991.

Meßbedingungen liefert, wie sie im Bereich der Sozialforschung üblich sind. Die Untersuchung von Helmut Scherer über Massenmedien und Meinungsbildung liefert dafür ein hervorragendes Beispiel.⁶

Der forschungsökonomische Einsatz von LISREL und Zeitreihenanalysen wurde erst durch die jüngsten enormen Fortschritte der Computertechnik ermöglicht. Die komplexen und statistisch aufwendigen Methoden der Zeitreihenanalyse sind beispielsweise Bestandteil des Statistikpakets SPSS/PC+, das auf jedem halbwegs ausgerüsteten Personalcomputer läuft. Damit ist es möglich, nicht nur Originaldatensätze etwa aus dem Kölner Zentralarchiv, sondern auch selbst erstellte Zeitreihen aus allgemein zugänglichen Sekundärquellen wie etwa IVW-Listen oder Statistischen Jahrbüchern zu analysieren.

Die Logik der quantitativen Zeitreihenanalyse ist, genau besehen, eine ziemlich gute Operationalisierung der historischen Forschungsmethode. Die Betrachtung ist auf die zeitliche Veränderung einzelner oder mehrerer Phänomene gerichtet. Dabei interessieren insbesondere Abweichungen von stationären Zuständen oder zufällig schwankenden Verläufen. In der statistischen Zeitreihenanalyse werden solche Abweichungen unter anderem mit Hilfe der Autokorrelation quantitativ beschrieben. Die Autokorrelation drückt den Zusammenhang zwischen den verschiedenen zeitlichen Zuständen des untersuchten Phänomens aus. Je geringer die Autokorrelation, desto geringer die zeitliche Kontinuität, das heißt desto geringer der historische Wandel.

Autokorrelationsfunktionen, Veränderungsraten, Periodizitäten und andere Parameter spezifizieren die Veränderungen in einer Zeitreihe sehr präzise. Auf dieser Grundlage lassen sich unter anderem folgende Analysen vornehmen:

a) Die exakte Beschreibung („Modellierung“) eines historischen Prozesses: Auf dieser Grundlage kann eine Prognose über die zukünftige Entwicklung des untersuchten Phänomens abgegeben werden; es ist ferner möglich zu entscheiden, wie ähnlich die Entwicklung von zwei oder mehr verschiedenen Phänomenen in der Vergangenheit gewesen ist.

b) Der Einfluß „kritischer“ Ereignisse oder „Interventionen“ auf die Entwicklung eines Phänomens: Ein solcher, für die historische Forschung ganz typischer Ansatz zur Erklärung von Trendwenden, sozialen Umbrüchen oder Diskontinuitäten läßt sich logisch stringent durchführen.

c) Der Kausalzusammenhang zwischen zwei oder mehreren historischen Prozessen: Mit der Methode der Kreuzkorrelationsanalyse von Zeitreihen läßt sich das

Verhältnis von Ursache und Wirkung so gut wie mit kaum einer anderen Methode überprüfen.⁷

Voraussetzung für solche Analysen ist, daß sich die zu untersuchenden Phänomene in quantitativen Indikatoren manifestieren, die über die interessierenden Zeiträume hinweg einigermaßen lückenlos dokumentiert sind. Viele aussagekräftige und gut dokumentierte Indikatoren für kommunikationsgeschichtliche Prozesse finden sich in den gängigen Katalogen, Jahrbüchern und in den oben schon erwähnten Quellen und Archiven. Manches, was auf den ersten Blick als nicht quantifizierbar erscheint, läßt sich durch sehr simple Operationen in Daten überführen, die den Anforderungen für die statistische Zeitreihenanalyse genügen, etwa durch Aggregation (Aufsummierung), Prozentuierung oder Umformung in einen Wahrscheinlichkeitsausdruck.

Eine zweite Voraussetzung ist zu nennen, die auf das zur Zeit vielleicht noch größte Hindernis für die hier diskutierte Methodenverknüpfung verweist: Das Vorurteil, historische und empirisch-quantitative Forschung seien etwas Grundverschiedenes, muß endlich ausgeräumt werden.

⁶ Helmut Scherer: *Massenmedien, Meinungsklima und Einstellung. Eine Untersuchung zur Theorie der Schweigespirale*. Opladen 1990.

⁷ Vgl. dazu: Winfried Schulz: *Fernsehen und politisches Interesse. Eine Zeitreihenanalyse*. In: Heinz Bonfadelli/W.A. Meier (Hrsg.): *Publizistikwissenschaft und die Themen unserer Zeit. Festschrift für Professor Dr. Ulrich Saxer*. Konstanz (im Druck).

JÜRGEN WILKE

Die Diagnose gilt noch

Die Befunde zur Rundfrage von 1987 sind
nach wie vor aktuell.

Ein Beitrag zur Rundfrage „Neue Positionen
zur Kommunikationsgeschichte“

Eingeklemmt zwischen den Lehrveranstaltungen eines zu Ende gehenden Semesters, den Aufgaben als geschäftsführender Leiter eines großen Universitätsinstitutes und einer abzuarbeitenden Liste bereits längst (über-)fälliger Manuskripte, ist es mir nicht möglich, in der zur Verfügung stehenden Zeit eine ausführliche Antwort auf die Rundfrage abzugeben, auch wenn nur fünf bis zehn Seiten erbeten wurden. Zudem ist meine Empfindung in bezug auf die Rundfrage zwiespältig. Zum einen finde ich die Initiative verdienstvoll und dankenswert, weil sie darauf insistiert, sich über Fortschritte in der Kommunikationsgeschichte klar zu werden und Rechenschaft zu geben. Andererseits liegt die letzte, von *Medien & Zeit* in Heft 3/1987 publizierte Rundfrage kaum ganze fünf Jahre zurück. Ist dies Zeit genug, um zu einer Diagnose zu gelangen, die sich von der des Jahres 1987 unterscheidet?

Ehrlich gesagt, ich glaube nein. Meine damaligen Feststellungen und die der Kollegen, die ich großenteils teile, scheinen mir noch immer zutreffend. Grundlegend hat sich nicht viel verändert, aber das war auch nicht zu erwarten. Meine Vermutung, daß zahlreiche der Beiträge zur Wiener Tagung und dem Sammelband *Wege zur Kommunikationsgeschichte* nur einen einmaligen „Ausflug“ in dieses Gebiet gemacht hatten, hat nicht getrogen. Der Kreis derer, die sich laufend mit kommunikationsgeschichtlichen Themen befassen, ist nach wie vor klein, zumindest in Deutschland. In Österreich ist dies wohl etwas anders, wie man gerade an *Medien & Zeit* ablesen kann. Auch die kollektiven Bemühungen sind, von den bereits damals bekannten abgesehen, nicht vorangekommen. Einen Rahmen könnte jetzt vielleicht die Sektion Kommunikationsgeschichte innerhalb der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPK) sein. Aber auch dort tut man sich schwer, wie die Diskussion bei der letzten Jahrestagung 1991 in Bamberg 1991 gezeigt hat.

Natürlich sind in den letzten Jahren eine Reihe interessanter medien- und kommunikationsgeschichtlicher Untersuchungen erschienen, auch wieder in angrenzenden Fächern. So weit ich sehe, fügen sie sich aber noch nicht in einer Weise zusammen, daß man von „neuen Positionen“ sprechen könnte. Nach wie vor fehlt der Versuch einer zumindest vorläufigen Synthese.

Meine zwiespältige Empfindung in bezug auf die Rundfrage rührt aber noch aus etwas anderem: Und

zwar möchte ich die Zahl diagnostizierender und postulierender Beiträge zur Medien- und Kommunikationsgeschichte nicht weiter vermehren. Wichtiger erscheint mir und die Zeit lohnender, wirklich Medien- und Kommunikationsgeschichte zu betreiben. Ich habe dies auch in den letzten fünf Jahren getan, ohne mich auf diesen Bereich zu beschränken. Denn andere kommunikationswissenschaftliche Themen interessieren und beschäftigen mich auch. Ist es daher erlaubt, auf die Rundfrage statt mit einer Stellungnahme mit einer persönlichen Bibliographie jener eigenen Schriften aus den vergangenen fünf Jahren zu antworten, die in den Umkreis der Medien- und Kommunikationsgeschichte gehören? Dies kennzeichnet vielleicht besser als irgendein grundsätzliches Statement, worin der eigene Beitrag zu diesem Arbeitsgebiet besteht. Das Spektrum der Arbeiten reicht von der Geschichte der Kommunikationswissenschaft über eine Positionsbestimmung hin zu einer Reihe von Einzelstudien. Sie haben zum Teil konventionell-biographischen Charakter, sind überwiegend aber bestimmt von der Absicht, historische und theoretische Fragestellungen zusammenzuführen. Dies gilt insbesondere für den Versuch, Geschichte als Kommunikationsereignis zu beschreiben.

Diese persönliche Bibliographie mag als Ausweis der eigenen Forschungsarbeit vielleicht auch deshalb willkommen sein, weil die Beiträge teils etwas abgelegen publiziert sind, teils aber erst noch erscheinen werden. Insofern enthält diese Bibliographie partiell auch Versprechungen, deren rasche Erfüllung aber nicht vom Autor, sondern von den Editoren der jeweiligen Sammelbände abhängt:

1. *Zeitungen und ihre Berichterstattung im langfristigen internationalen Vergleich.* In: *Presse und Geschichte II. Neue Beiträge zur historischen Kommunikationsforschung.* München u.a.: K.G. Saur 1987, S. 287-305.
2. *Foreign News Coverage and International News Flow over three Centuries.* In: *Gazette*, 39/1 1987, S. 147-180.
3. *Die periodische Presse im Kaiserreich.* In: *Archivf. Geschichte des Buchwesens*, 31/1 1988, S. 221-230.
4. *Die vorrevolutionäre Publizistik. Wege, Orte, Personen.* In: Hans Maier/Eberhard Schmitt (Hrsg.): *Wie eine Revolution entsteht.* Paderborn u.a.: Schöningh 1988, S. 23-41.
5. *Geschichte als Kommunikationsereignis - dargestellt an der Französischen Revolution.* In: Johannes Gutenberg-Universität Mainz (Hrsg.): *Antrittsvorlesungen.* Bd. 4. Mainz 1989, S. 103-125.
6. *Im Dienst von Pressefreiheit und Rundfunkordnung. Zur Erinnerung an Kurt Häntzschel aus Anlaß seines hundertsten Geburtstages.* In: *Publizistik*, 34/1 1989, S. 7-28.
7. *Geschichte als Kommunikationsereignis. Der Beitrag der Massenkommunikation beim Zustandekommen historischer Ereignisse.* In: Max Kaase/Winfried Schulz (Hrsg.): *Massenkommunikation. Theorien, Methoden, Befunde* (= Sonderheft 30 der *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*). Opladen: Westdeutscher Verlag 1989, S. 57-71.
8. *Paul Lazarsfeld und die Geschichte.* In: Wolfgang R. Langenbacher (Hrsg.): *Paul F. Lazarsfeld. Die Wiener Tradition der empirischen Sozial- und Kommunikationsforschung.* München: Ölschläger Verlag 1990, S. 177-192.
9. *Realität und Medienrealität: Zur Auswahl und Präsentationen von Nachrichten im Wandel der Geschichte.* In: Gerhard Brunn/Jürgen Reulecke (Hrsg.): *Berlin ... Blicke auf die deutsche Metropole.* Essen: Hobbing Verlag 1989, S. 29-43.

10. *History as a Communication Event: The Example of the French Revolution.* In: *European Journal of Communication*, 4/1 1989, S. 375-391.
11. *Historische Forschung in der Publizistikwissenschaft.* In: Jürgen Wilke (Hrsg.): *Fortschritte der Publizistikwissenschaft.* Freiburg, München: Alber Verlag 1990, S. 57-67.
12. *Auf dem Wege zur „Großmacht“: Die Presse im 19. Jahrhundert.* In: *Das 19. Jahrhundert. Sprachgeschichtliche Wurzeln des heutigen Deutsch* Hrsg. v. Rainer Wimmer. Berlin, New York: de Gruyter 1991, S. 73-94.
13. *Cinematography as a Medium of Communication: The Promotion of Research by the League of Nations and the Role of Rudolf Arnheim.* In: *European Journal of Communication*, 6/1 1991, S. 337-353.
14. *Telegraphenbüros und Nachrichtenagenturen in Deutschland. Untersuchungen zu ihrer Geschichte bis 1949.* München u.a.: K.G. Saur 1991 (als Herausgeber).
15. *Die Entdeckung von Meinungs- und Pressefreiheit als Menschenrechte im Deutschland des 18. Jahrhunderts.* Erscheint in: Diethelm Klippel (Hrsg.): *Naturrecht im 18. Jahrhundert.* Hamburg: Meiner.
16. *Der nationale Aufbruch der Befreiungskriege als Kommunikationsereignis.* Erscheint in: Ulrich Herrmann (Hrsg.): *Volk - Nation - Vaterland.* Hamburg: Meiner.
17. *Die Berichterstattung über die Amerikanische Revolution in der deutschen Presse. Untersucht am Beispiel des Hamburgischen Unparteiischen Correspondenten.* Erscheint in: *La Révolution Americaine dans la Presse Allemande.* Publié sous la Direction de Jean Moes. Paris: Didier.

KREATIVITÄT AUS DER KRISE

Konzepte zur gesellschaftlichen Kommunikation in der ersten Republik
Festschrift für Marianne Lunzer-Lindhausen

Herausgegeben von Wolfgang Duchkowitzsch, Hannes Haas und Klaus Lojka

1991, 264 Seiten, div. Abb., brosch., öS 295,-, Hörerpreis öS 195,-

L I T E R A S UNIVERSITÄTSVERLAG
A-1090 Wien, Berggasse 4, Tel. 0222/310 56 66-68, Fax 0222/310 56 66-21

Rezensionen

ANDREA GRAF: *Zur Politik des Weiblichen. Beiträge zur Innenwelt und Außenwelt*. Wien: Verlag für Gesellschaftskritik 1990. 215 Seiten.

Im ersten Teil des vorliegenden Sammelbandes "Politische Entwürfe und Handlungsmöglichkeiten" zeigen acht Autorinnen, daß Frauen von öffentlichen Machtzentren, der Politik und der Wirtschaft, ausgegrenzt sind und was Frauen daran hindert, ihre potentielle Macht als sozialer Reproduktionsfaktor in offensives, interessenspolitisches Handeln umzusetzen.

Sowohl die politischen und historischen Beiträge, als auch die psychoanalytischen Auseinandersetzungen verdeutlichen das Anliegen dieses Buches: Die Geschlechterproblematik wird nicht bloß anhand patriarchaler Strukturen aufgezeigt, sondern die sozialen Differenzen von Mann und Frau werden wissenschaftlich hinterfragt.

Vor diesem Hintergrund beleuchtet Barbara Schaeffer-Hegel die Folgen des nur für Männer geltenden Gleichheitsprinzips. Sie reflektiert in ihrem Essay *Perversion der Liebe und Politik der Vernunft - Zur philosophischen und pragmatischen Grundlegung des neuzeitlichen Politbegriffes* historisch-philosophisch die Ursachen des passiven Frau-Seins und hält als Fazit fest: "Der politische Diskurs der Aufklärung - (...) - ist noch nicht zu Ende gedacht." (S. 30) Frauen ist das Recht auf Selbstbestimmung ihres Körpers, das Recht auf Unantastbarkeit ihrer Würde und das Recht auf Notwehr zuzubilligen.

Die Hierarchielosigkeit und Strukturlosigkeit innerhalb der Frauenbewegung beschreibt Eva Kreisky in ihrem Beitrag *Bürokratisierung der Frauen - Feminisierung der Bürokratie*. Kreisky spricht sich dabei für die Feminisierung der Bürokratieforschung, sowohl in einem quantitativen, als auch qualitativen Sinne aus. Ausgehend von verwaltenden Männerbastionen stellt sie fest, daß "main" und "male-stream" in der Verwaltungs- und Bürokratieforschung lediglich die politisch-bürokratische Herrschaft im Sinn haben; die Geschlechterdifferenzierung komme in dieser "männlichen Ethik" nicht zur Sprache. Die Ausgrenzung der Frauen von bürokratischer Macht führe zu einer verkürzt dargestellten Aburteilung: Bürokratie ist gleich "Männerbund". Der Terminus "Männerbund" ist jedoch zur Zeit mit Vorbehalt zu betrachten und bedarf noch einer inhaltlichen Präzisierung, wie Kreisky, die an einer wissenschaftlichen Analyse des Begriffs "männerbündisch" arbeitet, anläßlich eines Vortrages am Institut für Wissenschaft und Kunst im Jänner dieses Jahres betonte. Eine differenzierte Skizzierung der Charakteristika steht jedenfalls noch aus.

Kreisky hebt in ihrem Essay deutlich hervor, wo Frauen - aber auch Männer - machtlos sind und was Entidealisierung mit Formen von (Ver-)Bürokratisierung zu tun hat: "Wenn Frauen sich in Konflikten zur Wehr setzen, so wird ihre Wortmeldung nicht selten 'personalisiert', indem sie vergeschlechtert wird." (S. 46)

Der historische Beitrag *Trümmerfrauen - ein kurzes Heldinnenleben. Nachkriegsgesellschaft als Frauengesellschaft* schildert, wie schwierig es für Frauen und Männer war, mit der Situation nach dem Zweiten Weltkrieg umzugehen. Drei Gruppen von Frauen (Jahrgänge vor 1914, von 1914-1925 und nach 1925) wurden dazu im Oral-History-Teil des Projekts *Frauen im Wien der Nachkriegszeit* unter der Leitung von Erika Weinzierl, aus dem die in diesem Sammelband publizierten Auszüge der Interviews stammen, befragt. In der unmittelbaren Nachkriegszeit wurden Frauenfragen zu Lebensfragen der gesamten Gesellschaft. Frauen hatten während des Krieges gesellschaftliche Machtpositionen erlangen können. Die damals den Frauen plötzlich offerierten Freiräume waren jedoch bald wieder verloren.

Daß Räume von Frauen für Frauen erkämpft werden müssen, zeigen auch ganz deutlich die Beiträge von Helga Hoffmann (*Teilnehmen und Teilhaben. Frauenbewegungen in Österreich. Eine Betrachtung*) und von Erica Fischer (*Was haben wir erreicht? Ein ungeordneter Streifzug durch zwei Jahrzehnte autonomer Frauenbewegung*).

Unter dem Titel "Frauenmacht und -ohnmacht aus psychoanalytischer Sicht" wird dann im zweiten Teil des Buches der Bedeutung des weiblichen Geschlechts nachgegangen und erörtert, was hinter dem Mythos der weiblichen Opferrolle steckt und was der Frau/Mann-Unterschied gesellschaftlich und kulturell für Frauen bewirkt.

Ein besseres Verständnis dieses Verhältnisses von Frauen und Macht liefern die Methoden der Psychoanalyse. Eveline List beschreibt den Zusammenhang von *Frauenmacht und Psychoanalyse*. Macht drückt das Verhältnis zwischen Menschen aus; Psychoanalyse begreift Macht durch frühkindliches Geschehen und menschengeschichtliche Entwicklungen. Individuelle und kollektive Motive steuern Impulse zur Auseinandersetzung mit der äußeren Welt. Phantasien und menschliche Symbolisierungsfähigkeit ermöglichen Lustgewinn, wie auch die Distanzierung und Verdrängung von Grunderfahrungen. Ein zentrales Symbol für jeden Menschen, für seine individuellen Erfahrungen und ein für beide Geschlechter zentrales Objekt der Macht ist die Mutter. Diesen Umstand thematisiert List dann in ihrem zweiten Aufsatz *Heldennutter versus Domina - Frauenmacht in Mythos und Kultur*, in dem sie den phantasmatischen Gehalt von Leitbildern realer Herrschaftsverhältnisse hinterfragt.

Wie Andrea Graf mit Recht im Vorwort festhält, wird der Kampf gegen die Benachteiligung von Frauen nicht von Männern ausgehen (S. 7). Wenn sich die Frauen nicht selbst befreien, werden die Grauzonen innerhalb des öffentlichen Geschlechterverhältnisses niemals zum Thema. Anstatt zu reagieren müssen Frauen endlich agieren; denn der "postmoderne Mann" ist, so stellte etwa Johanna Dohnal jüngst im Standard (7.2.1992, S. 6) fest, im Kommen. Bücher wie *Eisenhaus* von Robert Bly kennzeichnen diesen Trend und propagieren das chauvinistische Wunschdenken, demzufolge sich die Frauenbewegung nunmehr endgültig überlebt hätte: Die Frauen hätten es doch geschafft; nun sei die Ära des Postfeminismus - was auch immer das heißen mag - angebrochen.

Eva Kölblbacher

KURT KAINDL (Hrsg.): *Fotoseite. Kommentierte Beiträge zur Fotografie aus der Wiener Zeitung EXTRA*. Salzburg: Edition Fotohof im Otto Müller Verlag 1990, 157 Seiten mit rd. 500 Abb.

Ein paar kleinere Fotografien, vor allem aber die auch international renommierte Zeitschrift *Camera Austria* und die vom Fototheoretiker Carl Aigner jüngst gegründete Fotozeitschrift *Eikon*; eine Schar international erfolgreicher Künstler und Künstlerinnen, eine Handvoll engagierter und hochmotivierter, aber kaum durch entsprechende Forschungsmittel unterstützter Fotoforscherinnen und Fotoforscher: So überschaubar ist die Fotoszene in Österreich.

Auch wenn sich in den letzten Jahren vereinzelt Hoffnungsschimmer bemerkbar machen, bleibt doch unbestritten, daß eine international vergleichbare öffentliche Beschäftigung mit dem Medium Fotografie hierzulande fehlt. (Von einem „Monat der Fotografie“ wie etwa in Frankreich ganz zu schweigen.)

Tageszeitungen wie der *Standard (Foto-Album)* und die *Wiener Zeitung* mit einer seit 1984 regelmäßigen Fotoseite in der Wochenendbeilage *Extra* leisten da wichtige Dienste, indem sie ein Forum zur kritisch-intellektuellen Auseinandersetzung mit klassischen und jüngeren Aufnahmen bereitstellen. Über die Monate und Jahre entstehen so Blätter für ein Schau- und Lesebuch der Fotografie. Ein solches liegt mit diesem Band, der 150 Beiträge und 500 Fotos, die zwischen 1984 und 1990 die Fotoseite der *Wiener Zeitung* füllten, nunmehr vor.

Die Grundidee der Fotoseite ist es, ausgewählte Aufnahmen vorzustellen und zu interpretieren, mit didaktischer Absicht kunstfotografische Positionen zu erklären, dazu wichtige fotohistorische Entwicklungen nachzuzuzeichnen und damit der künstlerischen Eigenständigkeit des Mediums entsprechende Konturen zu verleihen. Im Laufe der Jahre wurde die Fotoseite zunächst vom Wiener Fotografen Leo Kandl (1984-1986), dann vom Salzburger Medienwissenschaftler und Herausgeber dieses Buches, Kurt Kaindl, betreut. Seit verganginem Jahr hat der Fotograf und Sozialwissenschaftler Willy Puchner die redaktionelle Leitung dieser Seite übernommen. Im Laufe der Jahre publizierten darin eine Reihe österreichischer FotohistorikerInnen und -soziologInnen.

Die Seiten wurden so übernommen, wie sie in der Zeitung erschienen sind. Das geht zwar bei manchen Bildern zu Lasten der wiedergabequalität, insgesamt aber entsteht so ein authentischer Eindruck von der ursprünglichen Anmutung. Es sind (gelegentlich) eine, meist jedoch zwei oder mehr S/W-Fotografien auf einer Seite abgedruckt. Dazu finden sich interpretierende Texte oder Interviews in unterschiedlicher Länge.

Im Mittelpunkt steht dabei die Beschäftigung mit Geschichte und Entwicklung der österreichischen Fotografie, aber auch internationale Beispiele kommen bei der Auswahl nicht zu kurz. Wenn auch die Präsentation der sogenannten Klassiker dominiert, so erstaunt doch der Mut, mit dem Autoren und Herausgeber immer wieder neue Entwicklungen aufzeigen, Newcomer präsentieren und Experimentellem breiten Raum widmen.

Der Band ist auch für Medienhistoriker eine höchst anregende Lektüre, wobei seine Rezipierbarkeit noch vor allem durch ein ausgezeichnetes, nach unterschiedlichen Ordnungskriterien verfaßtes Register gewinnt.

Hannes Haas

ALBERT STERNFELD: *Betrifft: Österreich. Von Österreich betroffen*. Wien: Löcker 1990.

Nach einer 1988 von Robert Knight unter dem Titel: „Ich bin dafür, die Sache in die Länge zu ziehen.“ Die Wortprotokolle der österreichischen Bundesregierung von 1945-1952 über die Entschädigung der Juden herausgegebenen Edition von Ministerratsprotokollen liegt mit Albert Sternfelds Buch nunmehr ein weiteres Werk vor, das zeigt, was die politischen Eliten dieses Landes nach 1945 dachten und wie sie handelten. Das Ergebnis ist schlicht und einfach emüthend, schockierend, ja demaskierend: „Was 1945/46 und danach am Ministerratsstisch ungehört gesagt wurde, war damals nur dem kleinen Kreis der Eingeweihten bekannt, scheint aber Einstellung und Vorgangsweise und in der Folge die Stimmung im Lande geprägt zu haben. Einige der verabschiedeten Gesetze kamen nur im Hinblick auf die Staatsvertragsverhandlungen oder unter direktem oder indirektem Druck der Alliierten zustande. (...) Es scheint, als ob man nur dann dazu bereit war, gesetzliche Grundlagen für die Entschädigung der Verfolgten und Enteigneten zu schaffen, wenn es dem Ziel (dem Staatsvertrag, Anm. d. Verf.) dienlich war. Von gutem Willen oder einer moralischen Verpflichtung ist bei der Lektüre der Ministerratsprotokolle wenig zu merken.“ (S. 102)

In insgesamt 16 Kapiteln kreist die Frage vor allem um das österreichische Imageproblem. Sternfelds (implizite) These: Nicht (nur) das Verhalten der zu „Ostmärkern“ gemachten Österreicher in den Jahren 1938-1945, sondern der nicht vorhandene politische Wille - an den Beispielen: „Wiedergutmachung“, Rückstellungen, ASVG und Staatsbürgerschaftsangelegenheiten festgemacht - sind der eigentliche Grund dafür.

Der Gewinn und der große Verdienst dieses Buches liegt zweifelsohne in der Edition und Verarbeitung der Kabinetts- und Ministerratsprotokolle. Besonders lobenswert sind die Abhandlungen über „Sprache und Politik“ (S. 13 - 30), eine hervorragend bloßstellende Analyse des „Rot-Weiß-Rot-Buches“ (1946), faksimilierte Beispiele aus der (traurigen) Praxis der Bürokratie nach 1945 (die freilich von der offiziellen Politik nicht abzukoppeln ist) und ein nur zu wahres Kapitel über die österreichische Archivpolitik (S. 234 - 249 mit faksimiliertem Anhang).

Kritik kann dem Buch allerdings nicht erspart werden: Im oben erwähnten Kapitel „Sprache und Politik“ verweist der Autor sehr treffend auf jene sprachlichen Alltagsverfälschungen und Euphemismen, die die Schrecken des Nationalsozialismus herunterspielen. Gerade deshalb muß darauf hingewiesen werden, daß „Prof. Dr. Georg Bilek (...) wurde als Halbjude (!)“ (S. 121), „Anschlusses (!)“ (S. 157) und „Arier (!)“ (S. 159), ohne die notwendige Hinzufügung von Anführungszeichen zu lesen ist.

Abgesehen davon ist die Literaturliste (S. 249 - 252) zu beanstanden. Es gibt keine schöne Optik, wenn Sammelbände, aus denen Beiträge zitiert werden, „verstümmelt“ bibliographiert werden (z.B. Eppel, Peter: *Österreicher in der Emigration und im Exil 1938 bis 1945*. In: *Vertriebene Vernunft ...* Tl. 1, Wien 1988). Schwerer wiegt hingegen, wenn aus Manfred Rauchensteiner Manfred wird, wenn Robert Knights Buch über die Wortprotokolle falsch zitiert wird, wenn die von Christian S. Ortner über den Kriegsverbrecher Walter Reder verfaßte DÖW-Broschüre unvollständig und falsch zitiert im bibliographischen Anhang steht, oder wenn (um diesen Kritikpunkt abzuschließen) das Hans Thallberg-Zitat von Seite 82 nicht im Literaturverzeichnis zu finden ist, wel-

ches überhaupt sehr kurz ausfällt. Wichtig wären schließlich die Quellenbelege der auf den Seiten 135 bis 155 abgedruckten Reden.

Sieht man von diesen Kritikpunkten ab, so trifft der Untertitel des Buches besonders zu: Von Österreich betroffen, ein gelungener Mosaikstein zum (Selbst-)Verständnis der Zweiten Republik.

Heinz Peter Wassermann

MARIE-LOUISE ANGERER/ERNA APPELT/ANNI BELL u.a. (Hrsg.): *Auf gelbem Parkett. Feministinnen in Institutionen*. Wien: Verlag für Gesellschaftskritik 1991. 230 Seiten, öS 228,—.

In diesem Sammelband zeigen die zum Teil selbst in Institutionen arbeitenden Herausgeberinnen sehr deutlich, welche Widersprüche Feministinnen mitdenken müssen. Entscheidend für eine Auseinandersetzung mit den Problemen kritischdenkender Frauen zum patriarchalen Institutionssystem ist aber nicht, ob diese Frauen „drinnen“ oder „draußen“ sind: Das Parkett, auf dem sich engagierte Frauen bewegen, bleibt in jedem Fall glatt.

Erfahrungswelten wie beispielsweise die Universität, der ORF, die Schule oder politische Parteien werden in zehn Aufsätzen besprochen. Innerhalb dieser Institutionen versuchen Frauen - im Konflikt zwischen emanzipatorischem Anspruch und realen Verhältnissen stehend - Teilanliegen zu verwirklichen. Doch das gelingt zumeist - wenn überhaupt - nur für kurze Zeit, wie die Erfahrungen und Schilderungen der Autorinnen zeigen.

Was nach der Lektüre bleibt, ist Sprachlosigkeit, wird doch von Feministinnen akribisch wissenschaftlich, historisch und psychologisch unternauert ausgeführt, was Frauen, haben sie sich erst einmal einen Posten innerhalb einer Institution erarbeitet, alles widerfahren kann. Viel Spielraum bleibt ihnen jedenfalls nicht. Wollen sie sich ein gewisses Maß an Autonomie erhalten, was ohnehin schon einer De-Institutionalisierung gleichkommt, müssen sie sehr vorsichtig mit ihren Ansprüchen umgehen. Eigene Anliegen können nur langsam innerhalb vorgegebener Rollen und mit angepaßten Schritten realisiert werden. Hier kann dann vielleicht sogar etwas in Bewegung geraten: „Feministische Politik beginnt erst dort, wo es gelingt Dissens zu artikulieren, Strukturen zu schaffen, die Dissens zulassen.“ (S.32)

Wie schwierig das aber ist, zeigen die Beiträge dieses Buches. Die ständige Doppelbelastung von Frauen beziehungsweise das permanente Anecken an einer nach männlichen Definitionen genominen Umwelt provozieren bei Frauen Selbstzweifel; eine Skepsis, die jedoch Feministinnen anscheinend stark macht, ihre im patriarchalen Lebensraum nötige Kompromißbereitschaft führt zu - ihnen bewußten - widersprüchlichen Handlungen. Doch offensichtlich haben Frauen, wollen sie sich durchsetzen, keine andere Möglichkeit. Die Widersprüche in ihrem Tun und Agieren, die sich oft für sie auflaufen, werden zu einer Widersprüchlichkeit, mit der sie leben lernen müssen: „Es ist daher notwendig, sich von Beginn an eine bestimmte Standfestigkeit aufzubauen, um nicht Spielball zu werden.“ (S.108)

Eva Kölblbacher

KURT LUGER: *Die konsumierte Rebellion. Geschichte der Jugendkultur 1945-1990*. Wien, St. Johann/Pongau 1991 (= *Neue Aspekte in Kultur- und Kommunikationswissenschaft, Band 1*), 364 Seiten.

In seiner nun gedruckten Habilitationsschrift beschäftigt sich der Salzburger Kommunikationswissenschaftler Kurt Luger mit 45 Jahren Jugendkultur in Österreich. Da bisher - von einigen punktuellen und in erster Linie der Marktforschung dienenden Schlaglichtern abgesehen - keine kontinuierlichen Analysen zum Thema Aufwachen und Medien erstellt wurden, bediente sich Luger unterschiedlicher Methoden, um seiner Fragestellung „Geschichte der Mediensozialisation österreichischer Jugendlicher“ (S. 70) gerecht werden zu können. Er führte zahlreiche Interviews mit „Zeitzeugen“ durch und versuchte dann, das so erarbeitete Material mit statistischen Daten zur Jugendkultur in Beziehung zu setzen. Das angestrebte Ziel war, ein umfassendes Bild der gesellschaftlichen und kulturellen Entwicklung von den späten 40er-Jahren bis heute zu entwerfen.

Somit zieht sich der "American Dream" wie ein roter Faden vom ersten bis zum letzten Kapitel durch den gut lesbaren Band. "Aus Amerika" kam so ziemlich alles, was die Jugendkultur(en?) der Nachkriegszeit ausmachte, angefangen von Blue Jeans und James Dean über Flower Power bis zu Kürzeln wie PC oder CD, die heute jeder/m über Zehnjährigen ein Begriff sind.

Zentrales Ergebnis der Studie scheint mir jedoch folgendes zu sein: Auf den ersten Blick erbringt Lugers Arbeit den Nachweis, daß "die Medien bzw. Teile der Kulturindustrie von den Jugendlichen zu ihrer kulturellen Emanzipation eingesetzt wurden, zur Schaffung von Freiräumen verhalten und somit nicht ausschließlich zur Integration von Heranwachsenden in die bestehende Herrschaftsordnung dienten" (S. 6). Mehrere zitierte Aussagen aus Interviews belegen diese These.

Trotzdem: Größtenteils sind die restriktiven Einflüsse der gesamtgesellschaftlich anerkannten Autoritäten (Eltern, Lehrer und - im katholischen Österreich - die Kirche) auch heute noch intakt. Die Periode der elterlichen Kontrolle hat sich im Vergleich zu den 50er-Jahren sogar verlängert, wie anhand der steigenden StudentInnenzahlen einfach abzulesen ist. Dadurch ist die Phase der Jugend, also jene Zeitspanne vor dem endgültigen Berufseinstieg, prolongiert.

Und dienen nicht gerade die spezifischen Jugendmedien (*Bravo*, *Popcorn* usw.) dazu, die bestehenden Herrschaftsverhältnisse zu perpetuieren? Was sind die erstrebenswerten Ziele, die Jugendlichen dort angeboten werden? Adrett aussehen, etwas lernen, eine Familie gründen. Von Politik - im weitesten Sinne - ist in den meisten Jugendmagazinen nicht die Rede. Bestenfalls findet sich vielleicht einmal ein Artikel über die Ausrottung der Wale, freilich ohne Erläuterung der ökonomischen Hintergründe und Zusammenhänge. Bei den sogenannten Mädchenzeitschriften zeigt sich ein noch krasserer Bild von Wirklichkeitsverdrängung. Als wichtigste Zukunftsperspektive erscheint für alle Mädchen die möglichst schnelle Heirat mit dem "Märchenprinzen". Die ist allerdings nur bei entsprechendem äußeren Erscheinungsbild des betreffenden Mädchens möglich. Folgerichtig heißt die Hauptmessage von *Mädchen*, *Bravo Girl* unter anderem: "Sei schön; und wenn du das nicht bist, dann werde es gefälligst." Lugers Fazit: "Die Kulturindustrie entwickelte sich zu einer Instanz, die Jugendliche bei ihren Autonomiebestrebungen unterstützte, gleichzeitig aber mithalf, sie in das Konsumsystem der kapitalistischen Gesellschaft zu integrieren." (S. 301)

Dazu ist zu sagen, daß verschiedene Jugendbewegungen (z.B. die Hippiekultur) tatsächlich als politische, gegen das herrschende System gerichtete Strömungen begannen. Sie wurden allerdings bald von der Kulturindustrie aufgegriffen, kommerzialisiert und erreichten - vielleicht nicht ganz Europa - aber besonders Österreich als von kritischen Inhalten "gereinigte", auf den jugendlichen Massengeschmack zugeschnittene Moden, die im Tragen bestimmter Kleidung und im Hören passender Musik ihr Auslangen fanden.

Die Massenmedien treten im Leben der Kinder und Jugendlichen als Mit-Erzieher in Erscheinung, sie üben also eine nicht zu unterschätzende Sozialisationsfunktion aus. Die Beziehung zwischen den jugendlichen RezipientInnen und dem Mediensystem zeichnet sich jedoch durch ein eklatantes Machtgefälle zugunsten des Mediensystems aus. Solange dieses nicht abgebaut ist, wird es zumindest nicht allen "Kids" möglich sein, sich als "eine Avantgarde, die sich der Technik bedient" (Klappentext) zu verstehen.

Michaela Lindinger

Beiträge zur Kommunikationswissenschaft

Politikerdiskussionen im Fernsehen

Bd. 1, 1983, R. Burkart, 50 S., öS 80,-/DM 12,-

Meinungsforschung mit Bildschirmtext?

Bd. 2, 1984, J. Günther/E. Semrau, 160 S., Abb. u. Tab., öS 180,-/DM 26,-

Das Konrad Lorenz-Volksbegehren in der Tagespresse Österreichs

Bd. 3, 1985, R. Burkart, 91 S., öS 120,-/DM 17,-

Die Zeitung im Unterricht

Bd. 4, 1986, A. Fritz, 168 S. u. 35 S. Anhang, öS 180,-/DM 26,-

Entfremdete Elite?

Journalisten im Kreuzfeuer der Kritik

Bd. 5, 1986, H. Rust, 104 S., öS 140,-/DM 20,-

Was ist lesen?

Bd. 6, A. Fritz, 110 S., öS 140,-/DM 20,-

Informationsvermittlung im Wahlkampf

Bd. 7, R. Burkart/A. Fritz, 99 S., u. 11 S. Anhang, öS 140,-/DM 20,-

Schriftenverzeichnis Institut für Publizistik und Kommunikationswissenschaft

Universität Wien 1944-1985

zusammengestellt und bearb. von M Bobrowsky 1986, 114 S., öS 200,-/DM 29,-

L I T E R A S

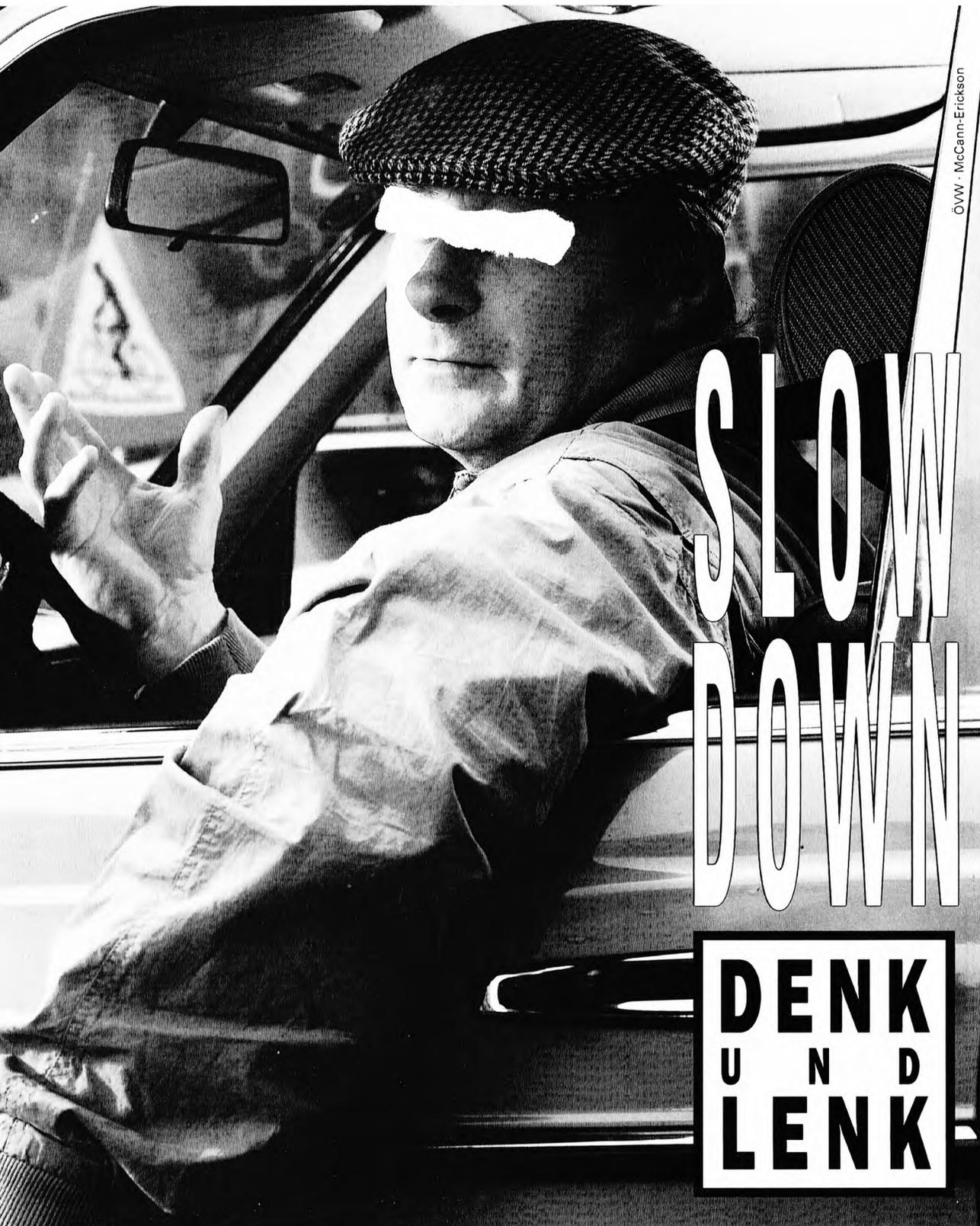
UNIVERSITÄTSVERLAG

A-1090 Wien, Berggasse 4

Tel. 0222/310 56 66-68, Fax 0222/310 56 66-21

P. b. b., Erscheinungsort Wien, Verlagspostamt 1090 Wien., 2. Aufgabepostamt 1010 Wien
Bei Unzustellbarkeit bitte zurück an: Medien & Zeit - 1014 Wien, Postfach 208

„Zuerst komm i- dann lang wix. Und dann die Radler...“



ÖWW - McCann-Erickson

SLOW
DOWN

**DENK
UND
LENK**

auf Österreichs Straßen gelten infolge der SVO-Novellierung vom 1. 3. 1989 neue Regeln für Radfahrer. Und damit auch für Autofahrer.
Bitte denken Sie daran: auch Radweg-Benützer zählen zum fließenden Verkehr. Allerdings, ohne Stoßstange und ohne Knautschzone.
EINE INITIATIVE DES VERKEHRSMINISTERS. IN ZUSAMMENARBEIT MIT KRONEN-ZEITUNG UND Ö3