

Faulstich, Werner: *Die Mediengeschichte des 20. Jahrhunderts*. München: Wilhelm Fink Verlag 2012. ISBN: 978-3-7705-5268-9; 461 S., zahlr. Abb.

Rezensiert von: Thomas Birkner, Institut für Kommunikationswissenschaft, Westfälische Wilhelms-Universität Münster

Werner Faulstich ist einer der profiliertesten Medienhistoriker Deutschlands. Nun liegt seine „Mediengeschichte des 20. Jahrhunderts“ vor, die anders zu sein verspricht als alles, was bisher zu diesem Bereich geschrieben wurde. Denn Faulstich will keine additive Einzelmediengeschichte liefern, sondern versucht, die „Einzelmedien des 20. Jahrhunderts als System darzustellen: in ihrem relationalen Wandel und möglichst in ihrer kulturellen Verzahnung“ (S. 11). Er spannt dabei den Bogen von der Medienrevolution um 1900 zu jener um 2000 und gibt so dem 20. Jahrhundert einen Rahmen, das auch als „Jahrhundert des Journalismus“ eine analytische Einheit darstellt.¹ Als Anspruch formuliert Faulstich bescheiden ein „Konzept als Zwischenstand“, welches „das historische Ganze in Erinnerung rufen“ (S. 13) soll, das allzu oft im Hintergrund bleibt.

Faulstichs Alleinstellungsmerkmal ist, dass er einen sehr weiten Medienbegriff nutzt und sich insbesondere in der Frühzeit der Mediengeschichte mit dem Mensch als Medium beschäftigt. Hier muss er sich nun zum Ende des 19. Jahrhunderts von den Menschmedien als Primärmedien verabschieden, die abgelöst werden von gedruckten Sekundärmedien, elektronischen Tertiärmedien und schließlich digitalen Quartärmedien. Zu Beginn des 20. Jahrhunderts ist zunächst der Massencharakter der Moderne bedeutend. Faulstich jedoch konzentriert sich keinesfalls nur auf die klassischen Massenmedien des 20. Jahrhunderts (Print, Radio, Fernsehen), sondern inkludiert auch Medien der Individualkommunikation wie Telefon und Brief, das Alltagsmedium Blatt sowie Tonträger in seine Analyse.

Mit Liedern wie „Immer feste druff!!“ auf dem neuen Trägermedium Schallplatte zogen die Deutschen in den Ersten Weltkrieg, der dann im Mediensektor Zensur und Propa-

ganda brachte. Dies beendete eine Blütephase im Professionalisierungsprozess des deutschen Journalismus und prägte die polarisierte Gesellschaft der Weimarer Republik, die auch bestimmt war durch die Medienkonzerne auf der Linken (Münzenberg) und der Rechten (Hugenberg). Als erste medienpolitische Maßnahme der Nationalsozialisten nennt Faulstich die Bücherverbrennungen 1933. Mit erheblicher Brutalität machten sich Adolf Hitler, Joseph Goebbels und ihre Schergen das Mediensystem Untertan; beide sind für Faulstich als „Führer“ und „Redner“ auch wieder Menschmedien. Den Erfolg des personalisierten Wahlkampfes hat jüngst noch einmal Volker Ullrich in seiner neuen Hitler-Biografie betont.² Vor allem aber nutzten die Nationalsozialisten das moderne Massenmediale Ensemble für ihre Zwecke, was Faulstich sehr anschaulich und detailliert beschreibt.

Im Radio wurde mit zunehmend negativem Kriegsverlauf der Anteil leichter Unterhaltungsmusik erhöht, bevor dann in der totalen Niederlage ein von den Alliierten verordneter „Blackout“ für Schweigen sorgte. Doch diesen erwähnt Faulstich kaum, sondern flüchtet sich mit den Nachkriegsdeutschen in die „Kompensation durch Konsum im Alltag“ (S. 196). Schnell kam so auch die leichte Unterhaltungsmusik zurück ins Radio. Der eigentliche Star im Medienhaushalt aber wurde das Fernsehen, das zunächst reüssierte und sich schließlich trivialisierte. Dabei macht Faulstich den TV-Einfluss in der Gesellschaft zum Beispiel beim Sport deutlich, wo mit dem „Aktuellen Sportstudio“ im Zweiten Deutschen Fernsehen (ZDF) nun „Fernseh-Sport“ entstanden sei: „verdichtet, komprimiert, zugespißt“ (S. 261). Zwar wird durchaus auch die Politisierung der Gesellschaft durch Fernsehsendungen wie „Panorama“ oder den „Weltspiegel“ angesprochen, Faulstich konzentriert sich aber im Folgenden auf Niedergangsphänomene, zum Beispiel beim „guten Buch“ (S. 273), und begründet dies mit Kommerzialisierungstendenzen.

¹ Thomas Birkner, Das Jahrhundert des Journalismus – ökonomische Grundlagen und Bedrohungen, in: *Publizistik* 55 (2010), H. 1, S. 41–54.

² Volker Ullrich, *Adolf Hitler. Die Jahre des Aufstiegs 1889–1939*, Frankfurt am Main 2013.

In den 1960er-Jahren scheint dem Autor die Mediengeschichte etwas zu entgleiten. Im Zuge der Ausdifferenzierung des Medienangebots nimmt die Packungsbeilage für Medikamente einen größeren Raum ein als die Spiegel-Affäre, die Bildauswahl wirkt beliebig und befremdlich pornografisch. Die folgenden 1980er-Jahre heißen dann „Wechseljahre der Medienkultur“, die auch eine neue Konjunktur des Telefons bringen, mit Telefonseelsorge, Telefonsex und Telefonmarketing (S. 363). In diesem Kapitel wird sehr deutlich, dass die sogenannte Zeitungskrise („manche sagen, sie sei auch hausgemacht“, S. 328) vor dem Aufkommen des Internets begann. Das ist richtig und wichtig, aber leider fällt hier besonders auf, dass Faulstich seine Quellen und seine Literatur, die dahinterstehenden Positionen und den Forschungsstand nicht transparent macht. Der Text wirkt an vielen Stellen sehr additiv und rein deskriptiv: „Bei den Jugendzeitschriften waren Titel verbreitet wie ‚Mädchen‘ (seit 1976), nach wie vor aber auch ‚Pop Rock‘ (seit 1966) und ‚Popcorn‘ (seit 1974) sowie Ausdifferenzierungen wie ‚Bravo Sport‘ (ab 1994) oder ‚Bravo Girl‘ (ab 1988) oder ‚Brigitte Young Miss‘“ (S. 333).

Dass wegen des ersten Apple Macintosh und des Commodore 64 „1984 als Beginn der Computergeschichte“ gesehen werden kann, mag zum einen nicht jedem einleuchten, wird hier zum anderen zu wenig mit dem gleichzeitigen Start des Privatfernsehens in Verbindung gesetzt und nur bedingt an die Zeitungskrise rückgebunden. Später wird das Jahr 1990 statt 1984 (S. 394) als entscheidendes zur Durchsetzung des Computers genannt, leider ohne auszuweisen, wo die entsprechenden, voneinander abweichenden Zahlen, die dies belegen sollen, herkommen und ob sie für Westdeutschland oder Gesamtdeutschland gelten. Von da an jedenfalls beginnt der Computer, schließlich gemeinsam mit dem World Wide Web, der jüngeren Mediengeschichte seinen Stempel aufzudrücken. Hier nun lösen sich die Einzelmedien in Teilen auf, verschmelzen zu Hybridmedien und verändern sich: „Das Buch verlässt den Buchkörper“ (S. 410). Doch nach Faulstichs Ansicht ist dies eben nicht die eingangs erwähnte kulturelle Verzahnung von Medien, sondern hier reibt sich die Buchbranche „erneut Sand in die

Augen“ (S. 410).

Verglichen mit der fast zeitgleich erschienenen Mediengeschichte des Bamberger Kommunikationswissenschaftlers Rudolf Stöber³ fällt bei Faulstich der fehlende theoretische Rahmen auf, der helfen könnte, das Dargestellte einzuordnen und so Mediengeschichte in ihrem Prozess begreifbar zu machen und gerade eben die Verzahnung unterschiedlicher Medien, ihr Ineinandergreifen, ihre Konvergenz und ihr Überlappen verständlicher zu machen. Insofern kann Faulstich an dieser Stelle sein Versprechen nicht wirklich einlösen, eine komplett neue Sicht zu liefern. Ein Vorzug des Buches liegt jedoch in Faulstichs breitem Medienbegriff, der seine Mediengeschichte des 20. Jahrhunderts trotzdem zu einer empfehlenswerten Lektüre macht.

HistLit 2014-1-083 / Thomas Birkner über Faulstich, Werner: *Die Mediengeschichte des 20. Jahrhunderts*. München 2012, in: H-Soz-u-Kult 04.02.2014.

³ Rudolf Stöber, *Neue Medien. Geschichte – Von Gutenberg bis Apple und Google – Medieninnovation und Evolution*, Bremen 2013.