

Nationale Medienkulturen und politische Kommunikation im 20. Jahrhundert

Veranstalter: Christoph Classen, Zentrum für Zeithistorische Forschung Potsdam/ Thomas Mergel, Humboldt-Universität zu Berlin/ Daniel Siemens, Universität Bielefeld

Datum, Ort: 30.10.2008-01.11.2008, Potsdam

Bericht von: Nora Helmlí, Historisches Seminar der Universität Hamburg

Politik und Medien sind untrennbar miteinander verbunden, wie jeder Wahlkampf deutlich macht, der mit aufwendigen Werbespots im Fernsehen und Radio, großflächigen Plakaten in den Straßen oder seitenfüllenden Anzeigen in Tages- und Wochenzeitungen geführt wird. Unserer Wahrnehmung nach, nimmt die mediale Inszenierung von Politik mit der Ausdifferenzierung des Mediensystems stetig zu. Zugleich agieren die Massenmedien (gegenwärtig vor allem: Fernsehen, Print, Internet und Hörfunk) als Berichterstatter wie als Akteur von Politik. Sie sind also Orte und Institutionen, an denen sich politische Kommunikation massentauglich entfaltet. Ein Seitenblick auf die USA und den erst kürzlich geführten Wahlkampf um das Präsidentenamt offenbart hier eine spezifische Beziehung von Politik und Medien. Die hohe Intensität, mit der sich die amerikanische Politik neue massenmediale Kommunikationswege erschließt, erscheint in Deutschland und anderen europäischen Ländern bisher kaum denkbar. Desgleichen lassen sich Einflüsse der USA, vor allem auf die derzeitigen Medienangebote und Medieninhalte bekannter Spartensender, nicht leugnen.

Wenngleich die Gegenwart medial besonders verdichtet erscheint, waren transnationale Einflüsse spätestens seit Mitte des 19. Jahrhunderts Begleiterscheinungen der Mediennutzung. Der vom Zentrum für Zeithistorische Forschung Potsdam in Kooperation mit der Universität Bielefeld und der Humboldt-Universität zu Berlin veranstaltete Workshop „Nationale Medienkulturen und politische Kommunikation im 20. Jahrhundert“ lotete vor diesem Hintergrund die Verschränkung von Massenmedien und Politik aus. Dabei stand, wie THOMAS MERGEL (Berlin) in seinem Eröffnungsvortrag das theoretische Konzept des Workshops umriss, die Erkundung von „Grenzen der transnationalen Zurichtung“ und die Erfragung des „Eigensinn-Potentials“, die bei der Ausformung spezifisch nationaler *frames*, von Rahmen also, „die die Einbettung nationaler Strukturen und For-

mate in Nutzungsgewohnheiten und Erwartung festlegen“, im Mittelpunkt. Um diese länderübergreifende Perspektive erweitert, knüpften die Veranstalter thematisch an die letztjährige, ebenfalls vom ZZF mitveranstaltete Tagung „Von der Politisierung der Medien zur Medialisierung des Politischen? Zum Verhältnis von Medien und Politik im 20. Jahrhundert“ an.¹ Stand im vergangenen Jahr der wechselseitige Dialog mit Vertretern der Massenmedien sowie Medien- und Kommunikationswissenschaftlern im Vordergrund, so war der diesjährige Workshop primär als fachwissenschaftliches, vor allem geschichtswissenschaftliches Forum angelegt. Entsprechend breiten Raum nahm die kritische Verortung und Diskussion von Grundbegriffen wie „politische Kommunikation“, „Transnationalität“, „Amerikanisierung“, „Westernisierung“ und „nationale Frames“ sowie deren wechselseitiges Verhältnis im 20. Jahrhundert ein. Auch das Programm war weniger dicht als im Jahr zuvor, obgleich eine noch stärkere Disziplinierung der Redner mehr Zeit zur fruchtbaren Diskussion ermöglicht hätte.

Sektion 1: Medialisierung und Politik

Der global zunehmenden Medialisierung wird häufig – auch von Vertretern der Geschichtswissenschaft – eine universelle Durchsetzungsdynamik unterstellt, die in den vergangenen Jahrzehnten zu einer Nivellierung der (westeuropäischen) Gesellschaften geführt habe und immer noch andauere. Dieser Angleichungsprozess sei maßgeblich durch die USA geprägt, weshalb der stereotype Begriff der „Amerikanisierung“ z.T. stellvertretend für diese Tendenz verwandt wird.² Thomas Mergel wies jedoch darauf hin, dass diese transatlantische Angleichung der Gesellschaften zwar in der Medien-, Konsum- und Wirtschaftsgeschichte Anwendung finde, die Politikgeschichte hingegen noch immer Erkenntnisse aus einem nationalen Bezugsrahmen ableite. Eine von Amerika ausgehende „Übertragung von Wahrnehmungsmustern, Organisationsformen und Wertvorstellungen nach Europa“ ließe sich zwar nachvollziehen, doch erachtete Mergel die Westernisierungsthese An-

¹Inge Marszolek unter Mitarbeit von Janina Fuge und Christoph Hilgert, Tagungsbericht: „Von der Politisierung der Medien zur Medialisierung des Politischen? Zum Verhältnis von Medien und Politik im 20. Jahrhundert.“ 18.01.2007-20.01.2007, Berlin. In: H-Soz-u-Kult, 01.03.2007, <<http://hsozkult.geschichte.hu-berlin.de/tagungsberichte/id=1497>> (23.11.2008).

²Siehe u.a.: Christoph Mauch / Kiran Klaus Patel (Hrsg.), Wettlauf um die Moderne. Die USA und Deutschland 1890 bis heute, München 2008.

selm Doering-Manteuffels³ für sehr viel prägnanter, wenngleich diese im engeren Sinne nur für eine bestimmte Phase des Kalten Krieges gelte. Trotz vieler (aktueller) Untersuchungen regten sich in der Forschung Widerstände gegen die Denkfigur der transnationalen Nivellierung. Gerade empirische Beobachtungen, wie etwa das Beispiel des US-Wahlkampfes, ließen daran zweifeln. Zur Stärkung der übergreifenden These des Workshops von einem Fortbestand nationaler Medienkulturen und deren politischer Kommunikation trotz zeitgleicher Globalisierung und transnationaler Angleichung stellte Mergel drei Faktoren heraus, die nationale Eigenheiten im Verlauf vom 19. zum 20. Jahrhundert bestimmten und lebendig hielten: (1) Mediensysteme waren seit dem 19. Jahrhundert in hohem Maße national und Teil der jeweiligen politischen Öffentlichkeit und Unterhaltungskultur. (2) Die einzelnen Staaten entwickelten mit der nationalen Ausformung ihrer politischen Systeme unterschiedliche Verhältnisse zu den jeweiligen Mediensystemen. (3) Nationale Medienkulturen bildeten jeweils mehr oder weniger enge Verbindungen von Unterhaltungskultur und Mediensystemen aus. Daraus resultierten unterschiedliche Aufmerksamkeitsschwellen für die Politik, die diesem Problem bis heute auf jeweils spezifische Weise begegnen muss.

Der Herausbildung nationaler Medienkulturen widmete sich der italienische Politikwissenschaftler STEFANO CAVAZZA (Bologna) am Beispiel der Unterschiede in der italienischen und deutschen Wahlkampfkommunikation nach 1945. Während die Medien in (West-)Deutschland von der „Peripherie“ her (durch föderale Strukturen) aufgebaut wurden, entwickelte sich das italienische Mediensystem zentralistisch. Inhaltlich prägte die italienische Wahlkampfkommunikation spezifische Muster aus, zu denen etwa die Diffamierung der Gegner in einem für Westdeutschland nicht denkbarem Ausmaß gehörte. BERND WEISBROD (Göttingen) setzte sich anhand der BBC bewusst provokativ mit der Amerikanisierungsthese auseinander. Quintessenz seines Vortrages war ebenfalls eine Stärkung der Ausgangsthese von der Eigenheit der einzelnen nationalen Medienkulturen. Er wies darauf hin, dass es in England bzw. bei der BBC keine Amerikanisierung gegeben und das englische Vorbild zu-

dem sehr viel stärker auf Deutschland gewirkt habe, als von der Forschung bislang wahr- und angenommen.⁴ THOMAS LINDENBERGER (Potsdam) stimmte in seinem Kommentar dieser Perspektive grundsätzlich zu. Für weitere Differenzierungen schlug er den Bindestrichbegriff der Transnationalisierung vor, um die spezifischen Nationalisierungsprozesse in Massenmedien und Politik präziser fassen zu können, ohne den Begriff der Amerikanisierung allzu sehr zu strapazieren.

Sektion 2: Krieg und Terror

Die zweite Sektion „Krieg und Terror“ beschäftigte sich mit einer besonderen Verschränkung von Nation, Transnationalität und Medien – nicht umsonst hatten unter anderem gleich zwei Vertreter des Gießener Graduiertenkollegs „Transnationale Medienereignisse von der Frühen Neuzeit bis zur Gegenwart“ das Wort. Für das frühe 20. Jahrhundert unterstrich Mitveranstalter DANIEL SIEMENS (Bielefeld) am Beispiel zweier politischer Attentate der 1920er-Jahre, dass internationaler Terrorismus stets vor dem Hintergrund nationaler Deutungsrahmen verstanden und auch ausgeübt wurde. Er bekräftigte die Hauptthese der Tagung, wenn er konstatierte, dass sich „transnationale Muster und nationale frames“ der Medienkommunikation damals wie im Hinblick auf heutige Bedrohungsszenarien ergänzten. Daran anknüpfend wäre zu fragen, wie der im späten 20. Jahrhundert zunehmend als globale Bedrohung empfundene Terrorismus und seine mediale Inszenierung in der öffentlichen Debatte unserer Tage verstanden wird.

Die Verflechtung von internationalen Ereignissen und ihrer globalen Wahrnehmung war auch Gegenstand des Vortrages von MARCO GERBIG-FABEL (Gießen). Der Referent stellte die fotografische Vermittlung des Russisch-Japanischen Krieges (1904-05) als transnationales Medienereignis in den Mittelpunkt seines Vortrages. Durch die Auswahl bestimmter Bildersamples und deren schneller Verbreitung aufgrund neuer Reproduktionstechniken, sei, so die These Gerbig-Fabels, eine globale Rezeption des Krieges möglich geworden. Inwiefern die grenzübergreifende Verbreitung von Kriegsfotografien auf national unterschiedliche Medien- und Politikkulturen stieß und wie die-

³ Anselm Doering-Manteuffel, *Wie westlich sind die Deutschen. Amerikanisierung und Westernisierung im 20. Jahrhundert*, Göttingen 1999.

⁴ Siehe Bernd Weisbrod, *Eine ganz unamerikanische Tante: Die BBC und der nationale Medienstil in der Nachkriegszeit*, in: Belinda Davis / Thomas Lindenberg / Michael Wildt (Hrsg.), *Alltag, Erfahrung, Eigensinn. Historisch-anthropologische Erkundungen*, Frankfurt am Main 2008, S. 280-294.

se die Rezeption der Bilder prägten, blieb hingegen unklar. FLORIAN SCHNÜRERS (Gießen) Beitrag widmete sich der französischen, englischen und deutschen Presseberichterstattung über den Luftkrieg im Ersten Weltkrieg und der damit verbundenen Ikonisierung von Fliegerhelden zwischen Heimatfront-Propaganda und militärischer Zensur. Er stellte heraus, dass der Krieg und die Berichterstattung über ihn zwar transnational geprägt waren, es aber trotzdem eigene nationale Symboliken und Attribute gab, die das „Fliegerass“ auszeichneten und zum Helden stilisierten. Auch wenn bekannte Piloten über die Frontlinien hinweg Anerkennung gezollt wurde, blieben sie primär Verkörperungen nationaler Größe und Mannhaftigkeit.

GERHARD PAUL (Flensburg) forderte in seinem Kommentar, die visuelle Kommunikation sowie die Spezifika der Medien und Medienformate stärker in die interdisziplinär ausgerichtete, historische Analyse einzubeziehen. Zudem mahnte er die Bezugnahme auf die jeweiligen medienökonomischen Aspekte an. Als dritte Forderung stellte er eine stärkere Berücksichtigung der medieninternen Logiken heraus. Auch wenn eine gewisse transnationale Nivellierung auf der Oberflächenkommunikation nachvollziehbar sei (z.B. bei der Verbreitung von Kriegsnachrichten oder Kriegsbildern), müsse diese von den Rezipienten nicht identisch wahrgenommen werden. Eine stärkere Betrachtung des Rezipienten stehe daher noch aus, obgleich Paul die schwierige Frage der methodischen Operationalisierbarkeit außen vor ließ.

Sektion 3: Nationales Framing

Einen neuen Aspekt brachte JAN C. BEHRENDTS (Berlin) mit seiner Betrachtung spezifisch osteuropäischer Medien während des Kalten Krieges in die Diskussion ein. Er ging der Frage nach, wie national die einzelnen Medienkulturen des Ostblocks waren und inwieweit sie durch sowjetisch geprägte, „imperiale Frames“ zentralisiert wurden. Am Beispiel der Volksrepublik Polen machte Behrends deutlich, dass dessen nationale Medienkultur zur Zeit des Stalinismus Teil einer „imperialen Medienöffentlichkeit“ war, die qua Doktrin Einheit und Gleichheit verkörpern sollte. Erst nach 1956 habe eine Renationalisierung und Repluralisierung einer spezifisch polnischen Medienöffentlichkeit begonnen. Diese Tendenzen verstärkten sich bis zum Jahr 1990. Der folgende Vortrag beschäftigte sich mit dem international zu beobachtenden, den Massenmedien und auch der politischen Kommunikation inhärenten Phäno-

men der (Medien-)Prominenz. MALTE ZIERENBERG (Berlin) argumentierte im Anschluss an Georg Franck⁵, dass eine massenmediale „Ökonomie der Aufmerksamkeit“ die politische Elite zur „Politprominenz“ verändere. Zierenberg wies darauf hin, dass das popkulturelle Phänomen des „Stars“ auch politische Modi in Frage stellen und sogar verändern könne. Inwieweit die Medien zulassen, ob ein Politiker zum „Star“ (im positiven wie negativen Sinne) avanciert, hänge allerdings von nationalen Frames ab, in denen diese agieren, wie Zierenberg mit Beispielen aus England und Deutschland belegte.

Noch stärker auf den Unterhaltungscharakter von Medien ging CHRISTOPH CLASSEN (Potsdam) ein, indem er Politikdarstellungen in populären Spielfilmen untersuchte. Seine These, dass das Kino per se ein transnationales Medium sei, jedoch ständigen „Nationalisierungsanstrengungen“ unterworfen war, wies er am Beispiel der deutschen Adaptionen der italienischen Fortsetzungsgeschichte „Don Camillo und Peppone“ von G. Guareschi nach. Der Erfolg des italienischen Kinoklassikers ließ sich in den 1950er-Jahren nicht 1:1 auf die deutschen Verhältnisse übertragen. Die Filme mussten in den Heimatdiskurs eingebunden werden, um auf dem deutschen Markt erfolgreich zu sein. In seinem Kommentar hob FRANK BÖSCH (Gießen) daran anschließend hervor, dass sich nationale Frames aus einem starken Interesse der Medien und ihrer Rezipienten für nationale, regionale und lokale Eigenheiten speisten. Daraus ergebe sich eine „nationale Synchronisation habituelier Alltagsrhythmen“, wie sie sich am Beispiel der Tagesschau nachvollziehen lasse. Bösch regte deshalb an, das Wechselverhältnis von nationalen (Medien-)Produkten und internationalen Transfers zu untersuchen und häufiger der Frage nachzugehen, wie international erfolgreiche Serien in nationale Frames übersetzt würden. Umgekehrt sei aber zu untersuchen, inwiefern der internationale Erfolg eines Produktes auch die nationale Sichtweise verändere.

Sektion IV: Politischer Journalismus in nationalen Medienkulturen

Die Beiträge der vierten Sektion fokussierten auf das schwierig zu fassende Wechselverhältnis von nationalen Medienkulturen und politischer Kommunikation am Beispiel der Auswirkungen, die dieses auf die journalistische Arbeit

⁵ Georg Franck, *Ökonomie der Aufmerksamkeit im mentalen Kapitalismus*. Ein Entwurf, München 1998.

hat. MARCUS M. PAYK (Stuttgart) stellte zwei aus dem amerikanischen Exil remigrierte deutsche Journalisten vor, die zwischen 1945 und 1970 versuchten, westlich-demokratische Werte zu vermitteln. Beide Journalisten müssten, so Payk, trotz unterschiedlicher politischer Prägung als Repräsentations- und Identifikationsfiguren verstanden werden, die nationale, internationale und transnationale Elemente verbinden, aber nicht genau zugeordnet werden könnten.

NIKOLAS HUBÉ (Paris) verwies auf die Unterschiede des französischen und deutschen Presesystems seit 1945 und machte auf deutliche Gegensätze aufmerksam, die besonders die Rolle des Staates in beiden Medienkulturen sowie wirtschaftliche Aspekte betreffen. In Deutschland sei die Distanz zwischen Journalisten und Politikern hoch, da viele Journalisten Angst vor staatlicher Einflussnahme hätten, während in Frankreich zwischen beiden enge Beziehungen bestünden. Dass die stark differenzierte französische Zeitungslandschaft regelmäßig durch staatliche Subventionen gestützt wird, scheint dort das Verhältnis von nationaler Medienkultur und politischer Kommunikation nicht grundlegend in Frage zu stellen; ein Umstand, der, auf Deutschland übertragen, sicherlich zu Irritation und Ablehnung führen würde.

DOMINIK GEPPERT (Bonn/Berlin) nahm die deutsch-englischen Verhältnisse an der Schwelle zum 20. Jahrhundert in den Blick und stellte die Herausbildung national verfasster Kommunikationsgesellschaften heraus. Obgleich transnationale Trends im Journalismus erkennbar waren, konnte er auf einige grundlegende Differenzen zwischen England und Deutschland hinweisen: (1) in der Topographie der Presselandschaft, (2) im sozialen Hintergrund des Journalisten und seinem Prestige, (3) in der Presselenkung und Pressepolitik sowie (4) bei den nationalen Stereotypen, die in der Presse vorherrschten. JÖRG REQUATE (Bielefeld) machte in seinem Kommentar darauf aufmerksam, dass bei allen nationalen Eigenheiten transnationale Transfers, Einflüsse und Perspektiven, wie sie sich insbesondere aus persönlichen Kontakten ergeben, nicht aus dem Blick geraten dürften.

In der Abschlussdiskussion wurde zunächst noch einmal das Konzept der „Transnationalität“ und seine Erklärungskraft kritisch hinterfragt. Obgleich hier keine endgültige Definition gefunden wurde, war man sich einig, dass alternative Konzepte wie „Amerikanisierung“ oder „Westernisie-

rung“ für die Beschreibung national übergreifender Phänomene zu unspezifisch und unzulänglich sind und selbst historisiert werden müssen. Classens Einwurf, den Begriff der Kommerzialisierung vor allem im Hinblick auf populäre Kultur anzuwenden, wurde zustimmend aufgenommen. Bezogen auf das Tagungsthema war zu beobachten, dass politische Kommunikation bzw. politische Kultur und Medien im 20. Jahrhundert in ihrer Verschränkung weit weniger transnational überformt sind als Unterhaltungsformate. Transnationalität sei nicht als Nivellierungsvorgang, sondern vielmehr als Spannung zum nationalen Eigensinn zu begreifen. Daher sollte sich die Diskussion künftig sehr viel mehr auf das reziproke Verhältnis von nationalen Medienkulturen und politischen Codes und Semantiken beziehen, wie Mergel nachdrücklich einforderte. Angemahnt wurde auch, dass der Begriff der Öffentlichkeit bei einer Betrachtung von Medienkulturen und politischer Kommunikation zwingend diskutiert werden müsse. Ein grundsätzliches Problem, das sich bereits in der Diskussion einzelner Panels ankündigte, dürfte zudem die methodisch schwierige Analyse der Rezeption medialer Botschaften sein. Eine gezielte Auseinandersetzung mit diesem Thema auf einer sich anschließenden Tagung wäre wünschenswert.

Konferenzübersicht:

Begrüßung

Sektion I: Medialisierung und Politik

Moderation: Daniela Munkel (Berlin)

Thomas Mergel (Berlin): Nationale Politiktraditionen - nationale Medienkulturen. Überlegungen zur Einführung

Stefano Cavazza (Bologna): Wahlkampfkommunikation in zwei politischen Kulturen: Italien und Deutschland nach dem Zweiten Weltkrieg

Bernd Weisbrod (Göttingen): Nationaler Stil und mediale Logik. Überlegungen zur „Amerikanisierung“ der Nachkriegsmedien am Beispiel der BBC
Kommentar: Thomas Lindenberger (Potsdam)

Sektion II: Krieg und Terror

Moderation: Annette Vowinckel (Berlin)

Daniel Siemens (Bielefeld): Internationaler Terrorismus im nationalen Deutungsrahmen. Überlegungen zur Berichterstattung von politischen Strafprozessen in Deutschland und Frankreich in den 1920er Jahren

Marco Gerbig-Fabel (Gießen): Großbritannien -

Japan - USA: Die fotografische Sichtbarkeit des
Russisch-Japanischen Kriegs
Florian Schnürer (Gießen): Luftkrieg in Frank-
reich, England und Deutschland
Kommentar: Gerhard Paul (Flensburg)

Sektion III: Nationales Framing

Moderation: Lu Seegers (Gießen)
Jan C. Behrends (Berlin): Nation und Sowjetunion.
Aporien der Propaganda im stalinistischen Polen
Malte Zierenberg (Berlin): Politik und Prominenz.
Nationale Besonderheiten und transnationale Kon-
vergenzen
Christoph Classen (Potsdam): Politik und Nichtpo-
litik. Zu den deutschen Adaptionen von „Don Ca-
millo und Peppone“
Kommentar: Frank Bösch (Gießen)

Sektion IV: Politischer Journalismus in nationalen Medienkulturen

Moderation: Willibald Steinmetz (Bielefeld)
Marcus M. Payk (Stuttgart): Demokratisches Sen-
dungsbewusstsein? Zur Bedeutung transatlanti-
scher Akteure im westdeutschen Journalismus von
1945 bis ca. 1970
Nikolas Hubé (Paris): Historische und ökonomi-
sche Hintergründe der „komischen“ Beziehungen
zwischen Staat und Journalismus in Frankreich
Dominik Geppert (Bonn/Berlin): Politische Kul-
tur und politischer Journalismus in England und
Deutschland
Kommentar: Jörg Requate (Bielefeld)

Abschlussdiskussion

Tagungsbericht *Nationale Medienkulturen und
politische Kommunikation im 20. Jahrhundert*.
30.10.2008-01.11.2008, Potsdam. In: H-Soz-u-
Kult 08.12.2008.