

Stephanie Jacobs, Patrick Merziger

»Winning Hearts and Minds«

Tagung der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft zur historischen Medienwirkungsforschung im Deutschen Buch- und Schriftmuseum der Deutschen Nationalbibliothek in Leipzig

Das »lange 20. Jahrhundert« gilt als das Jahrhundert der Massenmedien. Die Zeitgenossen sprachen den jeweils »neuen Medien« größte Wirksamkeit zu, und Diagnosen am Ende dieses Jahrhunderts beschrieben unsere Gesellschaften als »Medien-demokratien« oder sogar »Medio-kratien«. In den Geschichts- und Kommunikationswissenschaften ist daher wiederholt gefordert worden, dass eine Zeitgeschichte immer auch eine »Zeitgeschichtsschreibung der Mediengesellschaft« (Gerhard Paul) sein müsse. Konkrete kommunikationshistorische Forschungsarbeiten zu dieser Perspektive aber sind immer noch selten. Diesem Desiderat widmete sich eine Konferenz, die unter dem Titel »Medieneffekte, Rezeptionen, Anschlusskommunikationen – Methoden, Quellen und Ansätze einer historischen Medienwirkungsforschung« vom 19. bis 21. Januar 2017 im Deutschen Buch- und Schriftmuseum (DBSM) stattfand.

Die Konferenz wurde von der Fachgruppe »Kommunikationsgeschichte« in der Deutschen Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft zusammen mit Patrick Merziger, Juniorprofessor für Kommunikationsgeschichte am Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft der Universität Leipzig, in Kooperation mit dem DBSM veranstaltet und brachte Historikerinnen und Historiker, die Kommunikation zunehmend auch als Prozess in den Blick nehmen, und Kommunikationswissenschaftlerinnen und -wissenschaftler zusammen, die gerade in der historischen Perspektive eine Chance sehen, über die Mikroebene und die Konzentration auf individuelle, psychologische Effekte hinauszukommen. Ziel der Tagung war es, wissenschaftliche Ansätze interdisziplinär zu

vernetzen und anzustoßen, die sich explizit mit der Wirkung von Medien auf die jeweilige Gesellschaft befassen und nach ihren Effekten, nach Rezeptionen und Anschlusskommunikationen im historischen Zeitverlauf fragen.

Die Herausforderungen, die diese Fragestellungen für Historikerinnen und Historiker einerseits, Kommunikationswissenschaftlerinnen und -wissenschaftler andererseits jeweils bedeuten, ergeben sich auch aus den unterschiedlichen Methoden und Wissenschaftspraktiken: Während die Kommunikationswissenschaft ihre vertrauten Instrumente wie Umfragen oder Interviews vermisst, herrschen in der Geschichtswissenschaft oft zu eindimensionale Annahmen über die Wirkung von Medien auf Gesellschaften vor.

In den letzten Jahren ist auf beiden Seiten einiges in Bewegung geraten, der Dialog verspricht daher produktiv zu sein. Aus der Kommunikationswissenschaft stammt der Vorschlag, nicht nur direkte, sondern auch vermittelte Wirkungen in den Blick zu nehmen und »de-facto-Effekte« zu untersuchen, da nur so die Bedeutung der Medien in der Gesellschaft erschließbar sei. Mit dem Konzept der Medialisierung, das inzwischen auch die Geschichtswissenschaft rezipiert hat, wird dafür plädiert, Medienlogiken zu identifizieren und die Ausrichtung anderer Gesellschaftsbereiche daran zu verfolgen. Systemtheoretisch inspirierte Ansätze stellen heraus, dass Wirkung von Kommunikation sich letztlich wieder in Kommunikation niederschlagen muss und damit als Anschlusskommunikation auch historisch beobachtbar ist.

Auf der anderen Seite nahm die Geschichtswissenschaft Ansätze aus den cultural studies auf, so dass der Umgang mit Medienprodukten und ihre Aneignung in den Blick kamen und der Brückenschlag zur Mediatisierungsforschung in der Medien- und Kommunikationswissenschaft nahe liegt. Gemeinsam ist diesen Ansätzen, dass sie massenmediale Kommunikation als Prozess auffassen, der zirkulär geschlossen ist, es also nicht ausreicht nur den

Sender, nur das Medium oder nur den Rezipienten in den Blick zu nehmen, wenn es um die Wirkung von Medien in der Gesellschaft geht.

Ziel der Konferenz war daher sowohl der Austausch über Quellen und Methoden, mit denen Rezeptionsprozesse konkret aufgespürt und erforscht werden können, als auch die Präsentation exemplarischer Studien, die die Effekte von Medien auf die Gesellschaften des 20. Jahrhunderts in ihrer ganzen Komplexität offen legen.

Bereits die beiden einleitenden Impulsvorträge spannten das weite thematische Feld der Konferenz, aber auch die ganz unterschiedliche Herangehensweise der beiden beteiligten Wissenschaften – Geschichte und Kommunikation – ab: Während der Leipziger Kommunikationswissenschaftler Hans-Jörg Stieler Möglichkeiten einer quantitativen Rezeptionsforschung aus historischer Perspektive präsentierte, setzte die Gießener Historikerin Ulrike Weckel zu einer »Rehabilitation der Vieltimmigkeit« an und plädierte für eine qualitative Rezeptionsforschung, deren konkrete Detailanaly-

sen immer auch die Skepsis gegenüber der »großen Meistererzählung« beinhaltet.

Ein Schwerpunkt des Konferenzprogramms lag auf historischen Fallstudien, die neue Quellen zur Medienwirkungsforschung vorstellen.¹ Auf der anderen Seite kamen Überlegungen und Konzepte zur historischen Perspektive auf das eigene Fach und dessen Fragestellungen zu Wort.² Einen weiteren Fokus legte das Programm auf historische Analysen zum Publikum audiovisueller Medien.³ Schließlich wurde der Blick auch auf lokale Rezeptionszusammenhänge gelenkt.⁴

Die angeregten Paneldiskussionen zwischen den Vorträgen legten nahe, dass das Ziel der Konferenz nicht verfehlt wurde: Impulse zu geben, die Wirkung von Medien in der Geschichte dezidiert zum Thema zu machen und die unterschiedlichen Herangehensweisen von Geschichts- und Kommunikationswissenschaft zur Medienwirkungsforschung unter die Lupe zu nehmen.

E-Mail Patrick Merziger:

patrick.merziger@uni-leipzig.de

Anmerkungen

- 1 Kaspar Maase, Tübingen, zum »Schundkampf; Patrick Rössler, Erfurt, zur Werbepsychologie der 1920er-Jahre; Andre Räder, Rostock, zur Medienwirkungsforschung am Beispiel des Kinderbuchs »Die Reise nach Sundevit«; Fernando Ramos Arena, Leipzig, Filmkontrolle in der DDR der 1950er-Jahre
- 2 Benno Nietzel, Bielefeld, zur Medienwirkungsforschung im Krieg; Erik Koenen, Bremen, zu Max Weber auf den Spuren der Massenkommunikation; Gerlinde Frey-Vor, Halle, zu historischen Datenanalysen zum Medienverhalten in Ost und West nach 1990
- 3 Andre Dechert, Augsburg, zur US-amerikanischen Sitcom; Tabea Bodenstedt, Gießen, zum Publikum als Produzent; Christian Schwarzenegger, Augsburg, und Anne Kaun, Stockholm, zum Medienverweigerer als Quelle der Medienwirkungsforschung
- 4 Etwa durch Constanze Sieger, Münster zum Verhältnis von Massenmedien und Kleinstadtentwicklung um 1900 oder Maria Löblich, Berlin zur Mediennutzung im West-Berlin der 1980er-Jahre