

Frank Bösch, Mediengeschichte. Vom asiatischen Buchdruck zum Fernsehen (Historische Einführungen, Bd. 10), Campus Verlag, Frankfurt am Main/New York 2011, 268 S., kart., 18,90 €.

Den Anforderungen an eine historische Einführung entsprechend, gliedert Frank Bösch seine Mediengeschichte in fünf chronologische Kapitel, denen er eine methodische Einführung in Form von verschiedenen „Wegen zur Mediengeschichte“ voranstellt. Bösch versteht Medien nicht als Spiegel ihnen außenliegender Realitäten, sondern als „Teil sozialer Wirklichkeiten“ (S. 7). Dementsprechend gilt es, das konstante Wechselspiel und die fortwährende, gegenseitige Beeinflussung zwischen Medien auf der einen sowie kulturellen, sozialen und politischen Ereignissen auf der anderen Seite in den Blick zu nehmen. Bösch untersucht „wie neue Medien seit Erfindung des Drucks aufkamen, wie sie genutzt wurden und welchen Einfluss sie auf gesellschaftliche Entwicklungen hatten“ (S. 8). Dabei geht es ihm explizit um die „epochale Rolle“ der jeweiligen Medien (S. 23).

Die vorliegende Mediengeschichte ist jedoch mehr als nur eine Zusammenstellung des aktuellen Forschungsstands. Gleichzeitig werden immer wieder Desiderata angesprochen und so für eine bestimmte Forschungsagenda plädiert. Bösch geht es insbesondere um den transnationalen beziehungsweise globalen Charakter von Medien. Er blickt beständig über die Grenzen Europas und der USA hinaus und interessiert sich für Entwicklungen in Asien ebenso wie in Südamerika. Folgerichtig beginnt er seine Darstellung mit der Erfindung des Buchdrucks in Asien, der nicht nur anders verlief, sondern auch anders genutzt und erinnert wurde als sein europäisches Pendant. Im Unterschied zu Europa führte der asiatische Buchdruck nicht zum Konzept einer „individualisierte[n] Autorschaft“ (S. 30) und gilt Bösch daher weniger als Teil einer globalen Entwicklung, denn als eigenständiges Medium in Ostasien (S. 34). Dennoch konstatiert Bösch an verschiedenen Stellen eine neue, transnationale „Unmittelbarkeit“, welche die Medien in immer stärkerem Maß generierten (141). Darauf aufbauend, fordert er, die globale Medialität viel intensiver als bisher auch in die Globalgeschichte einzuflechten (S. 129).

Außerdem erteilt Bösch jeder technikzentrierten Mediengeschichte eine klare Absage. Für ihn dominiert die soziale und kulturelle Prägung von Medien, wie er anhand verschiedener Beispiele darlegt. Obwohl sich die Drucktechnik zwischen Gutenberg und der Französischen Revolution kaum weiterentwickelte, kam es zu Beginn des 17. Jahrhunderts zur Erfindung der Zeitung und damit zu einer genuinen Medienrevolution. Für Bösch zeigen solche Beispiele, dass es „kein technisches Apriori für Medienentwicklungen gibt, sondern kulturelle, politische und soziale Voraussetzungen, die Ausgestaltung und Aneignung von Medien prägen“ (S. 58). Spektakuläre Entwicklungen in den Medien veränderten ihrerseits kulturelle und soziale Befindlichkeiten. So verschoben mit Datum und Ort versehene Auslandsnachrichten, die sehr früh zu den wichtigsten Bestandteilen erfolgreicher Zeitungen gehörten, die „Raum-Zeit-Beziehung“ (S. 81). Für Bösch sind Medieninnovationen „Antworten auf aktuelle soziale Bedürfnisse“ (S. 227), deren Bedeutung weniger in den technischen Erfindungen, als in den Gebrauchsweisen ihrer Benutzer liegt (S. 229).

Auch in Genderfragen der Mediengeschichte erkennt Bösch ein bisher unterrepräsentiertes Forschungsfeld. Immerhin entstand schon 1693 mit „The Ladies Mercury“, die erste Frauenzeitschrift der Welt, was verdeutlicht, dass sich Medienproduzenten sehr früh für Frauen als spezifische Zielgruppe interessierten. Laut Bösch erfuhren Frauen durch die Massenpresse eine nicht zu vernachlässigende Aufwertung, und dies bereits in Epochen als politische Emanzipationsbestrebungen noch kaum Wirkung zeigten (S. 120). Dabei gilt als Faustregel, dass neue Medien zunächst deutlich von Männern dominiert wurden, bevor die Beteiligung von Frauen, die Bösch als in der Forschung generell unterschätzt ansieht, kontinuierlich zunahm. Frauen prägten Medien aber keineswegs nur auf der Konsumentenseite. Auch als Medienproduzenten spielten sie eine bedeutende und zunehmend einflussreiche Rolle. Im Burenkrieg waren es Auslandskorrespondentinnen, die sowohl Kolonialminister Churchill mit entscheidenden militärischen Informationen versorgten, als auch den britischen Lesern schillernde

Beschreibungen von der Front und alarmierende Stellungnahmen zur Errichtung von „concentration-camps“ lieferten (S. 121).

Schließlich plädiert Bösch dafür, Medien nicht einzeln und isoliert, sondern wenn immer möglich als Medienensemble zu untersuchen, um Abhängigkeiten und Verflechtungen zu thematisieren. Medien sind immer Teil einer spezifischen Medienlandschaft, die historisch zu kontextualisieren ist. Folgerichtig kommt er in seinem Kapitel zum frühen 20. Jahrhundert zunächst auf das Kino und das Radio, dann erst auf die Zeitungen zu sprechen. Er beschreibt den Medienumbruch um 1900 als Zusammenspiel alter und neuer Medien. Der Siegeszug des Films wurde nur möglich, da er als Produkt eine große Nachfrage erzeugte, die durch vorangegangene Techniken bewegter Bilder stimuliert worden war (S. 144). Auch an dieser Stelle versucht Bösch, die selbst gestellten Forderungen einzulösen, und spricht die doppelte globalgeschichtliche Dimension des Mediums „Film“ an. Denn dieser war einerseits eine Attraktion, die an den verschiedenen Orten der Welt ein zahlreiches Publikum mobilisierte. Andererseits lieferte der Film von Anfang an insbesondere Bilder von weit entfernten Gegenden und visualisierte so die Welt für kontemplative Betrachter. Auch in Bezug auf Medien ist Globalisierung dabei keineswegs mit Gleichberechtigung zu verwechseln. Die visuelle Deutungsmacht lag durch die finanzielle Hoheit über die Produktionsstätten von Anfang an in der Hand westlicher Industrienationen (S. 146). Die soziale Sprengkraft des Films zeigte sich ebenfalls früh an einer deutlich erkennbaren bürgerlichen Angst vor dem neuen, das Publikum vereinheitlichenden Medium. Die Lichtspielhäuser führten daraufhin schon bald alte, durch das Theater geprägte Konventionen ein und versöhnten Bourgeoisie und Kino (S. 151).

Neue Zäsuren werden in Böschs Mediengeschichte kaum gesetzt, er akzentuiert jedoch teilweise anders. Der Erste Weltkrieg wird durchaus als medienhistorischer Wendepunkt ausgemacht, den Erfolg der nationalsozialistischen und faschistischen Propaganda in Europa sieht er dagegen als etwas weniger durchschlagend an. Allerdings trugen die Medien, zum Beispiel durch Radiosendungen wie das „Wunschkonzert für die Wehrmacht“, ihren Teil zur Herstellung einer Volksgemeinschaft bei. „Die NS-Medien waren Teil der Moderne, aber in ihrer pathologischen illiberalen Form“ (S. 179). In Bezug auf die Medien kann laut Bösch zumindest teilweise von einer „Stunde Null“ im Jahr 1945 gesprochen werden, bevor sich die Medien der frühen Bundesrepublik in den 1950er Jahren schließlich wieder internationalen Trends anschlossen. Der Kalte Krieg wurde unter anderem durch gezielt für ausländische Hörer produzierte Radiosendungen auch in den Medien ausgetragen; die gegenwärtige Globalität des Fernsehens ist hingegen zu hinterfragen, da in vielen Teilen der Welt der Großteil des Programms aus US-amerikanischen Produktionen besteht (S. 214).

15, im Internet frei zugängliche Quellen, runden die ebenso verständlich wie präzise geschriebene Darstellung ab. Die vorliegende Mediengeschichte führt den aktuellen Stand der Forschung konzise zusammen, bietet vielfältige Perspektiven für weiterführende Fragen und skizziert zusätzliche, gerade in der Geschichtsschreibung bisher zu wenig bearbeitete Forschungsfelder. Alles in allem, eine Einführung, die vorbehaltlos empfohlen werden kann.

Volker Barth, Köln

Zitierempfehlung:

Volker Barth: Rezension von: Frank Bösch, Mediengeschichte. Vom asiatischen Buchdruck zum Fernsehen (Historische Einführungen, Bd. 10), Campus Verlag, Frankfurt am Main/New York 2011, in: Archiv für Sozialgeschichte (online) 52, 2012, URL: <<http://www.fes.de/cgi-bin/afs.cgi?id=81324>> [23.2.2012].