

Zahlmann, Stefan (Hrsg.): *Wie im Westen, nur anders. Medien in der DDR.* – Berlin: Panama Verlag 2010. 424 Seiten. Preis: Eur 29,90.

Jürgen Wilke

Man reibt sich die Augen, wenn man den Titel dieses Bandes sieht. Hat man richtig gelesen: In der DDR soll es, was die Medien angeht, wie im Westen – nur anders gewesen sein? Hat man einen neuerlichen Beitrag zu einer revisionistischen Geschichtsschreibung vor sich, für die es auch bei diesem Gegenstand schon manche Beispiele gibt? Tatsächlich steht der Titel für eine bestimmte Programmatik des Verlages. Sein Name verweist mitnichten auf einen lateinamerikanischen Hintergrund, sondern ist inspiriert durch den bekannten Kinderbuchautor Janosch und sein Buch „Oh, wie schön ist Panama“. Über die Helden dieses Buches verrät uns die Verlags-Homepage: „Die Reise ins Land ihrer Träume führt unbemerkt zu ihrem Ausgangspunkt zurück. Auf einmal sehen sie dort alles mit ganz anderen Augen. Als Verlag stehen wir für einen solchen Perspektivwechsel.“

Der Band enthält 22 Beiträge recht unterschiedlicher Art. Nur ein Teil davon erhebt fachwissenschaftliche Ansprüche, andere haben eher einen dokumentarischen Charakter. Breit verstanden wird vor allem der Medienbegriff. Behandelt werden unter anderem auch Puppentrickfilm, Tanztheater, Unterrichtsmedien, Schallplatten und sogar Automatenglücksspiele und „der Kopierer“. Dem Buch, der Presse und dem Radio sind jeweils zwei, dem Fernsehen drei und dem Film fünf Beiträge gewidmet, darunter einer der Filmarchitektur. Manche sind eher systematisch und überblicksartig angelegt, in anderen wiederum geht es um spezielle Aspekte oder um Anekdotisches. Neben weitgehend belegfreien Beiträgen stehen auf Quellenauswertung basierende. Auch das Spektrum der Autoren ist groß: nach Alter, beruflicher Tätigkeit und Position, auch nach Vorbildung und Herkunft (Ost oder West). In mehrfacher Hinsicht hat man es also mit einer recht heterogenen Versammlung von Texten zu tun. Das sieht der Herausgeber selbst auch so. Er erklärt dies aber für erwünscht und redet es mit dem Etikett „produktiv“ schön (11). Da kann man auch anderer Meinung sein.

Wie ernst der Titel gemeint ist, macht der Herausgeber selbst in seiner Einleitung deutlich. Nicht weniger als ein „Paradigmenwechsel in der Mediengeschichtsschreibung“ der DDR ist beabsichtigt. Unter Hinweis auf die subjektive „Aneignung“ und „Bedeutungszuweisung“ der Medienprodukte durch die bzw. zu den Menschen wird unterstellt, dass die Indoktrination der Bevölkerung der DDR über die staatlich beherrschten Medien an ihre Grenzen gestoßen sei. Ausdrücklich spricht Zahlmann von der „Nicht-Manipulierbarkeit der Mediennutzer in einer sozialistischen Diktatur“ (17) – eine ziemlich gewagte Behauptung. Ob und wie das empirisch belegt werden könnte, bleibt jedenfalls offen.

Die Thesenhaftigkeit des Titels versuchen – zum Glück, möchte man sagen – nicht alle Beiträge einzulösen. Wo dies doch beabsichtigt scheint, ist dies zumindest problematisch. So wenn Michael Meyen und Anke Fiedler jetzt die Medienlenkung der DDR mit dem Begriff der „politischen PR“ zu fassen suchen und sich dabei noch an die normative, ja polemische PR-Definition von Klaus Merten als „Differenzmanagement zwischen Fakten und Fiktionen“ anschließen. Damit wird ein westlicher Begriff verwendet, der einem ganz anderen Systemzusammenhang entstammt und der impliziert, dass so etwas wie Wettbewerb in einem offenen Meinungsmarkt herrscht. Davon konnte in der DDR gewiss keine Rede sein. Auch hat man den Begriff PR dort nicht verwendet bzw. als „ein ideologisches

Kampfprogramm der Bourgeoisie“ (Assmann 1977) bezeichnet. Allenfalls sprach man von „Öffentlichkeitsarbeit“, die wiederum als „politische Massenarbeit“ der Partei verstanden wurde. Auch ist die Paradoxie schwer aufzuheben, den Medien einerseits eine partielle Orientierungsfunktion zuzusprechen und andererseits einzuräumen, dass sie für die Menschen in der DDR zu keiner Zeit glaubwürdig waren. „Da die DDR-Bürger wussten, dass die Zeitungen nicht unabhängig waren, hat die politische PR der SED ihnen (unfreiwillig) [sic!] die Informationen geliefert, die sie für die Orientierung benötigt haben.“ (53) Einzelne der Beiträge scheinen auch nicht auf die Grundthese des Buches hin geschrieben oder laufen ihr mitunter sogar zuwider. Diese These für fragwürdig und verharmlosend zu halten, bedeutet nicht, auf Differenzierungen in der Mediengeschichte der DDR verzichten zu wollen, wozu man dem Buch immerhin einiges entnehmen kann.

Verzeichnis der Rezensent(inn)en

Dr. Marian Adolf ist Juniorprofessor an der Zeppelin University Friedrichshafen.

Dr. habil. Stefanie Averbek-Lietz ist Vertretungsprofessorin am Institut für Kommunikationswissenschaft der Universität Münster.

Dr. Udo Branahl war Professor am Institut für Journalistik der TU Dortmund.

Dr. Andrea Czepek ist Professorin an der Jade Hochschule Wilhelmshaven/Oldenburg/Elsfleth.

Dr. Benjamin Fretwurst ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung der Universität Zürich.

Dr. Ralf Hohlfeld ist Professor am Lehrstuhl für Kommunikationswissenschaft der Universität Passau.

Dr. Katharina Kleinen-von Königslow ist wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Universität Wien.

Dr. Matthias Künzler ist Oberassistent am Institut für Publizistikwissenschaft und Medienforschung der Universität Zürich.

Dr. Maria Löblich ist Akademische Rätin auf Zeit am Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung der Universität München.

Dr. Eugène Loos ist Professor am Institut für Kommunikationswissenschaft der Universität van Amsterdam.

Dr. Klaus Meier ist Professor am Institut für Journalistik der TU Dortmund.

Dr. Josef Seethaler ist Senior Scientist an der Österreichischen Akademie der Wissenschaften in Wien.

Dr. Jürgen Wilke ist Professor am Institut für Publizistik der Universität Mainz.

Dr. Ansgar Zerfuß ist Professor am Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft der Universität Leipzig.

Neu in der Rezensionsredaktion

In dieser Liste stehen alle Bücher, die von Autoren oder Verlagen an die Redaktion Buchbesprechungen geschickt wurden. Aus diesen Neuerscheinungen wählen die Herausgeber der *Publizistik* und die Redaktion in Zusammenarbeit mit Peers die Bücher aus, die dann rezensiert werden (vgl. Heft 3/2009, Editorial).