Veröffentlichungen des Deutschen Rundfunkarchivs

Inge Marßolek / Adelheid von Saldern (Hrsg.)

Radiozeiten

Herrschaft, Alltag, Gesellschaft
(1924 – 1960)

Verlag für Berlin-Brandenburg
Potsdam

Veröffentlichungen des Deutschen Rundfunkarchivs

Band 25

Inge Marßolek / Adelheid von Saldern (Hrsg.)

Radiozeiten

Herrschaft, Alltag, Gesellschaft
(1924 – 1960)

Verlag für Berlin-Brandenburg
Potsdam

Herausgeber
Deutsches Rundfunkarchiv

Die Deutsche Bibliothek – CIP-Einheitsaufnahme

Radiozeiten : Herrschaft, Alltag, Gesellschaft (1924 – 1960) / Inge Marßolek ; Adelheid von Saldern (Hrsg.). – 1. Aufl. – Potsdam : Verl. für Berlin-Brandenburg, 1999
(Veröffentlichungen des Deutschen Rundfunkarchivs ; Bd. 25)
ISBN 3-932981-44-8

PREUSSISCHER STAATS-BIBLIOTHEK ZU BERLIN KULTURBESITZ

1 A 388978

1. Auflage 1999
© Verlag für Berlin-Brandenburg GmbH, Potsdam. Printed in Germany. Alle Rechte, auch die des Nachdrucks von Auszügen, der photomechanischen Wiedergabe und Übersetzung, vorbehalten. Gedruckt auf alterungsbeständigem Papier.

INHALTSVERZEICHNIS

VORWORT 7

EINLEITUNGEN

Inge Marßolek und Adelheid von Saldern
Massenmedien im Kontext von Herrschaft, Alltag und Gesellschaft. Eine Herausforderung an die Geschichtsschreibung 11

Konrad Dussel
Rundfunkgeschichte - Mediengeschichte - Zeitgeschichte. Der Rundfunk und die Entwicklung der westdeutschen Gesellschaft 39

HERRSCHAFT, POLITIK UND GESELLSCHAFT

Adelheid von Saldern
Rundfunkpolitik, Nationalidee und Volkskultur (1926-1932) 59

Daniela Münkel
Herrschaftspraxis im Rundfunk der SBZ/DDR. Anspruch - Sicherung - Grenzen 83

Monika Pater
Chiffre für geordnete Verhältnisse. Die Konstruktion des Geschlechterverhältnisses in den Radioangeboten der früheren DDR 101

INSZENIERUNG, PRÄSENTATION UND VERMITTLUNG

Inge Marßolek
„Aus dem Volke für das Volk." Die Inszenierung der „Volksgemeinschaft" um und durch das Radio 121

Uta C. Schmidt
Der Volksempfänger. Tabernakel moderner Massenkultur 136

Lu Seegers
Vermittlungsformen des Radios - Am Beispiel der Rundfunk- und Familienzeitschrift HÖR ZU! (1946-1960) 160

PUBLIKA

Elisabeth Klaus
Macht und Ohnmacht des Publikums.
Oder: Wer macht das Publikum? 183

Carsten Lenk
Medium der Privatheit?
Über Rundfunk, Freizeit und Konsum in der Weimarer Republik 206

Kate Lacey
Zerstreuung, Langeweile und Kitsch.
Der Weimarer Rundfunk und die Modernisierung des Hörens 218

ZIELGRUPPE JUGEND

Angela Dinghaus
Hersels Jungmädchenstunde.
Identifikationsangebote für junge Frauen? 233

Axel Schildt
Das Radio und sein jugendliches Publikum
von den Zwanziger zu den Sechziger Jahren. Eine Skizze 251

QUELLEN

Joachim-Felix Leonhard
Rundfunkgeschichte als Zeitgeschichte 269

VERZEICHNIS DER AUTORINNEN UND AUTOREN 277

VORWORT

Vom 26. bis 28. Juni 1997 fand in der Werner Reimers-Stiftung in Bad Homburg eine von der Volkswagen-Stiftung finanzierte wissenschaftliche Tagung über „Massenmedien im Kontext von Herrschaft, Alltag und Gesellschaft" mit der fragenden Unterzeile „Eine Herausforderung an die Geschichtsschreibung?" statt. Antworten darauf suchten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer zu geben, die sich neben methodisch-konzeptionellen Zugängen mit zeitspezifischen Erscheinungen des Rundfunks in Deutschland von Mitte der 20er Jahre bis Mitte der 60er Jahre befaßten, also mehrere Perioden der Rundfunkgeschichte betrachteten, Weimarer Republik und Drittes Reich ebenso wie die DDR und die Bundesrepublik Deutschland. Die beiden Organisatorinnen der Tagung, Frau Prof. Dr. Inge Marßolek, Universität Bremen, und Frau Prof. Dr. Adelheid von Saldern, Universität Hannover, hatten zu diesem Zeitpunkt ein ebenfalls von der Volkswagen-Stiftung finanziertes Forschungsprojekt über Rundfunk und Geschlechterordnung mit dem Schwerpunkt Unterhaltung abgeschlossen. Sie beriefen die Tagung mit dem Ziel ein, die Rolle des Rundfunks im Alltag und in der Politik zu thematisieren, da Historiker und Historikerinnen sein Wirken in ihren politik- und kulturgeschichtlichen Studien zumeist nur am Rande berücksichtigen. Folglich setzten die Tagungsthemen Schwerpunkte bei der Beobachtung des Rezipientenverhaltens.

Die Stiftung Deutsches Rundfunkarchiv, Frankfurt am Main - Berlin, hat die für die Publikation überarbeiteten Tagungsbeiträge gerne in ihre Buchreihe aufgenommen. Dabei dürften auch Anregungen der teilweise lebhaften Diskussionen im Plenum der Veranstaltung eingeflossen sein, denn anders, als sonst bei Tagungen, hatte die Regie vorgesehen, die vorbereiteten Texte von Kommentatorinnen und Kommentatoren interpretierend und zusammenfassend vortragen und nicht einfach von den Autoren vorlesen zu lassen. Dafür sei ausdrücklich gedankt Prof. Dr. David Crew, University of Texas, Prof. Dr. Ute Daniel, Technische Universität Braunschweig, Dr. Ansgar Diller, Deutsches Rundfunkarchiv Frankfurt am Main, Prof. Dr. Norbert Frei, Universität Bochum, Dr. Rolf Geserick, Universität Osnabrück, Prof. Dr. Miriam Hansen, University of Chicago, Dr. Thomas Lindenberger, Zentrum, für Zeithistorische Forschung Potsdam, Dr. Alf Lüdtke, Max-Plank-Institut für Geschichte Göttingen, Dr. Ina Merkel, Berlin, Prof. Dr. Dietrich Mühlberg, Humboldt-Universität Berlin, Prof. Dr. Jürgen Reulecke, Universität-Gesamthochschule Siegen, und Prof. Dr. Irmgard Wilharm, Universität Hannover.

Den Herausgeberinnen dieses Bandes gebührt gleichfalls ein herzliches Wort des Dankes wie den Autorinnen und Autoren, die der Geschichtswissenschaft Denkanstöße geben wollen, die sie auch dringend notwendig hat. Zu hoffen ist, daß der Rundfunk, aber auch die Medien insgesamt, künftig die Berücksichtigung in der Fachwelt finden werden, die ihnen zeitgeschichtlich zukommt.

Frankfurt am Main – Berlin, im August 1999
Prof. Dr. Joachim-Felix Leonhard
Vorstand des Deutschen Rundfunkarchivs

EINLEITUNGEN

Inge Marßolek und Adelheid von Saldern

Massenmedien im Kontext von Herrschaft, Alltag und Gesellschaft. Eine Herausforderung an die Geschichtsschreibung

Bis vor wenigen Jahren bildete Mediengeschichte einen weißen Fleck auf der Landkarte historiographischer Forschung: Erst allmählich scheint sich auch in der deutschen Geschichtswissenschaft die Erkenntnis durchzusetzen, daß insbesondere für das 20. Jahrhundert die Medien einen größeren Platz in der sozial- und alltagsgeschichtlichen Forschung einnehmen sollten. Die Begründung hierfür liegt auf der Hand: Heute, am Ende dieses Jahrhunderts, wird deutlich, wie sehr die neuen audiovisuellen Medien, vom Rundfunk über Film, Fernsehen und Internet, die Alltagswelten der Menschen, ihre Wahrnehmungsweisen, aber auch die Gesellschaft insgesamt und die Politik verändert haben. Diskurse in der Öffentlichkeit, die ihrerseits medial vermittelte Diskurse sind, thematisieren in vielfältiger Weise die Veränderung von Politik und Gesellschaft durch die neuen Medien – sei es über die entscheidende Rolle des Fernsehens bei den Wahlkämpfen in den westlichen Demokratien, sei es über Gefahr und Segen des globalen Internet, das sich bisher jeder Kontrolle verweigert. In der deutschen Geschichtswissenschaft hatte es offenbar erst der ‚kulturalistischen Wende' bedurft, um jene Tür aufzustoßen, die die Herausforderung einer Mediengeschichte sichtbar machte.

Die säkulare und globale Revolution, die durch die Medien in diesem Jahrhundert erfolgte, scheint sich dem historiographischen Zugriff immer wieder zu entziehen: Die modernen Medien haben sich im Alltag allzu selbstverständlich und beiläufig implantiert. Gerade weil die Medien Raum und Zeit entschränken und zugleich den Alltag neu organisieren, werden sie als Konstrukteure und Transporteure kaum wahrgenommen: Nicht das mediale Produkt, sondern das Geschehen selber wird erinnert. Zugleich werden die Unterscheidungen zwischen dem medial Erlebten und dem Ereignis verwischt, wenn nicht gar aufgelöst – Medien schaffen eine virtuelle Realität. Erinnerungen an die Medien müssen erst mühsam aufgedeckt werden; oftmals scheinen sie – so das Ergebnis der Versuche, Medienbiographien zu rekonstruieren, – überhaupt nicht vorhanden zu sein. Allenfalls prägt sich der Kauf des Geräts, seine Form und seine Plazierung in der Wohnung im Gedächtnis ein.[1] Daneben gibt es assoziative Erinnerungsblöcke, die nur dann sinnvoll interpretiert werden können, wenn sie mit anderen Quellenarten kombiniert werden. Hier bietet sich ein noch wenig beackertes Feld der Zusammenarbeit zwischen Kommunikations- und Geschichtswissenschaften an.

Für das kulturelle Gedächtnis, dessen wesentlicher Teil ja das Archiv der Geschichtswissenschaft darstellt,[2] heißt das, daß die Medien selber allenfalls flüchtige Spuren hinterlassen und daß deshalb die Archivierung der Medien im kulturellen Gedächtnis immens schwierig wird, sobald die Felder der Artefakte (Organisation, In-

1 Dazu siehe Hans-Dieter Kübler, Medienbiographien – ein neuer Ansatz der Rezeptionsforschung?, in: Manfred Bobrowsky/Wolfgang Duchkowitsch/Hannes Haas (Hrsg.), Medien- und Kommunikationsgeschichte, Wien 1987, S. 53-65.

2 Vgl. hierzu u.a. Peter Burke, Geschichte als soziales Gedächtnis, in: Karl-Ulrich Hemken (Hrsg.), Gedächtnisbilder. Vergessen und Erinnern in der Gegenwartskunst, Leipzig 1996, S. 92-112.

stitution, etc.) verlassen werden. Zugleich aber ist davon auszugehen, daß die Medien eine zentrale Rolle innerhalb einer kommunikativen Tradierung der Vergangenheit einnehmen.[3] Medientexte, so eines der Ergebnisse unseres Forschungsprojektes[4] können zur Abfederung von gesellschaftlichen und politischen Umbrüchen dienen, etwa indem sie Vertrautes gerade im Unterhaltungsbereich transportieren, und zugleich können sie symbolisch für das Andere oder das Neue stehen, so zum Beispiel Radio London im Dritten Reich oder der Soldatensender AFN als Symbol der westlichen Demokratisierung in den fünfziger Jahren.

Allein die ‚harten' Quellen über Medien für Forschungsarbeiten zu nutzen, reicht allerdings nicht aus, weil sich die Medien – ihrer Funktion entsprechend – diesem Zugriff entziehen. Die modernen Massenmedien, so schon das Wort, sind Transmissionsriemen zwischen Staat und Gesellschaft, wie zwischen Teilen der Gesellschaft. Es geht um Wahrnehmungsweisen und Deutungsmuster, um Suchbewegungen der Individuen und sozialer Gruppen in einer medial strukturierten Gesellschaft. Radiogeschichte ist Teil einer Kommunikationsgeschichte,[5] in der die Rekonstruktion zeit- und gesellschaftsspezifischer Verständigungsprozesse thematisiert wird. Im Zentrum steht das „soziale Wissen": Gerade die neuen Medien sind es gewesen, die gemeinsam geteiltes Wissen produzierten, verbreiterten und damit zu einer relativen Vereinheitlichung von medial vermitteltem Alltagswissen geführt haben.[6] Die subjektive Aneignung, der soziale Gebrauch des Wissens ist als ein aktiver Prozeß aufzufassen, bei dem die zwischenmenschliche Kommunikation eine entscheidende Rolle spielt. Nach Hickethier hat er „langfristig zu einer Angleichung von Erwartungshaltungen, Wertsetzungen und Lebensweisen geführt", wobei allerdings, wie er betont, die relativen Vereinheitlichungs- bzw. Klassenentbildungsprozesse auf der realen Ebene nicht übersehen werden sollten.[7] Doch bei solchen Einschätzungen sollte man es nicht bewenden lassen. Insbesondere in der Folge der konzeptionellen Überlegungen Bourdieus über die „feinen Unterschiede"

3 In der mittlerweile reichlichen Literatur zu Geschichte und Gedächtnis finden sich nur wenige Hinweise auf die Bedeutung der Medien. Ein erster Brückenschlag wurde auf dem vom Kulturwissenschaftlichen Institut in Essen organisierten Workshop im Mai 1998 versucht. Die Beiträge sind erschienen in: Elisabeth Domansky/Harald Welzer (Hrsg.): Eine offene Geschichte. Über die kommunikative Tradierung der nationalsozialistischen Vergangenheit. Tübingen 1999. Darin: Inge Marßolek, Vertraute Töne und Unerhörtes. Radio im Nachkriegsdeutschland.

4 Es handelt sich um das von der VW-Stiftung finanzierte Projekt: Inge Marßolek/Adelheid von Saldern (Hrsg.), Zuhören und Gehörtwerden. Zwischen Lenkung und Ablenkung, Bd. 1: Radio im Nationalsozialismus, Tübingen 1998 und Bd. 2: Radio in der DDR der fünfziger Jahre. Zwischen Lenkung und Ablenkung, Tübingen 1998; beide Bände unter Mitarbeit von Daniela Münkel/Monika Pater/Uta C. Schmidt.

5 Anregungen zu einer neuen Kommunikationsgeschichte vermittelt unter anderem Wolfgang R. Langenbucher, Von der Pressegeschichte zur Kommunikationsgeschichte – Ein Sammelreferat, in: Bobrowsky/Duchkowitsch/Haas (Hrsg.), S. 16-23, hier insbes. S. 17f.

6 So auch Knut Hickethier, Der Fernseher. Zwischen Teilhabe und Medienkonsum, in: Wolfgang Ruppert (Hrsg.), Fahrrad, Auto, Fernsehschrank, Frankfurt am Main, S. 162-188, hier S. 171. Die Vielzahl der Sender in den heutigen audiovisuellen Medien schränkt diesen Vereinheitlichungsprozeß aber wieder ein Stück weit ein.

7 Ebenda, S. 171. Angesichts der neuen Entwicklung scheint eine neue Ungleichheit zu entstehen: Weniger als 10 Prozent der Haushalte haben, neuen Umfragen zufolge einen Internet-Anschluß, nur ein Drittel etwa ist mit einem Computer ausgestattet, so daß die Zugangsmöglichkeiten zu den neuen Medien höchst ungleich, nach dem ökonomischen Einkommen strukturiert sind.

kommen die sozialkulturellen Differenzierungen erneut in den Blick.[8] Ungeachtet der relativen Angleichung der Lebensstile werden feinstrukturierte soziale Distinktionen nicht zuletzt durch Medien – oder auch gegen das, was Medien proklamieren – vermittelt. Medien bestimmen und schaffen jene Konfigurationen sozialen Weltbezugs, in denen Repräsentationsbeziehungen von Gruppen und Individuen offenkundig werden. Sie stellen ein sich stets veränderndes Reservoir zur Verfügung, dessen sich die jeweiligen Gruppen in unterschiedlicher Weise bedienen, um ihre differenten Realitätsdeutungen zu konstruieren. In der Aneignung der Medien finden sich die vielfältigen Praktiken zur Distinktion und Differenz, zur Integration und Einübung von Herrschaftspraktiken, zur Legitimation von Status und Rang.[9]

In den Blick gerät aber auch die Ökonomie der Sinne. Das Aufkommen der neuen audiovisuellen Medien wurde in Deutschland in den zwanziger Jahren von den Zeitgenossen und Zeitgenossinnen in einer besonderen Dramatik erlebt. Die Verdrängung des Lesens durch das Fernsehen und jetzt durch das Internet wird bis heute nicht nur von kulturkonservativer Seite immer wieder lautstark – und selbstreferentiell in den Medien – diskutiert. Der Wandel in der sinnlichen Aneignung ist rasant, seine Bedeutung für Wahrnehmungsweisen kaum ausgelotet.

Zwei Beispiele: Der Rundfunk wurde im Ersten Weltkrieg zur Lenkung der Schlachtordnung erprobt. Als am 29. Oktober 1923 zum ersten Mal die Stimmen aus dem Äther über die Detektorgeräte zu den Menschen ins Haus drangen, war die grundlegende Bedeutung dieses Ereignisses wohl nur wenigen bewußt. Im Zweiten Weltkrieg hingegen wurde über den Rundfunk Raum und Zeit, Heimat und Front in bisher nicht bekannter Weise miteinander verbunden, sei es über die Weihnachtsringsendung, sei es im Wunschkonzert. Die ‚Volksgemeinschaft' wurde so zu einer Hörgemeinschaft im Krieg.

Heute, so scheint es, entscheiden die Medien über die Kriege. In der Berichterstattung von CNN über den Golfkrieg wurde der Krieg zur ‚Echtzeit'.[10] Nicht nur werden die Waffen durch das Medium gesteuert, auch die öffentliche Meinung wird entscheidend im und durch das Medium geprägt. Kriege, so scheint es, werden nicht mehr allein auf den Schlachtfeldern, sondern in den Medien entschieden. Das Bilderreservoir Krieg enthält ein Repertoire von Metaphern, in dem vergangene, gegenwärtige und auch zukünftige Kriege enthalten sind. Die Unterscheidbarkeit von realen und medialen Geschehnissen wird ebenso verwischt wie die von Zeit und Raum.

In diesem Jahrhundert haben die Medien die Ökonomie der Sinne durcheinandergewirbelt und tiefgreifend verändert – ein Ende diese Entwicklung ist nicht abzusehen. Hör- und Sehgewohnheiten sind verändert, sie sind sicherlich nach Generationen, aber auch nach Geschlecht zu unterscheiden. Andere Kompetenzen, wie Lesen und Tasten, Riechen und Schmecken, werden im Alltag immer weniger gefordert – über sie wird kaum nachgedacht. Am Beispiel des Rundfunks kann in historischer Perspektive gezeigt werden, wie sich das Hören vom angestrengten Lauschen mit Kopfhörern vor den Detektorgeräten zum feierlichen, gemeinschaftlichen Zuhören von Konzerten im Famili-

8 Pierre Bourdieu, Die feinen Unterschiede, Frankfurt am Main 1982 (franz. Ausgabe 1979).

9 Zu Überlegungen von Repräsentation und Praktiken vgl. Roger Chartier, Die unvollendete Vergangenheit, Berlin 1989, S. 7-19 (dt. Übersetzung).

10 Paul Virilio, Krieg und Fernsehen, Frankfurt am Main 1997.

enkreis, bis zum Nebenbei-Hören bei anderen Tätigkeiten zu Hause, als nahezu ubiquitäre Berieselung und seit den Transistorgeräten und dem ‚walk-man' zum individuellen Überall-Hören wandelte. Zugleich aber greift die Fokussierung auf das Hören zu kurz: In Radioerinnerungen hat sich das magische Auge, die beleuchtete Skala mit geheimnisvollen Namen wie Beromünster, eingebrannt. Die Rundfunkmacher der frühen Jahre des Mediums sprachen von Hörbildern als Genre – Hören von Sprache und von Musik evoziert Bilder im Kopf. Zu fragen ist, ob die Annahme, daß Hören eine passiver Vorgang sei, nicht den Blick auf die vielfältigen Sinnespraktiken, die Hören beinhaltet, verstellt.[11]

Hinter diesen wenigen Stichworten verbergen sich die Geschichte der Technik des Mediums, die Geschichte der sich wandelnden Aneignung sowie die Geschichte der Implantierung des Radios in den Alltag. Diese Geschichten vollzogen sich in Deutschland in weniger als siebzig Jahren. Sie fanden in fünf verschiedenen Systemen statt, davon in zwei Demokratien, zwei Diktaturen, zwei Kriegen und einer Besatzungsphase. Hörgewohnheiten und Hörerwartungen wurden in Deutschland im besonderen Maße im Nationalsozialismus ausgeprägt, mit großen – und bisher kaum beachteten – Folgen für die Medien- und die Gesellschaftsgeschichte der Nachfolgestaaten.

Medien als Transmissionsriemen zwischen Herrschaft und Gesellschaft transportieren Ideologie, Einstellungen und Verhaltensmuster, die zur Akzeptanz von Herrschaft beitragen sollen, in die Gesellschaft. Dies kann jedoch nur dann massenwirksam werden, wenn die Medienprodukte Erwartungen und Bedürfnisse der RezipientInnen aufnehmen – auch insofern wirken Medien selber auf die Politik zurück.

Auch die Ideologie erfährt durch den Paradigmenwechsel zu einer Neuen Kulturgeschichte veränderte Interpretationen. Die soziale und politische Bedeutung der Sprache und die Politik der Zeichen sowie der Sinngebungen durch Diskurse, bei deren Produktion die Medien eine herausragende Rolle spielen, führt zu der Frage zurück, warum sich bestimmte Deutungsmuster und die dahinterstehenden gesellschaftlichen Interessen durchsetzen lassen und andere nicht.[12] Das Politisch-Ideologische kann indessen nicht länger als ein einseitiger Prozeß verstanden werden, der nur ‚von oben' ‚nach unten' verläuft. Vielmehr sind Herrschaft und Machterneuerung als soziale Prozesse zu betrachten, an denen zahlreiche Menschen in der einen oder anderen Weise teilnehmen. In dieser praxeologischen Bestimmung von Herrschaft bildeten und bilden die Medien eine der Arenen, in denen es um die Erlangung und den Erhalt von dominanten Positionen geht.

Eine Analyse der Rolle der Medien in der Gesellschaft des 20. Jahrhunderts sollte sich von jedweden Vorstellungen über trichterartige Wirkungsweisen von Medien, wie sie etwa Adorno und Horkheimer im amerikanischen Exil entwickelten, verabschieden. Medienöffentlichkeiten, so Habermas, haben ein ambivalentes Potential.[13] Sie können zur Steigerung und Verstärkung sozialer und politischer Kontrolle genutzt werden, so die Kommunikationsflüsse in den politischen Systemen von oben nach unten struktu-

11 Diese Überlegungen verdanken wir Uta C. Schmidt.

12 Vgl. dazu Stuart Hall, The rediscovery of ‚ideology': return to the oppressed in media studies, in: Michael Gurevitch u.a. (Hrsg.), Culture, society and the media, London 1982, 56-91, insbes. S. 88.

13 Jürgen Habermas, Theorie des kommunikativen Handelns, Bd.2: Zur Kritik der funktionalistischen Vernunft, 2. Aufl. Frankfurt am Main 1982, S. 573ff.

riert sind. Gerade diktatorische Regime versuchen, mit Hilfe der Medien die Öffentlichkeit in ihrem Sinne ideologisch und propagandistisch zu formen. Doch der Äther verweigert sich einer restlosen Kontrolle. Das massenhafte Hören der Feindsender im Zweiten Weltkrieg und der Westsender zu DDR-Zeiten sind hier gute Beispiele. Hinzu kommt, daß sich auch die Aneignungslogiken der Medientexte der Kontrolle ein Stück weit entziehen. Ungeachtet der Tatsache, daß es dominante Lesarten gibt, können Botschaften in der kommunikativen Alltagspraxis umgedeutet werden, können sich sogar unter bestimmten Umständen in das Gegenteil der beabsichtigten Lesart verkehren. Die grundsätzliche Polyvalenz der Medientexte bedeutet, daß die RezipientInnen sie auf dem Hintergrund ihrer lebensweltlichen Erfahrungen in ihrem Sinne, das heißt eigensinnig, lesen oder hören. Der Konsum von massenmedialen Produkten ist Teil kommunikativen Handelns und gehört zu den Alltagspraktiken. Filmhistoriker, besonders aus dem anglo-amerikanischen Raum, haben in ihren Analysen schon lange Filme als Echolot benutzt, um die mentalen Befindlichkeiten der Gesellschaft, auch der deutschen, zu sondieren.[14] Für das Radio stehen wir noch am Anfang.

Die neue Kulturgeschichte bietet ein Sample an Fragestellungen und Methoden, die es ermöglichen, Mediengeschichte mit Zeitgeschichte zu verknüpfen. Das bedeutet, Medientexte in ihrer Polyvalenz zu entschlüsseln, mehrere Lesarten zuzulassen, was zum Beispiel gerade für die Geschlechtergeschichte von Bedeutung ist. Mediennutzung kann dabei in Anlehnung an Michel de Certeau als soziale Praxis begriffen werden: „Diese ist listenreich und verstreut, aber sie breitet sich überall aus, lautlos und fast unsichtbar, denn sie äußert sich nicht durch eigene Produkte, sondern in der Umgangsweise mit den Produkten, die von einer herrschenden ökonomischen Ordnung aufgezwungen werden".[15] Das heißt nicht mehr oder weniger, als daß eine so verstandene Mediengeschichte die Chance bietet, die Alltagserfahrungen und das Alltagshandeln der Individuen und sozialen Gruppen mit der Kritischen Gesellschaftsanalyse zu verzahnen.

Mediengeschichte verknüpft die Fäden einer Debatte neu, die nach dem Begriff der Moderne und der Tragweite von Modernisierungstheorien für die deutsche Sozialgeschichte des 20. Jahrhunderts stellt.[16] Kernpunkt der Diskussion ist wohl ein Tabubruch: Angesichts der nationalsozialistischen Verbrechen, die nicht selten als Barbarei, als Rückfall in vormoderne Zeiten bewertet werden, scheint es sich zu verbieten, den Nationalsozialismus als einen partiellen Katalysator von Modernisierung und als eine Durchbruchsphase der Moderne in Deutschland zu bewerten. Zudem wirft eine Entnormierung des Begriffs der Moderne, wie Rainer Zitelmann es vorgeschlagen hat, notwendigerweise neue Probleme auf, und zwar nicht nur in bezug auf den Nationalsozialismus.[17] Zum einen stellt sich die Frage, ob überhaupt ein Nachdenken über das 20.

14 Heide Fehrenbach, Cinema in Democratizing Germany. Reconstructing National Identity after Hitler, North Carolina 1995; Patrice Petro, Joyless Streets: Women and Melodramatic Representation in Weimar Germany, Princeton etc. 1989.

15 Michel de Certeau, Kunst des Handelns, Berlin 1988, S. 13 (dt. Übersetzung).

16 Hans Mommsen, Nationalsozialismus als vorgetäuschte Modernisierung, in: Walter H. Pehle (Hrsg.), Der historische Ort des Nationalsozialismus. Annäherungen, Frankfurt am Main 1990, S. 32-46.

17 Rainer Zitelmann, Nationalsozialismus und Moderne. Eine Zwischenbilanz, in: Werner Süß, (Hrsg.), Übergänge. Zeitgeschichte zwischen Utopie und Machbarkeit. Beiträge zu Philosophie, Gesellschaft und Politik. Hellmuth G. Bütow zum 65.Geburtstag., Berlin 1990, S. 195-223.

Jahrhundert ohne ethisch-normative Rückbindung möglich ist. Es war ja doch gerade die Erfahrung des Nationalsozialismus, die den Historismus alter Schule obsolet werden ließ. Weder ein absolut gesetztes Verstehensprinzip, noch das Postulat der Wertfreiheit von Wissenschaft können dazu beitragen, die Grundfragen dieses Jahrhunderts, die um zwei mörderische Diktaturen und zwei Weltkriege kreisen, zu klären. Zum anderen verbietet sich am Ende des 20. Jahrhunderts jedwede Vorstellung über eine schlichte Koppelung von Modernisierung und Demokratisierung nach westlichem Muster ebenso wie naive Fortschrittsgläubigkeit.[18] Ferner bestehen Schwierigkeiten darin, daß die Kriterien für Modernisierung höchst vielschichtig und uneinheitlich sind. Meist lassen sie sich außerdem aufgrund ihrer longue durée, der jeweils gegenläufigen Tendenzen sowie der Mischungsverhältnissen von ‚alt' und ‚neu' nicht eindeutig bestimmen.[19] Zudem werden bisher viel zu wenig die zeitgenössischen Perspektiven und Wahrnehmungsmöglichkeiten der Menschen berücksichtigt, das heißt danach zu fragen, was die Menschen selbst als neu und modern betrachteten. Fruchtbar, auch und gerade für eine Mediengeschichte, dürfte ein Ansatz wie der von Detlef J. K. Peukert sein, der in bezug auf den Nationalsozialismus die Pathologien und der Janusköpfigkeit der Moderne herausarbeitete,[20] ein Ansatz, der dann vor allem von Zygmunt Baumann weiterentwickelt wurde.[21] Es geht dabei durchaus um ein ethisch-normatives Verständnis von Moderne, aber um ein anderes als bei den landläufigen Modernisierungstheorien. Die diesbezügliche reflexive Herausforderung besteht darin, die Vernichtungsmaschinerien und die mörderischen Herrschaftsstrategien ebenfalls in ein Konzept von Moderne einzubinden und zugleich die Ambivalenzen von technischen und sozialen Fortschrittspotentialen herauszuarbeiten.

Eine Mediengeschichte, die per se das Medium als Gerät und Produktionsform, die Medientexte und deren Rezeption miteinander verknüpft, markiert die Schnittstellen dieser Fragestellungen. Die Probleme etwa der Periodisierung stellen sich aus medientechnischer Sicht anders als aus den Perspektiven der Rezeption. Die Instrumentalisierung der Medien im Sinne von Herrschaftsmechanismen wie der Eigensinn der Aneignungslogiken verbinden Herrschaft und Akzeptanz. Mediengeschichte kann also wichtige Erkenntnisse sowohl zum Verständnis von Moderne und Postmoderne, zu Fragen nach der Akzeptanz der beiden Diktaturen in Deutschland sowie zur Aufhellung der widersprüchlichen Modernisierungsprozesse in den Vor- und Nachkriegszeiten liefern.

18 Eine unterschiedliche Übersicht der Diskussionen bieten Michael Prinz/Matthias Frese, Sozialer Wandel und politische Zäsuren seit der Zwischenkriegszeit. Methodische Probleme und Ergebnisse, in: dies. (Hrsg.), Politische Zäsuren und gesellschaftlicher Wandel im 20. Jahrhundert. Regionale und vergleichende Perspektiven, Paderborn 1996; Inge Marßolek, Der Nationalsozialismus und der Januskopf der Moderne, in: Frank Bajohr (Hrsg.) Norddeutschland im Nationalsozialismus, Hamburg 1993, S. 312-335.

19 In der Tat scheinen die Erkenntnisgewinne bei einer Übertragung sozialwissenschaftlichen Modernisierungstheorien, so wie es noch Hans-Ulrich Wehler vorgeschlagen hatte, für die Zeitgeschichte wenig fruchtbar zu sein. Vgl. auch Thomas Welskopp, Die Sozialgeschichte der Väter, in: Geschichte und Gesellschaft 24 (1998), S. 173-198, hier S.188. Welskopp sieht in der „modernisierungstheoretischen Fixierung" der Historischen Sozialwissenschaft den Grund für ihrer Unbeweglichkeit. Er betont, daß die modernisierungstheoretische Unterscheidung zwischen traditionalen und modernen Elementen der Komplexität moderner Gesellschaften nicht gerecht würde.

20 Detlev J. K. Peukert, Max Webers Diagnose der Moderne, Göttingen 1989.

21 Zygmunt Bauman, Dialektik der Ordnung. Die Moderne und der Holocaust, Hamburg 1992.

Konrad Dussel verbindet in seinem Aufsatz Rundfunkgeschichte, Mediengeschichte und Zeitgeschichte für die westdeutsche Nachkriegsgesellschaft in programmatischer Intention. Seine Focussierung auf den Beitrag einer Rundfunkgeschichte zu den Problemkreisen der Periodisierung und der ‚Verwestlichung' oder ‚Amerikanisierung' der frühen Bundesrepublik kann und soll auf den gesamten Zeitraum des Sammelbandes erweitert werden. Dussel zeigt für die zweite Nachkriegszeit auf, daß ‚Verwestlichung' sowohl für die Veränderungen im Programm- als auch im Organisationsbereich der am besten geeignete Begriff ist. Erst in den achtziger und neunziger Jahren habe, so Dussel, die Amerikanisierung umfassend gegriffen. Allerdings verrückt sich der Zeitpunkt nach hinten, wenn Hörgewohnheiten stärker in den Blick genommen werden: Während auf der einen Seite im öffentlich-rechtlichen Rundfunk versucht wurde, Rockn'n Roll, Beat und Rock aus der Unterhaltungsmusik herauszuhalten, hörten die Jugendlichen längst diese Musik auf AFN oder Radio Luxemburg. Hinzu kommt die Überlegung, daß sich weder ‚Verwestlichung' noch ‚Amerikanisierung' in reiner Form festsetzen konnten, sondern daß diese in gewissem Maße der Eindeutschung oder Nationalisierung unterlagen. Auch dies ist allerdings kein alleiniges Phänomen der zweiten Nachkriegszeit, und bei entsprechenden Untersuchungen ist stets zu prüfen, was für die jeweiligen Phasen medien- oder zeitspezifisch war.

Auch in der Weimarer Republik gehörte der Diskurs über ‚Amerikanisierung' zu den Debatten über Medien und Massenkultur. Damals und später sahen die Rundfunkverantwortlichen gerade im Radio eine Bastion gegen die ‚Amerikanisierung' und deren vermeintliche Gefahren für die deutsche Gesellschaft. Zudem erschien das neue Massenmedium als Mittel, das Massenpublikum anzusprechen und zu erziehen, und zwar vor allem Frauen. Da Masse von Anfang an weiblich konnotiert wurde, geriet auch über diese Schiene das weibliche Publikum ins Visier der Kulturkonservativen.

Zu Recht weist Dussel darauf hin, daß erst wenn die Untersuchung der Programme durch eine Rezeptionsgeschichte ergänzt wird, die Verbindungslinien zwischen Kommunikations- und Sozialgeschichte gezogen werden können. Die sich hierbei ergebenden methodologischen Probleme könnten durch ein interdisziplinäres Methodensample reduziert werden.

Aber auch zum bisher noch umstrittenen Problem der Periodisierung in der Zeitgeschichte kann eine Mediengeschichte beitragen. Dussel unterstreicht die Konvergenz verschiedener Positionen, wobei die Ablösung der Klassenkultur durch die Massenkultur ein wichtiger zu verfolgender Strang ist. Die Formel, daß die umfassenden Kontingenzerfahrungen in der Postmoderne, ein komplexes Mediensystem voraussetze, muß empirisch untermauert werden. Gemeint ist damit, daß der Verlust jedweder Vorstellung einer verbindlichen kollektiven Utopie oder gar Ideologie einhergeht mit der Ausdifferenzierung in Vielfältigkeit und Vieldeutigkeit von Erfahrungen. Die Medien, die eben diese Kontingenz transportieren und verstärken, eben aufgrund der Komplexität des entwickelten Medienverbundes, verstärken und erweitern das Reservoir an Deutungsangeboten. Damit würde aus der Sicht der Medien die entscheidende Zäsur in den frühen siebziger Jahre liegen. Zu fragen ist allerdings, inwieweit der Begriff der Kontingenz hier trägt, und aus welcher Perspektive seine Verwendung sinnvoll ist. Medientexte zeichnen sich aus der Sicht der KonsumentInnen stets durch Polyvalenz aus, das heißt, ihre Aneignung ist kontingent. Das galt auch schon für die Weimarer Republik, selbst

für die diktatorischen Regime. Es geht also darum, Kontingenzerfahrung zu historisieren und zu prüfen, wann die Wahrnehmung von vielfältigen Deutungsmustern umschlägt in Kontingenz. Oder umgekehrt: Ist eine Erfahrung von Kontingenz erst dann möglich, wenn eindeutige gesellschaftliche oder politische Einordnungen fragwürdig oder gar obsolet geworden sind? Wenn es zuträfe, daß die Rezeptionsformen der Medien, im besonderen Maße des Radios, immer schon Einübungen in postmoderne Deutungsmuster gewesen sind, dann hätten diese schon in frühen Jahren über die Moderne hinausgewiesen. Eine Sozialgeschichte, die Mediengeschichte in einem umfassenden Verständnis einbezieht, hätte, so Dussel in seinem Aufriß, die Chance, das Modernisierungsparadigma in seiner Tragweite zu erproben, und könnte aber darüber hinaus die Komplexität eines Verständnisses von Moderne auszuloten helfen, das die ambivalenten Dimensionen des 20. Jahrhunderts erfahrbar machen kann.

Herrschaft, Politik und Gesellschaft

In modernen Gesellschaften stellt sich Öffentlichkeit weitgehend über Medien her. Ihre konstitutiven Elemente sind, so Kurt Imhof, „politische, ökonomisch-kommerzielle und mediale Kommunikationszentren, autonome Öffentlichkeiten und teilautonome Kommunikationssphären."[22] Die politische, zu denen die Parteien und Verbände wie die Regierungsorgane gehören, die ökonomisch-kommerzielle, die vor allem von der Werbewirtschaft bestimmt wird und die aufgrund ihrer Ausdifferenzierung und Professionalisierung eine große Eigendynamik entfaltet, wie die Medien im engeren Sinne, sind politisch und ökonomisch voneinander abhängig. Alle drei wirken auf die Öffentlichkeit, ja, sie versuchen sie zu schaffen. Teilautonome Öffentlichkeiten sieht Imhof in Wissenschaft, Kultur und Kunst, die sich eigene Spezialöffentlichkeiten schaffen. Autonome Öffentlichkeiten entstehen bei marginalisierten Randgruppen und Milieus, die in Opposition zu den zentralen Elementen der hegemonialen Kommunikationszentren stehen. Nun erscheint aus historischer Sicht die Vorstellungen von autonomen Öffentlichkeiten begrifflich wenig glücklich. Zutreffender ist, daß sich zwar immer wieder am Rande der von den Kommunikationszentren beeinflußten gesellschaftlichen Arenen Gruppierungen aufgrund ihrer Profession oder ihrer kulturellen Milieus und ihrer Lebensstile diskursiv sich der Definitionsmacht entziehen oder sie auch beeinflussen oder verändern. Dies ist jedoch ein wechselseitiger und dynamischer Prozeß: Denn gerade die Medien oder die Werbung und selbstverständlich auch die Politik greifen in diese Diskurse ein, nehmen sie auf, glätten sie oder deuten sie um, um sie neu einzuschreiben. Zudem überlappen sich die segregierten Öffentlichkeiten mit jenen, die von der hegemonialen Definitionsmacht besetzt sind. Wichtig aber ist, daß die Öffentlichkeiten moderner Gesellschaften horizontal und vertikal aufgeteilt sind: Horizontal finden sich verschiedene kommunikative Milieus, die sich durch unterschiedliche Lebensstile abgrenzen und entsprechende Öffentlichkeiten bilden; vertikal werden die verschiedenen Öffentlichkeiten durch den unterschiedlichen Grad an Definitionsmacht und Zugangschancen struktu-

22 Kurt Imhof, Strukturwandel der Öffentlichkeitsforschung? Plädoyer für eine „öffentlichkeitsoffene" Rundfunkforschung, in: Theo Mäusli (Hrsg.), Schallwellen. Zur Sozialgeschichte des Radios, Zürich 1996, S.37-53, hier S. 39.

riert. Es handelt sich um jeweils umkämpfte Arenen, wobei die Kämpfer ungleiche Waffen tragen.

Konsequent zu Ende gedacht, würde bei einem solchen kommunikationstheoretischen Zugriff auf Öffentlichkeiten das Private als Gegensatz dazu entfallen. Private Räume, soweit sie durch direkte Kommunikation zwischen Menschen strukturiert werden, können in dieses Öffentlichkeitskonzept integriert und als relativ ‚autonome' Partikularöffentlichkeiten gefaßt werden. Diese Partikularöffentlichkeiten werden indessen durch die neuen Medienöffentlichkeiten durchdrungen, überlagert und miteinander verzwirnt, wodurch sie ihre relative Autonomie verlieren.

Infolge der medialen Möglichkeiten, private bzw. relativ autonome Partikularöffentlichkeiten zu penetrieren, sind die neuen Medien für das 20. Jahrhundert mitentscheidend für Durchsetzung, Akzeptanz und Kritik von Herrschaft. Medien inszenieren herrschaftsrelevante Wirklichkeiten über Sprache, oder wie Foucault sagt, Diskurse strukturieren Inszenierung, Repräsentation und Kommunikation.[23] Für die Medien müßte zwischen sprachlichen, auditiven und visualisierten Strategien der Herrschaftspräsentation differenziert werden. Was bedeutet es beispielsweise für die Durchsetzung nationalsozialistischer Herrschaft, wenn im Radio, als dem damaligen Leitmedium schlechthin, die ‚Volksgemeinschaft' in vielen Gestaltungen immer wieder neu inszeniert und repräsentiert wurde und wenn diejenigen, die der Ausgrenzung anheim fielen, keine Stimme im Medium hatten? Wie setzte sich das Schweigen und Verschweigen, das die soziale Realität weitgehend kennzeichnete, im Medium fort? Welchen Niederschlag fand dieses Verhalten in den Sprachpraxen der „VolksgenossInnen"? Welche Unterschiede gibt es zwischen Film und Radio? Wurde das Radio in der Wahrnehmung generell als Propagandainstrument verortet, während der Film, von der Wochenschau abgesehen, fälschlicherweise eher als ein unpolitisches Medium wahrgenommen wurde? Welches Medium schien in den Augen oder Ohren der ZeitgenossInnen die Wirklichkeiten mehr und besser wiederzugeben? Gibt es eine Beziehung zwischen der bürokratisierten Sprache in den amtlichen Verlautbarungen und der Qualität der Unterhaltungssendungen? Wie wurde das Medium Radio in der Politik verortet, welche Vorstellungen vom Medium hatten die diktatorischen Regime, wie entzieht sich das Medium dem Zugriff bzw., wie eigneten sich die KonsumentInnen die Medientexte an?

Adelheid von Saldern zeigt in ihrem Beitrag, daß die Forderung und Durchsetzung von politischer Kontrolle über das Radio das neue Medium von seinen Anfängen an begleitet hat. Begründet wurde die Zensur damit, daß der Rundfunk als ‚Kulturfaktor' nicht politisch sein dürfte. Politik aber wurde in der Weimarer Republik meist auf Parteienpolitik reduziert, und die war eindeutig negativ besetzt. Die Ablehnung der Parteiendemokratie führte im Rundfunk der Weimarer Republik zu der merkwürdigen Konstellation, daß auf der einen Seite die staatlichen Überwachungsausschüsse kontrollierten, was politisch und was unpolitisch sei, auf der anderen Seite hierdurch in der Tat die Arbeiterbewegung und andere demokratische Gruppierungen kaum zu Wort kamen. Das änderte sich offenbar gegen Ende der Weimarer Republik, doch die Politisierung des Rundfunks unter v. Papen kam dann ausschließlich dem republikfeindlichen Lager

23 Vgl. hierzu Alf Lüdtke, Sprache und Herrschaft in der DDR. Einleitende Überlegungen, in: ders./Peter Becker (Hrsg.), Alten. Eingaben. Schaufenster. Die DDR und ihre Texte. Erkundungen zu Herrschaft und Alltag, Berlin 1997, S. 11-26.

zu gute. Das Konstrukt eines Gegensatzes von Kultur und Politik diente letztlich dazu, ein Staatsverständnis zu propagieren, das den Staat von der Politik loslöste. Für den Rundfunk, der ja in der Weimarer Republik noch in den Kinderschuhen steckte, bedeutete dies, daß das Medium von Anfang an einem idealisierten Ganzen zugeordnet werden sollte und eben nicht als Lautsprecher und damit Mittler von konkurrierenden Teilöffentlichkeiten begriffen wurde.

Dem entspricht dann auch, daß nach dem Willen der Rundfunkpolitiker, der Rundfunk Mittler und Schöpfer von Volks- und Nationalkultur sein sollte, um so die Massen von der ‚nivellierenden Massenkultur' fernzuhalten. Der Regionalbezug, der infolge der über ganz Deutschland verteilten neun Sendegesellschaften nahelag, äußerte sich nicht zuletzt in dem Bestreben, die ‚Volkskultur' wegen ihrer Bedeutung für die Nationalkultur im Medium ausgiebig zu präsentieren. Der Zerrissenheit des Volkes in Parteien und Klassen sollte das Ideal einer organisch gewachsenen Gemeinschaft entgegengestellt werden. Der Rundfunk diente dieser Idee. Auch hier ist es nur ein verhältnismäßig kleiner Schritt, der dann zur Pflege der ‚Stammeskultur' innerhalb der NS-‚Volksgemeinschaft' führte, die ihrerseits konzeptionell engstens mit dem starken ‚Führerstaat' verkoppelt wurde. Der Rundfunk transportierte diese Vorstellung und trug mit dazu bei, daß diese sich weiter in der Gesellschaft festsetzen konnte. Die Nationalsozialisten fanden das Feld beackert, die offen-rassistische Aufladung des ‚Volksgemeinschaftsgedankens' allerdings stellte, wie Adelheid von Saldern betont, einen scharfen Bruch dar.

Das nationalsozialistische Regime, allen voran Reichspropagandaminister Goebbels, hatten von Anfang an begriffen, welche immense Bedeutung dem neuen Medium Rundfunk in den Herrschaftsstrategien zukam. Die Gleichschaltung des NS-Rundfunks vollzog sich sowohl auf der personellen Ebene wie in der Organisations- und Programmstruktur. Doch längst nicht alle Rundfunkmitarbeiter waren Mitglieder der NSDAP; entlassen wurde in erster Linie aus „rassistischen" oder politischen Gründen. Spätestens ab 1935 wurde die Politisierung der Programme zurückgedrängt, und zwar zugunsten des Versuches, durch anscheinend unpolitische Unterhaltung die Hörer und Hörerinnen an das Medium und damit an das Regime zu binden, was ihnen vermutlich auch ein Stück weit gelungen ist.

Das war die Ausgangssituation für die Rundfunkpolitiker in der SBZ und der DDR. Aber anders als das polykratische Herrschaftssystem im Nationalsozialismus, das mit den gesellschaftlichen und kulturellen Eliten kooperierte, wurde in der DDR zum einen ein umfassender Elitenaustausch vorgenommen, zum anderen ein Herrschaftsapparat aufgebaut, der immer mehr Menschen in denselben einbezog. Trotz oder wegen dieser Verwischung der Grenzen zwischen politischer Herrschaft und Gesellschaft konnte sich das Regime nie einer auch nur annähernd so breiten Akzeptanz sicher sein, wie es das NS-Regime gewesen ist. Wie Daniela Münkel zeigen kann, schlug sich das insbesondere in der Personalpolitik im Radio nieder. Die gezielte Rekrutierung von Kadern im Rundfunk stand vor deren fachlicher Eignung, die nur gelegentlich durch pragmatische Entscheidungen gebrochen war. Aber die politisch-ideologische Schulung und Auslese reichte nicht: Daneben trat auch für den Rundfunk ein institutionalisiertes System an Denunziation. Ob das jedoch ein Zeichen dafür war, daß die spontane Denunziationsbereitschaft aus der Bevölkerung nicht ausreichte, und damit ein Hinweis auf mangelnde Akzeptanz war, oder aber, ob die an Planbarkeit und Staatssozialismus ausgerichteten

Verantwortlichen in der DDR eben nichts dem Zufall oder der Unberechenbarkeit überlassen wollten, wäre noch zu prüfen. Zumindest war es nie ein Problem für die Staatssicherheit, Spitzel zu gewinnen. Für den Rundfunk weist Daniela Münkel aber auch die Grenzen der Kontrollmöglichkeiten nach. Auch in der DDR gab es Handlungsspielräume, die je nach Ressort, Personal und lokalen Bedingungen unterschiedlich groß und unterschiedlich genutzt wurden. Offenbar stellte gerade der Unterhaltungsbereich als scheinbar politikferner Raum eine gewisse Nische dar. Doch insgesamt gilt: Die Durchsetzung von kleinbürgerlichen Moralvorstellungen wurde durch ein System von Repression und Kontrolle befördert. Für die Spitzelberichte wurde ein Profil des „sozialistischen Journalisten" vorgegeben, das sowohl eine Projektionsfläche für (unterdrückte) Sehnsüchte des Spitzels bot als auch partiell in der Kontinuität von Ausgrenzungen stand, – etwa gegenüber Homosexuellen, die schon im Dritten Reich geächtet worden waren. Darüber hinaus spiegeln die Berichte tiefsitzende kleinbürgerliche Vorstellungen über Lebensstile, wie sie in der Arbeiterbewegung seit Generationen bestanden.

Wie rigide kleinbürgerliche Moralvorstellungen und Deutungsmuster die Medientexte prägten und wie sie in die Gesellschaft einsickerten, ob das die Duldung, Akzeptanz oder Kritik des Regimes beförderte, darüber berichtet Monika Pater am Beispiel der Konstruktion des Geschlechterverhältnisses in den Radioangeboten. Ihr Beitrag zeigt, wie sehr das „real-sozialistische" Geschlechterverhältnis in tradierten bürgerlichen Vorstellungen verankert war. Das Regime tat sich schwer, neue, eigene Rituale, etwa bei Eheschließungen, zu entwickeln. Das Radio transportierte eine Rekonstruktion des Geschlechterverhältnisses, wodurch offenbar die Umbrüche in der Gesellschaft abgefedert werden sollten. Rückgriffe auf gewohnte Ordnungsmuster – und das scheint das Irritierende – entstammten nicht nur den Traditionsbeständen aus der Zeit der Weimarer Republik, sondern waren auch den Deutungsmustern aus den Jahren des NS-Regimes geschuldet, wenn auch mit anderen Vorzeichen versehen. Dadurch ließe sich dann auch die breite Akzeptanz solcher Konstrukte erklären. So wurde die Bedeutung der Mütterlichkeit für Frauen in der DDR durchaus auch national konnotiert und erinnerte – trotz unterschiedlicher politischer Kontexte – fatal an die NS-Ideologie.[24] Pater weist nach, daß die Konstruktionen der Geschlechterverhältnisse durchaus kompatibel mit den jeweiligen gesellschaftlichen Anforderungen waren. Gerade weil die Erwerbstätigkeit der Frauen für den Aufbau der DDR unbedingt notwendig war und gefördert werden mußte, durften die Zuordnungen von Weiblichkeit und Männlichkeit nicht grundsätzlich den Rahmen eines polar konstruierten Geschlechterverhältnisses sprengen. Die Analyse der Radioangebote, insbesondere auch der Unterhaltung, erweisen sich als fruchtbar, weil sie eben zum einen zeigen, wie die Definition von Weiblichkeit und Männlichkeit Teil von Herrschaftsstrategien ist, und welch reduziertes Verständnis von Gleichberechtigung und Emanzipation in der DDR dominant war.

24 Vgl. hierzu auch Atina Grossmann, „Sich auf Ihr Kindchen freuen". Frauen und Behörden in Auseinandersetzungen um Abtreibungen, Mitte der 60er Jahre, in: Lüdtke/Becker, (wie Anm. 23), S. 241-258.

Inszenierung, Präsentation, Vermittlung

Medien inszenieren sich selbst. Sie müssen sich gut präsentieren und ansprechend wirken, um gelesen, gehört oder gesehen zu werden. Zu den Inszenierungen zählt das Layout bei Zeitungen sowie die Sendeformate bei Radio und Fernsehen. Für Illustrierte ist das Deckblatt wichtig. Bei Radio und Fernsehen kommt das Gehäuse hinzu. Es lenkt die Sinne des Menschen auf sich. Das wissen Designer und Werbefachleute. Sie nutzen ihr Wissen, um Produkte zu verkaufen. Dabei werden die betreffenden Gegenstände mit Symbolen, ‚aufgeladen'. So steht das eine Gehäuse für Schnittigkeit, das andere für Gediegenheit und Solidität und das dritte für Modernität. Dazu kommen geschlechterspezifische Botschaften: Das abgerundete, leicht bedienbare Gerät erweckt häufig die Assoziation Frau, der größere, kantig wirkende Apparat läßt an Mann und Männlichkeit denken.[25] Selbstredend funktionieren diese Art von Assoziationen nicht automatisch und nicht über alle Zeiten und Räume hinweg. Botschaften müssen gelesen werden können. Dazu bedarf es eines entsprechenden Vorverständnisses, das gesellschaftlich vermittelt ist. Aber selbst dann gibt es keine Gewähr, daß die Botschaft auch so ankommt, wie sie gemeint war. Mit Umdeutungen und Kontextveränderungen muß gerechnet werden. Menschen eignen sich Gegenstände eben auf recht verschiedene Weise an.[26]

Aus diesem Sachverhalt ergeben sich Schwierigkeiten für historische Analysen. Wie kann man, so stellt sich die Frage, die Botschaften, die ein bestimmtes Gerät ‚ausstrahlte', historiographisch dingfest machen? Wer nach harten Beweisen sucht, muß schnell aufgeben, weil es diese in der Regel nicht gibt. Allenfalls kann deduziert werden. Den Schlußfolgerungen muß freilich eine gewisse Plausibilität zukommen, unter dem Motto: „Ja, so könnte es gewesen sein." Für engagierte SozialempirikerInnen reicht ein solches Verfahren meist nicht, um zu überzeugen. Vielleicht kommen daher die Vorbehalte, sich auf das ‚Glatteis' der Neuen Kultur- und Mediengeschichte zu begeben. Denn wo sind Grenzen zu ziehen? Wann geraten Interpretationen zur Beliebigkeit – ein Terminus, der gleich mit Postmoderne negativ assoziiert wird und damit für das Gros der deutschen GeschichtswissenschaftlerInnen zu jenem Schuttberg gehört, der sich international angesammelt hat und vor dem jeder gradlinige Sozialempiriker oder -empirikerin einen weiten Bogen machen will. Solche Einstellungen haben negative Folgen für die Wagnisfreudigkeit gerade junger WissenschaftlerInnen, die ihre relative Isolation im eigenen Lande lediglich mit internationalen Kontakten kompensieren können.

25 Zu geschlechterspezifischen Interpretationen siehe Uta C. Schmidt/Monika Pater, „Adriennes Hochantenne". Geschlechterspezifische Aspekte medialer Durchsetzungsprozesse am Beispiel des Rundfunks, in: Feministische Studien 15 (1997), H. 1, S. 21-34.

26 Dazu siehe allgemein de Certeau, Kunst des Handelns, (wie Anm. 15); Gert Selle, Geschichte des Designs in Deutschland, Frankfurt am Main/New York 1997; Peter Dahl, Sozialgeschichte des Rundfunks für Sender und Empfänger, Hamburg 1983; Theo Mäusli, Radio: nicht nur ein Apparat, der tönt, in: ders. (Hrsg.), Schallwellen. Zur Sozialgeschichte des Radios, Zürich 1996, S. 55-76, besonders S. 68; Chup Friemert, Radiowelten. Objektgeschichte und Hörformen, in: Wolfgang Ruppert (Hrsg.), Chiffren des Alltags. Erkundungen zur Geschichte, Marburg 1993, S. 61-105, besonders S. 91ff. Allerdings verweist Friemert auf die „billige Herstellung und platte Zweckerfüllung" des Volksempfängers und sieht darin einen Grund, ihm das Attribut des Modernen abzusprechen.

Uta C. Schmidt geht mit ihrer Interpretation ein solches Wagnis ein. Den Volksempfänger als einen Tabernakel der Moderne zu sehen: was für eine frivol erscheinende Wortkombination! Doch ‚glücklicherweise' finden sich in den hier veröffentlichten Aufsätzen zwei unterschiedliche Positionen über Radio und Modernität. Carsten Lenk betont, daß das Radio „nie zu einer Ikone der Moderne" geworden sei – im Unterschied beispielsweise zum Auto. Er rekurriert dabei auf das Medium als Lieferanten bürgerlicher Werte, Bildung und Unterhaltung. Uta C. Schmidt sieht im Radio hingegen durchaus eine Ikone der Moderne, wie ja schon allein der Titel ihres Aufsatzes anzeigt. Das Radio symbolisiere, so Schmidt, eben nun einmal die Moderne im Sinne des Neuen – selbst noch im Dritten Reich, und zwar trotz der ‚Programmgleichschaltungen' sowie der rassistisch und politisch motivierten Ausgrenzungen. Ihre Argumentation bezieht sich nicht auf die Programminhalte, sondern auf das Medium als solches, zu der auch die Radiotechnik gehöre. Folgt man ihrer Argumentationslinie, so spielte es auch keine entscheidende Rolle, daß die Versorgung der Bevölkerung in England und den Vereinigten Staaten mit Radiogeräten schon weiter als in Deutschland gediehen war. Ebenso wenig relevant hierfür ist die in ähnlich gelagerten Fällen gerne geäußerte Auffassung, daß die Entwicklung auch ohne NS-Regime in Gang gekommen wäre oder daß sie einen beträchtlichen zeitlichen Vorlauf in den zwanziger Jahre gehabt hätte.

Uta C. Schmidt behandelt deshalb in ihrem Aufsatz vorrangig die politisch-ideologische und wirtschaftliche Vermarktung des Volksempfängers im deutschen Kontext. Wie kein anderes Produkt – mit Ausnahme des vergleichbaren, aber aus Kriegsgründen alsbald steckengebliebenen Projekts Volkswagen – war der auf vielerlei Art der Bevölkerung regelrecht aufgedrängte Kauf eines Volksempfängers für die Herrschenden von relativem Erfolg gekrönt – und nicht nur im Hinblick auf Absatzzahlen: Dieser erweiterte nämlich den Radius an medial vermittelten Eindrücken und Erlebnissen vieler Menschen, machte Raum- und Zeitüberschreitungen möglich und führte zu neuen Gewohnheiten. Nichts davon geschah im gesellschaftspolitisch neutralen Raum, auch wenn die Verbindungslinien zum NS-System nicht immer offen zutage traten. Symbolische Kodierungen, die vor allem das Verhältnis von Führer und Masse sowie von Volksgemeinschaft und Ausgrenzung betrafen, sollten den Zielen der rassistischen Diktatur förderlich sein. Im Rahmen der sogenannten Konsensforschung, bei der es um alle möglichen Formen von Integrationsangeboten geht, die das Wegschauen, Tolerieren und Mitmachen der meisten Menschen im Dritten Reich erklären sollen, kommt dem Volksempfänger deshalb eine herausragende Bedeutung zu, denn dieser bot für zahlreiche Menschen insbesondere auf affektiver Ebene eine Reihe von Möglichkeiten, auch die vermeintlich guten Seiten des Regimes zu erfahren. In diesem Kontext werden vor allem die ‚unpolitischen' Sendungen unterhaltender Musik, deren Anteil beispielsweise am Winterprogramm 1937/38 allein 60 Prozent betrug, herrschaftspolitisch bedeutsam.[27]

Hinzu kommt, daß auch ein Teil der politischen Sendungen nicht nur in Form der bekannten monotonen Führerreden, sondern auch als Inszenierung präsentiert wurden. Es ist dies ein Thema, dem sich insbesondere Inge Marßolek in ihren Ausführungen widmet. Gemeint ist mit Inszenierung ein Handeln, das dazu dient, etwas technisch und

27 Daniela Münkel, Produktionssphäre, in: Marßolek/von Saldern (Hrsg.), Zuhören und Gehörtwerden, Bd. 1, (wie Anm. 4), S. 45-129, hier S. 101.

gestalterisch in Szene zu setzen. Gemeint ist darüber hinaus auch die dramaturgische Aufbereitung des darzubietenden Stoffes, wobei die Inhalte auf eine Effektdramaturgie hin konzipiert werden.[28] Aufgabe geschichtlicher Forschung ist es, die einzelnen zeit- und medienspezifischen Komponenten der Inszenierung herauszuarbeiten. Diese erlauben, Rückschlüsse auf die Gesellschaft einer Zeit zu ziehen, umgangssprachlich ausgedrückt in den Fragen: Was kam an? Warum kam etwas an?

Inszenierungen sind als historische Handlungen zu begreifen. Man muß sie auf dem Hintergrund des technologischen Entwicklungsniveaus, der Professionalität und Erfahrung der Programmacher, aber auch auf der Folie der Entwicklung der menschlichen Sinne und Wahrnehmungsweisen betrachten. Von heute aus gesehen wirkt vieles, was im Dritten Reich im Radio inszeniert wurde, stümperhaft und dilettantisch. Aus damaliger Sicht scheint es anders gewesen zu sein. Die Menschen reagierten zum Teil stärker auf das Dargebotene als sie es heute tun, weil sie noch nicht an das Medium gewöhnt waren und noch keine weitreichenden Erfahrungen mit dem Medium vorlagen. Live-Übertragungen, so wenig professionell sie auch teilweise gemacht waren, waren ein beliebtes Mittel, um das Publikum gegenüber den zu vermittelnden Botschaften aufgeschlossen zu machen. Die Programmacher des gleichgeschalteten NS-Rundfunks spielten auf der Klaviatur der Technikbegeisterung, des Erlebnishungers sowie der Faszination des virtuellen Mit-Dabeisein-Könnens über Räume und Zeiten hinweg.[29] Vermutlich waren die Briten im Umgang mit dem Medium weiter als die Deutschen, doch dieser Vergleich bringt unter Wahrnehmungs- und Erfahrungsaspekten keinen großen Erkenntnisgewinn, weil nicht allzu viele Menschen vor Kriegsbeginn den BBC gehört haben dürften und die unterschiedliche Sprache überdies Vergleiche für viele schwierig machte.[30]

Der Frage, wie bedeutsam das Radio für die Herrschenden des Dritten Reiches war, geht Inge Marßolek in ihrem Beitrag nach. Sie schätzt die Relevanz des neuen Mediums hoch ein. Zum ersten Mal war in Deutschland eine Diktatur in der Lage, ihre Herrschaft durch ein modernes Medium zu inszenieren. Gemeint sind damit nicht die reinen Propagandareden, die im Radioprogramm ohnehin ‚nur' einen kleinen Teil ausgemacht haben, nachdem der Reichspropagandaminister Goebbels erkannt hatte, daß man die Menschen zu Hause nicht ständig zwingen konnte, eine Sendung solchen Typs einzuschalten. Es war schon schwierig genug, die Bevölkerung zu bewegen, die Hitlerreden anzuhören. Dabei ging es wohl vielen ‚Volksgenossen' weniger um Hitlers Reden selbst – das Vertrauen in den Führer war ja bei einem großen Bevölkerungsteil durchaus vorhanden, warum sollte man ihn dann nicht im Radio anhören – vielmehr war es primär die Zumutung, sich in der Privatsphäre etwas anhören zu müssen, ganz gleich, ob einem

28 Stefan Müller-Doohms/Klaus Neumann-Braun, Kulturinszenierungen – einleitende Betrachtungen über die Medien kultureller Sinnvermittlungen, in: dies. (Hrsg.), Kulturinszenierungen, Frankfurt am Main 1995, S. 9-27.

29 Vgl. zum Beispiel die Sendung Rund um den Fahrtentopf von Hanns Krause, worin von Fahrten einer Hitlerjugendgruppe berichtet wurde und Erlebnisse, die wirklich geschehen waren, vorkamen. Pressedienst Deutschlandsender über das Programm vom 29.6.1936.

30 Der Kriegsbeginn bedeutet insofern einen Einschnitt, als das Abhören von ‚Feindsendern', insbesondere vom BBC, ungeachtet aller Verbote zu einem Massendelikt wurde. Zu welchen grotesken Situationen es in diesem Zusammenhang kam, zeigt die Tatsache, daß in einer Rundfunkzeitschrift technische Ratschläge erfolgten, wie man verhindern könne, daß man aus Versehen einen Auslandssender zu hören bekomme. Diesen Hinweis verdanken wir Lu Seegers.

dies paßte oder nicht. Doch nutzte das NS-Regime zahlreiche andere Möglichkeiten, um die Bevölkerung anzusprechen: von den Erlebnisübertragungen beispielsweise der 1. Mai-Feiern bis hin zu Unterhaltungssendungen, die ja den größten Teil des Programms ausgemacht haben. Den „heiteren Menschen" zu schaffen, das war Goebbels Etappenziel, darauf hoffend, daß sich dadurch die Toleranzbereitschaft der Bevölkerung gegenüber den terroristischen Verfolgungspraktiken des Regimes vergrößerten.

Zum Wesen der modernen Medien gehörte von Anfang an auch der Medienverbund. Schon in Weimarer Zeit spielten Schallplatten und Rundfunkzeitschriften, aber auch Illustrierte und Filme eine bedeutsame Rolle, wenn es galt, sich wechselseitig zu stützen und die Medien publikumswirksam werden zu lassen. Eine besondere Funktion hatten die Stars. Sie fungierten quasi als Medium, das die verschiedenen Medien zusammenband. Großveranstaltungen, ob der 1. Mai 1933 oder die Olympischen Spiele, wurden in allen Medien möglichst gleichzeitig vermarktet und entsprechend den NS-Ideologien politisch ausgenutzt. Die erfolgreichste Geschichte eines Teils dieses Medienverbundes hat die HÖRZU der fünfziger Jahre aufzuweisen. Lu Seegers, die diese Rundfunkzeitschrift untersucht, zeigt, wie diese Zeitschrift ihre Aufgaben beträchtlich ausgeweitet hat. Nicht nur Programmhinweise waren hier zu finden, sondern auch Service- und Unterhaltungselemente, die Lesestoff für die ganze Familie boten. Dazu gehörte die Vorstellung von Stars, Schallplatten, Schlagermusik und Filmen. In HÖRZU spiegelte sich auch zunehmend der Generationenkonflikt wider. Die diesbezüglichen, von der Redaktion erteilten Ratschläge vermittelten insgesamt gesehen den Eindruck, daß diese eine Art gemäßigte Modernität ausdrückten, den Versuch, die Balance zwischen alten und neuen Leitbildern zu halten. Dabei kamen auch die traditionellen geschlechterspezifischen Rollen schon in der Mitte der fünfziger Jahre ins Blickfeld und wurden ansatzweise und in moderater Form in Frage gestellt. Insgesamt gesehen trug die HÖRZU wesentlich zur Vermittlung von gesellschaftlichen Leitbildern bei. Diese sind unterschwellig auch bei unterhaltenden Stoffen zu entdecken, ja gerade darin, denn Unterhaltungsangebote konnten ein Massenpublikum nur dann erreichen, wenn die Botschaften, die unterhalten sollen, auch schnell und ohne Probleme verstanden wurden. Das gilt insbesondere für Radiounterhaltung, die ja nicht nachgelesen werden konnte, also schnell verständlich sein mußte. Aus Unterhaltungssendungen lassen sich deshalb besonders gut gesellschaftlich selbstverständliches Wissen und Themenkarrieren in einer bestimmten Zeitphase und einer bestimmten Gesellschaft herausdestillieren.[31]

Publika

Das Publikum, in Gestalt der Quote, scheint im heutigen Mediensystem allmächtig. Die Quote ersetzt die Bemühung um einen journalistischen Qualitätsmaßstab, sie wird zum Selektionsinstrument. Dabei geht es der Markt- und Medienforschung vor allem um ökonomisches Kalkül, Marketing und schnelle Erfolgskontrolle. Das Publikum aber scheint sich hinter der Quote aufzulösen.

Unsichtbar aber war das Publikum bereits für die Rundfunkpolitiker in der Weimarer Republik. Während das Theater- oder Konzertpublikum sichtbar blieb und als handeln-

31 In diesem Zusammenhang ist auch auf die geschlechterspezifischen Zuschreibungen zu achten.

des Kollektiv unmittelbar Begeisterung, Zustimmung, Kritik oder Ablehnung äußerte, galt das Radiopublikum als eine unbekannte Größe. Die (männlichen) Programmacher beschäftigte sehr, daß, eben weil das Radio vorwiegend im privaten Raum angeschaltet wurde, es auch und gerade von Frauen gehört wurde. Dies wurde zum einen positiv gesehen: Über Radioangebote konnten Frauen im besonderem Maße angesprochen und gebildet werden. Damit sollten sie gegenüber etwaigen Verführungen durch die Massenkultur gefeit sein. Zum anderen aber witterten Kulturkonservative eine neue Gefahr, den sogenannten Radiotismus: Exzessives Radiohören wurde insbesondere Frauen zugeschrieben. Und in der Tat bildete sich das zeitlich ausgedehnte ‚Dabeihören' als eine spezifisch weibliche Art des Radiokonsums heraus. Das Radio diente als Begleitmedium, während die Hausfrau ihren häuslichen Routineaufgaben nachkam.

Dem Radioprogramm lag indessen hauptsächlich die zuerst genannte Konstruktion des weiblichen Publikums zu Grunde. Von Anfang an wurde für Frauen der Frauenfunk entwickelt, der zum einen die Bildung der Frau, ihre Heranführung an politische Themen, zum anderen ihre Rolle als volks- und ernährungswirtschaftlich bedeutsame Konsumentin ins Visier nahm. Letzteren Strang griff nach 1933 die NS- Frauenschaft auf und fügte die hauswirtschaftlich-belehrenden Sendungen in das Aufrüstungs- und Rassenkonzept ein. Auch in der DDR wurde der Frauenfunk in das neue Herrschaftskonzept eingepaßt, wobei auch die Zuschreibungen von Männlichkeit und Weiblichkeit in einem veränderten Geschlechterverhältnis neu verhandelt wurden. Auffallend sind zudem die Versuche, frauenfunkähnliche Sendungen durch dialogische Aufbereitung des Sendetextes kurzweilig zu gestalten, wobei die Auflockerungen – aus heutiger Sicht – häufig gezwungen wirken.

In der Zeit aber, wo man vermutete, daß die Zusammensetzung der Hörerschaft am diversifiziertesten war, also in der Zeit von 18 Uhr bis 22 Uhr, an Samstagnachmittagen und am Sonntag, mußte ein Programm entwickelt werden, daß die Geschmäcker aller traf. Dazu eignete sich besonders die Unterhaltung im Genre der ‚Bunten Stunden': volkstümliche Musik, Männerchöre und Märsche, leichte Operettenmelodien und Schlager, vermischt mit Sketchen, heiteren Dialogen und locker gehaltenen Moderationen. Das war die Mischung, die offenbar bei den meisten am ehesten ankam. Diese Art von Sendungen trug dazu bei, ein flüchtiges Hören herauszubilden und setzte eine Bereitschaft dazu bereits voraus, und zwar bei Männern und Frauen. Die Nationalsozialisten benutzten das Genre zur Inszenierung der ‚Volksgemeinschaft', insbesondere im Krieg. Die DDR-Rundfunkmacher wurden quasi vom Publikum gezwungen, auf diese Sendeformate zurückzugreifen, und das taten sie auch, wenn auch zum Teil widerwillig und halbherzig.

Kennzeichnend für die Geschichte des Radios wie auch später der Fernsehens ist außerdem der ständige Versuch der Medien, ihr Publikum selber zu konstruieren, und zwar als allgemeines und handelndes Kollektiv. Dabei stoßen sie stets schnell an eine bestimmte Grenze, insofern Radio und Fernsehen Medien sind, deren Ein- oder Abschalten im privaten Raum geschieht, die häufig nebenbei gehört oder gesehen und eigenwillig rezipiert werden. Elisabeth Klaus setzt sich in diesem Kontext mit der Frage auseinander, wer eigentlich das Publikum definiert. Erst wenn es gelingt, so lautet ihre These, das Publikum, die ungewisse Größe, aus der Perspektive der MedienrezipientInnen zu erforschen, könnten wir tatsächlich etwas über die sozialen Subjekte, die sich in vielen Publika immer wieder neu formieren, in Erfahrung bringen.

Elisabeth Klaus beschreibt die Wandlungen des Publikums, vom sozialen Akteur im Theater zur Individualisierung im Lichtspiel. Doch die entscheidende Veränderung erfolgte nach ihrer Ansicht erst mit dem Gebrauch des Fernsehens. Während in den Anfangsjahren das Fernsehen noch wie Theater konsumiert wurde – zum Teil gemeinschaftlich in Gruppen und durch aufmerksames Hinsehen – wurde das Publikum im Laufe der Zeit zunehmend ‚dispers': ohne eigene Gebrauchsweisen, ohne gemeinsame Verhaltensnormen.

Die Dispersion traf allerdings – trotz gegenteiliger Bemühungen der Kultur- und Medienpolitiker – auf das Radiopublikum von Anfang an zu. Ausnahmen bilden die in der Weimarer Republik errichteten Hörgemeinschaften und zum Beispiel die organisierten Diskussionsrunden über Filme im Rahmen des linksliberalen Volksfilmverbandes, die aber keine große Resonanz bei den MedienkonsumentInnen fanden. Im Dritten Reich kam es dann immer wieder zu Zwangshörsituationen, etwa in Betrieben oder auf Veranstaltungen der Hitlerjugend, die aber keine Verhaltensnormen herausbildeten. Wo Verhaltensnormen entstanden, waren sie in erster Linie familiär geprägt: Was in den Abendstunden gehört wurde, entschied – bis zum Einzug der Zweit- und Transistorgeräte in die Wohnungen seit Ende der fünfziger Jahre – der Ehemann und Vater; ähnliches gilt auch für die Programmauswahl im Fernsehen. Hör- oder Sehroutinen bestimmten darüber hinaus Auswahl und Kauf der Geräte sowie deren Platz in der Wohnung.[32]

Während die Konstruktion des Publikums als Markt, wie Klaus schreibt, zu wenig brauchbaren Aussagen über die Zusammensetzung und Aneignungslogiken der ZuschauerInnen geführt hat, bleibt im Lichte der Kommunikationswissenschaften das Publikum ebenfalls eine abstrakte Größe. Allzu lange, so Klaus, blieb die Vorstellung eines passiven Publikums und der starken Wirkungsmacht der Medien, wie sie von der Frankfurter Schule bereits in den vierziger Jahren entwickelt worden waren, vorherrschend. Klaus betont, daß Medienwirkungstheorien nichts über die lebendigen Menschen zum Ausdruck bringen, sondern als Gesellschaftstheorien Aussagen über den Zustand der demokratischen Verfaßtheit der Gesellschaft machen.

Eine Lösung sieht sie in dem Ansatz der Cultural Studies, die die Selbsttätigkeit der Menschen betonen und damit, so können wir ergänzen, an den Kernbereich der Alltagsgeschichte anknüpfen. Menschen eignen sich die Medien, und damit die von ihnen transportierte Ideologie in einem hegemonial strukturierten sozialen Feld an. Die Menschen decodieren diese Botschaften der Medien vor dem Hintergrund ihrer im Alltag gewonnenen Erfahrungen und Deutungsmuster. Weil Medienbotschaften polyvalent sind, lassen sie, wie schon in anderem Zusammenhang ausgeführt, mehrere Lesarten zu. Nach Auffassung von Klaus können die verschiedenen Publika auch Macht ausüben: Klaus zeigt an Hand einiger Beispiele aus den soap operas, wie die Publika deren Gestaltung beeinflußten. Solche Art von Einflußnahmen sind auch in der Geschichte des Radios immer wieder nachzuweisen. In diesem Kontext ist in gewisser Weise auch die direkte Einbeziehung der Publika in bestimmte Sendungen zu diskutieren. Experimen-

32 Vergleichende Untersuchungen über Rezeptionsformen von Radio und Fernsehen wären sicherlich fruchtbar.

tiert wurde damit schon in der Weimarer Republik und erst recht im Dritten Reich, als es galt, durch solche stark selektierten Partizipationsangebote die Menschen in die NS-Herrschaft einzubinden. Das geschah besonders deutlich und mit offenkundig positiver Wirkung beim nationalsozialistischen Wunschkonzert. Unter den andersgearteten Verhältnissen der frühen Bundesrepublik wurden diverse Publika in Quizsendungen eingebunden. Und in der DDR sollte der Entwurf einer sozialistisch ausgerichteten Wiedervereinigung durch das Revival der „Drei lustigen Gesellen" in der Sendung „Da lacht der Bär" transportiert werden, wobei das geladene Publikum in den Generalproben ebenfalls aktiviert wurde.[33] Doch erreichen all diese Einfluß- und Gestaltungsmöglichkeiten der diversen Publika sehr schnell ihre Grenzen. Das Feld der Medienmacht ist nun einmal höchst asymmetrisch strukturiert: Gestaltungsvorschläge von Seiten der Publika wurden und werden in der einen oder anderen Weise aufgegriffen – oder auch nicht. Die Entscheidung bleibt allein den Programmachern vorbehalten, die sich aber nicht völlig gegen die Wünsche der Publika und vor allem die Mechanismen des Marktes stellen können.

Carsten Lenk nähert sich dem Thema Publika von anderer Seite: Er spürt der Frage nach, wie in der Zeit der Weimarer Republik das Radio die Öffentlichkeit neu strukturierte, ja am Anfang der Wandlung zu einer medienindustriellen Öffentlichkeit stand. Zu Beginn erfolgte allerdings die Orientierung an vertrauten und habitualisierten Wahrnehmungs- und Nutzungsmustern: Der Rundfunk organisierte sein Publikum nach den Modellen des bürgerlichen Bildungsbetriebes. Er gab ein Konzert, er hielt einen Vortrag. Das Radiohören im Familienkreis zu Hause wurde als ein Heilmittel gegen die Gefahren des urbanen Lebens propagiert. Erst gegen Ende der Weimarer Republik aber entsprach das Radiohören diesem Bild: Mit der Entwicklung des Röhrengeräts wurde der Radioapparat zum Möbel. Lenk greift hier das Modell des Dispositivs auf: Programm, Apparat und Rezipient stehen in einem triangulärem Verhältnis. Dadurch geraten auch situative und gesellschaftliche Rahmenbedingungen der Produktion wie der Rezeption in den Blick. Die räumliche Verortung als Heimmedium korrespondierte mit dem Versprechen des Anschlusses an die Welt. So entsteht die für die medienindustrielle Öffentlichkeiten typische paradoxe Kopplung von Privatisierung einerseits und Raum- sowie Zeitentgrenzung andererseits, die für Lenk in den Diskussionen um weibliches Radiohören besonders greifbar wird. Ob, wie Lenk vorschlägt, tatsächlich am Ende der Weimarer Republik aus medienspezifischer Sicht ein Periodisierungsschnitt zu machen ist, da Ende der zwanziger Jahre das Medium zum Alltagsmedium wurde, und damit der Einstieg in die medienindustrielle Öffentlichkeit beginnt, bedarf sicher weiterer Forschungen. Nicht zuletzt bleibt die Frage zu klären, wie die Einwirkungen auf den Rundfunk, die Veränderungen des Mediums und die Verbreitung des Radiohörens in der Zeit des Nationalsozialismus zu bewerten sind. War es nicht erst der Volksempfänger, in dessen Gestalt sich das Medium vom Mittelstandsgerät loslöste und in die Arbeiterhaushalte einzog? (Axel Schildt sieht das sogar erst in den fünfziger Jahren gewährleistet.) War es nicht der nationalsozialistische Rundfunk, in dem das zukunftsreiche Genre der Unterhaltung besonders gefördert wurde? Und kann überhaupt von einer medienindustriellen Öffentlichkeit für die Phasen der diktatorischen Regime gesprochen werden? Aus der Perspektive der Rundfunkhörer und -hörerinnen entwickelten sich Hörroutinen und Hörerwartungen wohl doch erst unter dem Nationalsozialismus, was dafür spricht, die Implantierung des Radios als Alltagsbegleiter erst für die Zeit des Dritten Reichs anzusetzen.

33 Wenn das Publikum bei der Generalprobe an ‚falschen' Stellen lachte, wurden die betreffenden Stellen einer nochmaligen besonderen Begutachtung unterzogen.

Kate Lacey fragt ebenfalls, wodurch sich das Neue des Mediums kennzeichnen läßt. In ihrer Auseinandersetzung mit zeitgenössischen filmtheoretischen Arbeiten versucht sie Analogien zum Hörfunk herauszuarbeiten. So analysiert sie die Bedeutung eines neuen und modernen Hörvermögens in seiner geschlechterspezifischen Ausformung. In diesem Kontext vergleicht sie das Nebenbei-Hören von Rundfunksendungen mit dem „zerstreuten Blick", den Benjamin wie Kracauer als entscheidend für den Film ansahen. Dessen Entstehung brachten sie mit der Zersplitterung der Wahrnehmungsweisen im Gefolge des modernen Großstadtlebens und der rationalisierten Produktionsweise in Verbindung. Dem weiblichen Filmpublikum wurde allerdings eher ein kontemplativer und absorbierender Blick zugeschrieben. Frauen ließen sich, so hieß es, vom Leinwandgeschehen voll vereinnahmen. Darin sahen Kracauer und Benjamin eine an sich nicht mehr zeitgemäße Wahrnehmungsweise. Während sie diese als vormodern klassifizierten, verbindet Lacey sie mit der damaligen Situation von Frauen. Viele Frauen, vor allem Hausfrauen, wären entweder von der Moderne noch wenig tangiert worden oder hätten die Moderne in Kombination mit einer erneuten Festlegung traditioneller Geschlechterrollen erlebt. Beim Radio sei es, so arbeitet Lacey heraus, allemal genau umgekehrt gewesen: Da seien es die (Haus-)Frauen gewesen, die das Radio als Nebenbei-Medium nutzten und nur zerstreut zuhörten.

Eigentlich sollte die Hausfrau durch Radiohören gebildet werden, und zwar entlang ihrer häuslichen Routinen und möglichst ohne Bezug zur Politik. Tatsächlich drang der bildungsbeflissene und ‚unpolitische' Rundfunk, im Unterschied zum Film, in die häusliche Sphäre ein, die mediale Überwindung von Öffentlichkeit und Privatheit sowie von Raum und Zeit kennzeichnete fortan das Wohnen. Doch Lacey konstatiert, in Reflexion der zeitgenössischen Deutungsversuche, nicht nur Unterschiede, sondern auch Ähnlichkeiten zwischen Film und Radio. Ähnlich wie der Filmbesuch wurde Radiohören als Flucht aus der Langeweile, als Zerstreuung interpretiert. Die Autorin betont, daß nicht nur der Film, sondern auch der Hörfunk den Öffentlichkeitsradius für Frauen erweitert habe. Ferner kann weibliches Radiohören als modernes Radiohören gelten, gerade weil es ein zerstreutes war. Darauf reagierte das Programm in Form des Frauenfunks, führte einen Plauderton ein, versuchte die Langeweile zurückzudrängen.[34]

Laceys Interpretation lassen freilich viele Fragen offen. So ist zu klären, inwieweit das zerstreute Hören schon bei den Sendungskonzeptionen eine Rolle spielte und ob der Frauenfunk sich nicht auch weiterhin der aufklärerischen Direktbelehrung verpflichtet fühlte und damit vielleicht viele Frauen langweilte und gerade nicht zerstreute.[35] Darüber hinaus wäre in einer historisch angelegten Rezeptionsforschung zu untersuchen, inwieweit die meist männlichen Diskurse über das weibliche Publikum die Konzeptio-

34 Dazu siehe Kate Lacey, From Plauderei to Propaganda. On women's radio in Germany, 1924-35, in: Media, Culture & Society 16 (1994), H. 4, S. 589-607; dies., Feminine Frequencies. Gender, German Radio, and the Public Sphere, 1923-1945, Ann Arbor 1996.

35 Diese Überlegung verdanken wir Angela Dinghaus.

nen über Sendungen beeinflußten und schließlich, ob tatsächlich das zerstreute Hören für Frauen besonders charakteristisch war.

Zielgruppe Jugend

„Man sucht im Programm möglichst jedem gerecht zu werden", meinte der Chefredakteur der Rundfunkzeitschrift Ludwig Kapeller im Jahre 1926.[36] Sicherlich, das Radio wollte alle ansprechen. Es suchte nach dem ‚allgemeinen Publikum'. Gleichzeitig wußten die Programmgestalter, die seit dem Jahr 1924 das ‚allgemeine Publikum' zu bedienen hatten, daß eine solche Suche nach einer integrierten Zuhörerschaft vergebens sei. Und so waren sie von Anfang an bereit, ein nach Zielgruppen diversifiziertes Programm anzubieten – wissend um den unterschiedlichen Geschmack und die verschiedenartigen Interessen der Zuhörerschaft. Auf diesem Hintergrund entwickelte sich ein diversifiziertes Programm mit bis heute andauernden Kämpfen um gute Sendeplätze und um Häufigkeit und Länge von Einzelsendungen. Neben diesem additiven Konzept der Programmdiversifizierung etablierte sich das integrative Diversifizierungskonzept. Gemeint sind die „Bunten Stunden"-Sendungen zur besten Sendezeit in den frühen Abendstunden oder nachmittags am Wochenende. Durch Diversifizierung des Programms innerhalb einer Sendung sollte das diversifizierte Radiopublikum zu einem allgemeinen Hörerpublikum zusammengebunden werden: Alte und Junge, Männer und Frauen, Dörfler und Städter: Jeder sollte in einer von allen zu hörenden Sendung auf seine oder ihre Kosten kommen.[37] Mit diesem Kurzprogrammsystem nach englischem Vorbild konnten pädagogische Ambitionen verbunden werden. Es galt, Hörer ohne geistige Ansprüche durch die schnelle zeitliche Abfolge von Unterhaltung und „Kultur" innerhalb ein und derselben Sendung an kulturelle Werte heranzuführen, ohne daß das Gerät gleich ausgeschaltet wurde.[38] Während sich solche Sendeformate im Spannungsfeld von Spezial- und Allgemeininteressen bewegten, wurden für besondere Gruppen besondere Sendungen angeboten: Frauen, Kinder, Jugendliche und Landwirte gehörten dazu.

Im vorliegenden Band werden zwei Texte über die Zielgruppe Jugend veröffentlicht. Beide Beiträge gehen auf diese Zielgruppe in recht unterschiedlicher Weise ein. Angela Dinghaus analysiert die Ausdifferenzierung des Frauenfunks, die dazu führte, daß auch die jungen Mädchen (‚Jungmädchen') in den Genuß von Zielgruppensendungen kamen. Und Axel Schildts Beitrag zeichnet sich durch einen allgemein sozialgeschichtlichen Zugriff aus, indem er danach fragt, wie Jugendliche in den fünfziger und sechziger Jahren das Radioprogramm insgesamt genutzt haben. Die folgenden einleitenden Ausführungen dienen dazu, zwischen beiden Texten eine Brücke zu schlagen und dabei auch

36 Zit. nach: Ludwig Stoffels, Sendeplätze für Kunst und Unterhaltung, in: Joachim-Felix Leonhard (Hrsg.), Programmgeschichte des Hörfunks in der Weimarer Republik, Bd. 2, München 1997, S. 641-681, hier S. 645.

37 Dazu siehe Theresia Wittenbrink, Rundfunk und literarische Tradition in: ebenda, S. 996-1097, hier S. 1045. Vgl. auch Carsten Lenk, Die Erscheinung des Rundfunks. Einführung und Nutzung des neuen Mediums 1923-1932, Opladen 1997, S. 165f. Auf die Vorbilder additiver Abfolgemuster – Varieté, Singspielhallen und Tanzcafés – verweist ebenfalls Lenk (S. 166) und betont, daß solche Mischprogramme auch in der populären Vereinskultur des 19. Jahrhunderts recht beliebt waren.

38 Vgl. Stoffels, Sendeplätze, (wie Anm. 36), S. 646.

einige Entwicklungslinien des Jugendfunks, über den es bisher noch keine Monographie gibt, deutlich werden zu lassen.[39]

Im Mittelpunkt der beiden Aufsätze steht jener Teil der Bevölkerung, der dem neuen Medium, wie überhaupt der Massenkultur, besonders aufgeschlossen gegenüberstand. Gleichzeitig galt die Jugend nach den hohen Verlusten im Ersten Weltkrieg bei Politikern, Reformern, den Funktionären der Jugendbewegung sowie sonstigen SittenhüterInnen als erstrangiges ‚kulturelles Kapital'.[40] Die unter massivem Staatseinfluß stehenden Sendeanstalten wußten einerseits um das Interesse vieler Jugendlicher an der Massenkultur, folglich auch am Radio, und konstatierten andererseits das öffentliche Interesse an der Jugend.[41] Doch wollten sie sich nicht auf die Wünsche von Jugendlichen, die insbesondere am Hören von Schlagern und Tanzmusik Interesse hatten, einlassen, sondern versuchen, die Jugendlichen als zukünftige Erwachsene anzusprechen. Viele Jugendliche waren in Sportvereinen und konfessionellen Organisationen eingebunden, eine kleine Minderheit in Jugendbünden und politisch ausgerichteten Jugendorganisationen. Hinzu traten die von der öffentlichen Hand getragenen Jugendeinrichtungen, die schon seit wilhelminischer Zeit die Jugend vor Gefährdungen schützen und ihr eine sozialintegrative Erziehung angedeihen lassen wollten. Die zahlreichen neuen Sportplätze, aber auch Jugendheime und Jugendabteilungen in öffentlichen Büchereien sollten die heranwachsende Generation gezielt ansprechen. Diesem Zweck dienten auch zahlreiche aufbauende Vorträge. Was also lag näher, als das Radio mit seiner Faszination des technisch Neuen für solche Ziele einzuspannen? Doch schaut man auf das Programm, so zeigt sich, daß die Einpassung des Rundfunks in das sozialpädagogische Konzept nicht mit einem einzigen Paukenschlag, sondern eher schrittweise und relativ spät erfolgte.[42] Erklärlich wird dies, wenn man bedenkt, daß das Radio ja in seiner Gesamtheit volksbildnerisch und erzieherisch wirken und gegen die angeblich verderblichen Einflüsse der Massenkultur ankämpfen wollte. Zahlreiche Jugendliche konnten wohl mit einer

39 Die sich in Arbeit befindliche Dissertation von Sabine Mayer, Universität Tübingen, über den Jugendfunk des Südwestfunk konnte noch nicht eingesehen werden.

40 Dazu: Thomas Koebner u.a. (Hrsg.), „Mit uns zieht die neue Zeit". Der Mythos Jugend, Frankfurt am Main 1985.

41 Jugendliche betätigten sich auch gerne als Radiobastler. Vgl. Rundfunk für die Jugend, in: Der deutsche Rundfunk 7 (1929), Nr. 50, S. 1569-1570, hier S. 1569. Eine im Jahre 1930 durchgeführte Befragung unter 5.000 Berliner Jugendlichen über deren Freizeitbeschäftigung ergab, daß 1.563 das Radiohören und 618 das Grammophonhören nannten. Detlev J. K. Peukert, Jugend zwischen Krieg und Krise. Lebenswelten von Arbeiterjungen in der Weimarer Republik, Köln 1987, S. 210. Bezogen auf die Schichten der deutschen Bevölkerung waren die Arbeiter unter der Zuhörerschaft unterrepräsentiert. Lenk, Erscheinung des Rundfunks, (wie Anm. 37), S. 127.

42 Zunächst bestanden nur Kinderfunk und Schulfunk, im München-Nürnberger Sender schon seit 1924. Hinzu kamen Sendungen für Eltern und Erzieher. Dann wurden Sendungen für Jugendliche bis 15 Jahren ausgestrahlt – diversifiziert nach Geschlecht. Um 1928 war eine neue Stufe der Programmausdifferenzierung erreicht. Im Zuge der Präsentation von geschichtlichen und literarischen Stoffen sowie Zeitfragen gerieten schließlich auch Jugendliche über 15 Jahre ins Blickfeld. Ab 1928/29 war der Jugendfunk bei den meisten Sendern etabliert. Ungeachtet der Ansätze in der Weimarer Republik, vermehrt Sendungen für Jugendliche zu konzipieren, blieb das Angebot für Jugendliche eines jener vielen kleinen Segmente des Radioprogramms, dessen Dauer sich zwischen 100 und 500 Minuten pro Monat bewegte. (Christel Reinhardt, Der Jugendfunk. Sein Aufbau und seine Aufgaben unter besonderer Berücksichtigung seines publizistischen Wirkungsstrebens, Würzburg 1938, S. 32, 35ff. Die Autorin hat vor allem die süddeutschen Sender untersucht.) 1932 betrug die Dauer der Jugendsendungen im Jahresdurchschnitt Monat Juli 1375 Minuten. Ebenda, S. 38.

solchen konzeptionellen Ausrichtung wenig anfangen, wie die um 1930 befragte 16jährige Kontoristin unverblümt zugab: „Wenn ich nach Hause komme, ist mein erster Weg zum Radio. Werden Sonaten und sonstige ernste Musik oder politische und sonstige uninteressante Vorträge gesendet, drehe ich murrend ab; denn so etwas interessiert mich wirklich nicht. Gibt es aber lustige Unterhaltung, höre ich."[43] Aus dem Zitat wird deutlich, daß Rundfunkhören zwar bereits in den zwanziger Jahren zum Alltag vieler Kinder und Jugendlichen gehörte, daß aber belehrende Vorträge unbeliebt waren und ein jugendspezifischer Musikgeschmack hatte sich noch nicht herausgebildet.[44]

Die traditionellen geschlechterspezifischen Unterscheidungen traten auch im Rundfunkprogramm in Erscheinung: Der Jugendfunk bot eigens Sendungen für Mädchen.[45] Freilich darf angenommen werden, daß die Jungen durch den Jugendfunk besser ‚bedient' wurden als die Mädchen.[46] Glaubt man den zeitgenössischen Befragungen, so haben Mädchen auch weniger Radio gehört als Jungen.[47] Als Grund wurde angeführt, daß Mädchen und Frauen weniger Interesse am öffentlichen Leben und deshalb auch nicht an den Rundfunksendungen hätten. Der Frage, ob die Darstellungsweise des öffentlichen Lebens vielleicht gar nicht an der Sozialisation und den Lebenswirklichkeiten der Mädchen und Frauen anzuknüpfen vermochte, wurde nicht weiter nachgegangen, statt dessen erhielten alte Stereotype neue Aktualität. Daß es durchaus möglich war, das Interesse weiblicher Jugendlicher zu gewinnen, zeigt exemplarisch der Aufsatz von Angela Dinghaus über den Jungmädchenfunk, der sich um 1928 aus dem Frauenfunk heraus entwickelt hat.[48] Das entsprach zum einen den schon genannten Diversifizierungsstrategien, zum anderen der Grundauffassung, wonach sich das junge Mädchen in den Spuren der Mütter bewegen sollte. Das neue Medium griff verbreitete Strömungen in der Gesellschaft auf, die darauf ausgerichtet waren, den Kern der traditionellen Geschlechterordnung in der Moderne zu restabilisieren.

Wer jedoch die neuen Medien als Gesamtheit ins Auge faßt, erkennt deren Doppelgesichtigkeit: Neben der Bestätigung der bestehenden Geschlechterordnung boten die neuen Medien auch Chancen, diese zu durchbrechen. Auf der medialen Ebene schien manches eher und leichter möglich zu sein als auf der realen. In Filmen sah man Marlene Dietrich im Hosenanzug mit Zylinder, als ob sie ein Mann sei. Werbung und Mode, in Illustrierten verbreitet, zeigten ebenfalls Bilder über vertauschte Rollen.[49] Aber es waren eben nur Bilder, die mit der Realität lediglich insoweit vermittelt waren, als sie zeigten, was alles möglich sei und geschehen könnte.

43 Zitiert in: Peukert, Jugend, (wie Anm. 41), S. 210. Bei bestimmten Jugendlichen kamen allerdings Sendungen, wie die von Carola Hersel, gut an. (Dazu siehe weiter unten)

44 Vgl. Arnulf Kutsch, Rundfunknutzung und Programmpräferenzen von Kindern und Jugendlichen im Jahre 1931. Schülerbefragungen in der Pionierphase der Hörerforschung, in: Rundfunk und Geschichte 22 (1996), S. 205-215, hier S. 207f., 210.

45 So fächerte sich die 1926 im Süddeutschen Rundfunk eingeführten Stunde der Jugend in Kinderfunk, Jungen- und Mädchenfunk auf. Landschafts- und Abenteuererzählungen richteten sich an die männliche Jugend von etwa 10 bis 15 Jahren, sogenannte Kränzchensendungen sollten die gleichaltrigen Mädchen ansprechen. Seit 1930 kam es vereinzelt zu Eigengestaltungen auch der Sendungen für junge Mädchen. Wir und unsere Eltern hieß eines der diskutierten Themen, Jeder erzählt eine Geschichte, so lautet der Titel einer anderen Sendung. Reinhardt, Der Jugendfunk, (wie Anm. 42), S. 35ff.

46 Wenn beispielsweise im Jahresdurchschnitt 1932 der Münchner Sender 375 Minuten über Fahrtenleben berichtete, dann waren es hier männliche Jugendliche, die als Hauptansprechgruppe galten. Das sind aber nur Vermutungen. Eine genaue Analyse steht noch aus.

47 Kutsch, Rundfunknutzung, (wie Anm. 44), S. 208. Kutsch stützt sich auf zeitgenössische Untersuchungen.

48 Zunächst liefen diese Sendungen im Rahmen des Frauenfunks, später handelte es sich um selbständige Sendungen.

In solchen unübersichtlichen Zeiten kam der Lebensorientierung eine entscheidende Rolle zu. Doch wie konnte diese den jungen Mädchen am besten vermittelt werden? In dem Aufsatz von Angela Dinghaus werden unter solchen Fragestellungen die Sendungen der Außenseiterin Carola Hersel untersucht. Sie hatte offensichtlich ein Gespür dafür, daß sich die Welt auch oder gerade für junge Mädchen veränderte und Orientierungshilfen wichtiger denn je waren, wobei die medienspezifische Umsetzung so gestaltet wurde, daß sie die jungen Zuhörerinnen optimal ansprach.

Heranwachsende Mädchen hatten es in der Weimarer Republik tatsächlich schwer, ihre Position in der Gesellschaft zu finden. Das galt insbesondere für jene aus bürgerlichem Haus. Eingekeilt zwischen wilhelminischen Erziehungsgrundsätzen im Elternhaus und den vielen Möglichkeiten, die das Bild der Neuen Frau zu bieten schien und teilweise auch tatsächlich bot, mußten die Mädchen sich einordnen und wollten gleichzeitig die bestehenden Grenzen ein Stück weit überschreiten.[50] Obwohl die jungen Frauen meist nur in untergeordneten und schlecht bezahlten Positionen ihr Geld verdienten, machte die zunehmende Erwerbstätigkeit junger Mädchen die Phase vor ihrer Heirat erlebnisreicher. Mit der Verbreitung der Erwerbstätigkeit für Frauen nahm die doppelte Vergesellschaftung von jungen Frauen – im Hinblick auf Erwerbsarbeit und Hausarbeit – zu: Das Vergesellschaftsprofil mußte sowohl auf die häusliche Sphäre (nach der Heirat) als auch auf die Erwerbssphäre (vor der Heirat und bei Ehelosigkeit) ausgerichtet, und beides sollte womöglich in Einklang zu bringen versucht werden. Hinzu kam noch die verbreitete Auffassung, daß die Frau die ‚Hüterin der Sitten' sei und daß ihr auch von daher besondere Aufgaben erwüchsen.[51] In diesem spannungsreichen Feld realer Veränderungsmöglichkeiten einerseits und traditioneller Geschlechterordnung andererseits plazierte Hersel ihre in Dialogform aufgebauten Sendungen. Vielleicht ergaben sich aus der den Frauen zugeschriebenen Inferiorität sogar vergrößerte Handlungschancen, in Sendungen mit Neuem zu experimentieren, konnte hier doch eine Art Spielwiese entstehen, auf der mediale Vermittlungsformen erprobt wurden. Hersel wußte, wie Angela Dinghaus ausführt, solche Chancen wohl zu nutzen.

Dann kamen die Jahre der NS-Herrschaft, die in diesem Band nicht dokumentiert sind. Es sind die Jahre, in denen sich die Hitlerjugend (HJ) und auch der Bund deutscher Mädchen (BdM) des Jugendfunks bemächtigten. Aus dem Jugendfunk wurde der HJ-Funk." Von jetzt ab muß die Hitler-Jugend im Rundfunk ihr Instrument sehen, mit dem sie alles das, was sie bewegt, was sie erfüllt an Phantasien und innerer seelischer Kraft,

49 Vgl. Petro, Joyless Streets, (wie Anm. 14).

50 Cornelie Usborne, The New Woman and generation conflict: perceptions of young women's sexual mores in the Weimar Republic, in: Marc Roseman (Hrsg.), Generations in Conflict. Youth revolt and generation formation in Germany 1770-1968, Cambridge 1995, S. 137-164; Elizabeth Harvey, Gender, generation, and politics: young Protestant women in the final years of the Weimar Republic, in: ebenda, S. 164-184, hier S. 186f.

51 Kombiniert mit einer radikalen antifeministischen Position bei E.F.W. Eberhard, Feminismus und Kulturuntergang. Die erotischen Grundlagen der Frauenemanzipation, 2. überarbeitete Aufl. Wien und Leipzig 1927, zum Beispiel S. VI.

ausdrücken will."[52] Die Verbindungen zwischen Rundfunkamt der HJ und dem Jugendfunk waren besonders eng. Sie wirkten sich sogar bei der Nachwuchsrekrutierung aus. Das Programm wurde weiterhin geschlechtsspezifisch diversifiziert. Für den Mädelfunk war der BdM zuständig.[53] Die Mädchen sollten durch die Sendungen zu „starken und tapferen Frauen" erzogen werden, um dann selbst wieder „eine neue Generation der Härte und des Stolzes" heranbilden zu können.[54] Der Jugendfunk, einschließlich seiner geschlechtsspezifischen Diversifikation, stand im Dritten Reich, so kann man zusammenfassen, im Zentrum staatlichen Interesses an der Erziehung der Jugend im systemkonformen Sinne. Er blieb in weiten Teilen ein Produkt der politisch-ideologischen Jugendarbeit und erweckte deshalb wohl überwiegend das Interesse jener, die dem NS-Ideengut gegenüber aufgeschlossen waren. Doch hierzu fehlen genauere Studien, in denen insbesondere der Frage nachzugehen wäre, inwieweit unterhaltende Elemente und sozialintegrative Angebote unterhalb der Politikebene einen Teil der Jugendsendungen bestimmen konnten. Über den Erfolg des Jugendfunks wird in der schon erwähnten Studie von Reinhardt aus dem Jahre 1938 resümiert: „Zusammenfassend muß festgestellt werden, daß gerade für die Beziehung der Jugend zum Rundfunk wenig zustimmende Äußerungen entsprechen." Über die Gründe dieses Mißerfolges konnte oder wollte die Autorin offenbar nichts Substantielles aussagen, denn sie führte lediglich die „Tatsache [an], daß die Jugendfunkarbeit stark im Werden begriffen" sei.[55] Sie verschwieg allerdings, daß das unter Erwachsenen und Jugendlichen so beliebte Unterhaltungsprogramm im Rundfunk seit der Mitte der dreißiger Jahre noch mehr Sendezeit erhielt als vorher und daß hierin wohl eine ernste Konkurrenz für die Jugendsendungen bestand. Die Ausweitung des Unterhaltungsprogramms stellte eine Konzession des Reichspropagandaminister Goebbels gegenüber den Wünschen der Bevölkerung nach

52 So der Präsident der Reichsrundfunkkammer Horst Dreßler-Andreß im Juni 1935, zit. nach Münkel, Produktionssphäre, in Marßolek/von Saldern (Hrsg.), Zuhören und Gehörtwerden, Bd. 1, (wie Anm. 4), S. 116.

53 Der Anteil der Jugendfunksendungen am Gesamtprogramm, das in den Vorkriegsjahren ungefähr 18 bis 20 Stunden pro Tag dauerte, variierte von Sender zu Sender. In der Regel handelte es sich ebenso wie am Ende der Weimarer Republik um ungefähr vier Stunden pro Woche, inklusive den ein bis zwei Sendungen für die ‚Mädels' und ‚Jungmädels'. Im Jugendfunk wurden diverse funkische Formen wie Hörspiel, Hörfolgen und Reportagen eingesetzt, um die Jugendlichen zum Zuhören zu bewegen. Der größte Teil der Jugendfunksendungen wurde zudem von Jugendlichen gestaltet. Doch solchen Praktiken waren durch den nationalsozialistischen Erziehungsauftrag des Jugendfunks Grenzen gesetzt. Reinhardt, Der Jugendfunk, (wie Anm. 42), S. 93. Prägend blieben die weltanschaulichen Sendungen wie die Morgenfeier der Hitlerjugend und die Stunde der jungen Nation, in denen es um Führer, Volk und Vaterland ging – häufig in Form von mystischer Heldenverehrung. Allerdings wiesen selbst solche Art von Sendungen eine gewisse Variationsbreite auf. So ging es beispielsweise in einer Morgenfeier der Hitlerjugend um eine Ehrung von Johann Sebastian Bach, womit, wie es in der Pressemitteilung hieß, die Verbundenheit der Hitler-Jugend mit den alten Meistern der deutschen Musik aufgezeigt werden sollte. Schreiben der Reichssendeleitung an die Intendanten der Sender vom 16.3.1937, in: Bundesarchiv Koblenz 62 Hi 1 Hitlerjugend. Auch sprachen Jugendliche in den Sendungen selbst, beispielsweise „junge Holzfäller aus den bayerischen Bergen", die, wie es hieß, gefahrvolle Arbeit taten und dabei „fest mit ihrer schönen Landschaft verbunden" waren. Pressedienst Deutschlandsender über das Programm vom 31.3.1937.

54 Reichsreferentin Jutta Rüdiger, zit. nach: Münkel, Produktionssphäre, in: Marßolek/von Saldern (Hrsg.), Zuhören und Gehörtwerden, Bd. 1, (wie Anm. 4), S. 124. Inwieweit solche Erziehungsgrundsätze die Realität der familialen Erziehung bestimmt haben, bedürfte noch einer genaueren Untersuchung, insbesondere, was die Rolle der Mütter angeht.

55 Reinhardt, Der Jugendfunk, (wie Anm. 42), S. 112.

Ablenkung und Entspannung dar. Dieser verband damit allerdings die Hoffnung, daß sich politische Botschaften trotzdem oder vielleicht sogar noch besser als durch Weltanschauungs- und Propagandasendungen vermitteln ließen.[56]

Wenn auch die Inhalte radikal wechselten, so blieb der Erziehungsauftrag des Jugendfunks aus der Weimarer Republik und dem Dritten Reich quasi als Erbe auch in der Zeit nach 1945 erhalten. In der DDR entfaltete sich erneut ein staatlich fixierter Jugendfunk, dessen Ausformung alsbald der Freien Deutschen Jugend (FDJ) oblag. Der FDJ erhielt aber offenbar weniger Einfluß auf den Jugendfunk als ehedem die HJ und der BdM zur NS-Zeit inne hatten. Im Westen wurden, wie Axel Schildt erwähnt, re-education-Programme mit dem Jugendfunk verbunden. Doch hielten sich solche Sendungen quantitativ gesehen in engen Grenzen.

Der Kalte Krieg wirkte sich in doppelter Weise auf den Jugendfunk aus. Er ermunterte erstens die Tugend- und Sittenwärter, aus Gründen der Systemkonkurrenz die Erziehung Jugendlicher als eine höchst ernste und vordringliche Aufgabe zu begreifen. Zu diesen gehörte bekanntlich der Bundesfamilienminister Franz-Josef Wuermeling, der wehklagte: „Was wird eine Jugend, die Schund- und Schmutzliteratur liest, die ihre Seelenkräfte in Kinos, Tanzbars, Spielhöllen vergeudet, ... was wird diese Jugend einer kommunistisch klar ausgerichteten Jugend morgen ideell entgegensetzen können?"[57] Wie schon vor dem Ersten Weltkrieg und wie in der Weimarer Republik kämpfte man auch in der Bundesrepublik der fünfziger Jahren verbissen gegen ‚Schmutz' und ‚Schund' zum Schutze der Jugend – nunmehr integriert in eine Art Kalte-Kriegs-Kultur.[58] Bei den diversen Bemühungen um eine ‚Veredelung' jugendlichen Freizeitverhaltens[59] nimmt es nicht wunder, daß dem Jugendfunk eine bedeutsame Rolle zugeschrieben wurde. Dies drückte sich allerdings kaum in der Anzahl der Sendungen aus.[60] Doch darf man den Jugendfunk nicht isoliert betrachten. Wir haben es mit einem Verbundsystem pädagogisierender medialer Einwirkungen auf die Jugend der fünfziger Jahre zu tun. Die diversen Erziehungskonzepte, die in den zwanziger Jahren entwickelt

56 Näheres dazu siehe Marßolek/von Saldern (Hrsg.), Zuhören und Gehörtwerden (wie Anm. 4).

57 Zit. nach Dietrich Haensch, Repressive Familienpolitik. Sexualunterdrückung als Mittel der Politik, Hamburg 1969, S. 101.

58 Für die Zeit vor dem Ersten Weltkrieg siehe zum Beispiel Ernst Schultze, Die Schundliteratur. Ihr Vordringen – Ihre Folgen – Ihre Bekämpfung, Halle 1909. Für die Weimarer Republik ist auf das Lichtspielgesetz von 1920 und auf das Gesetz zur Bewahrung der Jugend vor Schund- und Schmutzschriften aus dem Jahre 1926 zu verweisen. In der BRD wurde ein entsprechendes Gesetz 1953 erlassen. Eine Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Schriften begann ihre Zensurarbeit. Allerdings verzichtete man hier auf die Begriffe ‚Schund' und ‚Schmutz' und verstand seine Arbeit mehr als eine sozialpolitische, bei der es gelte, „(sittlich) jugendgefährdende Schriften" zu eliminieren. Ganz neu war diese Deutung freilich auch nicht. Theodor Heuss von der linksliberalen Deutschen Demokratischen Partei verteidigte beispielsweise Zensurmaßnahmen schon in der Weimarer Republik als eine notwendige „Sozialpolitik der Seele". Vgl. Adelheid von Saldern, Massenfreizeitkultur im Visier. Ein Beitrag zu den Deutungs- und Einwirkungsversuchen während der Weimarer Republik, in: Archiv für Sozialgeschichte 33 (1993), S. 21-59, hier S. 24.

59 Gelegentlich wurden sogar ‚Schundhefte' in einer örtlichen Aktion öffentlich verbrannt. Außerdem wurde gegen Kioske, die Comics verkauften, gewaltsam vorgegangen. Mit Hilfe des Bundesjugendplans von 1950 sollten unter anderem Bestrebungen zur Verbreitung guter Jugendliteratur, bis hin zu ‚veredelten' Groschenheften, unterstützt werden, um damit eine positive Aufbauarbeit zu leisten.

60 Im Süddeutschen Rundfunk zählte man beispielsweise nur zwei Jugendsendungen in der Woche. Fritz Eberhard, Der Rundfunkhörer und sein Programm. Ein Beitrag zur empirischen Sozialforschung, Berlin 1962, S. 203.

und dann im Dritten Reich deformiert wurden, erfuhren vielfach eine Reaktualisierung. Ältere deutschnationale Orientierungen oder gar faschistisches Erbe flossen in die medial vermittelten Verhaltensregeln für Jugendliche auf die eine oder andere Art ein, paßten sich allerdings gleichzeitig dem politisch bedingten Wertewandel der fünfziger Jahre an. Hierzu zählten vor allem das demokratisch-freiheitliche System der Bundesrepublik im Gegensatz zur DDR sowie die Westintegration der Bundesrepublik. Dabei überwogen, wie auch ehedem, bildungsbürgerliche Auffassungen von der Jugend und der Gesellschaft, von Vergangenheit und Zukunft. Gerade ein Vergleich des Jugendfunks der frühen Bundesrepublik mit dem der Weimarer Republik könnte Kontinuität und Wandel herausarbeiten.

Doch der Kalte Krieg bewirkte zweitens eine neue Reflexionsbereitschaft bei den Programmgestaltern. Gefragt wurde, ob man den Jugendlichen nicht größere Freiheiten und mehr Möglichkeiten zur individuellen Entfaltung bieten müsse als autoritätsfixierte Traditionalisten dies noch immer wünschten. Die Gegengesellschaft DDR mit ihren dirigistischen Eingriffen, die tief in das Privatleben reichten,[61] ließ Unsicherheit aufkommen, ob nicht doch eine Liberalisierung der Alltagswelten in der Bundesrepublik aus ideologischen Gründen angebracht sei.[62] Und nicht unbemerkt blieb auch die Tatsache, daß der Jugendfunk das Gros der Jugendlichen gar nicht erreichte.[63] Statt dessen sprach er nicht zuletzt ältere Menschen an, die sich auf diese Weise über die Probleme Jugendlicher informieren wollten. Doch insgesamt, so arbeitet Schildt in seinem Beitrag heraus, haben Jugendliche in den fünfziger Jahren im großen und ganzen kein eigenes Nutzungsprofil des Radioangebots entwickelt bzw. entwickeln können. Schildt sieht die Ursache dafür in den realen Lebensumständen und -erfahrungen von Jugendlichen, die eine eigene Jugendkultur nicht aufkommen ließen. Die auf materiellem Mangel basierenden Lebensverhältnisse und die entsprechenden Erziehungseinflüsse kennzeichneten den Sozialcharakter der um 1940 Geborenen schließlich als einen, der von asketischer Arbeitsmoral und autoritätsfixiertem Konformismus geprägt war.[64] Auf Familienbildern wurde allerdings mehr auf Harmonie gesetzt, besonders, wenn es um das Radio ging. So zeigte ein Reklamebild aus der Frankfurter Illustrierten (1953) eine fröhliche und zufriedene Familie: Vater, Mutter und Sohn. Im Mittelpunkt des Bildes steht das neue Graetz Radio-Modell, mit dem alle zufriedengestellt sind, was an den Gesichtern abzu-

61 Beispiele finden sich bei Daniela Münkel, Produktionssphäre, in: Marßolek/von Saldern (Hrsg.), Zuhören und Gehörtwerden, Bd. 2, (wie Anm. 4), S. 45-171, hier S. 62ff.

62 Auf anderen Gebieten war es jedenfalls so, etwa in der Erziehung zum ‚richtigen Wohnen'. Vgl. Adelheid von Saldern, Häuserleben. Zur Geschichte städtischen Arbeiterwohnens vom Kaiserreich bis heute, 2. Aufl. Bonn 1997, S. 304ff.

63 Mit Musiksendungen für Jugendliche hatten die Programmgestalter bei Jugendlichen zwar mehr Erfolg; so fand die Sendung Heisse Sachen. Tanztee der Jugend durchaus Anklang. Eberhard, Der Rundfunkhörer, (wie Anm. 60), S. 203f.

64 Peter Büchner, Vom Befehlen und Gehorchen zum Verhandeln. Entwicklungstendenzen von Verhaltensstandards und Umgangsnormen seit 1945, in: Ulf Preuss-Lausitz u.a. (Hrsg.), Kriegskinder, Konsumkinder, Krisenkinder: zur Sozialisationsgeschichte seit dem 2. Weltkrieg, 2. überarb. Aufl. Weinheim und Basel 1989, S. 196-213, hier S. 198. Die Autoren untersuchen die in den 1940er Jahren geborene Generation und arbeiten die Unterschiede zu den um 1950 und um 1960 Geborenen-Generation heraus. Die unmittelbaren Nachkriegsjahre stellten unfreiwillig zahlreiche wenig kontrollierte Freiräume für Kinder zur Verfügung und muteten ihnen existenzsicherndes Mitarbeiten zu. Die ‚Verbürgerlichung' der Jugend erfolgte erst mit der Rückkehr geordneter Verhältnisse zu Beginn der fünfziger Jahre.

lesen ist.[65] Solche Art von Bilder kannte selbstredend auch der schon damals renommierte Soziologe Helmut Schelsky. In seinem 1957 erschienenen Buch Die skeptische Generation arbeitete er allerdings eine andere Seite des Verhältnisses von Familie und Jugendlichen heraus: Er konstatierte nämlich eine Gegensätzlichkeit zwischen Familie und familienfeindlicher Umwelt, die dazu führe, daß die Jugendlichen möglichst schnell in die Erwachsenenwelt integriert werden und die verhaltensverunsichernde Phase der Jugendzeit hinter sich lassen wollten.[66]

Der Beginn sozialkulturellen Umbruchs fällt, wie Schildt betont, in die Zeit um 1960. Der zeitgenössische Soziologe Tenbruck sprach in diesem Zusammenhang von einer Verlängerung und „Radikalisierung" der Jugendphase durch eine eigenen Teilkultur, die ihrerseits die Gesamtkultur nachhaltig beeinflusse.[67] Aus heutiger analytischer Sicht handelte es sich um einen Übergang vom „moralischen zum kommerziellen Code".[68] Geprägt von amerikanischer Popularkultur, wuchs eine konsum- und freizeitorienierte neue Generation heran.

Ohne massenmediale Vermittlung wären die relativ schnellen alltagskulturellen Veränderungen nicht möglich gewesen. Medien produzierten oder verstärkten bestimmte Zeittendenzen. Auch gab es schon in den fünfziger Jahren Dispositionen von Jugendlichen, die auf die spätere Umbruchszeit hindeuteten, etwa die privatistische Haltung vieler Heranwachsender, die ein Desinteresse für Politik bedeutete und den Erfolg der politisch-weltanschaulich geprägten Jugendorganisationen der fünfziger Jahre stark einschränkte.[69] Auch der alltagskulturelle Einfluß der USA hatte einen beträchtlichen Vorlauf. ‚Amerika' – das war die andere Welt, präsent in den Tagträumen zahlreicher Jugendlicher der fünfziger Jahre und hörbar im Soldatensender AFN. In den Konsumhoffnungen der fünfziger Jahre war zudem schon ein generationsbezogener alltagskultureller Nonkonformismus als eine Möglichkeit angelegt, die sich dann in den sechziger Jahren materialisierte und in den Jeans ihren symbolischen Ausdruck fand.[70]

65 In: Frauenalltag und Frauenbewegung im 20. Jahrhundert. Materialsammlung zu der Abteilung im Historischen Museum Frankfurt, hrsg. von Anette Kuhn und Doris Schubert, Bd. 4: Frauen in der Nachkriegszeit im Wirtschaftswunder 1945-1960, Frankfurt am Main 1980, S. 67.

66 Auf die ansonsten höchst kritikwürdigen Analysen, insbesondere die These von der „nivellierten Mittelstandsgesellschaft" soll hier nicht weiter eingegangen werden.

67 F. H. Tenbruck, Jugend und Gesellschaft. Soziologische Perspektiven, Freiburg 1962.

68 Vgl. Werner Lindner, Jugendprotest seit den fünfziger Jahren. Dissens und kultureller Eigensinn, Opladen 1996.

69 Klaus Wasmund, Leitbilder und Aktionsformen Jugendlicher nach dem Zweiten Weltkrieg in Deutschland bis zu den 60er Jahren, in: Dieter Dowe (Hrsg.), Jugendprotest und Generationenkonflikt in Europa im 20. Jahrhundert. Deutschland, England, Frankreich und Italien im Vergleich, Bonn 1986, S. 211-233, hier S. 219.

70 Zur Konsumkultur der fünfziger Jahre siehe die einschlägige Studie von Michael Wildt, Am Beginn der ‚Konsumgesellschaft'. Mangelerfahrung, Lebenshaltung, Wohlstandshoffnung in Westdeutschland in den fünfziger Jahren, Hamburg 1994; zur Amerikanisierung allg. siehe Anselm Doering-Manteuffel, Dimensionen von Amerikanisierung in der deutschen Gesellschaft, in: Archiv für Sozialgeschichte 35 (1995), S. 1-35. Kaspar Maase, Bravo Amerika. Erkundungen zur Jugendkultur der Bundesrepublik in den fünfziger Jahren, Hamburg 1992; Thomas Grotum, Die Halbstarken. Zur Geschichte einer Jugendkultur der 50er Jahre, Frankfurt am Main/New York 1994. Zu den Jugendorganisationen und zum Beginn der Jugendarbeit siehe Beate Wagner, Jugendliche Lebenswelten. Sozialistische Selbstdeutung und Re-education, Opladen 1995; aus historischer Perspektive und umfassender: Friedhelm Boll, Auf der Suche nach Demokratie. Britische und deutsche Jugendinitiativen in Niedersachsen nach 1945, Bonn 1995.

Am Beispiel dieses Umbruchs um 1960, dessen Zustandekommen die Entwicklung entsprechender Dispositionen von Jugendlichen schon in den fünfziger Jahren voraussetzte, läßt sich die Relevanz zweidimensionaler Geschichtsschreibung aufzeigen: Sozialgeschichte und Mediengeschichte. Gewisse Impulse aus der Gesellschaft werden bekanntlich von den Medienproduzenten aufgegriffen und zu Medienangeboten verarbeitet, die ihrerseits von den Publika rezipiert werden und Verhaltensweisen beeinflussen können. Deshalb ist es unabdingbar, daß reale Prozesse und mediale Vermittlungsformen analysiert werden. Dabei werden etwaige Gleichzeitigkeiten bzw. Ungleichzeitigkeiten in den Erscheinungsformen auf realer und auf medialer Ebene evident. Nicht die Widerspiegelung der sozialen Wirklichkeiten war Sache der Medien, sondern deren Deutungen, gepaart mit Umformungs- und Gestaltungskonzepten. Dafür ist der Jugendfunk ein gutes Beispiel. Doch die meisten Jugendlichen bedienten sich in anderer Weise des Rundfunks: Sie suchten sich nicht den Jugendfunk, sondern insbesondere jene Formate aus, die Tagträume bedienten oder sie gar erst wachriefen, vor allem Unterhaltungsmusik.

Das Radio stellte sich in der Bundesrepublik der sechziger Jahre vermehrt auf die Entwicklung hin zu musikzentrierten Jugendkulturen ein. Die große Resonanz beruhe auf der Körperlichkeit des Stimmenklangs, meint Roland Barthes, und er faßt seine Überlegung in die Worte: „Was singt mir, der ich höre, in meinem Körper das Lied?"[71] Damit war dem Jugendfunk in seiner klassischen, an den Verstand appellierenden, verbal formulierten Ausprägung der Boden entzogen. Hierzu gehörten auch die dialogisch aufbereiteten und versteckt pädagogisierenden Konzepte, für die Carola Hersels Sendungen aus der Zeit um 1930 als ein frühes Beispiel gelten können.

Nur in der DDR liefen die Uhren weiterhin anders; dort glaubte man auch noch nach der Umbruchszeit um 1960, die Jugend durch ideologisch ausgerichtete Zielgruppensendungen im Sinne des Sozialismus formen und mit einigen Kompromissen[72] gegenüber ihren artikulierten Bedürfnissen auskommen zu können – bis die Jugendlichen auch in diesem Teil Deutschland die ihnen von der staatlich formierten Gesellschaft gesteckten Grenzen mehr und mehr unterwanderten. Auch hierbei spielten bekanntlich die Massenkultur und die Medien, für die diese Grenzen trotz aller Bewachungen überschreitbar blieben, eine herausragende Rolle.

71 Zit. nach Rainer Winter/Roland Eckert, Mediengeschichte und kulturelle Differenzierung. Zur Entstehung und Funktion von Wahlnachbarschaften, Opladen 1990, S. 63.

72 In diesem Zusammenhang ist vor allem der Jugendsender DT 64 zu nennen. Einen ersten Überblick vermittelt Andreas Bauhaus, Jugendpresse, -hörfunk und -fernsehen in der DDR. Ein Spagat zwischen FDJ-Interessen und Rezipientenbedürfnissen, Diss. phil. Münster 1995, S. 127-162.

Inge Marßolek

„Aus dem Volke für das Volk." Die Inszenierung der „Volksgemeinschaft" im und durch das Radio

Im Mai 1933 erschien im „Völkischen Beobachter" eine Werbung für den Volksempfänger: Aus einer Masse lauschender Menschen ragt ein riesiger Volksempfänger heraus. Überschrift: Ein Zweizeiler „Ganz Deutschland hört den Führer" – unten läuft der Text etwas kleiner weiter – „mit dem Volksempfänger". Die Werbung inszeniert die Identität des Führers mit dem Gerät: Der Lautsprecher des Volksempfängers symbolisiert einen überdimensionalen gesichtslosen Kopf, die lauschenden Volksgenossen formieren sich zu Füßen des Geräts, sie verschwinden in der Unendlichkeit. Diese Grafik repräsentiert das „Idealmodell nationalsozialistischer Massenöffentlichkeit". Sie kennt keinen Dissens mehr, Öffentlichkeit wird auf das Erlebnis reduziert, Diskurs durch Empfangen ersetzt.[1] Die Werbung dokumentiert aber auch, welche Erwartungen und Hoffnungen die Nationalsozialisten mit dem jungen Medium Radio verknüpften: Indem der Volksempfänger den Führer ersetzt, konstruiert das Medium selber das Verhältnis von „Volksgemeinschaft" und Führer neu, denn beide werden im virtuellen Raum erzeugt. Und eine weitere Dimension erschließt das Bild. Der Volksempfänger wurde als Stimme des Führers und im Volksmund als „Goebbels-Schnauze" aus der Sicht der VolksgenossInnen zum Symbol nationalsozialistischer Herrschaft. Durch das Medium konnte das Regime sogar in die privaten Räume eindringen. Das NS-Regime wiederum bediente sich der Insignien der Modernität, unter anderem durch und im Medium.

Mediengeschichte, fokussiert auf das Radio, bewegt sich in den Schnittstellen aktueller sozialhistorischer Forschungen zum Nationalsozialismus: Das Radio war unmittelbares Herrschaftsinstrument, es war als solches ein wichtiger Transmissionsriemen von Regime und Gesellschaft. Seine Funktion aber konnte es dann am besten erfüllen, wenn die Menschen sich ihm nicht verweigerten, indem sie es in ihren Wohnräumen ausschalteten. Als „Goebbels-Schnauze" allein hätte es nicht populär werden können. Als Transporteur der „Volksgemeinschaft", in der der „schöne Schein" mit all den scheinbar unpolitischen Nischen zelebriert wurde, aber war es für das Regime ein wesentliches Instrument zur Herrschaftssicherung. Insofern fördert der Blick auf das Radio Strategien und Praxen von Herrschaft zutage. Zugleich stand das Radio für die Modernität des Regimes selber: Das Gerät wurde zum Konsumartikel und zugleich eignete sich das Regime, indem es sich virtuos des Mediums bediente, die Insignien des Fortschritts an. Eine Mediengeschichte kann somit wesentliche Erkenntnisse über die Akzeptanz des Nationalsozialismus in der Gesellschaft und darüber hinaus zur Mentalitätsgeschichte der Deutschen liefern.

Der Nationalsozialismus war in der Weimarer Republik zur Massenbewegung geworden: Massen, die es galt zu gewinnen und dann zu formieren. Der Einzelne, der an den Masseninszenierungen teilnahm, sollte sich nicht als Teil einer amorphen Masse, sondern einer sichtbaren und handlungsfähigen Gemeinschaft erleben. In seiner ideolo-

1 Franz Dröge/Michael Müller, Die Macht der Schönheit. Avantgarde und Faschismus oder Die Geburt der Massenkultur, Hamburg 1995, S. 325.

gischen Kritik an den Massen bewegte sich der Nationalsozialismus durchaus innerhalb des Spektrums des kulturkonservativen Diskurses der Weimarer Republik.

Von Anfang an geriet der Rundfunk als ein wichtiges Instrument zur Formierung der „Volksgemeinschaft", deren Voraussetzung die rassistische Ausgrenzung war, ins Blickfeld des Regimes. Wie jedoch die Ausgestaltung der „Volksgemeinschaft" aussehen sollte, welche Elemente betont werden, und welche in den Hintergrund treten sollten, darüber bestanden unterschiedliche und oft nur ungenaue Vorstellungen. Bezogen auf das Radio multiplizierte sich der Laboratoriumscharakter. Das Medium stand in seinen Kinderschuhen, das Hörerpublikum hatte gerade angefangen, sich vom individuellen Kopfhörer am Detektorgerät zum potentiellen Kollektivhörer zu entwickeln. Es war noch weit entfernt davon, im Alltag verankert zu sein, Hörgewohnheiten hatten sich noch nicht ausgeprägt. Insofern waren im Frühjahr 1933 die Vorstellungen darüber, wie das Radio am besten in diesem Formierungsprozeß der „Volksgemeinschaft" zu nutzen sei, noch diffus, ja möglicherweise kontrovers.

Zu Beginn scheint es vor allem die durch das Radio mögliche Omnipräsenz des Führers und damit die erfahrbare Repräsentanz der NS-Herrschaft gewesen zu sein, die die Attraktivität des Rundfunks als Instrument der Herrschaftssicherung ausmachte. Die Formation der Masse zur „Volksgemeinschaft" konnte durch das Medium geschehen, und zwar auf dreifache Weise:

Die Inszenierung an einem Tag und einem Ort wurde durch das Medium konstruiert.

Das Radio transportierte seinerseits diese Konstruktionen in jeden Winkel des Reiches und vervielfältigte so die Inszenierung jenseits von Ort und Einmaligkeit.

Durch die Inszenierung eines gemeinsamen Hörens vor Ort wurde das Verhältnis Publikum und Medium in Form von Führer und „Volksgemeinschaft" konstruiert, die oben beschriebene Werbung für den Volksempfänger schien Realität zu werden.

Der „Tag der nationalen Arbeit" – der Erste Mai 1933

Die Inszenierung der NS-„Volksgemeinschaft" im und durch das Radio begann mit einem Paukenschlag: dem 1. Mai 1933. Es war zugleich die Feuertaufe des Radios im Dienste des NS-Regimes.[2] Aus medientechnischer Sicht hatte es einen Vorlauf gegeben. Bereits am 8. April fand in allen Gauen des Reiches ein Massenappell der SA und der SS statt. Die Kampfformationen der nationalsozialistischen Bewegung versammelten sich in vielen Städten des Reiches vor öffentlichen Lautsprechern: ca. 600.000 SA- und SS-Männer, von Flensburg bis Rosenheim, paradierten vor diesen Lautsprechern und erlebten so „life" den Massenappell in Berlin. Der Führer redete vor den SA- und SS-Männern in Berlin und zugleich zu allen anderen. Goebbels als „Moderator" des Führers gab die Kommandos, und die Formationen führten sie gleichzeitig in Berlin und allen anderen Städten aus. Diese Übertragung mag als Generalprobe für den 1. Mai gegolten haben und vielleicht als solche so angeordnet gewesen sein.

2 Am 30. April 1996 wurde von 9.00 Uhr abends bis 3.00 Uhr morgens auf Radio Bremen 2 „Die lange Nacht des 1. Mai 1933" rekonstruiert. Gesendet wurden Zusammenschnitte der Originalsendungen des 1. Mai 1933, unterbrochen von Kommentaren und Diskussionen. Ich danke meinen Mitdiskutanten Wolfgang Hagen (RB), Friedrich Kittler (Humboldt-Universität Berlin) und Wolfram Wessels (Mannheim) für viele Anmerkungen und Einschätzungen, die in diesen Text eingeflossen sind.

Die Organisation des 1. Mai 1933 lag ausschließlich in den Händen von Joseph Goebbels, nunmehr Reichspropagandaminister. Die Nationalsozialistische Betriebsorganisation (NSBO), die eigentlich für diesen Tag hätte zuständig sein sollen, spielte eine völlig untergeordnete Rolle. Goebbels zog den jungen Architekten Albert Speer zur bühnenmäßigen Ausgestaltung des Tempelhofer Feldes zu Rate und wies von Anfang an dem Rundfunk eine zentrale Rolle bei der Inszenierung des ersten „nationalen Tages der Arbeit" zu. Wohl einmalig in der Geschichte des Radios sendete der Rundfunk am 1. Mai 1933 ein dramaturgisch lückenlos durchgeplantes Programm, das zudem mit Ausnahme von zwei Sendungen, – eine dreiviertelstündige und eine zehnminütige mit Marsch- und Arbeiter-, Bauern- und Soldatenliedern – ein reines Wortprogramm war, und zwar von morgens 8.50 bis ca. 1.00 Uhr nachts. Da nur etwa ein Drittel aller Haushaltungen ein Rundfunkgerät besaß, wurde in den Lokalzeitungen aufgefordert, die Geräte in die Fenster zu stellen, damit auch Nicht-Radiobesitzer mithören konnten. Zentrale Lautsprecheranlagen in den Städten sorgten für die Verkoppelung der Berliner Maifeier mit den regionalen Aufmärschen im gesamten Reich.

Der Prolog

Der 1. Mai 1933 begann mit einem Prolog: Am 30. April 1933 sendete die Norag ab 23.00 Uhr life vom Brocken. Angetreten waren hier Delegationen der Hitlerjugend (HJ) und des Bundes Deutscher Mädel (BDM) zur Feier der Walpurgisnacht auf dem Hexentanzplatz. Aus heutiger Hörgewohnheit mutet die Mixtur von germanisierenden Ritualen, von mystischen Elementen, der Verschmelzung der Landschaft mit Feuerritualen sowie den Aufmärschen und Darbietungen der Jungen und Mädchen, begleitet von ausgefeilten, offensichtlich schriftlich vorbereiteten Textkommentaren des Rundfunksprechers gespenstisch an. Hervorzuheben ist, daß – anders als bei der Jugendfeier am Morgen des 1. Mai in Berlin im Lustgarten – ausschließlich uniformierte Jugendliche an der Brocken-Feier teilnahmen. Diese Veranstaltung in Thale am Brocken ist auch die einzige, in der die mystische, rückwärtsgewandte, germanisierende Fundamentierung der NS-"Volksgemeinschaft" thematisiert wurde. Die Frühlingsmetaphorik, die die Maifeiern der Arbeiterbewegung bestimmte, wurde vom Rundfunksprecher ausdrücklich beschworen: An die Stelle der Frühlingsgöttin oder der Marianne, die den Arbeitern den Weg ins Licht weist, tritt nun Adolf Hitler: „Der Kanzler wird diese deutsche Jugend zum Licht führen". Zugleich wurde die junge Bewegung in die Tradition des Militärischen eingebettet und damit diszipliniert: „Das junge Heer Adolf Hitlers marschiert dem jungen Mai entgegen." Das Medium wiederum transportierte diese Feier in das Reich und übertrug sie zugleich über Lautsprecher auf dem Brocken, war also selber Teil der Inszenierung.[3]

3 Dies allerdings auch mit allen technischen Unzulänglichkeiten: Auf dem Tondokument ist deutlich zu hören, daß die Teilnehmer „lauter" rufen; die Reden waren auf dem „Thingplatz" nur relativ leise zu hören.

Der Aufzug der Massen

Das Rundfunkprogramm am 1. Mai begann mit der Übertragung der Jugendkundgebung im Lustgarten: In den frühen Morgenstunden hatten sich auf den großen Aufmärschplätzen Berlins Schulkinder und Jugendliche versammelt, – HJ, BDM aber auch Angehörige anderer Organisationen und Nicht-Organisierte – um in disziplinierten Zügen in den Lustgarten zu marschieren. Vor diesen 200.000 Jugendlichen und Kindern sprach zunächst Goebbels, danach Reichspräsident Hindenburg, von Hitler begleitet. Den ersten Akt bestimmten der Lustgarten vor dem Schloß als Ort des Geschehens, der greise Reichspräsident als Hauptredner und der Aufmarsch der Jugend als Symbol der nationalsozialistische Bewegung und deren Repräsentant Adolf Hitler. Der Dramaturg des „nationalen Tags der deutschen Arbeit" verband so die Traditionslinie des konservativen, wilhelminischen Deutschlands mit der nationalsozialistischen Gesellschaftsutopie, deren Inkarnation die Jugend war. Gebündelt wurde dies alles im Appell des Reichspräsidenten, der die militärische Selbstverpflichtung auf die Nation beinhaltete. 200.000 Jugendliche sangen „Deutschland, Deutschland über alles". Das Radio übertrug die Stimmen in die Wohnstuben, wo viele Menschen sich auf ihre Teilnahme an den lokalen Maifeiern vorbereiteten.

Im Anschluß daran wurde ein ca. halbstündiger Hörbericht gesendet: „Deutsche Arbeiter sprechen zum „Tag der nationalen Arbeit".[4] Diese Arbeiter wurden nicht namentlich genannt, sie wurden jeweils vom Reporter Hans Heinz Mattau als typische Berufsvertreter der jeweiligen Regionen vorgestellt: der Hafenarbeiter aus Hamburg, der Bergmann aus Schlesien, der Landarbeiter aus Ostpreußen, der Hüttenarbeiter aus dem Saarland, der Bergmann aus dem Siegerland und der Winzer von der Mosel, der Bergmann aus dem Ruhrgebiet sowie der Holzhacker aus Bayern. Ihre Berichte weisen gemeinsame Grundzüge auf: die Artikulation der Not, die Absage an das „Weimarer System" und den Sozialismus und eine gläubige Akzeptanz des „Volkskanzlers" Adolf Hitler. Damit war der nationalsozialistische Lösungsweg „Überwindung der Not, nationale Einheit und der Adel der Arbeit" vorgezeichnet. Die Texte verweisen damit auf eine zwar individuell geschilderte, doch objektivierbare Lösungsstrategie: die Thematisierung der Not wurde verbunden mit dem Erkennen der Illusion des sozialistischen Weges und des realen Lösungsangebotes durch die Unterwerfung unter den Führerstaat. Der Weg von Bebel zu Hitler erschien gangbar.[5]

Indem Goebbels diese Arbeitersprecher im Rundfunk zu Wort kommen ließ, griff er eine alte Forderung der Arbeiterbewegung, nämlich Einfluß auf das Medium zu bekommen, ausgerechnet am 1. Mai auf und ließ sie partiell Wirklichkeit werden. Das Radio blieb nicht länger ein Reservat des Bildungsbürgertums und der verschiedenen konservativen gesellschaftlichen Gruppen, sondern öffnete sich an diesem Tag, der wie kein anderer symbolisch mit der Arbeiterbewegung verbunden war, den Arbeitern. Eben dieses Moment betonte der Sprecher in seiner Schlußmoderation: „... Sie haben Ihnen erzählt, wie sie litten und wie sie hofften. Ein paar Vertreter nur waren es, die zu Ihnen

4 Transkript der Schallaufnahme im DRA, abgedruckt bei Eberhard Heuel, Der umworbene Stand. Die ideologische Integration der Arbeiter im Nationalsozialismus 1933-1935, Frankfurt 1989, S. 583-593; vgl. auch Heuels textkritische Interpretationen, S. 593-609.

5 Vgl. ebenda.

gesprochen haben. Aber draußen in Deutschland marschieren heute Millionen. Millionen Arbeiter und feiern Deutschlands Wiederaufstieg und begrüßen den Volkskanzler Adolf Hitler".[6]

Anschließend sendete der Rundfunk life vom Tempelhofer Feld und von der Landung der Arbeiterdelegationen aus allen großen Städten des Reiches. In dieser 35-minütigen Sendung zeigt sich, wie sehr das Medium noch in der Erprobungsphase war. Es war zwar nicht die erste Sendung, in der Reporter von einem Massenereignis berichteten: Bei Sportveranstaltungen hatte man dies bereits erprobt, und auch am „Tag von Potsdam" war direkt aus dem Reichstag gesendet worden. Doch waren die Reporter, Bodo Graf von Kayserling und Otto Willy Geil, noch ungeübt, und es hört sich an, als bewegten sie sich zum ersten Mal mit Mikro und Kabel in einer dichten Menschenmenge. Eine relativ große Authentizität war die Wirkung: Keine Aufnahmeleiter strukturierten – wie heute üblich – allein durch ihre Anwesenheit – die Menge. Das Medium inszenierte sich noch nicht selber. Es gab Pausen, und die Reporter beschrieben, wie sie sich durch die Menge schlängelten, oder wie ein Vertreter der Sachsen von den „Wellen im Publikum weggeschwemmt" wurde. Sie redeten von ihrer Schwierigkeit, das Landen der Flugzeuge zu beobachten – sie mußten sich auf die Zehenspitzen stellen etc. Die Reporter waren offenkundig selber völlig fasziniert von den landenden Flugzeugen, die wie "Maikäfer über die Rollbahn dröhnen", von der Junckers, die „ihre Flügel schützend über den Parkplatz der Automobile ausbreitet". Auch waren es die aus den Flugzeugen kommenden Arbeitervertreter, die sie interviewten, nicht gewohnt, ins Mikrofon zu sprechen. Der Bayer war höchst einsilbig, und er mußte durch den Reporter „gedolmetscht" werden. Für alle Arbeiter war es offenbar die erste Flugerfahrung. Die Erlebnisse der Turbulenzen wurden drastisch geschildert, erst dann besann man sich auf den würdevollen Anlaß. Der Vertreter aus Königsberg nahm die Erfahrung der Übelkeit – „das Frühstück machte sich bemerkbar" – zum Anlaß, um seine Bewunderung für den Führer Ausdruck zu verleihen, der dies alles im (Wahl-)Kampf in Kauf genommen hatte. Er nimmt das Motto „Der Arbeiter der Faust grüßt den Arbeiter der Stirn" auf: das Flugzeug wird in der NS-Propaganda zum Symbol der Aufhebung von Standesgrenzen, der Führer zur Inkarnation des „Arbeiters der Stirn", mit dem sich der „Arbeiter der Faust" über das Vehikel der Moderne, dem Flugzeug, identifizieren kann. Diese „Arbeiterdelegierten" wurden anschließend im Zentrum der politischen Macht, der Alten Reichskanzlei, von dem Reichspräsidenten und dem Reichskanzler empfangen, und sie durften auf dem Tempelhofer Feld auf der herausragenden Ehrentribüne in unmittelbarer Nähe Hitlers Platz nehmen: Der nationalsozialistische Führerstaat präsentierte sich als Arbeiterstaat.[7]

In der Mittagszeit kreiste von Norden kommend über Berlin das Luftschiff Graf Zeppelin. Der Rundfunk übertrug einen Hörbericht von dem Chefredakteur des Wolffschen Telegraphenbüros direkt aus dem Luftschiff. Alfred Ingemar Berndt, der sich sofort als überzeugter Nationalsozialisten zu erkennen gab – er sprach von seinem braunen Rock – berichtete von den von überallher strömenden Menschen, die zum Tempelhofer Feld marschierten, von den Hakenkreuzfahnen, die die Straßen und Dächer säumten,

6 Ebenda, S. 593.

7 Ebenda, S. 123.

von den Zügen der SA und SS, deren Uniformen sich mit dem „einfachen Kleid des Arbeiters" mischten, von den Gartenkolonien, in denen vormals die roten Fahnen gehangen hätten und die nunmehr mit Hakenkreuzfahnen geschmückt seien. Kurzum, er beschrieb eine begeisterte „Volksgemeinschaft", aus der sich scheinbar keiner ausschloß. Der Zeppelin, als Meisterstück deutscher Arbeit, wurde zum Symbol der „Volksgemeinschaft", deren Mitglieder durch begeistertes Grüßen und Winken, das von Berndt wiederum über den Sender beschrieben wurde, dem Zeppelin und damit dem Ganzen akklamieren. Der Zeppelin war sichtbares Zeichen für die Besetzung der gesamten nationalen Öffentlichkeit an diesem einen Tag – das Luftschiff flog über ganz Deutschland – und die Ausrichtung der Massenformationen auf den Führer hin. Die Reportage ist zugleich Beispiel dafür, wie durch die Selbstinszenierung des Regimes – die begeisterte „Volksgemeinschaft" wurde symbolisiert unter anderem durch das Fahnenmeer – über das Radio eine virtuelle Realität konstruiert wird: Diejenigen, die keine Hakenkreuzfahnen gehißt, die auf diesen „nationalen Tag der Arbeit" mit Entsetzen und Erschrecken reagierten, kamen in dem „Hörbild" aus dem Luftschiff, in dieser Schau von oben, nicht vor. Die Menschen aber, die auf dem Tempelhofer Feld oder in anderen Städten zusammenströmten, fühlten sich eins mit der begeisterten Menge, sie wurden in ihrem Verhalten bestätigt. Die anderen aber dürften sich äußerst isoliert gefühlt haben und in ihren Ohnmachtsgefühlen bestärkt worden sein.[8] Mit dem Zeppelin und der Stimme aus dem Lautsprecher oder dem Radiogerät wurde darüber hinaus den Massen, die als Ornament, um mit Kracauer zu sprechen, das Gefühl ihrer selbst verloren haben, in der Gesamtschau die Konstruktion ihrer selbst als geordnete Masse zurückgegeben.[9]

Die Unterhaltung der Massen

An diesem Tag wurden auch drei Hörspiele gesendet, insgesamt in einer Länge von mehr als drei Stunden: Die „Symphonie der Arbeit" war quasi ein langes Gedicht, vorgetragen durch Sprechchöre, die auch auf keinem Ersten Mai der Weimarer Republik fehlen durften, da sie zu den beliebten Darbietungsformen der Arbeiterbewegung gehört hatten. Durch ihn wurde nun pathetisch das Hohelied der Arbeiter und der Arbeit gesungen. Militärische Bildersprache, wie „Wir sind das Heer der Hände", waren verbunden mit religiösen Sentenzen wie „Mit uns ist der Anfang, mit uns das Ende, wir sind die Arbeit". In dieser Überhöhung und Mystifizierung wird die Arbeit entpersonalisiert und entkonkretisiert, die Arbeiter aller Individualität und Handlungsfähigkeit entkleidet.

In der satirischen Hörfolge zum 1. Mai „An ihren Taten sollt ihr sie erkennen" (die Lieder schrieb der Intendant des Deutschlandsenders Götz Otto Stoffregen unter dem Pseudonym Orpheus der Zwote) wurde in seltener und später wohl nie wieder auftretender Offenheit die Überlegenheit der nationalsozialistischen Position gegenüber der Sozialdemokratie und der KPD verhandelt. In lockeren Szenenfolgen erfolgte die Wandlung eines sozialdemokratischen Arbeiters zum Nationalsozialisten. Die NSDAP wurde als die Partei dargestellt, die allein richtige Antworten und Lösungsvorschläge

8 Am 1. Mai 1934 wurde der Massenaufmarsch durch ein Flugzeug gesteuert, eine militärische Generalprobe für die Lenkung der Truppen durch Flugzeuge auf den Schlachtfeldern.

9 Vgl. Dröge/Müller, Die Macht der Schönheit (wie Anm. 1), S. 525ff.

für die Schwierigkeiten und Probleme besonders von Arbeitern in der Weimarer Republik hatte, und zwar nicht zuletzt deswegen, weil sie die nationale Frage aufgriff.

Das dritte Hörspiel „Wir führen die Arbeit. Das Drama der deutschen Arbeit 1919/1933" behandelt die Geschichte vom Versailler Vertrag, von den Demontagen bis zum Sieg der Nationalsozialisten. Gesendet wurde dieses Hörspiel am frühen Abend, kurz vor Einbruch der Dämmerung. Es enthält Reportagen aus der industriellen Entwicklung in Deutschland, so vom Bau des Hindenburg-Damms nach Sylt, von der Einweihung des Deutschen Museums in München, um nur zwei Beispiele zu nennen. Es war zugleich eine Lobpreisung der deutschen Technologie, der Entwicklung des deutschen Erfindungsgeistes und der deutschen Kultur, die hier als industrielle Kultur verstanden wurde. Es konstruierte eine Fortschrittslinie, die geradewegs in die nationalsozialistische Revolution mündete. Unterbrochen wurden diese Reportagen durch die Inszenierung von kurzen Szenenfolgen, in der die Vertreter von Staat, Industrie, Arbeiterschaft und Bauern zu Wort kamen. Gesprochen wurde auch über arbeitswissenschaftliche Themen, wie Rationalisierung und Psychotechnik. Lösungsmöglichkeiten boten wiederum allein die Nationalsozialisten an, da sie vorgaben, Mensch und Wirtschaft, Körper und Volk zusammen zu denken. Das Hörspiel endet mit der Verkündung des Beschlusses der Regierung der nationalen Revolution, den 1. Mai als „Tag der nationalen Arbeit" zum Feiertag zu machen.

In diesen Hörspielen wurden die erbitterten Diskussionen aus der Zeit der späten Weimarer Republik noch einmal in das Medium hineingeholt, und zwar in den Formen der Kunst, der Satire und der fiktiven Reportage. Als Sieger dieser inszenierten Auseinandersetzung nutzten die Nationalsozialisten die Verhandlungen über die kontroversen Positionen im Radio, um die „Volksgemeinschaft" für alle Schichten und Klassen zu legitimieren. Offenbar war man sich des Sieges in seinem vollen Ausmaß noch nicht so sicher, so daß man auf eine gewisse mediale Überzeugungsarbeit nicht meinte verzichten zu können. Verknüpft über das Medium mit den Massenaufmärschen thematisierten die Hörspiele auf ihre Weise den Übergang in das nationalsozialistische Regime und nahmen so die Niederlage der Arbeiterbewegung vorweg, die einen Tag später durch die Besetzung der Gewerkschaftshäuser beglaubigt wurde.

Der Höhepunkt

Um 19.40 Uhr berichtete der Deutschlandsender über die Maifeiern in anderen Städten. Die Aneinanderreihung von Aufmarschzahlen, von Berichten über den Fahnenschmuck, die Umzüge etc. endeten schließlich für jeden Ort (genannt wurden Stuttgart, Nürnberg, Königsberg, Brandenburg und die Städte Westfalens und des Ruhrgebiets) damit, daß beschrieben wurde, wie die Menschen „in brennender Erwartung der Übertragung der Rede des Führers entgegenfieberten". Sie wurden somit zum Teil der allgemeinen Inszenierung, die allein auf diesen Höhepunkt zusteuerte.

Doch bevor Adolf Hitler redete, – das Tempelhofer Feld lag in der Dunkelheit, die Tribüne wurde angestrahlt – nutzte Goebbels die Gunst der Stunde, um in einer Totenrede auf sieben Bergarbeiter, die am Tage zuvor in Essen verunglückt waren, und auf zwei ermordete SA-Leute in Naumburg und Kiel, – er nannte die Toten in einem Atemzug – das letzte Sinnfundament des nationalsozialistischen 1. Mai und damit der „natio-

nalsozialistischen Revolution" zu beschwören, den gemeinsamen Opfertod für Volk und Nation: „Die neuen Soldaten der Arbeit und der Politik fallen auf dem Felde der Ehre. Die ganze deutsche Nation erhebt sich in diesem feierlichen Augenblick und ehrt das Andenken dieser gefallenen Soldaten durch ein Minute ehrfurchtsvollen Schweigens."[10] Goebbels schrieb hierzu in seinem Tagebuch: "Nun steht die ganze Nation still. Die Lautsprecher tragen die Stille über Stadt und Land."[11] Treffender kann man die Wirkungsmacht dieser Inszenierung nicht beschreiben als in dieser Contradictio: Die Lautsprecher, die die Stille übertragen ...

Hitler begann seine Ansprache mit dem Zitat „Der Mai ist gekommen ..." Seine Rede, die begeistert aufgenommen wurde, dauerte 1 Stunde und 48 Minuten. Auf dem Tempelhofer Feld und überall dort, wo sie übertragen wurde, beglaubigten die Menschen mit hochgereckten Armen die Formierung zur „Volksgemeinschaft". Auch das wurde im Radio geschildert. Zum Abschluß wurde das Deutschlandlied gesungen. Während der „Führer" das Tempelhofer Feld verließ – der Zapfenstreich, die Symbolmusik Preußens, wurde gespielt – begann schließlich ein gigantisches Feuerwerk, das wiederum von vier Rundfunkreportern beschrieben wurde. Die Flammen des Feuerwerks und die Fackeln beleuchteten ein riesiges Hakenkreuz, was einen der Reporter den prophetischen Satz sagen ließ: „als wär ein riesengroßer Brand am Horizont, so leuchtet das Hakenkreuz herüber". Noch war der 1. Mai nicht zu Ende, um Mitternacht begann eine letzte Kundgebung vor dem Lustgarten mit Hermann Göring als Hauptredner, da es sich hier um einen Staatsakt der preußischen Regierung handelte. Auch diese Feier wurde in sämtliche Landesteile übertragen. Wenige Stunden später rückten in allen Städten und Orten Polizei und SA aus, um die Gewerkschaftshäuser zu besetzen, Gewerkschaftsfunktionäre wurden verhaftet und in „Schutzhaft" genommen. Dieses Geschehen wurde nicht mehr von den Radioreportern begleitet und nicht im Rundfunk übertragen.

Mediale Inszenierung – der 1. Mai 1933 als Test für Möglichkeiten und Grenzen

Die Gestaltung des 1. Mai 1933 und die zentrale Rolle, die der Rundfunk einnahm, war in dieser Form einzigartig und wurde so nicht wiederholt. Am 1. Mai 1934, der noch ähnlich organisiert war, endete die Kundgebung bereits um sieben Uhr – der Rundfunk begleitete den Tag wie ein Jahr zuvor und wieder wurde die Hitler-Rede in alle Regionen übertragen. Ab 1935 schien den Nationalsozialisten die Integration der Arbeiterschaft in das Regime weit fortgeschritten und abgesichert. Dementsprechend verlor der „Tag der nationalen Arbeit" seinen Bedeutungsgehalt für das Regime, wenn es um die Inszenierung der „Volksgemeinschaft" ging.[12] Der Wandel in der Gestaltung des 1. Mai zeigt auch, daß die Bedeutung dieses Tages für das Regime in dem Maße abnahm, wie die Integration der Arbeiterschaft in die NS-"Volksgemeinschaft" zunahm. Der Rückschluß, daß der Verzicht auf die Masseninszenierungen bedeute, daß der 1. Mai 1933 gerade in seiner medialen Gestaltung nicht massenwirksam war, ist zu kurz gegriffen. Eine These, die noch weiter zu überprüfen ist, könnte heißen, daß die zunehmenden Möglichkeiten, die „Volksgemeinschaft" im virtuellen Raum zu inszenieren, die aufwendigen und vor Zufällen nicht gefeiten Inszenierungen real ablaufender Veranstaltungen à la longue ohnehin überflüssig gemacht hätten, bzw. diese sich nur dann lohnten, wenn zugleich eine mediale Transformierung möglich und sinnvoll war.

10 Zit. nach Heuel, Der umworbene Stand (wie Anm. 4), S. 141.

11 Joseph Goebbels, Tagebücher, hrsg. von Ralf Georg Reuth, Bd. 2: 1930-1934, Eintragung vom 1. Mai 1933 (Kaiserhof), München 1992, S. 798.

12 Michael Ruck, Vom Demonstrations- und Festtag der Arbeiterbewegung zum nationalen Feiertag des deutschen Volkes. Der 1. Mai im Dritten Reich und die Arbeiter, in: Inge Marßolek (Hrsg.), 100 Jahre Zukunft. Zur Geschichte des 1. Mai, Frankfurt 1990, S. 171-188.

Die Nationalsozialisten, allen voran der Regisseur des Tages, Joseph Goebbels, waren in der Vorbereitung des 1. Mai 1933 nicht sicher, ob die Utopie der „Volksgemeinschaft" und ihre Präsentation eine solche Sogkraft entfalten würden, daß die sozialistische Utopie zumindest an diesem Tag verblassen würde. Es war nicht zuletzt auch die Eigenheit und die Wirkungsmacht des Mediums, die entscheidend dazu beitrugen, daß für diesen einen Tag die „Gleichheit des Arbeiters der Faust und der Stirn" als Fundament der nationalsozialistischen Utopie virtuelle Realität wurde. Derjenige, der an den Maifeiern teilnahm, – freiwillig oder gelockt durch das Maigeld oder von den Kontrollen durch die NSBO eingeschüchtert – mochte sich von der Massenbegeisterung und der gekonnten Inszenierung leicht anstecken lassen. Im und durch das Radio aber wurde diese individuelle Wahrnehmung zu einer nationalen umgedeutet, die „Volksgemeinschaft" wurde an diesem Tag fast ausschließlich – sieht man einmal von den Verhandlungen alter Positionen in den Hörspielen ab – ideologisch wie emotional positiv konstruiert. Die „Volksgemeinschaft" wurde diskursiv konstruiert und als Verheißung dargeboten. Die Ausgrenzung kam im Medium nicht vor, wenn auch die marschierenden Kolonnen hintergründig Drohung und Terror symbolisierten – und dies auch im Radio bis in die letzten Winkel des Reichs transportiert wurde. Typisch jedoch für das Medium war, daß es anderen Institutionen oblag, Drohungen und Terror zu verbreiten. Im Krieg schließlich wurde Juden der Besitz des Radiogeräts verboten – das Medium blieb den „Volksgenossen" vorbehalten, das Radio wurde indirekt als arisch deklariert.

Zugleich wurde die „Volksgemeinschaft" als Männergemeinschaft konstruiert. Frauen hatten ihre Rolle im Prolog, der auf dem Brocken spielte, als Hüterin des mystischen Geheimnisses des deutschen Volkes. Sie waren auf dem Tempelhofer Feld, auf den Massenaufmärschen nicht präsent – das Medium thematisierte sie nicht, weder in ihrer Rolle als Zuschauerinnen mit Picknickkörben, die an den Straßenrändern mit ihren Kindern den Marschkolonnen zuschauten und zujubelten, und sie waren auch nicht präsent in den Hörspielen.

Die NS-„Volksgemeinschaft" war eine Wehr- und Opfergemeinschaft, die Gleichheit des „Arbeiters der Stirn" und des „Arbeiters der Faust" wurde nicht zuletzt im Bild des Soldaten und des Heeres hergestellt. Diese Sinnstiftung wurde durch das Medium, das auf einmal Stille statt Laute übertrug, auf gespenstische Weise vermittelt. Das Radio, auch das wird deutlich, war nicht nur auf das Hören ausgerichtet. Die Reporter waren zugleich die Augen der Massen: Wenn sie etwa das Feuerwerk beschrieben, vermittelten sie Bilder, entzündeten Phantasien bei den HörerInnen.

Bereits am 1. Mai 1933 wurde deutlich, wie meisterhaft die Nationalsozialisten Medien miteinander verknüpften. Die Symbole des Nationalsozialismus wurden life inszeniert auf dem Tempelhofer Feld, sie wurden über das Radio den Menschen zu Hause ins Wohnzimmer oder auf die Plätze, wo sie an Maifeiern teilnahmen, transportiert. Die

Printmedien berichteten mit Bildern ausführlich über diesen Tag. Die Symbole der Herrschaftsästhetik wurden an diesem Tag geballt in das Bildgedächtnis der Deutschen eingebrannt.

Zugleich aber wurde diese offizielle Ästhetik mit den Ikonen des Fortschritts verknüpft: Das Medium selber, die Lautsprecher, die Flugzeuge, das Automobil und der Zeppelin wurden scheinbar unauflöslich mit dem Hakenkreuz verbunden. Dieses am 1. Mai 1933 entfaltete und erprobte Webmuster sollte die Geschichte des Mediums im Nationalsozialismus und seine Wirkungskraft entscheidend prägen, und das galt auch für die scheinbar ideologiefreien Unterhaltungssendungen.

Die „Volkssenderaktion"

Trotz des Erfolgs des 1. Mai 1933 und trotz der zunehmenden Integration der Arbeiterschaft in die nationalsozialistische Gesellschaft – nicht zuletzt als Folge der gewaltsamen Zerschlagung der organisierten Arbeiterbewegung – blieb es eine zentrale Aufgabe des Rundfunks, die NS-„Volksgemeinschaft" zu propagieren, zu inszenieren und partiell zu realisieren. Spätestens ab 1935 hatten Joseph Goebbels und andere erkannt, daß gerade die scheinbar unpolitische Unterhaltung ein wichtiges Vehikel in diesem Prozeß darstellte. Voraussetzung aber war, daß das Radio als Alltagsmedium in die Haushalte implantiert wurde. So verkündete Goebbels noch 1936: „Der deutsche Rundfunk ist in den letzten Jahren zu einem unentbehrlichen Lebensbegleiter des deutschen Volkes geworden. Wer sich von der Teilnahme am Rundfunk ausschließt, läuft daher heute schon Gefahr, auch am Leben der Nation vorbeizugehen."[13] Neben der Entwicklung des Volksempfängers, womit der Einzug des Geräts in jeden Haushalt propagiert wurde, versuchten die Rundfunkverantwortlichen, Konzepte zu entwickeln, die das Medium popularisierten. Während die Öffnung des Programms für die Unterhaltung eine Professionalisierung des Mediums selber bedeutete, ging es in der Experimentierphase des Radios auch um eine Öffnung des Mediums für Laien. Dabei knüpften sie an Vorstellungen an, wie sie von der Arbeiterbewegung und von einigen Linksintellektuellen – hier ist vor allem Bertold Brecht zu nennen – in der Weimarer Republik angedacht worden waren. Die Nationalsozialisten nutzten die Faszination, die vom Medium als Experimentierfeld ausging – und zwar sowohl für die MacherInnen als auch für die HörerInnen. Darüber hinaus, auch das wird in den Quellen deutlich, gab es für die Verantwortlichen zunächst einen Bedarf, die Rolle des Mediums im nationalsozialistischen Staat zu definieren. Die Popularisierungsaktionen wandten sich an das sog. breite Publikum und damit vor allem an die Arbeiterschaft. Man kann also sagen, daß, nachdem am 1. Mai 1933 das Regime in einem geballten Zugriff die Symbole der Arbeiterbewegung neu besetzte und umdeutete, danach die Verantwortlichen im Rundfunk an einzelnen Teilaspekten anknüpften.

Für eine Popularisierung des Mediums boten sich zwei Möglichkeiten an: Zum einen die Präsenz des Mediums in der Öffentlichkeit, vor allem auch in kleineren Städten und in den Dörfern. Das bedeutete, das Herausgehen aus den Sendehäusern und das Senden mit Hilfe von Übertragungswagen direkt vor Ort unter Beteiligung der dort wohnenden

13 Archiv für Funkrecht, Bd. 9 (1936), H. 8, S. 243.

Menschen. Das geschah auf den „Gaurundfunktagen". Die andere Möglichkeit war die Gestaltung von Sendungen durch die „VolksgenossInnen". Hierzu wurden die „Volkssenderaktionen" entwickelt. Letztere waren eng an die regionalen und zentralen Funkausstellungen angebunden. Sie dienten natürlich auch der Propagierung des Kaufs von Rundfunkgeräten. Dieses gemeinsame Interesse von Industrie und Regime kam auch bei den Gaurundfunktagen zum Ausdruck. In diesem Kontext wurde unter dem Motto „Volk und Funk" die Position des Rundfunks im nationalsozialistischen Staat neu definiert. So beschrieb der Gaufunkwart[14] Vornhagen, als er die „Westdeutsche Funkschau" am 15. September 1934 in den Messehallen in Köln eröffnete, „den Rundfunk als unmittelbares Bindeglied zwischen Führer und Volk". Im Gegensatz zum „Systemfunk" sei der NS-Rundfunk „Schöpfer und Förderer wahrer deutscher Kunst und Kultur", er lasse „wahres Volkstum lebendig werden".[15]

Reichssendeleiter Hadamovsky erklärte im Pressedienst des Reichssenders Königsberg den Rundfunk zum „Förderer der Volkskultur" und begründete so die „Volkssenderaktion".[16] Auch hierbei wurden Tendenzen aus der Weimarer Republik aufgegriffen und nationalsozialistisch umgedeutet. So betonte er, daß gerade auch im einfachen Volksgenossen schöpferische Kräfte schlummerten, die im Rundfunk ihren Platz haben sollten. Die „Volksgemeinschaft" wurde zur Hörergemeinschaft umdefiniert, in der jeder, der zu ihr gehörte, auch aktiv an der Programmgestaltung beteiligt werde. Diese populistische Umdeutung dessen, was etwa der Arbeiter-Radio-Bund in der Weimarer Republik auf einer politischen Ebene gefordert hatte, wurde von den Nationalsozialisten eben dieses politisch-demokratischen Gehaltes entkleidet und dann wirkungsvoll in Szene gesetzt, allerdings nicht als Normalität des Mediums, sondern als Besonderheit. So fuhren beispielsweise am ersten Gaurundfunktag des Reichssenders Köln die Sendeleitung, der stellvertretende Intendant und die beliebtesten Sprecher in vier Kraftwagen – dies wurde eigens betont – begleitet von zwei Übertragungswagen, im Gau Westfalen-Nord umher. Auch die beiden Radioorchester mit mehr als 80 Musikern spielten in drei verschiedenen Städten (Gelsenkirchen, Minden, Bielefeld).[17] Das Medium präsentierte sich als „volksnah" oder „volkstümlich". Es drang nicht nur per Gerät in die Wohnstuben, es wurde sinnlich erfahrbar, auch und gerade in der Transparenz der Produktion und Technik. Die Personen, die die Menschen bisher nur als Stimmen und allenfalls durch Photos aus Rundfunkzeitschriften kannten, traten wie Schauspieler auf den lokalen Bühnen auf. Aber auch die „VolksgenossInnen" wurden zu Akteuren: Sie wurden in ihren Lebenswelten zu ihren alltäglichen Erfahrungen gefragt – wobei allerdings jedem bewußt war, daß nicht alles gesagt werden durfte, was vielleicht auf der Seele brannte. Insofern wurde auch auf diesen Gaurundfunktagen eine virtuelle „Volks-

14 Gaufunkwarte stellten das institutionalisierte Bindeglied zwischen den einzelnen Partei- und angelagerten Institutionen dar. Eigentlich sollten alle Vorschläge zu der Sendegestaltung über sie laufen. Dies wurde offenbar in der Regel ignoriert. 1937 wurden Rundfunkarbeitskreise mit den Rundfunkbeauftragten aller Organisationen gegründet, in denen deren Tätigkeiten abgestimmt werden sollten, damit nicht zuviel „Politik" ins Programm kam, bzw. die Redakteure nicht mit den Vorschlägen der NS-Organisationen „zugeschüttet" wurden.

15 Pressedienst RS Köln, Sept. 1934, S. 2-3.

16 DRA, Pressedienst des Reichssenders Königsberg o. J. [1934?].

17 DRA, Sonderdienst der Pressestelle des Westdeutschen Rundfunks Nr. 15, v. 26.3.1935 und 9.4.1935.

gemeinschaft" konstruiert, deren Schattenseiten erst gar nicht in und über den Äther gestrahlt wurden. Für die „Hörergemeinschaft" war es auf diese Weise um so leichter, eben diese Schattenseiten aus ihrer individuellen Wahrnehmung im Alltag auszublenden, beanspruchte doch das Medium, immer Authentizität zu liefern. Funkisch gesehen war dies eine ungemein moderne Form von Programm, sozusagen ein Vorläufer der noch in jüngster Zeit beliebten Sendung von Carmen Thomas im WDR.

Sprachen die Gaurundfunktage alle „VolksgenossInnen" an, so richteten sich die „Volkssenderaktionen" von Anfang an ein besonderes Publikum, nämlich an die Arbeiterschaft. Die erste „Volkssenderaktion" fand auf der Großen Rundfunkausstellung 1935 in Berlin statt. Offenbar erfreute sich die Aktion großer Beliebtheit. Zugelassen waren aber nicht alle: Ausgeschlossen waren Nicht-Arier. Mitglieder der NSDAP wurden offenbar bevorzugt. Die Themen, die diejenigen vorschlugen, die die Mikrofonprüfung bestanden hatten – die Stimmen wurden dann auf Platten aufgenommen – konnten von einem Prüfer abgelehnt werden. Letzte Entscheidungen darüber, was gesendet wurde, behielt sich die Intendanz und der Oberspielleiter vor. Vor allem waren es mundartliche Ansagen von Musikstücken. Die Organisatoren wurden überschwemmt, der Volkssender ging offenbar ohne Pause auf Sendung. Die Menschen, die hier vorsprachen, kamen meist aus den Delegationen, die aus den Betrieben des gesamten Reiches mit Sonderzügen nach Berlin fahren durften. So begrüßte Hadamovsky die 500 Angehörigen der Kruppschen Werksgemeinschaft, die eine zweistündige Mustersendung gemacht hatten. Hadamovsky knüpfte an das Vokabular der Maifeier an, indem er die „Männer und Frauen aus dem Volke" als eigentliche Kulturträger des neuen Staates bezeichnete und sich auf die Kraft des NS-Sozialismus berief.[18] Es ging weniger um Schilderungen von Erfahrungen, sondern um volkstümliche Präsentation, das heißt, die Inszenierung der nationalen Hörergemeinschaft in ihrer regionalen Vielfältigkeit. Soziale Differenzierung wurde als Erfahrung unterschlagen: Die regionalen Unterschiede aber konnten problemlos in der „Volksgemeinschaft" integriert werden, da sie zwar Anklang fanden, aber keinerlei sprengende Wirkungskräfte entfalteten. Aufgrund des Erfolges der Aktion wurde die Rundfunkausstellung um drei „Volkstage" verlängert, an denen die Berliner Betriebsgemeinschaften Sendungen gestalten konnten. Hier wurden vor allem Arbeiterchöre, aber auch einzelne solistische Darbietungen gesendet.[19]

Auch 1936 wurde an dem großen Erfolg der Aktion auf der Funkausstellung in Berlin angeknüpft. Die Organisation lag beim Reichsamt „Feierabend" der Organisation „Kraft durch Freude". In einem Abschnitt der Zeitschrift „Archiv für Funkrecht" wird deutlich, wie sehr die Verantwortlichen sich nun gegen eventuelle Spontaneität absicherten. Teilnehmen konnten nur diejenigen, die bereits die Auslese im Betrieb und im Gau überstanden hatten. Die Rundfunksprecher-Wettbewerbe fanden ebenfalls im Rahmen dieser Aktion statt.[20] Offensichtlich bargen die lokalen und regionalen Wettbewerbe und Ausscheidungen bereits ein gewisses Mobilisierungspotential, was von den Verantwortlichen genutzt wurde. Auch die regionalen Ausscheidungen wurden von den einzelnen Sendern übertragen. Die Verantwortlichen proklamierten dezidiert, daß die vormals marxistische Parole „Volk sendet für Volk", nunmehr von den Nationalsozialisten endlich realisiert worden sei. Die schöpferische Kulturkraft der Arbeiter gehe in den Staat Adolf Hitlers ein. Der Präsident der Reichsrundfunkkammer, Dressler-Andress, bekundete seine Gewißheit „ ... dass der deutsche Arbeiter aus dem Reichtum seiner Seele und der Fülle und der Kraft seiner Begabung in einer völlig neuen Formgebung das Lied der Arbeit für das Lied seines herrlichen, deutschen Lebens singen wird."[21] Während an den „Volkssenderaktionen" auch Frauen teilnehmen konnten, blieben die Rundfunksprecherwettbewerbe weitgehend eine rein männliche Angelegenheit. Lediglich auf der untersten Ebene nahmen gelegentlich Frauen teil, die Ansprache aber richtete sich ausschließlich an Männer: „Wort und Stimme des Rundfunksprechers müssen jedem Hörer zeigen – dieser Mann kommt aus dem Volk und spricht für das Volk".[22] Darüber hinaus operierte die Werbung mit militaristischem Vokabular: „Rundfunksprecher an die Front", „Ran ans Mikrofon". Da es weibliche Rundfunksprecher weder in der Weimarer Republik noch im Dritten Reich gegeben hat, war die psychische Hürde für Frauen bei der Bewerbung viel größer. Wenn sie sich trotzdem bewarben, wählten sie weiblich konnotierte Themen wie beispielsweise „Aufbau einer Blumenausstellung". In wenigen Fällen war der Sieg in einem solchen Wettbewerb für Männer tatsächlich das Sprungbrett zu einer Karriere im Rundfunk. Das war aber eher die Ausnahme, die Bedeutung der Rundfunksprecher-Wettbewerbe lag nahezu ausschließlich in der Popularisierung des Mediums.[23]

Für die „Volkssenderaktion" wurde wiederum in den Sendern geworben, etwa in Form von den beliebten Hörszenen. So wurde in einem von Stuttgart ausgestrahlten kleinen Hörspiel von Willi Ehmer mit dem Titel „Der unzufriedene Gesangsverein" geschildert, wie ein neuer Dirigent in Konflikt zu seinem Chor gerät, weil er lieber, wie früher, anspruchsvollere „Kunstgesänge einstudieren möchte als schlichte Volkslieder". Der Dirigent aber hat den Chor zur „Volkssenderaktion" angemeldet und begründet damit sein Konzept „des schlichten Singens und des schlichten Liedes." Selbst der „schlichteste Volksgenosse" soll an dem Gesang seine Freude haben.[24] Hier wird in seltener Deutlichkeit ausgesprochen, daß der nationalsozialistische Rundfunk ein durchaus hierarchisch strukturiertes Konzept von Kultur hatte: Kunst oder Unterhaltung für die „einfachen Volksgenossen" gerierte zum Volkstümlichen, die beschworene schöpferische Kraft der „schlichten Menschen" wurde in eben dieses Raster eingepfercht.

Olympia 1936 und die Weihnachtsringschaltung 1942 – zwei Seiten derselben (Radio)medaille

Ein weiteres Medienereignis waren die Olympischen Spiele von 1936. Es übertraf in seinen Dimensionen alles bisher Gewohnte. Jetzt zahlte sich aus, daß die Nationalsozialisten seit 1933 konsequent auf eine optimale Ausnutzung technischer Verbesserungen des Rundfunks gesetzt hatten. In Berlin wurden zum erstenmal in der Geschichte die Olympischen Spiele durch den Rundfunk direkt übertragen. Neben dem Deutschen

18 DRA R.R.G. Presse-Mitteilungen, Nr. 477, Bl. 8, vom 4.9.1935 „Der Volkssender in Tätigkeit".

19 Ebenda, Bl. 14, vom 4.9.1935.

20 Archiv für Funkrecht, Bd. 9 (1936), H. 6, S. 181.

21 Pressedienst Reichssender Köln, Nr. 28, 7.7.1936.

22 Amtlicher Führer zur 12. Großen Deutschen Rundfunkausstellung, Berlin o. J. [1935].

23 Daniela Münkel, Produktionssphäre, in: Inge Marßolek/Adelheid von Saldern (Hrsg.), Zuhören und Gehörtwerden, Bd. 1: Radio im Nationalsozialismus, Tübingen 1998, S. 45-129, hier S. 62ff.

24 SDR Historisches Archiv, MS HF-Unterhaltung 11258.

Rundfunk waren 41 ausländische Rundfunkgesellschaften mit insgesamt über 120 Berichterstattern vertreten. 3.000 Sendungen wurden von der zentralen Übertragungsstelle im Olympiastadion an die nationalen und internationalen Sendeanlagen weitergeleitet. Dazu kamen rund 1.800 Pressevertreter aus 59 Ländern, unter ihnen 125 Bildberichterstatter. Noch aufregender war der Einsatz des Fernsehens: Erstmals wurden Bilder übertragen: über 160.000 Zuschauer konnten die weltweit ersten Direktübertragungen des Fernsehsenders „Paul Nipkow" in zahlreichen öffentlichen Fernsehstuben Berlin verfolgen und so einen Vorgeschmack auf ein neues Medium erhalten.

Der Olympiasender ersetzte während der Zeit der Spiele die eigenständigen Programme der Reichssender durch ein Einheitsprogramm mit dem Schwerpunkt der Berichterstattung über die sportlichen Ereignisse. In den Städten waren überall Lautsprecheranlagen aufgestellt, so daß die Passanten immer wieder die Berichterstattung hören konnten, was die Schutzpolizei in Berlin kritisch bemängelte: „Die Lautsprecheranlagen auf der Feststraße zur Übertragung der Ereignisse wirkten sich in verkehrspolizeilicher Hinsicht dadurch ungünstig aus, daß Kraftfahrzeugführer mit ihren Fahrzeugen an den Lautsprechern hielten, um die Ereignisse der Olympiade zu hören." [25]

Die Spiele boten den Rahmen, in dem das NS-Regime die „heitere, friedliebende" Seite der „Volksgemeinschaft" den internationalen Vertretern des Sports und der Presse präsentieren konnte. Über den Rundfunk konnten die Nationalsozialisten dies direkt der Welt vermitteln. Diese ungeheure technische Leistung wies zugleich auf die Modernität des Regimes hin.

In seiner Ansprache an die Pressevertreter betonte Goebbels, daß man keine „potemkinschen Dörfer" errichtet habe, und daß die internationale Presse die Menschen bei der Arbeit und der Feststimmung beobachten und so feststellen könnten, daß das „deutsche Volk glücklicher" geworden sei. Genau dieses Bild wurde von den Medien verbreitet, und zwar nach außen und nach innen.

Zum ersten Mal konnte der Rundfunk im großen Rahmen zeigen, daß er tatsächlich ein grenzüberschreitendes Medium war – im nationalsozialistischen Staat sollte es das erste und letzte Mal sein, daß dies in vorgeblich friedlicher, wenn auch nicht unpolitischer und propagandistischer Absicht geschah.

Aus der Perspektive des Rundfunks im Nationalsozialismus war auch dies eine Generalprobe für die zentrale Aufgabe des Mediums im Krieg, nämlich die Verbindung zwischen Heimat und Front herzustellen, und deren Einheit in der „Kriegsgemeinschaft" zu simulieren. Erinnert sei hier an die Weihnachtsringsendung von 1942, in der, so Uta C. Schmidt, mit den weitentwickelsten Hilfsmitteln der Funktechnik ein „Weltreich mit deutschem Gemüt" inszeniert wurde, quasi die Kehrseite der Sendungen der Olympischen Spiele. Weihnachten 1942 wurde an alle Fronten geschaltet: „Achtung an Alle ... noch einmal sollen sich nun ... unter dem Eindruck dieser Stunden, die wir zusammen erlebten ... alle Kameraden an den entferntesten Übertragungsstellen melden und Zeugnis ablegen durch ihren Ruf von dem umfassenden Erlebnis dieser unserer Ringsendung – Achtung ... ich rufe noch einmal den Eismeerhafen Lienchamering ... Hier ist der Eismeerhafen Lienchamering ... Achtung, ich rufe noch einmal Stalingrad ... Hier ist Stalingrad ..." Es folgte die Aufforderung, gemeinsam in das „schöne, alte deutsche Weihnachtslied „Stille Nacht, heilige Nacht" einzustimmen. Man hörte dann mit starken Überlagerungen eine Männergruppe das Lied singen, und ein Klavier spielte im Studio zur Unterstützung mit.

25 Zitiert nach 1936. Die Olympischen Spiele und der Nationalsozialismus, eine Dokumentation, hg. von Reinhard Rürup, Berlin 1996, S. 174.

Aus mediengeschichtlicher Sicht kehrte hier das Radio zu seinen Ursprüngen zurück. Erstmalig in Deutschland erprobt im Ersten Weltkrieg zur Steuerung der Schlachtenordnung diente es im Zweiten Weltkrieg darüber hinaus zur Schaffung einer virtuellen Kriegsgemeinschaft, die die Einheit von Front und Heimat schweißen sollte. Während es am 1. Mai 1933 die „Volksgemeinschaft" als Verheißung, als Utopie inszenierte, wurde später im Medium darüber verhandelt und sie erlebbar gemacht. Die Popularisierungsversuche in der Experimentierphase des Mediums und in der Stabilisierungsphase des Regimes täuschten Aneignungs- und Zugriffsmöglichkeiten auf das Medium vor, die von den Verantwortlichen in Sendungen wie das Wunschkonzert weiter entwickelt wurden. Die Öffnung des Mediums für Einflußnahme und Präsenz von HörerInnen war auch ein Versatzstück im Konstrukt der „Volksgemeinschaft", die demokratische Partizipation von vornherein ausschloß. Die Erlebniswelt der „Gemeinschaft" wurde der Politik entkleidet – „aus dem Volke, für das Volk" wurde auch die Kriegsgemeinschaft im Radio entworfen und eben durch das Radio transportiert und wirkungsmächtig.