

Geschichte und Öffentlichkeit

Vandenhoeck
& Ruprecht

UTB



UTB 3181

Eine Arbeitsgemeinschaft der Verlage

Böhlau Verlag · Köln · Weimar · Wien
Verlag Barbara Budrich · Opladen · Farmington Hills
facultas.wuv · Wien
Wilhelm Fink · München
A. Francke Verlag · Tübingen und Basel
Haupt Verlag · Bern · Stuttgart · Wien
Julius Klinkhardt Verlagsbuchhandlung · Bad Heilbrunn
Lucius & Lucius Verlagsgesellschaft · Stuttgart
Mohr Siebeck · Tübingen
Orell Füssli Verlag · Zürich
Ernst Reinhardt Verlag · München · Basel
Ferdinand Schöningh · Paderborn · München · Wien · Zürich
Eugen Ulmer Verlag · Stuttgart
UVK Verlagsgesellschaft · Konstanz
Vandenhoeck & Ruprecht · Göttingen
vdf Hochschulverlag AG an der ETH Zürich

Sabine Horn/Michael Sauer (Hg.)

Geschichte und Öffentlichkeit

Orte – Medien – Institutionen

Vandenhoeck & Ruprecht

Dr. Sabine Horn ist Wissenschaftliche Mitarbeiterin am Lehrstuhl Didaktik der Geschichte an der Universität Göttingen.

Dr. Michael Sauer ist Professor für Didaktik der Geschichte an der Universität Göttingen.

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

© 2009, Vandenhoeck & Ruprecht GmbH & Co. KG, Göttingen
Internet: www.v-r.de

ISBN 978-3-525-03716-4

Alle Rechte vorbehalten. Das Werk und seine Teile sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwendung in anderen als den gesetzlich zugelassenen Fällen bedarf der vorherigen schriftlichen Einwilligung des Verlags. Hinweis zu § 52a UrhG: Weder das Werk noch seine Teile dürfen ohne vorherige schriftliche Einwilligung des Verlags öffentlich zugänglich gemacht werden. Dies gilt auch bei einer entsprechenden Nutzung für Lehr- und Unterrichtszwecke. Printed in Germany.

Umschlaggestaltung: Atelier Reichert, Stuttgart
Druck und Bindung: CPI – Ebner & Spiegel, Ulm

UTB Bestellnummer:
ISBN 978-3-8252-3181-1

Inhalt

Vorwort	9
-------------------	---

Anlässe und Formen der Erinnerung

1. *Geschichtsdebatten*

Klaus Große Kracht Kontroverse Zeitgeschichte. Historiker im öffentlichen Meinungsstreit	15
--	----

2. *Gedenktage und Jubiläen*

Klaus Bergmann Gedenktage, Gedenkjahre und historische Vernunft	24
--	----

3. *Legenden und Mythen*

Lars-Broder Keil Fiktionen im Geschichtsbewusstsein. Wie Legenden und Mythen das Bild von vergangener Wirklichkeit beeinflussen können	32
---	----

4. *Reenactment/Living History*

Berit Pleitner Erlebnis- und erfahrungsorientierte Zugänge zur Geschichte. Living History und Reenactment	40
---	----

Orte und Institutionen

5. *Denkmäler*

Hans-Dieter Schmid Denkmäler als Zeugnisse der Geschichtskultur	51
--	----

6. *Straßennamen*

Matthias Martens Straßennamen – Lesezeichen im kulturellen Gedächtnis	61
--	----

7. *Museen*

Andreas Urban Rettung der Vergangenheit – Verlust der Gegenwart? Museumskultur in der Postmoderne	70
---	----

8. *Gedenkstätten*

Verena Haug und Gottfried Kößler Vom Tatort zur Bildungsstätte. Gedenkstätten und Gedenkstättenpädagogik	80
--	----

9. *Geschichtsagenturen*

Tillmann Bendikowski Geschichte erzählen – Geschichte verkaufen. Freiberufliche Historiker auf dem »Markt für Geschichte«	89
Beate Schreiber Think History! Facts & Files Historisches Forschungsinstitut Berlin	96

10. *Geschichtstourismus*

Rulf Jürgen Treidel Historische Erfahrungen im Urlaub. Vom Tagesausflug zur Studienreise	102
--	-----

11. *Geschichtswerkstätten*

Maren Büttner »Wer das Gestern versteht – kann das Morgen verändern!« Deutsche Geschichtswerkstätten gestern und heute	112
--	-----

Medien

12. *Historische Spielfilme*

Geschichte im Spielfilm. Der Regisseur Wolfgang Becker interviewt von Sabine Horn	123
Hilde Hoffmann Geschichte und Film – Film und Geschichte	135

13. *Fernsehdokumentationen*

Thomas Balzer Die Fernsehdokumentation – ein Werkstattbericht	144
Judith Keilbach Geschichte im Fernsehen	153

14. *Publikumszeitschriften*

Marlene Hiller Der Spagat zwischen Öffentlichkeit und Wissenschaft. Oder: Geschichte schreiben für Liebhaber	161
Christian Spieß Zwischen Wissenschaft und Unterhaltungsanspruch. Aktuelle Geschichtsmagazine im Vergleich	169

15. *Zeitungen*

Volker Ullrich Zeitgeschichte als Strategie. Zur Präsentation von Geschichte in den Printmedien	179
Martina Thiele Geschichtsvermittlung in Zeitungen	186

16. *Historische Sach- und Fachbücher*

Walter H. Pehle Der lange Weg zum Buch. Historische Sach- und Fachbücher	194
--	-----

17. Historische Romane

Titus Müller	
Historische Romane schreiben	203
Daniel Fulda	
Literarische Thematisierungen von Geschichte	209

18. Historische Kinder- und Jugendliteratur

Simon Scherzberg und Michael Sauer	
Bunte Bilder vergangener Lebenswelten.	
Kinder- und Jugendsachbücher	219

19. Computerspiele

Dieter Köhler	
Historischer Realismus in Computerspielen	226
Autorinnen und Autoren	235

Vorwort

Geschichte hat in den letzten Jahren immer mehr an öffentlicher Aufmerksamkeit und gesellschaftlicher Bedeutung gewonnen. Die unterschiedlichsten Formate der Vermittlung und Präsentation von Geschichte werden von einem breiten Publikum rezipiert. Das Fernsehen sendet historische Dokumentationen zur prime time. Fernsehfilme wie »Dresden«, »Die Flucht« oder »Die Gustloff« erweisen sich als Straßenfeger, Kinofilme wie »Good bye Lenin« oder »Das Leben der Anderen« feiern internationale Erfolge. In den Buchhandlungen füllen historische Romane ganze Regale. Historische Museen und Ausstellungen erfreuen sich eines längst nicht nur bildungsbürgerlichen Interesses. Und historische Debatten – über die so genannte Wehrmachtsausstellung, über ein Denkmal für Vertriebene – erregen die Öffentlichkeit und lassen den Blätterwald rauschen. Kein Zweifel: Geschichte hat Konjunktur. Oder auch: History sells.

Die Gründe dafür sind heterogen. Ein genuines Interesse an Geschichte ist in Deutschland laut Umfragen weit verbreitet. Wer sich mit Geschichte befasst, will freilich nicht unbedingt Bildungsbedürfnisse befriedigen und spezifische Kenntnisse erwerben. Es geht (auch) um Unterhaltung, Spaß, Entspannung. Und doch spielen gewiss – mehr oder weniger bewusst – auch ernsthaftere Beweggründe eine Rolle: das Interesse an den Umständen, in denen Menschen früherer Zeiten lebten; die Faszination des historisch ganz Anderen, das uns Staunen macht und irritiert; die Beschäftigung mit der Vorgeschichte unserer Gegenwart, die uns hilft, diese zu verstehen; das Interesse an der »eigenen« Geschichte, an der Herkunft, die Suche nach historischer Identität; aber etwa auch die Bewunderung originaler ästhetischer Objekte.

Die zuständigen akademischen Disziplinen – Geschichtswissenschaft und Geschichtsdidaktik – spielen bei der öffentlichen Präsentation von Geschichte keine zentrale Rolle. Die Geschichtsdidaktik hat zwar schon vor geraumer Zeit unter den Leitbegriffen »Geschichtsbewusstsein« und »Geschichtskultur« ihre Zuständigkeit nicht nur für schulische, sondern auch für öffentliche Prozesse der Vermittlung und Rezeption von Geschichte erklärt; insbesondere gestaltend hat sie sich in diese Prozesse bislang freilich kaum einbringen können. Die Geschichtswissenschaft interessiert sich naturgemäß vor allem für ihre – immer stärker spezialisierte – Forschung. Deren Themen und Herangehensweisen sind zumeist andere als jene, denen bevorzugt das öffentliche Interesse gilt. Zwar hat die große, populäre Geschichtsschreibung ja durchaus Tradition und der Diskurs der Historiker stellt

Martina Thiele

Geschichtsvermittlung in Zeitungen

Zeitungen als Gegenstand wissenschaftlicher Forschung

Wie alle anderen Massenmedien, der Film, das Fernsehen, der Hörfunk und die Onlinemedien, vermitteln auch Printmedien, das Buch, die Zeitung und die Zeitschrift, Geschichte, indem sie über schon länger Zurückliegendes berichten.

Lange Zeit gab es innerhalb der Geschichtswissenschaft gewisse Vorbehalte gegenüber der Tageszeitung. Wer für Zeitungen schreibe, bei dem habe es für mehr nicht gereicht. Diese Vorurteile gegenüber der Presse sowie Journalistinnen und Journalisten, die sich mit Geschichtsthemen befassen, sind hartnäckig. Doch haben die Ökonomisierung der Hochschulen und daraus resultierende Legitimationsprobleme der Geschichtswissenschaft dazu geführt, dass sich nun auch Historikerinnen und Historiker mit Gegenständen befassen, die sie bis dahin der von ihnen als »Hilfswissenschaft« bezeichneten Publizistik- und Kommunikationswissenschaft bzw. Medienwissenschaft überlassen hatten. Medien und speziell Zeitungen gelten heute in der Geschichtswissenschaft als unverzichtbare »Traditionsquellen«. Ihre Archivierung garantiert die Erschließung sowohl lokaler Alltagsgeschichte als auch vergangener Ereignisse mit weltpolitischer Auswirkung. Und für Zeitungen zu schreiben, ist nicht mehr karriereschädigend, sondern fördert das Ansehen.

Definition von Zeitung

Zur Presse zählen alle Druckwerke, die beiden wichtigsten Pressegeattungen sind jedoch die Zeitung und die Zeitschrift. Sie unterscheiden sich hinsichtlich ihrer Aktualität, Publizität, Periodizität und Universalität. Aktualität bedeutet, möglichst neue Nachrichten zu bringen, Publizität, sich an eine bestimmte Öffentlichkeit zu wenden, Periodizität bezieht sich auf das regelmäßige Erscheinen – und mit regelmäßig ist bei Zeitungen mindestens zweimal pro Woche gemeint – Universalität schließlich heißt, ein möglichst breites Themenspektrum abzudecken. Im Vergleich zur Zeitung verfügt die Zeitschrift über eine eingeschränkte Aktualität, auch aufgrund ihrer geringeren Periodizität, denn Zeitschriften erscheinen wöchentlich, zweiwöchentlich, monatlich oder noch seltener. Auch ist bei Zeitschriften häufig

das Themenspektrum eingeschränkt, die Universalität also weniger ausgeprägt. Deutlich wird dieser Unterschied beim Vergleich einer Tageszeitung wie beispielsweise der *Frankfurter Rundschau* mit einer Fachzeitschrift, beispielsweise der *Historischen Zeitschrift*.

Einen Sonderfall stellen die so genannten Wochenzeitungen dar, beispielsweise *Die Zeit*, der *Rheinische Merkur* oder die »Ost-West-Wochenzeitung« *Freitag*. Sie sind dem Aussehen nach Zeitungen, denn sie erscheinen in einem der gängigen Zeitungsformate, sind nicht gebunden und weisen wie die universellen Tageszeitungen verschiedene Ressorts auf. Doch werden sie seltener als zweimal in der Woche publiziert und sie sind dementsprechend weniger aktuell als die Tageszeitungen.

Zeitungen in Deutschland

Das Zeitungsangebot in Deutschland scheint auf den ersten Blick überaus vielfältig zu sein. Mehr als 1.500 Zeitungen werden täglich im gesamten Bundesgebiet publiziert, dazu wie Zeitungen aussehende Gratis- und Anzeigenblätter, die sich aber anders als die Zeitung ausschließlich aus Werbung finanzieren. Zeitungen im engeren Sinne finanzieren sich aber sowohl aus Anzeigen als auch über den Verkauf an Kiosken, in Buchläden und Supermärkten oder durch den Vertrieb im Abonnement. Die Zeitung ist daher ein so genanntes Koppelprodukt, das sich sowohl auf dem Anzeigen- als auch auf dem Publikumsmarkt verkaufen lassen muss. Der Nationalökonom und erste Lehrstuhlinhaber für Zeitungswissenschaft, Karl Bücher, hat diesen Doppelcharakter der Zeitung als Kultur- und Wirtschaftsgut wie folgt beschrieben: »Die Zeitung ... [hat] den Charakter einer Unternehmung, welche Anzeigenraum als Ware produziert, die nur durch einen redaktionellen Teil absetzbar wird.«¹

Die Presse in Deutschland ist privatwirtschaftlich organisiert. Ihre Inhaber, die Verleger, betreiben ihr Unternehmen auf eigenes Risiko. Sie tragen sowohl die publizistische als auch die wirtschaftliche Verantwortung, sie allein entscheiden über die weltanschauliche Ausrichtung ihres Blattes. Verlage genießen wie auch Kirchen und Gewerkschaften Tendenzschutz, was heißt, dass die Möglichkeiten der betrieblichen Mitbestimmung eingeschränkt sind. Doch trotz dieses Tendenzschutzes haben Zeitungen und Zeitschriften auch eine öffentliche Aufgabe zu erfüllen. Diese wird in Paragraph 3 der Landespressegesetze konkretisiert. So heißt es z. B. im Niedersächsischen Pressegesetz von 1965: »Die Presse erfüllt eine öffentliche Aufgabe, wenn sie in Angelegenheiten von öffentlichem Interesse Nachrichten be-

1 Bücher, S. 248.

schafft und verbreitet, Stellung nimmt, Kritik übt oder auf andere Weise an der Meinungsbildung mitwirkt.«²

Pressestruktur

Die Presse in der Bundesrepublik Deutschland ist stark regionalisiert. Beherrschend sind aufgrund ihrer Gesamtauflagenzahlen und Reichweiten die kleinen und mittelgroßen Zeitungen. Eine Besonderheit des bundesdeutschen Pressemarktes stellen die überregionalen Tageszeitungen dar, deren Auflage zwar stark variiert, die jedoch insgesamt ein breites Meinungsspektrum abdecken und eine hohe journalistische Qualität bieten. Diese häufig als »Meinungsführermedien« bezeichneten Blätter sind die beiden eher konservativen Tageszeitungen *Die Welt* und die *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, die liberale *Süddeutsche Zeitung*, die linksliberale – von manchen aufgrund der Beteiligungsverhältnisse auch als sozialdemokratisch bezeichnete – *Frankfurter Rundschau*, die linksalternative *tageszeitung* aus Berlin, eine der wenigen Zeitungsneugründungen (1979), die zudem genossenschaftlich organisiert wird, und das sich selbst als »sozialistisch« bezeichnende frühere SED-Parteiorgan *Neues Deutschland*, schließlich, mit eingeschränkter Universalität, die Wirtschaftszeitungen *Das Handelsblatt* und die *Financial Times Deutschland*. Meinungsführermedien werden sie aufgrund ihrer Leserschaft genannt, die überwiegend gut gebildet, meinungsfreudig und kaufkräftig ist. Von anderen Zeitungen werden Meinungsführermedien häufig zitiert.

Zu den regionalen Zeitungen zählen solche Blätter wie die *Hannoversche Allgemeine Zeitung*, die *Ostseezeitung*, die *Westdeutsche Allgemeine* oder die *Augsburger Allgemeine*. Insgesamt machen diese regional und lokal verbreiteten und überwiegend im Abonnement vertriebenen Blätter mit ca. 70% den größten Anteil an der Tageszeitungsgesamtauflage aus.

Dann gehören zur Tagespresse noch die Boulevardzeitungen, auch Straßenverkaufszeitungen genannt. Ihre bekannteste Vertreterin ist die seit 1952 erscheinende *Bild-Zeitung* aus dem Hause Springer, deren tägliche Auflage bei fast vier Millionen und deren Reichweite bei fast 11 Millionen liegt. Ebenfalls aus dem Springer-Verlag kommen die wichtigsten überregional verbreiteten Sonntagszeitungen *Bild am Sonntag* und *Welt am Sonntag*. Konkurrenz macht ihnen seit 2001 die *Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung*. Dass auch sie Leserinnen und Leser findet, lässt sich einerseits mit der ökonomischen Macht des Frankfurter Zeitungsverlags erklären, andererseits damit, dass am Wochenende mehr Zeit für

² Lehr / Berg, S. 454.

Zeitungslektüre vorhanden ist. Darauf reagieren alle sechsmal pro Woche erscheinen den Zeitungen mit einer umfangreicheren Wochenendausgabe.

Pressekonzentration

Zugenommen haben über die Jahrzehnte Konzentrationsbewegungen auf dem Pressemarkt. Darunter sind Übernahmen, Fusionen und wirtschaftliche Zusammenschlüsse zu verstehen, die dazu führen, dass zwar die Zahl der Zeitungstitel in Deutschland mit 1.524 hoch ist, doch diese von nur 352 Verlagen herausgegeben werden. Fasst man dann alle Zeitungen bzw. redaktionellen Ausgaben, die über denselben Zeitungsmantel (damit ist der politische Teil der Zeitung gemeint) verfügen, als Publizistische Einheiten zusammen, ist die Zahl noch geringer. Sie liegt aktuell bei nur 136. 1954 lag diese Zahl noch bei 225, sie ist dann kontinuierlich zurückgegangen und auch durch die Wiedervereinigung nicht in dem Ausmaß gestiegen, wie es publizistisch wünschenswert gewesen wäre, denn schnell haben westdeutsche Verlage DDR-Zeitungen aufgekauft.³

Bedenklich ist die hohe Pressekonzentration deswegen, weil ein Zusammenhang zwischen ökonomischer, publizistischer und politischer Macht besteht und Pressekonzentration dem demokratischen Ideal der Vielfalt durch Wettbewerb widerspricht. Tendenziell steigt die Gefahr einer konsonanten Berichterstattung, je weniger Anbieter auf dem Pressemarkt vorhanden sind. Kaum Wettbewerb herrscht vor allem auf lokaler Ebene. Die Mehrzahl der Bevölkerung in Deutschland lebt in so genannten Ein-Zeitungs-Kreisen, was bedeutet, dass die Leserinnen und Leser keine Alternative zur örtlichen Tageszeitung haben.

Anlässe und Themen: Wann wird worüber berichtet?

Wenn auch Tageszeitungen um Aktualität bemüht sind, so findet sich doch nahezu täglich Geschichtliches in der Presse. Besonders häufig sind Beiträge für historische interessierte Leserinnen und Leser zu bestimmten Gedenktagen in der Presse zu finden. Diese Gedenktage stehen überwiegend in Zusammenhang mit der nationalsozialistischen Diktatur; dem Zweiten Weltkrieg und der Shoah, doch wird auch anderer international bedeutsamer Ereignisse medial gedacht, beispielsweise am 11. September der Opfer der Anschläge auf das World Trade Center und das Pentagon. An manchen Gedenktagen wie dem 9. November jähren sich gleich

³ Vgl. Schütz, S. 561.

mehrere Ereignisse von nationaler Bedeutung: Mit diesem Datum verbindet sich sowohl die Erinnerung an die Ausrufung der Republik (1918) als auch die an den Hitler-Putsch (»Marsch auf die Feldherrnhalle«, 1923), den Novemberpogrom (»Reichskristallnacht«, 1938), Georg Elzers Attentat auf Hitler (1939) und die Maueröffnung in Berlin (1989). An einem solchen Tag sind Zeitungen voll von Beiträgen, die diese historischen Ereignisse – vielleicht sogar einen möglichen Zusammenhang zwischen ihnen – thematisieren. Es gibt aufgrund der »Geschichtsträchtigkeit« dieses Datums immer wieder Debatten darüber, ob nicht der 9. November als deutscher Gedenktag geeigneter wäre als der 3. Oktober.⁴

Außer den national und international relevanten Gedenktagen wird in letzter Zeit vermehrt solchen Jahren mediale Aufmerksamkeit geschenkt, die als Zäsur in der deutschen Geschichte gelten, z. B. 1848, 1914 oder 1918, 1933 oder 1945, 1968 oder 1989. So finden sich im Jahr 2008 vor allem in den überregionalen Qualitätszeitungen Rückschau auf das Jahr 1968 als das Jahr, in dem sich ein tiefgreifender Gesellschafts- und Mentalitätswandel vollzogen hat. In einem solchen Gedenkjahr wird dann der einzelnen Ereignisse gesondert gedacht, Zeitzeugen kommen zu Wort und erinnern sich an »ihr« 1968.

Diese Art von Geschichtsvermittlung entlang an Gedenktagen und -jahren hat zugenommen. In den lokalen und regionalen Tageszeitungen wird vor allem darüber berichtet, wie sich die »große Politik« auf die eigene Region ausgewirkt hat. Doch ist auch ein Boom in der journalistischen Auseinandersetzung mit lokaler Geschichte erkennbar. Hier »graben« die Redakteurinnen und Redakteure auch tiefer und wenden sich Epochen zu, die weiter zurückliegen. Erste Siedlungen, die Gründungsgeschichte der Stadt, Spuren lange zurückliegender Kriege, ökonomische Blütezeiten und Krisen, Zuwanderung und Abwanderung liefern Anknüpfungspunkte für die Auseinandersetzung mit aktuellen Fragen wie Denkmalschutz, Stadt- und Verkehrsplanung oder Wirtschaftspolitik. Geschichtsvergessenheit ist damit den Zeitungen kaum mehr vorzuwerfen, eher die Instrumentalisierung von Geschichte zu aktuellen Zwecken. Über Geschichte wird dann personen- oder anlassbezogen berichtet.

In diesem Punkt unterscheiden sich die lokalen und regionalen Blätter von den überregionalen Meinungsführermedien kaum, doch können sich letztere zusätzlich eine kontinuierliche und vertiefte Auseinandersetzung mit Geschichtsthemen »leisten«. So sind die großen Geschichtsdebatten in den überregionalen Meinungsführermedien geführt worden, vor allem in der *F. A. Z.*, der Wochenzeitung *Die Zeit* und dem Nachrichtenmagazin *Der Spiegel*. Die kleineren Zeitungen haben darauf mit Verspätung reagiert und längst nicht so umfassend und regelmäßig berichtet. Auch fehlte es ihnen an prominenten Autoren und Autorinnen.

⁴ Vgl. z. B. das Online-Forum der Tageszeitung *Die Welt*, URL: debatte.welt.de/kontroverse/48213/soll+der+9+november+nationalfeiertag+werden/pro?#comment-58622 (10. 3. 2008).

Eine Debatte darüber, welches Potential die Presse hat, Geschichte begreifbar zu machen, sollte sich jedenfalls nicht darauf beschränken, nur die Debatteninitiierung und das Debattenmanagement der überregionalen Meinungsführermedien in den Blick zu nehmen. Geschichtsvermittlung findet auch in der regionalen und lokalen Presse statt, die gemessen an ihrer Gesamtauflage weit mehr Menschen erreicht als die so genannten Qualitätsmedien.

Personen, Ressorts, journalistische Darstellungsformen: Wer berichtet wo und wie?

Themen mit geschichtlichem Bezug sind in allen klassischen Ressorts zu finden, also sowohl im Politikteil (Innen- und Außenpolitik) als auch in den Ressorts Wirtschaft, Sport, Kultur und Lokales. Zudem werden Geschichtsthemen häufig in Wochenendbeilagen oder anderen Supplements aufgegriffen und dort ausführlich behandelt. Doch ist der Kulturteil, auch Feuilleton genannt, das Ressort, in dem die meisten Geschichtsbeiträge erscheinen. Bei diesen handelt es sich überwiegend um längere Artikel, die mit Fotos oder graphischen Elementen versehen sind.

Auffällig ist, dass in den letzten Jahrzehnten Themen mit Geschichtsbezug heftige publizistische Kontroversen ausgelöst haben. Die bekanntesten sind sicher die »Fischer-Kontroverse« und der »Historikerstreit«. Doch wurde auch heftig gestritten über Bücher wie z. B. Daniel J. Goldhagens »Hitlers willige Vollstrecker«, Filme wie Steven Spielbergs »Schindlers Liste«, Theaterstücke wie Rainer Werner Fassbinders »Der Müll, die Stadt und der Tod« oder TV-Produktionen wie Guido Knopps »Hitlers Helfer«. Zu ihnen sind Rezensionen und Kritiken verfasst worden, allerdings nicht nur von Redakteurinnen und Redakteuren, die sich hauptsächlich mit zeitgeschichtlichen Themen befassen, sondern vor allem von Personen, die sich als Filmemacher, Schriftsteller, Wissenschaftler, Politiker etc. einen Ruf als Experten erworben haben.

Rezensionen sind die am häufigsten anzutreffende journalistische Darstellungsform, wenn es um Geschichte in der Zeitung geht. Grundsätzlich werden journalistische Darstellungsformen unterschieden in tatsachenbetonte, meinungs- und phantasiebetonte Formen. Zu den tatsachenbetonten zählen die Nachricht, die Meldung, der Bericht, die Reportage, das Feature, das Interview und die Dokumentation, zu den meinungsbetonten der Leitartikel, der Kommentar, die Glosse, die Kolumne, das Porträt, die Karikatur, die Kritik/Rezension und der Essay. Phantasiebetonte Formen sind der Roman, die Kurzgeschichte, das Feuilleton (als »kleine Form«) und das Gedicht. Diese journalistischen Darstellungsformen sind in den verschiedenen Ressorts unterschiedlich häufig anzutreffen.

Allgemein erkennbare journalistische Trends hin zu mehr Personalisierung und Emotionalisierung, mehr Bildern und weniger Text zeichnen sich auch bei Geschichtsthemen ab. Die Leserinnen und Leser sollen einen Einstieg in den Text finden, dieser wird erleichtert beispielsweise durch Fotos, die Menschen in außergewöhnlichen Situationen zeigen, und Überschriften, die durch die Verwendung von Zitaten und wörtlicher Rede ansprechen. Der Text selbst muss Identifikationsangebote bereithalten, Schilderungen, die bei den Leserinnen und Lesern Mitempfinden wecken und sie fragen lassen, wie sie selbst sich wohl verhalten hätten. Beispiele für gelungene Geschichtsrepräsentationen in Zeitungen lassen sich in nahezu jeder Ausgabe finden. Gelungen kann aber nach journalistischen Kriterien nur heißen, dass dieser Beitrag die Aufmerksamkeit der Leserinnen und Leser weckt, sie ihn möglichst bis zum Ende lesen und sich später vielleicht an einige der dort vermittelten Aussagen und Informationen erinnern.

Publikum und Resonanz

Wenn auch das Geschichtswissen innerhalb einer Gesellschaft schwer zu messen ist, kann doch davon ausgegangen werden, dass es in den letzten dreißig Jahren zugenommen hat. Das ist einerseits der schulischen Bildung zu verdanken, andererseits den Massenmedien, die verstärkt geschichtliche Themen aufgegriffen und ansprechend aufbereitet haben. Auch beim Zeitungspublikum kommen Geschichtsthemen an. Das belegen Leserbefragungen ebenso wie die zahlreichen Zuschriften, die Redaktionen erhalten, wenn sie beispielsweise dazu auffordern, Fotos und Dokumente einzusenden. Insbesondere Lokalgeschichte erfreut sich großer Beliebtheit: Wie war das in unserem Heimatort vor fünfzig, hundert oder fünfhundert Jahren, welche Quellen und Zeugnisse geben Auskunft über diese Zeit? Auch weltgeschichtliche Ereignisse werden bevorzugt im lokalen Kontext betrachtet: Wie empfanden die Leute hier in XY das Kriegsende 1945? Wie war ihr Alltag? Von Vorteil für die mit Geschichte befassten Redakteurinnen und Redakteure ist, dass sie auf ihr Zeitungsarchiv zurückgreifen können – vorausgesetzt ihre Zeitung erscheint schon seit mehreren Jahrzehnten – und dass ihnen ihre Leserinnen und Leser gern zuarbeiten, wenn sie dafür »in die Zeitung kommen«. Die Einbeziehung von Zeitzeugen birgt zwar auch Gefahren wie Einseitigkeit und Verfälschung in sich, doch schafft derart präsentierte Geschichte Identität und Heimatverbundenheit, zugleich fördert sie die Leser-Blatt-Bindung.

Diese ist in Zeiten zunehmender intermedialer Konkurrenz für die Tageszeitungen entscheidend. Sie müssen ihren Lesern und Leserinnen etwas bieten, was es so in anderen Medien nicht gibt. Noch ist das Ansehen der Zeitung hoch, sie wird als glaubwürdig und seriös eingeschätzt, doch ist sie auch das Medium, auf

das die meisten Rezipientinnen und Rezipienten am ehesten verzichten könnten. Vor allem Jugendliche und junge Erwachsene greifen immer seltener zur Zeitung, sondern versorgen sich mit Informationen – wenn überhaupt – mittels Fernsehen, Radio und Internet. Diese sind aber eher flüchtige Medien. Für die Zeitung als Geschichtsvermittlerin spricht hingegen, dass sie sowohl Lokalgeschichte als auch National- und Weltgeschichte thematisiert, Hintergrundwissen liefert, aktuelle Bezüge herstellt, auch Informationen und Meinungen bietet, nach denen nicht gezielt gesucht worden ist, verhältnismäßig preiswert, transportabel und archivierbar ist.

Literatur

- Bücher, Karl: Auswahl der publizistikwissenschaftlichen Schriften. Eingel. u. hg. von Fischer, Heinz-Dietrich/Minte, Horst, Bochum 1981. (= Publizistik-Wissenschaftler im deutschen Sprachraum, Bd. 1).
- Lehr, Wolfgang/Berg, Klaus: Rundfunk und Presse in Deutschland. Rechtsgrundlagen der Massenmedien. Texte, Mainz 1971.
- Schütz, Walter J.: Redaktionelle und verlegerische Struktur der deutschen Tagespresse, in: Media Perspektiven, 11 (2007), S. 589–600.
- Pürer, Heinz/Raabe, Johannes: Presse in Deutschland, Konstanz 2007.