

Tim Tolsdorff

Von der Stern-Schnuppe zum Fix-Stern

Zwei deutsche Illustrierte und ihre gemeinsame
Geschichte vor und nach 1945

HERBERT VON HALEM VERLAG

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

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

Tim Tolsdorff

Von der Stern-Schnuppe zum Fix-Stern.

Zwei deutsche Illustrierte und ihre gemeinsame Geschichte vor und nach 1945

Öffentlichkeit und Geschichte, 7

Köln: Halem, 2014

Zugl.: Technische Universität, Dortmund, Diss. 2013

Stiftung Presse-Haus 

Der Druck wurde gefördert durch die Stiftung Presse-Haus NRZ und die Axel Springer Stiftung.

Tim Tolsdorff, Jg. 1977, lebt in Berlin und arbeitet dort als Historiker und Journalist. Er studierte Publizistik- und Kommunikationswissenschaften an der Freien Universität Berlin, schloss ein Volontariat bei der *Märkischen Allgemeinen Zeitung* in Potsdam ab und promovierte anschließend an der Fakultät für Kulturwissenschaften der Technischen Universität Dortmund.

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme (inkl. Online-Netzwerken) gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

© 2014 by Herbert von Halem Verlag, Köln

ISBN 978-3-86962-097-8

ISSN 1865-3359

Den Herbert von Halem Verlag erreichen Sie auch im Internet unter <http://www.halem-verlag.de>
E-Mail: info@halem-verlag.de

SATZ: Herbert von Halem Verlag

DRUCK: docupoint GmbH, Magdeburg

GESTALTUNG: Claudia Ott Grafischer Entwurf, Düsseldorf

Copyright Lexicon ©1992 by The Enschedé Font Foundry.

Lexicon® is a Registered Trademark of The Enschedé Font Foundry.

Inhaltsverzeichnis

1. EINE BLACK BOX DEUTSCHER PRESSEGESCHICHTE
2. ILLUSTRIERTE ALS MARKENARTIKEL
3. EIN MEDIALER MYTHOS:
HENRI NANNEN UND DIE ERFINDUNG DES *STERN*
4. PRESSEPOLITISCHE UND WIRTSCHAFTLICHE RAHMENBEDINGUNGEN
 - 4.1 Propaganda, Presselenkung, Profit:
Der alte *Stern*
 - 4.2 Reeducation, Lizenzen, Mangelwirtschaft:
Der neue *Stern*
5. DAS JOURNALISTISCHE PERSONAL DER ILLUSTRierten
 - 5.1 Die Chefredakteure
 - 5.1.1 Kurt Zentner:
Aufstieg, Triumph und Fall im Deutschen Verlag
 - 5.1.2 Henri Nannen: Kunstschriftleiter,
Kampfpropagandist und Lizenzträger
 - 5.1.3 »Können an sich ist moralisch indifferent«

- 5.2 Die Macher des alten *Stern*
 - 5.2.1 Zeitschriftenverleger mit kreativer Ader: Carl Jödicke
 - 5.2.2 Kleiner Kreis brillanter Blattmacher: die Redakteure
 - 5.2.3 Die Fotografen
- 5.3 Die Macher des neuen *Stern* und ihre Karrieren vor 1948
 - 5.3.1 Carl Jödicke reüssiert in Hannover
 - 5.3.2 Augen in die Vergangenheit: Die Eheleute Beckmeier
 - 5.3.3 Kurt Zentners kurzes Comeback beim neuen *Stern*
 - 5.3.4 Die Redakteure des neuen *Stern*
 - 5.3.5 Fotografen und freie Mitarbeiter

6. VERGLEICH DER FORMALEN GESTALTUNG

- 6.1 Der alte *Stern*
 - 6.1.1 us-Illustrierte als Vorbilder: die Titelblätter
 - 6.1.2 Farbe vor Form vor Text: das Layout
- 6.2 Der neue Stern
 - 6.2.1 Weibliche Idole für das gebeutelte Volk: die Titelblätter
 - 6.2.2 Die Farbe im Geiste: das Layout

7. VERGLEICH DER INHALTE

- 7.1 Das Individuum und die Gesellschaft: Zur Klärung der Begriffe Volksgemeinschaft und Opfergemeinschaft
- 7.2 Die inhaltliche Ausrichtung des alten Stern
 - 7.2.1 Die thematische Struktur der Illustrierten
 - 7.2.2 Ein »Kessel Buntes« für die Volksgemeinschaft: Propagandistische Dimensionen der Berichterstattung

- 7.3 Die inhaltliche Ausrichtung des neuen *Stern*
 - 7.3.1 Die thematische Struktur des neuen *Stern* zwischen 1948 und 1952
 - 7.3.2 Die Leiden der Opfergemeinschaft: Ideologische Dimensionen der Berichterstattung

8. EXKURS: JOURNALISTISCHE INNOVATIONEN IN NANNENS STERN

9. RESÜMEE

10. QUELLEN UND LITERATUR

- 10.1 Systematisch durchgesehene Ausgaben des alten *Stern*
- 10.2 Systematisch durchgesehene Ausgaben des neuen *Stern*
- 10.3 Sonstige durchgesehene Zeitschriftenausgaben
- 10.4 Unveröffentlichte Quellen
- 10.5 Artikel in Tages- und Wochenzeitungen sowie in populären Zeitschriften
- 10.6 Beiträge aus dem Internet
- 10.7 Benutzte Literatur

Öffentlichkeit und Geschichte



TIM TOLSDORFF

**Von der Stern-Schnuppe zum
Fix-Stern.
Zwei deutsche Illustrierte und ihre
gemeinsame Geschichte vor und
nach 1945**

Öffentlichkeit und Geschichte, 7

2014, ca. 500 S., Broschur, 213 x 142 mm, dt.

EUR(D) 34,00 / EUR(A) 34,80 / sFr. 56,70

ISBN 978-3-86962-097-8

Die Erfindung der Illustrierten *Stern* durch Henri Nannen im Sommer 1948 ist einer der bestimmenden Gründungsmythen in der bundesrepublikanischen Pressegeschichte. Der Medienhistoriker Tim Tolsdorff dekonstruiert diesen Mythos und legt offen, dass Nannen zu großen Teilen das Konzept einer Illustrierten übernahm, die bis Ende 1939 in Berlin als erfolgreiches Produkt der NS-Propaganda erschien. Der Autor recherchierte in zahlreichen Archiven, wertete Zeitschriften aus und erschloss bislang unbekannte Nachlässe. Auf dieser Grundlage beleuchtet er den Einfluss erfahrener NS-Propagandisten bei Nannens Blatt und weist nach, dass der Relaunch Ergebnis eines nach wirtschaftlichen, pressepolitischen und markenrechtlichen Kriterien gesteuerten Ausleseprozesses war.



HERBERT VON HALEM VERLAG

Schanzenstr. 22 · 51063 Köln

<http://www.halem-verlag.de>

info@halem-verlag.de



1. EINE BLACK BOX DEUTSCHER PRESSEGESCHICHTE

Anfang November 1996 schleppte sich Rudolf Augstein, der greise Gründer und Herausgeber des Nachrichtenmagazins *Der Spiegel*, hinauf zum Rednerpult im Altarraum der bis auf den letzten Platz gefüllten Hamburger Michaeliskirche. Mit einer bewegenden Rede verabschiedete er sich von seinem wenige Wochen zuvor verstorbenen Freund und Rivalen Henri Nannen, dem die Trauerfeier galt. Fast 50 Jahre zuvor hatten sich die beiden Journalisten im Pressehochhaus an der Goseriede in Hannover kennengelernt, wo sie als Lizenzträger ihre Magazine zu etablieren suchten. »Ich habe den Spiegel gemacht, aber nicht erfunden«, sagte Augstein und verwies damit auf den kreativen Einfluss, den zwei britische Presseoffiziere bei der Gründung seines Nachrichtenmagazins im Jahr 1947 ausgeübt hatten. Augstein fuhr fort: »Henri hat den Stern gemacht und er hat ihn auch erfunden«.¹ Doch der *Spiegel*-Herausgeber, dessen Reputation als Elitejournalist sich zeitlebens aus der Richtigkeit der von ihm recherchierten Informationen speiste, irrte in diesem Fall. Augstein wiederholte im Rahmen seines emotionalen Vortrags lediglich eine Gründungslegende des deutschen Nachkriegsjournalismus, an deren Entstehung und Verbreitung der Verstorbene maßgeblich mitgewirkt hatte.

Fakt ist: Als einzige der nach dem Krieg gegründeten großen Illustrierten – genannt seien hier etwa *Revue*, *Quick* oder *Kristall* – besteht der *Stern* bis heute fort, hat seinen Gründer und auch den Skandal um die Hitler-Tagebücher überlebt. Die Zeitschrift ist eine Marke wie Persil oder

1 Für eine Schilderung der Trauerfeier und für die hier verwendeten Zitate vgl. KEESE, CHRISTOPH: »Adieu, lieber Henri, adieu«. In: *Berliner Zeitung* vom 6.11.1996, S. 31.

Volkswagen, besetzt einen Stammplatz an den Kiosken und ist im kollektiven Gedächtnis der Deutschen fest verankert. Eines hat Henri Nannen jedoch immer verschwiegen: Als publizistische Marke besteht der *Stern* nicht erst seit 1948, sondern bereits seit 1938. Als Nannen drei Jahre nach Kriegsende die Zeitschrift ins Leben rief, war der Titel bei der deutschen Bevölkerung bereits eingeführt. Zehn Jahre zuvor hatte es im Deutschen Reich ein Blatt gleichen Namens gegeben, das sich bei den Lesern großer Beliebtheit erfreute und nach Auflagenzahlen an der Millionenmarke kratzte.² Den Erfolg brachten aufwendige Fotostrecken, exklusive Reportagen aus dem Leben Prominenter, ein farbiges Layout und – jedenfalls zu Anfang – nackte Haut und sogar Berichte aus den USA. Der »Hauptschriftleiter« war Kurt Zentner, heute eher als Autor populärwissenschaftlicher Geschichtskompendien bekannt. Er hatte zuvor für den Deutschen Verlag die erfolgreichen Sonderhefte zur Olympiade 1936 verantwortet und sich 1937 auf einer Studienreise in die USA Anregungen für das Produzieren einer innovativen Illustrierten besorgt. Im Vergleich zu Nannens Blatt, das bis heute als Fixstern in der deutschen Presselandschaft leuchtet, war der Zeitschrift von Kurt Zentner nur der kurze Lebenszyklus einer Sternschnuppe beschieden. Ende 1939 stellte der Deutsche Verlag, die »arisierter« Ausgabe des Ullstein Verlags, das Blatt wieder ein.³

Die Existenz zweier Illustrierter namens *Stern* ist ein frappierendes Beispiel für konzeptionelle Kontinuität im deutschen Pressewesen über den Bruch des Jahres 1945 hinweg.⁴ Dieser Brückenschlag zwischen nationalsozialistischer und bundesrepublikanischer Medienlandschaft blieb

- 2 Die erste Ausgabe der Illustrierten erschien am 20.9.1938. Vgl. hierzu *Der Stern* 1 (20.IX.1938). Für alle den alten, vor 1945 erschienenen *Stern* betreffenden Fußnoten gilt diese Schreibweise. Das in der Bundesrepublik ab August 1948 erschienene Blatt wird folgendermaßen zitiert: *Der Stern* Nr. 1 / 1.8.1948.
- 3 Die Ähnlichkeit der beiden Blätter fiel dem Autor erstmals bei den Recherchen zu seiner Masterarbeit auf, in der die NS-Illustrierte *Der Stern* im Hinblick auf ihre propagandistische Instrumentalisierung untersucht wurde. Elemente dieser Arbeit, die auch für die nun vorliegende Untersuchung von Bedeutung sind, wurden in überarbeiteter Form in diese Arbeit übernommen. Zu Anfang der betreffenden Kapitel weist der Verfasser auf die Übernahmen hin. Vgl. TOLSDORFF, TIM: *Die Film- und Kulturillustrierte »Der Stern« – Eine kritische Analyse aus kommunikationshistorischer Perspektive*. Arbeit zur Erlangung des Magister Artium an der Freien Universität Berlin (unveröffentlicht). Berlin 2007.
- 4 Beide Blätter hießen in den ersten Jahren ihres Bestehens *Der Stern*, bei der Illustrierten von Henri Nannen verzichtete man erst nach einer grafischen Modernisierung zu Anfang der sechziger Jahre auf den Artikel. Zur besseren Lesbarkeit werden die Namen der Zeitschriften in dieser Arbeit überwiegend ohne den feststehenden Artikel geschrieben. Wo möglich, wird dieser aber in den Titel integriert.

lange im Dunkeln, weil Henri Nannen und seine Mitstreiter der Nachwelt eine schlüssige Erzählung lieferten, die belegen sollte, dass das Konzept ihre ureigenste Idee war. Wenn man in der biografischen Erinnerungsliteratur zu Henri Nannen nachschlägt,⁵ die Website des nach ihm benannten Journalistenpreises anklickt⁶ oder Jubiläumsausgaben des *Stern* durchblättert⁷ – stets findet sich die Gründungsgeschichte des Blattes ungefähr wie folgt: Demnach trug sich Nannen, ab 1946 Lizenzträger für zwei Hannoveraner Zeitungen, nach dem Krieg schon länger mit dem Gedanken, eine neue Illustrierte auf den Markt zu bringen. Als ein Mitglied der britischen Militärregierung ihm die Lizenz für eine Jugendzeitschrift mit dem Titel *Zick Zack* anbot, griff er zu. Nach eigenem Bekunden hatte er schon damals den *Stern* im Kopf – und eine fertige Ausgabe in der Schublade. Die richtige Gelegenheit, die Besitzer von dem Konzept zu überzeugen, bot sich bald: Ein unerfahrener Brite übernahm den Posten des Presseoffiziers, kurz darauf hatte Nannen dessen Genehmigung in der Tasche. Umgehend warf er den neuen Titel auf den Markt – mit durchschlagendem Erfolg.

Im Gegensatz zu den persönlich gefärbten Anekdoten der Veteranen stellten sich die Gründerjahre des *Stern* aus Perspektive der Geschichtswissenschaft bislang eher als ›Black Box‹ dar. Selten nur und ausschnitthaft kamen Details ans Licht. Die vorliegende Studie eröffnet einen neuen, wissenschaftlich objektiven Blickwinkel auf die Ideenfindung und die Gründungsphase des *Stern* im Jahr 1948. Gleichzeitig rückt mit der Geschichte der Film- und Kulturillustrierten *Der Stern* in den Jahren 1938 und 1939 ein weiteres Kapitel deutscher Pressehistorie in den Fokus, das bislang der Bearbeitung harrrte. Mit der These, dass sich Henri Nannen – maßgeblich unterstützt von markenrechtlich, pressepolitisch und journalistisch beschlagenen Ideengebern – beim Entwurf seiner neuen Illustrierten stark an der gleichnamigen Publikation aus den Jahren 1938/39 orientierte und manche Elemente gar komplett übernahm, stellt sich der Autor dem Mythos von der *Stern*-Gründung als journalistischem Geniestreich entgegen. Gleichzeitig muss die unter Chronisten und Kommunikationshistorikern weit verbreitete Auffassung revidiert werden, dass die Macher der erfolg-

5 Vgl. HERMANN SCHREIBER: *Henri Nannen – Drei Leben*. München [Bertelsmann] 2001.

6 Vgl. NANNEN, HENRI: *Meine Stern-Stunde*. Dokument auf der Website des Henri-Nannen-Preises. http://www.henri-nannen-preis.de/meine_sternstunde.php [26.10.2012].

7 Vgl. HENRI NANNEN: Henri Nannen erzählt. In: *Der Stern* [o. Nr.] / 22.8.1988 (Jubiläumsausgabe zum 40. Jahr des Bestehens der Zeitschrift), S. 20-25.

reichen Illustrierten im Westdeutschland der Nachkriegszeit an die große Zeitschriftentradition der zwanziger Jahre anschlossen, als Verlage wie Ullstein und Scherl mit ihren Presseportfolios einen bunten Markt dominierten. Damit würden die Jahre der NS-Diktatur gleichsam als schwarzes Loch ohne jede kreative Leistung verbucht. Dabei wird gerne übersehen, dass nach 1933 in den »gleichgeschalteten« Verlagen weiterhin eine große Zahl fähiger Redakteure und Gestalter tätig war, die die Illustrierten als Möglichkeit sahen, kreativ tätig zu sein, ohne sich dem Vorwurf auszusetzen, Hetze und Propaganda für die neuen Herren zu produzieren. Schon Sylvia Lott wies in ihrer gründlich recherchierten Dissertation über die Verbindungen zwischen der NS-Illustrierten *Die junge Dame* und dem Nachkriegsblatt *Constanze* darauf hin, dass konzeptionelle Anknüpfungspunkte für Nachkriegszeitungen eher im NS-Regime vor dem Krieg als am Ende der Weimarer Republik zu suchen sind.⁸

Mit den Ungereimtheiten bei der bislang verbreiteten Version der *Stern*-Gründung beschäftigte sich bislang lediglich ein populärwissenschaftlicher Beitrag des Journalisten Nils Minkmar.⁹ Das Thema verarbeitete Minkmar auch zu einem Artikel in der Wochenzeitung *Die Zeit*.¹⁰ Beiträge in autobiografischen Darstellungen erinnern an den alten *Stern*, ohne näher auf dessen Bedeutung für das Nachkriegsblatt einzugehen.¹¹ Von der historischen Journalismusforschung wurde das Thema bislang ignoriert. Dies dürfte in erster Linie darauf zurückzuführen sein, dass selbst Kommunikationshistorikern die Existenz des alten *Stern* unbekannt ist. Arbeiten zur journalistischen Kontinuität zwischen NS-Regime und Bundesrepublik, überwiegend erschienen in den letzten zwei Jahrzehnten, thematisieren die Schicksale bekannter Elite-Journalisten¹² oder beleuchteten regionale

8 Vgl. LOTT, SYLVIA: *Die Frauenzeitschriften von Hans Huffzky und John Jahr: zur Geschichte der deutschen Frauenzeitschriften zwischen 1933 und 1970*. Berlin [Wissenschaftsverlag Spiess] 1985. Zugl.: Münster/Westf., Univ., Diss., S. 4

9 Vgl. MINKMAR, NILS: Die doppelte Wundertüte. Wie Henri Nannen den *Stern* erfand. In: HACHMEISTER, LUTZ; FRIEDEMANN SIERING (Hrsg.): *Die Herren Journalisten: die Elite der deutschen Presse nach 1945*. München [Beck] 2002, S. 185-195.

10 Vgl. MINKMAR, NILS: Der *Stern* im Schatten des *Sterns*. In: *Die Zeit* 17, 2000.

11 Vgl. MENDELSSOHN, PETER DE: *Zeitungsstadt Berlin – Menschen und Mächte in der Geschichte der deutschen Presse* (überarbeitete und erweiterte Auflage). Frankfurt/M. [Ullstein] 1982. Ebenso HELMUT KINDLER: *Zum Abschied ein Fest. Autobiographie eines deutschen Verlegers*. München [Kindler] 1991, S. 206f.

12 Vgl. HACHMEISTER, LUTZ; FRIEDEMANN SIERING (Hrsg.): *Die Herren Journalisten*. Ebenso MATTHIAS WEISS: Journalisten. Worte als Taten. In: FREI, NORBERT (Hrsg.): *Karrieren im Zwielicht. Hitlers Eliten nach 1945*. Frankfurt/M. [Campus] 2001, S. 241-302. Auf populärwissen-

Konstellationen¹³. Hervorzuheben ist die 2006 veröffentlichte Studie der Historikerin Christina von Hodenberg, die einen fundierten Überblick über den deutschen Journalismus an der Schwelle von der Diktatur zur Demokratie liefert.¹⁴ Für die Tagespresse ist eine Überblicksstudie von Peter Köpf anzuführen.¹⁵

Vergleichende Arbeiten zum Bereich der Illustrierten sind dagegen Mangelware. Dies ist nicht zuletzt auf ein generelles Forschungsdefizit in Bezug auf diese Mediengattung zurückzuführen. Obwohl die Illustrierten vor allem in der ersten Hälfte des letzten Jahrhunderts das beliebteste Massenmedium waren, scheint ihnen im Blick vieler Wissenschaftler noch immer das Etikett von Banalität und Boulevard anzuhaften. Patrick Rössler postuliert: »Illustrierte Zeitschriften besitzen als kulturgeschichtliche Quelle für ihre Zeit hohen Wert, haben jedoch zum Zeitpunkt ihres Erscheinens für wissenschaftliche Bibliotheken nicht in jedem Falle höchste Priorität in der Erwerbung.«¹⁶ Dieses Phänomen ist nicht zuletzt darauf zurückzuführen, dass sich die Publizistik- und Kommunikationswissenschaften aus der Zeitungswissenschaft entwickelten. Mit dieser Benennung des Fachs war ein Schwerpunkt auf die Tagespresse gesetzt, der zu einer Vernachlässigung der Zeitschriften führte.¹⁷ War mit dem Begriff ›Zeitung‹ das klar zu umreißen Gebiet der Tages- und Wochenzeitungen abgedeckt, subsumierte man unter dem Terminus ›Zeitschrift‹ den

schafflicher Ebene erschien: KÖHLER, OTTO: *Wir Schreibmaschinentäter. Journalisten unter Hitler und danach*. Köln [Pahl-Rugenstein] 1989. Ebenso: KÖHLER, OTTO: *Unheimliche Publizisten. Die verdrängte Vergangenheit der Medienmacher*. München [Droemer Knaur] 1995.

- 13 Vgl. MÖDING, NORI; ALEXANDER VON PLATO: Journalisten in Nordrhein-Westfalen nach 1945. Skizzen aus einem lebensgeschichtlichen Forschungsprojekt. In: *Bios* Nr. 2, Jg. 1, 1988, S. 73-81. Für Rheinland-Pfalz vgl. die Studie von SIGRUN SCHMID: *Journalisten der frühen Nachkriegszeit. Eine kollektive Biographie am Beispiel von Rheinland-Pfalz*. Köln [Böhlau] 2000.
- 14 Vgl. HODENBERG, CHRISTINA VON: *Konsens und Krise. Eine Geschichte der westdeutschen Medienöffentlichkeit 1945-1973* (Schriftenreihe Moderne Zeit, Bd. 12). Göttingen [Wallstein] 2006. Zugl. Freiburg, Univ., Habil., 2004.
- 15 Vgl. KÖPF, PETER: *Schreiben nach jeder Richtung. Goebbels-Propagandisten in der westdeutschen Nachkriegspresse*. Berlin [Links] 1995.
- 16 RÖSSLER, PATRICK (Hrsg.): *Moderne Illustrierte – Illustrierte Moderne. Zeitschriftenkonzepte im 20. Jahrhundert* (Katalog zur Ausstellung in der Württembergischen Landesbibliothek vom 17. Juni bis 1. August 1998). Stuttgart [Württembergische Landesbibliothek] 1998, S. 8.
- 17 BOHRMANN, HANS: VORWORT. In: VOGEL, ANDREAS: *Die populäre Presse in Deutschland. Ihre Grundlagen, Strukturen und Strategien*. München [Reinhard S. Fischer] 1998. Zugl.: Köln, Univ., Habil., S. I.

Öffentlichkeit und Geschichte



SUSANNE KINNEBROCK / CHRISTIAN
SCHWARZENEGGER / THOMAS BIRKNER
(Hrsg.)

Theorien des Medienwandels

Öffentlichkeit und Geschichte, 8

Winter 2014, Broschur, 213 x 142 mm, dt.

ISBN 978-3-86962-091-6

Medienwandel ist eines der bestimmenden Schlagwörter im medien- und kommunikationswissenschaftlichen Fachdiskurs geworden. Zugleich zeigt sich, dass dieses ›Totalphänomen‹ begrifflich schwer zu fassen ist. Auffällig häufig wird der Begriff Medienwandel primär auf ›neue‹ Medien, Technologien und Innovationen bezogen. Dabei wird systematisch vernachlässigt, dass jeder Wandel ein Vorher und Nachher hat und dass aktuelle Phänomene erst durch eine diachrone Betrachtung und die Einordnung in größere historische Zusammenhänge zu verstehen sind. Der vorliegende Band will diese Lücke schließen und einen substantziellen Beitrag zur Theoriebildung wie auch zur Systematisierung zukünftiger Forschungen zum Medienwandel leisten.



HERBERT VON HALEM VERLAG

Schanzenstr. 22 · 51063 Köln
<http://www.halem-verlag.de>
info@halem-verlag.de



Öffentlichkeit und Geschichte



LINDA ERKER / KLAUS KIENESBERGER /
ERICH VOGL / FRITZ HAUSJELL (Hrsg.)

Gedächtnis-Verlust? Geschichtsvermittlung und -didaktik in der Mediengesellschaft

Öffentlichkeit und Geschichte, 6

2013, 260 S., 9 Abb., Broschur, 213 x 142 mm, dt.

EUR(D) 28,50 / EUR(A) 29,20 / sFr. 47,60

ISBN 978-3-86962-066-4

Die Geschichte des Holocaust und des Nationalsozialismus steht an der Schwelle zur Historisierung – die letzten Menschen, die diese Zeit noch unmittelbar erfahren und miterlebt haben, sind inzwischen hochbetagt. Es wird daher immer wichtiger, Strategien und Möglichkeiten zu entwickeln, den nachfolgenden Generationen nicht nur das Wissen, sondern vor allen Dingen eine kritische Haltung gegenüber den historischen und sozialen Bedingungen der NS-Zeit zu vermitteln.

Der vorliegende Band setzt sich mit Fragen nach den Möglichkeiten, Grenzen und Chancen der Vermittlung der Geschichte von Vertreibung und Vernichtung im »Dritten Reich« in der Jugend- und Erwachsenenbildung auseinander. In den vielfältigen Beiträgen werden dabei nicht nur die aktuellen Ansätze und Positionen von Geschichtsvermittlung und -didaktik diskutiert, sondern es wird auch gezeigt, wie Geschichtsvermittlung auf praktische Herausforderungen gesellschaftlicher Veränderungsprozesse reagieren kann. Somit wendet sich das Buch an WissenschaftlerInnen und Studierende, aber insbesondere auch an PädagogInnen aus Vereinen, Schulen und Institutionen der historisch-politischen Bildung.

Der Sammelband entstand in einer Kooperation zwischen dem Verein GEDENKDIENST und dem Arbeitskreis für historische Kommunikationsforschung (AHK).



HERBERT VON HALEM VERLAG

Schanzenstr. 22 · 51063 Köln
<http://www.halem-verlag.de>
info@halem-verlag.de



Öffentlichkeit und Geschichte



THOMAS BIRKNER

Das Selbstgespräch der Zeit. Die Geschichte des Journalismus in Deutschland 1605 – 1914

Öffentlichkeit und Geschichte, 4

2012, 430 S., Broschur, 213 x 142 mm, dt.

EUR(D) 30,00 / EUR(A) 30,70 / sFr. 50,40

ISBN 978-3-86962-045-9

Die Geschichte des deutschen Journalismus war bis zuletzt ungeschrieben. Mit diesem Band liegt nun eine Journalismusgeschichte vor, die mit einem interdisziplinären Konzept Journalismusforschung und Gesellschaftsgeschichtsschreibung miteinander verbindet.

Die Geschichte beginnt in Straßburg, wo der Nachrichtenhändler Johann Carolus eine Buchdruckerei kaufte und die beiden Gewerbe 1605 verband. Von da an entwickelte sich der Journalismus aus dem Druckgewerbe heraus zu einem eigenständigen Beruf, der jedoch insbesondere in der deutschen Geschichte lange unter einem repressiven Staat zu leiden hatte. Vor dem Panorama der gesamtgesellschaftlichen Großtrends von Urbanisierung und Alphabetisierung, von Ökonomisierung und Technisierung sowie von Demokratisierung und Verrechtlichung wurde der Journalismus dann spätestens am Ende des 19. Jahrhunderts zu einem deutlich erkennbaren Funktionssystem in einer sich zunehmend ausdifferenzierenden modernen Gesellschaft. Während in expandierenden Verlagsunternehmen die wirtschaftlichen und institutionellen Strukturen für den modernen Journalismus gelegt wurden, verständigten sich die Journalisten durch Ratgeberbücher und in Berufsverbänden über ihr Selbstverständnis und die redaktionellen Arbeitsroutinen. Noch vor dem Ausbruch des Ersten Weltkrieges übernahm der Journalismus die Moderation im »Selbstgespräch der Zeit«.



HERBERT VON HALEM VERLAG

Schanzenstr. 22 · 51063 Köln

<http://www.halem-verlag.de>

info@halem-verlag.de

