

Sarah Heinz

## David A. Copeland: The Media's Role in Defining the Nation: The Active Voice

2011

<https://doi.org/10.17192/ep2011.1.285>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

### Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Heinz, Sarah: David A. Copeland: The Media's Role in Defining the Nation: The Active Voice. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen | Reviews*, Jg. 28 (2011), Nr. 1, S. 50–53. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep2011.1.285>.

### Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

### Terms of use:

This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute, or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

## David A. Copeland: The Media's Role in Defining the Nation: The Active Voice

New York et al.: Peter Lang 2010, 326 S., ISBN 978-1-4331-0379-7, € 24,10

David A. Copelands Studie zur Funktion der Medien in den USA tritt in der Einleitung mit einer weitreichenden These an: "It is important that we understand the active way media have been used from the country's colonial foundings through today to solve problems, address issues, and set or change the agenda on any level. The active voice of citizen-journalists and trained journalists has revealed, shaped, and perhaps created the nation's history." (S.4) Medien formen Nationen über ihre Öffentlichkeiten, so die grundlegende Aussage der Studie, und Medien haben insbesondere die amerikanische Nation geformt und geschaffen. Copeland versteht den Untertitel der Studie, *The Active Voice*, daher im direkten Sinn einer medialen Einflussnahme durch aktive Journalisten, Herausgeber, Drucker und Autoren, die ihre Stimme durch Medien hörbar und lesbar machen und so Meinungen prägen und verändern. Die Studie geht hier von verschiedenen Arten medialer Einflussnahme aus, die unterschiedlich bewertet werden können: „Shaping, guiding, and defining, then, can be noble, nefarious, or necessary; it may be a combination of these and other ideals. It is this book's purpose to demonstrate how media have been central to all reasons in defining and shaping the United States.“ (S.7)

Anhand einer chronologischen Darstellung der Entwicklung der Medien vom 17. bis zum 21. Jahrhundert zeichnet Copeland diese als grundlegend angenommene politische und gesellschaftliche Funktion des Mediensystems nach. Dabei wird vom Entstehen der ersten ‚News-sheets‘ und Zeitungen über Magazine, Radio, Film und Fernsehen bis zu interaktiven Medien der Gegenwart ein historischer Überblick über Medientechnologien, Medieninhalte und Medienschaffende gegeben, wobei ein deutlicher Schwerpunkt auf Letzteren liegt. Herausgeber, Autoren und Journalisten werden als Aktivisten und Akteure gesehen, die enorme Macht haben, indem sie Meinung erzeugen, Politik beeinflussen oder sogar Politik machen und Öffentlichkeiten überhaupt erst herstellen. Eine Nation entsteht demnach erst durch Medien. Copeland zeigt hier überzeugend, dass das expandierende und sich diversifizierende Mediensystem der USA eine Plattform wird, um Themen auf die nationale Agenda zu setzen und über einzelne Städte und Staaten hinaus ein Bewusstsein für nationale Zusammenhänge zu schaffen. Solche Themen sind in der kolonialen Phase der USA die Frage nach Unabhängigkeit und der Bindung zum Mutterland, im 19. Jahrhundert die Frage der Sklaverei, im 20. Jahrhundert die Frage von Kapitalismus und Großkonzernen oder im 21. Jahrhundert die Frage nach der neuen Form, die Öffentlichkeiten und Demokratien in Zeiten sozialer Netzwerke, Echtzeit-Kommunikation und 24h-Dauerprogrammen annehmen können.

Copeland zeigt außerdem, dass mit einem immer diverser werdenden Mediensystem auch die Medienproduzenten diverser werden. Frauen, Afro-Amerikaner und Einwanderer erhalten durch Zeitungen oder Radiosender die Möglichkeit, aus dem politisch-sozialen Schatten an die Öffentlichkeit zu treten und ihre Themen auf die Tagesordnung zu setzen. Medienschaffende und die marginalisierten Gruppen, für die sie sprechen, werden damit zu einem Teil der Nation.

Gerade für Leser, die sich für die Geschichte der Medien in den USA interessieren, ist Copelands Studie ein eingängiger und gut lesbarer Überblick. Einige zentrale Fragen bleiben jedoch offen. So erzeugt der starke Fokus auf die Medienschaffenden problematische Konsequenzen für das Bild des Mediennutzers, den die Studie entweder nur implizit oder gar nicht thematisiert. Viele Formulierungen von Copeland erzeugen den Eindruck, dass dieser eine rein passive Rolle hat und dass Rezipienten vor der Mediennutzung entweder keine Meinung haben oder diese leicht umgeformt werden kann. Auch weltpolitische Entwicklungen wie die Weltkriege erscheinen auf diese Weise mehr oder weniger als Medieneffekte. (Vgl. S.189ff.) Die Theorien, die Copeland benutzt, um Medien und ihre Funktionen zu beschreiben, sind daher ebenfalls produzentenzentriert. Die Rede ist von Agenda-Setting und Gatekeeping, von „journalism of action“ (S.117) oder der „watchdog function“ (S.100) der Presse. Mediennutzungsforschung bleibt allerdings außen vor. Auf diese Weise wird der einzelne Journalist, hier geht Copeland anekdotisch auf zahlreiche Einzelfälle ein, zu einer quasi heroischen Figur. Woran gemessen werden kann, wer seine Macht nutzt, um Gutes zu bewirken oder wer sie benutzt, um die Öffentlichkeit zu manipulieren und zu täuschen bleibt allerdings unklar. Der Abschnitt zum entstehenden Beruf des PR-Agenten macht dies besonders deutlich (S.145ff.). Der letzte Satz der Studie bestärkt diesen Eindruck, da der Fakt, dass über interaktive Medien jeder ein Journalist werden kann, primär als Gefahr gewertet wird: „Vigilance will be required, and that may be one of the most important lessons of the use of media to shape the direction of the nation in the twenty-first century.“ (S.290)

Schließlich ist es in einer Studie, die schon im Titel die Begriffe Medien und Nation verbindet und sich auf die USA fokussiert, verwunderlich, dass die Arbeiten von Benedict Anderson zur Rolle von Medien bei der Entstehung von Nationen als „imagined communities“ an keiner Stelle erwähnt werden. (Vgl. Benedict Anderson: *Imagined Communities*, London 2006 [1983]) Dies wäre nicht nur zur Klärung des verwendeten Nationenbegriffs eine große Hilfe gewesen, sondern auch eine produktive Ergänzung zum stellenweise reduktiven medienhistorischen Vorgehen von Copelands Studie.

Sarah Heinz (Mannheim)