

Wolfgang Hagen

Die Verlegenheit der Medien¹

Ich gehöre zu denen, die behaupten, daß es eine spezifische Verlegenheit im Umgang mit Medien gibt. Es gibt dafür ein sehr einfaches äußeres Zeichen, nämlich jene Art von Verlegenheit, die einen bei der Annäherung an die Geräte und Apparate der auditiven und visuellen Aufnahme immer wieder überkommt. Die leichteste davon hat noch der Ausgebuffteste. Ich frage Sie nicht einmal, ob sie das schon einmal erlebt haben: Diese etwas monströse, zuweilen dämonenhafte Bewegung einer Kamera, die auf einen Körper, auf den eigenen, oder ein Gesicht, mein Gesicht, vorstößt (gemein ist, wenn die Kameras nur noch Knopfloch groß ist) und das komisch phallische Aussehen einen lang- oder kurzstiligen Mikrophons, das man mir unter die Nase hält. Auch dieses abzeichenähnliche Ding, das man mir für die Mitgliedschaft im Medienverbund an den Hemdkragen heftet. Ich will schon ganz darüber schweigen, welche Verlegenheiten entstehen, wenn es darum geht, das erste Mal seine aufgezeichnete eigene Stimme zu hören oder ganz ähnlich, wenn sie auf dem Videoband das erste Mal ihre im Grunde ja spiegelverkehrte Erscheinung wiederentdecken. Die ist ja so schief, wie Ihr eigenes Spiegelbild immer gerade war.

Ich kann garnicht verhehlen, daß es einem Bekenntnis gleichkommt, wenn ich den Anfang dieses Seminars mit einer insofern ganz zugestandenen Verlegenheit beginne, die von einer sehr viel tiefer gehenden Verlegenheit spricht. Das fängt schon damit an, daß ich zwar meinen sogenannten Beruf in den Medien habe, der mir aber selbst nicht als ein Beruf vorkommt. Eher als etwas mit dem ich mich zwar sehr praktisch und sehr zeitraubend beschäftigen muß, aber nicht im Sinne von Beruf, wo ja etwas von einem Ruf drinsteckt, dieser berühmte innere Ruf, der Ärzte vielleicht Ärzte werden läßt, oder Heilpraktiker vielleicht Heilpraktiker, oder Goethes Faust eben am Ende zum Teufel trieb. Eher sagt unsereins lieber, neudeutsch, er habe da einen Job, einen Job in den Medien, im Radio, bei Radio Bremen Vier in Bremen, worin dann das "casual working" mitklingt, die Gelegenheit, das Jobbing oder der Jobber, der Makler, der was vielleicht ganz gut oder schlecht abmakelt in seinem Leben, immer ganz nahe an der jobbery, was aber schon Schiebung und Amtsmißbrauch heißt. So wie einen gelegentlich andere von außen sehen: "Ja der ist ja beim Radio" oder "der arbeitet im Fernsehen", mit dieser affektgleichen Haltung, in der sich Bewunderung mit einem mißgünstigen Mißbrauchsvorwurf mischt.

Daß ich mich jetzt als Medienmann darauf verlege, mit Ihnen am Anfang eines medienhistorischen und medientheoretischen Diskurs über die Medien über Verlegenheit spreche, hat nun schon fast etwas suspektes. Und noch suspekter ist, daß ich garnicht die Anstalten machen will zu widerlegen, was sie schon vermutet haben. Denn ich kann Ihnen nämlich keineswegs als Praktiker aus dem Radio eine Theorie des Radios herleiten, sowie ein Elektroingenieur das vielleicht noch für die Rechenformel eines Blindwiderstands in Wechselstrom-Schaltungen zu tun behaupten könnte. Eine Theorie

¹ Seminar-Vortrag im Rahmen des Seminars "Radio-Days, Serialisierung und Demoskopie - Zur Geschichte des amerikanischen Radios", Humboldt Universität Berlin, Sommer Semester 1996

der Medien, die die Praxis der Medien anleitet, gibt es nämlich nicht. Nicht nur nicht im Radio, so auch nicht für den Film und nicht für das Fernsehen.

Das ist allemal Grund für jede Verlegenheit. Denn ich muß den Verdacht bestätigen, daß wir Medienmacher etwas machen, ohne im geringsten eine Theorie davon zu haben, was wir tun. Wir halten uns an Rundfunk-Gesetze und Presserats-Vorschriften und viele Gewohnheiten, geschriebene und ungeschriebene, aber das ist nur der weite, äußere Rahmen. Ansonsten sind unsere Entscheidungen genau das, was man mit einem wichtigen Begriff aus der Linguistik "arbiträr" nennen könnte. Ich bin also verantwortlich für das Vierte Hörfunk-Programm von Radio Bremen und entscheide - zusammen mit den KollegInnen und Kollegen, was die Sache noch komplizierter macht -, was ins Programm kommt. Welche Musik, welche Moderatoren, welche Inhalte. Unsere Entscheidungen: was wir ins Programm bringen, - das beobachte ich immer wieder, auch an mir selbst - sind letztlich "arbiträr", d.h. sie sind nicht beliebig oder blind, sondern genau das, was Saussure in seinem "Cours de linguistique generale" über die Zuordnung von Signifikat und Signifikant des Zeichens sagt(dazu: Weber:1978, 20ff). Meine Beobachtung meiner Arbeit, unserer Arbeit sagt mir: Die Arbitrarität eines sprachlichen Zeichens ist letztlich der Arbitrarität einer Programm-Entscheidung in den Massenmedien äquivalent, denn wir urteilen ganz nach eigenem Ermessen und letztlich und gerade in den hunderten Details immer mit einem hohen Anteil von Willkür, noch lang bevor das Publikum über unsere Arbeit seinerseits geurteilt hat. Das Publikum aber urteilt auf eine Weise, von der wir letztlich nichts wissen. Wir können das Urteil des Publikums nicht logisch oder sachlich in unsere Entscheidungen einbeziehen. Denn für uns urteilt das Publikum nicht durch sein Urteil selbst, sondern nur durch das Zeichen seines Urteils, nämlich durch seine Präsenz oder A-Präsenz, also ob - und ggf. wie lange es uns zuhört oder nicht, was wir wiederum demoskopisch einigermaßen zuverlässig erfragen. Es gibt jenseits hart geschriebener juristischer Gesetze kein anderes Kriterium zur Aufrechterhaltung unserer Programm-Entscheidungen, als der Maßstab, daß das Publikum da ist. Das ergibt dann die sogenannte Quote. À la longue kann kein Medienverantwortlicher mehr seine Entscheidungen aufrechterhalten, wenn er für seine Programme kein Publikum mehr hat.

Also ergeben sich drei Entscheidungsebenen für unsere Arbeit: die Ebene A, auf der wir unsere eigenen Entscheidungen treffen, was wir senden oder nicht, dann die Ebene B der Entscheidung des Publikums, deren Grund und Motiv wir nicht kennen, und die Ebene C der Entscheidung, das Da- oder Nicht-Dasein des Publikums für eine, unseren Entscheidungen entsprechende oder zumindest kompatible Entscheidung zu halten. Sie sehen, daß alle drei Entscheidungen jeweils arbiträr sind, aber daß sie nur scheinbar auf getrennten Ebenen laufen: unsere Entscheidung für dieses oder jenes Programm, zweitens die des Publikums, Da- oder nicht Da zu sein, wenn wir senden und drittens: das Dafürhalten dieses Da/Nicht-Daseins als eine Entscheidung. Die letzte Ebene, die Bewertung über das Da- und Nichtdasein des Publikums findet nämlich schon wieder auf der ersten Ebene, nämlich auf der unserer ursprünglichen Entscheidung statt. Unser Job in den Medien ist es, alle diese drei Entscheidungen möglichst in ein spezifisches Gleichgewicht zu bringen, weil wir ja glauben müssen, wir würden die Sache steuern.

Oder zumindest doch ein spezifisches Gleichgewicht anzunehmen, irgendeine Art von Abhängigkeit dieser Entscheidungen zu finden.

Ich will ihnen die Ratlosigkeit, die in diesen Entscheidungskreisläufen herrscht, am schönen Beispiel der Fernsehsendung "Wetten Daß" erläutern. Den Plot kennen sie: jemand schließt mit dem Fernsehen eine möglichst verrückte Wette ab, von großer Unwahrscheinlichkeit für den normalen Menschenverstand, und wettet gegen einen stellvertretenden Zuschauer, der ein Prominenter ist auf das Gelingen der Sache im Fernsehen. Kein Programmverantwortlicher kann Ihnen zureichend begründen, warum dieser armselige Plot so nachhaltig erfolgreich ist, mit riesigen, einsamen Quoten am Samstagabend. Ihre Remakes in Italien oder England sind es ja auch nicht, oder zumindest nicht in diesem Maße. Außerdem verstößt die Sendung gleich gegen mehrere Erfahrungsregeln: Diese Serien der Aufenthaltversuche eines mißlingenden Scheitern sind viel zu lang - gemessen an sonstigen Unterhaltungsshows; die Show-events, also die Wetten, sind oft viel zu kompliziert; die Sendung ist keineswegs schnell, sondern hat lange pausenartige Sequenzen usw. Die Macher diese Sendung sehen überdies eine andere Sendung als die Zuschauer. Denn die Macher haben die Demo-Videos gesehen, die die Wettkandidaten einschicken müssen, um ihre Wette zu zeigen, und das muß eine außerordentlich witzige Sache sein, die wir als Fernsehzuschauer bloß noch nie gesehen haben. Wie da zuhause, mit wackelnder Home-Video-Kamera aufgenommen Karl Heinz auf die Leiter steigt, die auf vier rohen Eiern steht, ohne daß sie kaputt gehen. Home-Videos sind in der Mehrzahl die Auswahlitems der "Wette-Daß"-Macher. Aber so was kann man natürlich nicht im Fernsehen zeigen, das wäre dann sofort eine völlig andere Sendung a la "Offener Kanal" oder "Zeige mir Dein Home-Video" und würde am Samstag Abend - solche Sendungen hats ja gegeben - hoffnungslos abstürzen. Also scheint der Clou in der Sache in der aufwendigen Reinszenierung der Wette zu liegen, die aber doch gerade alle Glaubwürdigkeiten einschränkt auf diesen großen, kühlen, atmosphärenlosen Bühnen einer Stadthalle zum Beispiel, wo David Copperfield doch inzwischen schon ganze Eisenbahnwaggons des Orient-Express spurlos verschwinden läßt, um gegen das Fernsehen als Fernsehen zu wetten. Und da soll das mit der simplen Leiter und den vier Eier kein Trick sein, kein "Fake"? Warum gucken die Leute "Wetten daß" nach Jahrzehnten immer noch? "Der große Preis" ist eingegangen und "Einer wird gewinnen" schon lange, also warum "Wetten daß" nicht?

Das Problem, die Unentscheidbarkeit eines Programmerfolgs ist prinzipieller Natur. Das liegt an dem von der Systemtheorie neuerdings aufgedeckten Re-Entry-Problem aller Entscheidungslagen in den Massenmedien. Das ist garnicht falsch gedacht. Wenn Sie Computer programmieren, was ich Ihnen empfehle zu tun, weil Computer die Sprache sind, die wir in Zukunft zu sprechen haben, also wenn Sie das ein wenig kennen, die Frage der Programmierung, dann kennen sie auch das überaus heikle Problem des Re-entrys in rekursiven Funktionsabhängigkeiten: - und seien sie nicht erstaunt, daß ich Computer-Programmierprobleme als Beispiel für Medienentscheidungskrisen herantühre:

Ein und dieselbe Funktion X ruft nach ihrem Aufruf X(a) sich selbst noch einmal mit einem Aufruf X(b) auf und dieser Aufruf verändert die Variablen des Aufrufs X(a), wenn der

Aufruf X(b) auf den Stackbereich des Aufrufs X(a) zurückgreift, was, da Computer simple binärlogische Maschinen sind, zum heillosen Absturz führt.

Vor einer strukturell ähnlichen Absturzgefahr steht auch nahezu jede explizite Programmentscheidung in den Medien. Wir müssen nämlich unseren eigenen Medien-Programm-Entscheidungen verbinden mit einem Re-Entry, mit einem Wieder-Eintritt der Entscheidungen des Publikums in unseren Entscheidungskreislauf, und zwar an der Stelle unserer eigenen Voraussetzungen, obwohl es keine prinzipielle Logik dafür geben kann, dieses Re-Entry, diese Rekursion der Entscheidung des Publikums auf unsere Programmentscheidungen tatsächlich logisch zweifelsfrei zu vollziehen. Es gibt da also die gleichen Abstürze. Niklas Luhmann, der in seinem neuesten Medienbuch, auf das ich noch zu sprechen kommen werde, hält dieses unlösbare Re-Entry völlig zu Recht für eine Grundstruktur der Massenmedien, die in Bezug auf Beobachtung und Entscheidung in diesen Medien ganz zwangsläufig dazu führen muß, daß eine "unresolvable indeterminacy", eine unauflösbare Unentscheidbarkeit auftritt, die, so stehts bei Luhmann, in den strengen Formen unserer herkömmlichen zweiwertigen Logik "nicht mehr behandelt werden kann"(Luhmann:1996, 25).

In diesen blöden, unscharfen Kreislauf des Entscheidungs-Re-Entrys, der unauflösbaren Unentscheidbarkeit müssen wir Medienprogrammhersteller uns immer wieder begeben und unser Job ist es, darin trotz allem eine Art von Gleichgewicht zu erzeugen. Sie können auch sagen: wir sind die geborenen Weltmeister im guten Miene-Machen zu einem tendenziell immer bösen Spiel. Der Rest sind ziemlich haltlose Rationalisierungen des Mißerfolgs von Sendungen und/oder ziemlich hohltönende Ideologien darüber, warum wir Erfolg haben. Jetzt verstehen Sie vielleicht, warum meine Arbeit in meinem Sender eher keine Berufung sein kann, sondern mit vielen Verlegenheiten zu tun hat.

Was das schon immer so? Ist die Geschichte der elektronischen Massenmedien, die Geschichte des amerikanischen Radios zum Beispiel, eine solche Geschichte der Verlegenheiten? - Ich schlage vor, um einen tragfähigen Anfang für uns alle zu finden, daß wir uns erstmal, noch einmal, auf die Verlegenheit selbst, auf das Wort, verlegen. Das in dieser Substantivierung steckende Verb heißt schlicht: "verlegen". Es bedeutet noch schlichter zunächst "legen". Eine Leitung, ein Kabel wird in die Wand verlegt, wie sie wissen, meistens unter Putz. Erst damit kommt es genau an den Ort zu liegen, wo es hingehört. Beim Verlegen wie bei der Verlegenheit geht es immer um den Ort, wo etwas hingehört und zugleich auch um den, wo nichts hingehört, hier zum Beispiel der glatte Putz. So aber, und hier belehrt uns das Grimmsche Wörterbuch ganz subtil und genau, entwickelt sich "aus verlegen, belegen mit etwas... die Bedeutung "versperren, zusperren". Denn wenn es gelegt ist, das Kabel, dann gehört da, an die Stelle des Kabels, nichts anderes hin, oder, um es anders zu sagen, wenn es darunter liegt, also unter Putz: alles. Da ist ein Kabel verlegt und sonst nichts. Das führt zu einer im 19. Jahrhundert noch ganz geläufige Bedeutung des Wortes: Jemanden den Weg verlegen. Soldaten wird der Weg verlegt durch die gegnerischen Linien. Viel früher schon hat Luther das Wort oft benutzt im Sinne von "widerlegen". "Jemand seine Worte verlegen und höflich verwerfen"(Bd. 25, 759), diese Wendung benutzt Luther. Daraus hat sich erhalten, daß wir

etwas "verlegen", wenn es nicht stattfinden kann, zum Beispiel ein Konzert oder einen Seminartermin. Wir verlegen den Termin oder das Ereignis nämlich damit genau nicht an den Ort, wo es hingehört, sondern an einen ganz anderen. Noch im 18. Jahrhundert umfaßte das wiederum die Bedeutung, Geld auszugeben, Geld zu verlegen, für einen anderen. Also nicht für sich, wo's hingehört, das Geld, sondern für einen anderen. Man verlegte jemanden etwas, zum Beispiel eine Summe Geld, und das hieß, man legte ihr oder ihm Geld aus. Von dieser Bedeutung des Verlegens, also des Geld Auslegens, kommt der "Verleger" her, also der, der ein Buch verlegt. Ein Verleger druckt es ja nicht, das macht der Drucker und er vertreibt es auch nicht, das macht der Händler, sondern er legt etwas aus, um es zu verlegen und also verlegt er es. - Und dann gibts natürlich noch die Alltags-Defizienz, eine Verlegenheit, die wir alle kennen: etwas verlegen, im Sinne von: Ich hab's verlegt und finds nicht wieder. Irgendwie an einen falschen Ort, der aber, wie wir aus Edgar Allan Poes Geschichte vom "Verlorenem Brief" wissen, eben genau der richtige Ort sein kann, nämlich da, wo es hingehört. Dieser berühmte Unort der besten Wahrscheinlichkeit, die erst Ort ist, wenn man es oder ihn, den Brief zum Beispiel, gefunden hat. Das macht schon verlegen, wenn man oder frau wieder mal etwas verlegt hat.

In jeder Verlegenheit, die uns so überkommt, steckt immer auch etwas von einem Hang. Der Hang, etwas immer wieder zu tun, immer etwas zu verlegen, tut etwas mit uns, nicht wir mit ihm. Hang ist ein deutsches Wort, das so plurallos ist wie wenige andere. Womit wir, bei dem "Sich verlegen auf etwas" angekommen sind, was dieses singulare Sich ins Spiel bringt, das Mich, das singuläre Selbst, das Ich, das Subjekt, das einen Hang hat, "sich auf etwas zu verlegen", und darin Sich und Selbst irgendwie am falschen und richtigen Ort zugleich anhängt, wenn es sich auf etwas verlegt. Denn niemand kann existieren, sagt Avital Ronell, die klügste unter den amerikanischen Medientheoretikerinnen in einem Interview, das ich im Internet gefunden habe, niemand kann sein, ohne an etwas zu hängen.

"I think that the structure of addiction is fundamental".

Das sich verlegen auf etwas ist hat Teil an einer tiefen aktuellen Grundstimmung moderner Gesellschaften, mit der es Avital Ronell in ihrem Buch "Drogenkriege. Literatur, Abhängigkeit, Manie", aufnimmt wie lange schon keine und keiner mehr vor ihr. Lesen Sie dieses kleine Buch von A bis Z, das ist meine erste Botschaft in diesem Seminar.

Es geht in diesem Büchlein mit dem englischen Titel "Crack Wars", was ja auch so viel heißt, wie "Brecht die Kriege" und zugleich "Spitzen-Kriege", "Super-Kriege", aber eben auch "Drogenkriege", - es geht darin um Sucht und um Drogen, aber nicht in dem vordergründigen Sinn, den man eine "kulturelle Verirrung" im Sinne der Betäubungsmittel nennen könnte. Es geht um

Drogen in dem Sinne "einer besonderen Form der Sucht ... oder der Struktur, die philosophisch und metaphysisch unserer Kultur zugrundeliegt" (Ronell:1994, 25)

und diese Struktur ist, ich nehme es vorweg, die der Medien.

Medien, so wie sie in den vervielfältigten Kanälen technologisch grassieren, expandieren, sich ausschütten auf die modernen postindustriellen Gesellschaften, setzen

auf und reproduzieren zugleich jenen Hang, jenes Verlegt sein auf, alle Abhängigkeiten und Addictions, deren Voraussetzung sie sind. Avital Ronell schreibt in einem Aufsatz, der gleichfalls oben auf meiner Literaturliste für dieses Semester steht:

"Indem das Fernsehen abwechselnd stimuliert und sediert, [aufreizt und beruhigt] und dabei stets Ängste produziert, gehört es in den Bereich der Drogen"(Ronell:1996, 293),

und da es nicht um das Betäubungsmittelgesetz und die Pflanzen selbst geht, heißt das: Fernsehen, TV und Video umspielen einen und spielen mit einem fundamentalen Zug des Seins und des Daseins, der nicht anders gefunden werden kann, in der Tat, als in einer Relektüre der Heideggerschen Analyse des Hangs, des Drangs und der Sorge in Sein und Zeit. Man muß Heideggers Begriff von Seinsgeschichte und Geschichtlichkeit des Seins schon ernst nehmen. Weil Heidegger in einer Zeit, als das erste elektronische Massenmedium, nämlich das elektromagnetische Radio erkennbar seinen Siegeszug anzutreten im Begriff war, über Sein und Seiendes, Dasein, Sorge, Geworfenheit und Hang philosophiert, ist er der wichtigste Philosoph der ersten Hälfte dieses Jahrhunderts. Niemand, der über die moderne Gesellschaft etwas wissen will, kommt an Heidegger vorbei. Und deswegen ist das Kernstück der Analyse von Avital Ronell's "crack-wars" dem §41 aus Heideggers "Sein und Zeit" gewidmet, dem Kapitel "Das Sein des Daseins als Sorge". Dann folgt eine verblüffende Lektüre von Flauberts Madame Bovary und schließlich lesen wir wunderbare fiktive Dialoge zwischen Margarete Faust, Margeritte Duras, Martin Heidegger und Ernst Jünger, der nicht nur alle Käfer der Natur, sondern auch alle Drogenerfahrungen der modernen Welt gesammelt hat, aus Erfahrung am eigenen Leib.

Denn die Sucht: Marhuana, Coks, Crack, Abhängigkeiten von Süchten aller Art, nach Drogen, pflanzlich, synthetisch, nach Technologien, all diese addictions dringen ja nicht nur immer tiefer in die inneren Strukturen unserer Gesellschaften ein; es ist nicht zu bestreiten, daß in Nordamerika dasjenige business mit dem weitaus größten Umsatz vor allen General Motors und der gesamten Autoindustrie immer noch und in steigendem Maße das weltweite Geschäft mit den Drogen ist; der Welt größter Wortschafts-Branche sozusagen. Aber nicht das ist das Argument, das freilich keiner von der Hand weisen wird. Viel tiefer liegt, daß jene "addictions", der Hang des Selbst, der Sichs, der Subjekte,

"das süchtige Dasein"(55), wie Ronell sagt, "ein bestimmter Typus des 'Im Rausch-Seins' [ist], der in jeder Beziehung mit dem schlechten Gewissen unserer Ära zu tun hat."(13)

"Was aber", ich wiederhole Ronells Frage, "wenn 'Drogen' der Name einer besonderen Form der Sucht wäre oder der Struktur, die philosophisch und metaphysisch unserer Kultur zugrunde liegt?"(1994,25)

Vielleicht kann ich Sie jetzt ein wenig auf die Spur dessen locken, was ich mit "der Verlegenheit der Medien" meine. Die Medien tun etwas, aber sie wissen nicht, was sie tun. Es existiert eine praktische und theoretische Verlegenheit der technischen Medien, (wir müssen später genauer sein und sagen: der elektromagnetischen Medien), die sich darauf verlegt, uns auf etwas zu verlegen. Und es nicht weiß; uns aber auch nicht in den

Zustand bringt, es zu wissen. Eine doppelte Verlegenheit, aber noch nichts, was das schlechte Gewissen erzeugt, von dem Avital zu provozierende spricht.

Avital Ronell ist Amerikanerin, Philosophin, Komparatistin und Medienforscherin zugleich, ihr schönstes Buch ist das über das Telefon, das bis in eine Typografie hinein telefonisch argumentiert. Ich setzte ihre These ausdrücklich an den Anfang dieses Seminars über die amerikanische Radiogeschichte, damit wir nicht nicht ganze ohne Fluchtpunkt im heute bleiben, nicht ganz ohne zuhause, wenn sie so wollen. Und zuhause, das ist hier und jetzt, und es herrscht hier zuhause "ein schlechtes Gewissen".

Ronell Thesen sind verblüffend und ich will sie Ihnen nicht vorenthalten. Zum Fernsehen sagt sie, Fernsehen sei das Gesetz. Das Fernsehen ist der Ort und Diskurs des Gesetzes. Nicht des legislativen oder exekutiven Gesetzes unserer Jurisdikation, sondern das Gesetz im Sinne der Setzungen, in dem Sinne der außerordentlichsten aller Setzungen, die, wie uns der Rechtsphilosoph Carl Schmitt in diesem Jahrhundert noch gelehrt hatte, als ein Akt des Souveräns und des Ausnahmezustands zugleich daherkommen müssen. Aber das Fernsehen macht seine Setzung als Gesetz ohne Rekurs auf jegliche Souveränität und als platteste Wirkung des technologischen Normalzustandes.

"Ich vertrete die Auffassung", schreibt Avital in ihrem Aufsatz über das zusammengeprügelte Polizeioffer Rodney King, "daß das Fernsehen immer in Beziehung zum Gesetz gestanden hat, und diese Tatsache verortet es am Schauplatz eines kritischen Traumas. Auch wenn das TV keine Gesetzes-Metonymien produziert (also keine "konkreten" Gesetze, W.H.), verursacht es dennoch einiges Nachdenken über seine traumatischen Verbreitungen (so als hätte es "konkrete" Gesetze gemacht. W.H.)"(292)

Das Fernsehen setzt etwas schweigend in die Welt. Im Fall Rodney King zum Beispiel: Gewalt und Drogen. Rodney King, der Schwarze, der von weißen Cops zusammengeknüppelt wird steht für Crack, also den unberechenbarsten Drogen-Trip, sagt die Verteidigung, also die defense der Cops. Der Schwarze auf dem Trip muß geprügelt werden, weil das Opfer immer wieder unberechenbarste Anstalten zum Angriff macht. Das Fernsehen im Fernsehen, also das King-Video wird auf Slow-Motion umgeschaltet. Drogen, Gewalt, Ordnung und Rassismus werden von der Anwälten der Cops in die Super-Slow-Motion des Videos hineingedehnt, sozusagen Bild für Bild gesetzt. Der, der sich wehrt, ist auf dem Trip und also ist sein sich wehren das Zeichen von Angriff. Das ist das Gesetz eines ganz anderen Gesetzes von Gewalt, oder besser die Gewalt als der traumatische Effekt eines Gesetzes der Gewalt eines Massenmediums. Die Hüter des Gesetzes, also die Cops, sind auch Hüter dieses Gesetzes und daher freizusprechen.

Nicht die Absurdität, ein Geprügelter sei auf Angriff gedoped, verschafft uns dieses schlechte Gewissen unserer Ära, von dem Ronell spricht. Das schlechte Gewissen liegt allein in der Bedingung der Möglichkeit, in ihrem Offenhalten der Möglichkeit einer grotesken und brutalen Absurdität totprügelnder Cops, deren Untat sich im Bild für Bild Rhythmus des Fernsehens als Gesetz der Logik eines Systems darstellt, das so das Opfer ein zweites Mal zum Opfer macht.

Das gute und das schlechte Gewissen - das nichts mit dem Gewissen einer Öffentlichkeit zu tun hat, sondern einen wiederum sehr philosophischen Begriff des Gewissens impliziert, denn sie können die amerikanische Medientheoretikerin nie ohne den deutschen Philosophen Heidegger lesen - das Gewissen also als der "Ruf der Sorge", als ein weiterer Effekt jenes Hangs nämlich, den die Massenmedien implizieren und ausschließen zugleich, diese so radikalisierte Gewissensfrage ist natürlich auch etwas sehr amerikanisches. Amerikanisch, was die Medien betrifft, was diesen seltsamen Puritanismus betrifft, den amerikanische Medien bis heute kennzeichnet, der eben ganz so verlogen, wie man meinen mag, nicht ist, sondern auf ein sehr viel grundlegendes Trauma verweist, das die Massenmedien, und die, die an ihnen hängen, zu gewärtigen haben.

In Deutschland gibt es, aus unserer Geschichte der Massenmedien und speziell des Radios ein anderes Trauma, eine andere dezidiert traumatische Erfahrung:

Ich meine die des Faschismus und des Führerradios, der Goebbelschen Inszenierungen der Macht, der psychotischen Massenappelle, der massenästhetisch perfekten Simulationen der Macht.

Dieser technologisch gestützte, massenmediale Machtrausch hatte eine dezidierte Irrealität zum Ziel: nämlich den Einsatz dieses dumpfen Massenleibs namens "Volk", dieses Amalgam von Führer und Volk als das erklärte zentrale faschistische Dispositiv der Macht.

Wir sollten bei allen Diskussionen um die faschistische Massenästhetik diese fatale Pionierfunktion dieses humpelnden, klumpfüßigen kleinen Mannes Josef Goebbels nicht vergessen.

Goebbels hat das Deutsche Radio zum Massenmedium gemacht hat im modernen Sinn, zum Massenmedium im Sinn von Meinungsträgerschaft und Meinungsführerschaft, und zwar unter der sich in diesem Massenmedium reproduzierenden Voraussetzung, daß es die Masse nicht gibt, daß es keine Masse gibt, sondern das der Masse gerade entgegengesetzte Pathos des geführten Volk. Goebbels hat das Volk sozusagen an den Unort der Masse identifiziert.

Man hat ja auch Goebbels immer wieder diese Leistung attestiert, aus dem Medium Radio das erste Mal ein effektives Massenmedium gemacht zu haben, während er in Wirklichkeit die Spuren des größten Verbrechens dieses Jahrhunderts unkenntlich machen will: nämlich die Effektivität des faschistischen Apparats. Diese Goebbelsche Wahrheit, diese Inszenierung einer Nicht-Existenz der Massen im großdeutschen Massenmedium Rundfunk, ist unser spezifisches deutsches Trauma, eine massenmedialen Wunde, die sich offenbar zu schwer schliessen läßt.

Die 1989 noch einmal aufgerissen ist durch den über die Massenmedien vermittelten Untergang der DDR, der deswegen heute, nach sieben Jahren, immer noch oder schon wieder für viele etwas zutiefst irrales hat.

Diese traumatischen Figuren einer nur medial inszenierten Volksmasse, das ist ein deutsches Schicksal, eine deutsche Verkettung, die uns noch heute hochempfindlich macht gegen alles, was aus den Massenmedien kommt.

Luhmann

Dieses grundlegende Trauma der Massenmedien aus Deutschland sollten Sie im Blick behalten, wenn Sie, was ich Ihnen als eine mühevollere Lesearbeit nicht gerne empfehle: das neueste Buch Niklas Luhmanns lesen, das den so verführerisch einfachen Titel trägt: "Die Realität der Massenmedien". Es ist ein vergleichsweise kaltes, nüchternes, aalglattes Buch. Es bemüht sich fast spürbar darum, von einem Schicksal der Massenmedien oder gar einem deutschen Schicksal derselben erst gar nicht zu reden. Obwohl sie bei Luhmann kein Wort über Geschichte finden werden, schlage ich dennoch vor, dieses Buch als den zweiten Fluchtpunkt dieses Seminars über amerikanische Radiogeschichte, also den Anfang der amerikanischen Massenmedien zu nehmen.

Massenmedien, sagt Luhmann, sind dadurch definiert, "daß keine Interaktion unter Anwesenden zwischen Sender und Empfängern stattfinden kann,"(11) "daß eine mündliche Interaktion aller an [der] Kommunikation Beteiligten wirksam und sichtbar ausgeschlossen wird ... Selbstverständlich bleibt mündliche Kommunikation als Reaktion auf Gedrucktes oder Gefunktes möglich. Aber das Gelingen von planmäßiger Kommunikation hängt davon nicht mehr ab. So kann im Bereich der Massenmedien ein autopoetisches, sich selbst reproduzierendes System entstehen, das auf Vermittlung durch Interaktion unter Anwesenden nicht mehr angewiesen ist.(Luhmann:1996,34)

Die Frage ist ebenso radikal wie einfach: Gibt es eine Realität, die die Massenmedien irgendwie abbilden oder ist es so, daß sich die Massenmedien ihre eigene Realität überwiegend und wesentlich selbst schaffen. Antwort: letzteres. Ich gebe ihnen ein paar Zitate:

"Immer handelt es sich um Ereignisse, die gar nicht stattfinden würden, wenn es die Massenmedien nicht gäbe. Die Welt wird gleichsam zusätzlich mit Geräusch gefüllt, mit Initiativen, Kommentaren, Kritik"(70) Und noch genauer: "Sinnkondensate, Themen, Objekte entstehen ... als 'Eigenwerte' des Systems massenmedialer Kommunikation. Sie werden im rekursiven Zusammenhang der Systemoperationen erzeugt und sind nicht darauf angewiesen, daß die Umwelt sie bestätigt."(75) "Jede Sendung verspricht eine weitere Sendung."(26) "Das System ist, trotz riesiger Speicherkapazitäten, eingestellt auf schnelles Erinnern und Vergessen"(35) Informationen in diesem System sind nur noch definiert als "irgendein Unterschied, der bei einem späteren Ereignis einen Unterschied ausmacht"(Bateson nach Luhmann;1996,39) Massenmedien erzeugen so eine neue Zeitlichkeit: "Dominanz des Vergangenheit/Zukunft-Schemas, Uniformisierung der Weltzeit, Ausdehnung der Gleichzeitigkeit auf Ungleichzeitiges"(44) Massenmedien verbeiten "Ignoranz in der Form von Tatsachen, die ständig erneuert werden müssen, damit man es nicht merkt"(53)

Das ist Klartext in Sachen "Realität der Massenmedien". Die Realität der Massenmedien, genitivus subjektivus, kommt zu einem skandlösen Ergebnis: Sie existiert nicht, real ist hier wenig, Luhmann nennt das: "Umwelt", was nichts mit Ökologie zu tun hat, ist bestenfalls ein Korrektiv für die ursächliche Selbstreferentialität des Systems.

"There are no mass media" hat Bernhard Siegert jüngst, in einem Aufsatz, den sie lesen sollten, und auf meiner Literaturliste finden, geschrieben: Es gibt keine

Massenmedien (Siegert:1996). Oder sagen wir es noch deutlicher: Es gibt keine Medien, deren Eigenschaft oder Wesen es wäre, die Massen zu einem Subjekt oder Objekt, zu einem intellegiblen, historischen Wesen, zu einem denkenden Körper zu machen oder als ein solches Subjekt/Objekt voraussetzen.

Die These ist systemtheoretisch kongruent: Massenmedien sind im wesentlichen "selbstreferentiell" - also in dieser von mir vorhin beschriebenen "Verlegenheit". Massenmedien entziehen sich jeder Realität, die sie abzubilden vorgeben, indem sie ihre selbstreferentiellen, konstruktivistischen Kreisläufe stets als immer schon gegebene, als "ihre" Realität behaupten, und damit als einzig gültige, obwohl sich zeigen läßt - und die Systemtheorie tut das neuerdings messerscharf -, daß diese selbstreferentiellen kommunikativen Kreisläufe der Massenmedien alles andere als in sich schlüssig sind, alles andere als logisch, alles andere als begründet oder mit irgendeinem Anspruch auf Verifikation und Wahrheit ausgestattet.

Man kommt also in die seltsame Verlegenheit zu erklären, woher es den Anschein hat, daß die Massenmedien Realität haben, obwohl sie keine haben, und wie es kommt, daß das, was keine Realität hat und keine Realität zeigt, dennoch funktioniert, sich reproduziert, Gesellschaften reguliert, Politiker aufbaut und fallenläßt, Themen setzt, massenhaft unterhält, massenhaft Freizeit totschrägt, massenhaft Nachrichten verbreitet, massenhaft Werbung macht, immer dieselben, manchmal auch neue Filme und Unterhaltungsshows zeigt und die halbe Welt mit einem Informationsimperialismus überzieht, der dieselben Terroristen, wenn sie Israelis sind, als gerechte Kämpfer erscheinen läßt und wenn sie von der Hamas sind, als Verbrecher gegen die Menschheit. Die Pointe der These von dieser Realität der Massenmedien ist, daß mit dem Aufkommen der Massenmedien die Massen in den Medien keine Realität haben.

Sie sollten sich nicht über die spürbare Aktualität dieser These nicht täuschen, die Frage ist in Wirklichkeit nicht neu. Mitten in der Hochphase der amerikanischen Radiogeschichte, im New Deal der 30er Jahre, in den hey-days der Serials, der ersten Newsshows, der ersten Games und des aufblühenden Swing, von 1936 an etwa, wird sie das erste Mal laut und deutlich gestellt. Denn es zeigte sich damals das erste Mal, daß das erste sogenannte Massenmedium, nämlich das zu dieser Zeit bereits in 35 Millionen Haushalten und 5 Millionen Autos verschaltete Radio, eine weithin rätselhafte Wirkung entfacht. Oder anders gesagt: es ging, während in Europa das goebbelsche Führerradio tönte, auch in Amerika das Massenmedium als Massenmedium zu konstituieren.

Denken Sie nur an die ja keineswegs übertriebenen Phänomene der tausendfachen Panikreaktionen auf "War of the Worlds" im Oktober 1938, die ihrerseits von dem bedingt war, was man in Amerika von der massenmedialen Wirkung des Radios im faschistischen Deutschland erfuhr. Sie sehen schon, daß wir eine spezifische Interferenz haben zwischen der deutschen und amerikanischen Radiogeschichte, deren Einsatz wir zu verfolgen haben werden.

Die amerikanische Radioforschung will ab 1938, also auf dem Zenit der sogenannten "radio days", natürlich wissen, worum es geht. Sie ist es, die diese Frage nach der Realität der Massenmedien dem Grunde nach das erste Mal aufwirft. Es ist die Stelle, wo

historisch zwei Argumente, die seither die Massenforschung dominieren, regelrecht geboren werden: Die Entfremdungsthese und die Demoskopie.

1937 gründet Paul F. Lazarsfeld, ein österreichischer Emigrant, Mathematiker, theoretischer Physiker, Statistiker, Schüler der Entwicklungspsychologin Charlotte Bühler wie auch Jacques Lacan ... "The Princeton Radio Research Project", Aus diesen umfangreichen Arbeiten entwickelt sich der Nukleus dessen, was wir heute weltweit empirischen Sozialforschung nennen. Lazarsfeld ist der Stammvater aller Demoskopien, die seither die Massenmedien begleiten, ergänzen, skandieren, intermittieren, forcieren, - wird werden die Funktion der Demoskopie, die aus dem Radio kommt, zu diskutieren haben, denn ohne Demoskopie, da muß man Elisabeth Noelle-Neumann Recht geben, würden die Massenmedien nicht funktionieren.

Da gibt es eine Verkettung, die aufzudecken wäre.

Die Debatten aus der frühen amerikanischen Radioforschung, sechzig und mehr Jahre alt, klingen merkwürdig aktuell. Es gibt da wohl auch einen Zeitverlust der Massenmedien, der sich in der Langeweile wiederfindet. Bei den Massenmedien ist ja auf eine ausgezeichnete Weise auch Langeweile im Spiel; Langeweile in dem Sinn der Heideggerschen Langeweile-Vorlesung von 1929/30, in der Langeweile, über hunderte von Seiten, das erste Mal ein zutiefst philosophisches Thema wird. Möglicherweise hat dies, wie auch schon einige zentrale Aspekte von Sein und Zeit, mit einem aufkommenden Massenmedium namens Radio zu tun.

Aber jedenfalls hat der Streit um die Massenmedien aus dem Radioprojekt von 1938 nichts von seiner Zeitnähe eingebüßt. Es treffen in diesem Streit zwei Positionen aufeinander, die im wesentlichen die bis heute anhaltende Debatte um die Massenmedien bestimmen. Auf der einen Seite die These, daß die Massenmedien die Massen in einer verblendeten Entfremdung zurichten, verblöden, regredieren und kulturell deprivieren, eine These, die seither in allen linken Diskussionen nichts an Verführungskraft verloren hat. Nach Amerika gebracht hat diese Entfremdungsthese ein deutscher Emigrant, Theodor W. Adorno, der als Leiter der Music-Studies im eben gegründeten "Princeton Radio Research Project" vom ebenso jungen österreichischen Emigranten Paul Lazarsfeld einen Job bekommen hatte und mit ihm fortan in heftigsten Streit geriet.

Adornos Position, vorgetragen in einem auf Empirie und empirischen Befragungen angelegten Projekt, besagte nämlich dezidiert, daß die Manipulations- und Entfremdungskraft, die Verblendungs- und Verblödungsmacht der Medien von einer Art sei, daß man sie empirisch nicht messen könne. Empirisches Messen von Massenverhalten sei nämlich selbst schon eine Verblendungs- und Verblödungszusammenhang, der Vernichtung von Kultur und die Zurichtung der Massen auf Verblödung und Regression nur vervollkommene und perpetuiere, indem man sie, um sie zu messen, aufs Vermessen zurichte. Das könnte noch so, wie damals, heute auf der Medienseite im "Spiegel" stehen und stand dort, seit Mitte der 50er Jahre, dutzendemale.

Dagegen nun der Mathematiker und Statistiker Lazarsfeld, gewappnet mit allen Verfahren aus der damals jungen, aus der Physik herkommenden mathematischen Statistik. Er zeigt, daß es in den Massenmedien und im Verhalten von Massen zum

Beispiel bei Wahlabstimmungen oder im Konsum sehr wohl Verhaltensformen gab und gibt, die sich messen und damit vorhersagen liessen. Lazarsfeld mißt, qua Indikation und Meinungsdimensionierung, das Verhalten dessen, was später Elisabeth Noelle-Neumann, "unsere soziale Haut" nennen wird.

Noelle-Neumann, ab den 50er Jahren eine strenge Lazarsfeld-Schülerin, macht die amerikanische Massenforschung schon mitten im deutschen Faschismus, 1940 nämlich, in einer ersten historischen Studie bekannt. Diese mathematisch berechenbare "soziale Haut" der Massen konstituiert ihrer These nach jenen Teil der sogenannten Öffentlichkeit, der uns - paradox genug - sozusagen stets und immer verschlossen ist. Es gibt einen Massen- oder Öffentlichkeitskörper, den wir prinzipiell nicht kennen können. Hier wachsen die "Schweigespinalen" heran, unausgesprochene Tendenzen der Massen, die nur qua Befragung und Beobachtung mathematisierbar, berechenbar und damit, verzeihen Sie, existent sind. Und zwar so existent, wie die Gravitation als reziprokes Abstandsquadrat existent ist.

Dieser historische Streit zwei unversöhnlicher Positionen hat schon 1938 eine beliebige Schärfe erreicht. Und wird bis heute noch aus sehr zweifelhaften Gründen von den Adorno-Gesamtausgaben-Herausgebern unter dem Deckel gehalten wird, sodaß er, was etwa 500 Seiten Adorno-Text betrifft, unbekannt ist. Diesen Streit können Sie mit mir, anhand von Texten und Bibliografien, die ich Ihnen hinstellen werde, wiederaufleben lassen. In der historischen Dekonstruktion, die wir machen werden, wird die erste und einfachste Frage sein: was ist eigentlich das Gemeinsame in diesem Streit?

Ich will es vorwegnehmen: beiden, der These der "Kritischen Theorie" Adornos, Massen als regressiv verblendete Subjekte darzustellen, und dem "empirisch-demoskopischen" Versuch, Massen einen mathematisierbaren Quasi-Naturkörper zu geben, liegt der Effekt zugrunde, dem die Massenmedien prinzipiell unterliegen: nämlich die Massen eben nicht als "ihr" Subjekt, oder als "ihr" Objekt konstituieren zu können, sondern auf eine strikte Selbstreferentialität und Selbstbezogenheit im Diskurs der Massenmedien verwiesen zu sein, der sich gleichwohl verbirgt, "verlegt" und verleugnet.

Man wird nämlich einräumen müssen, daß erst die Entfremdungshypothese einerseits und gleichermaßen die demoskopische Naturkörper-These andererseits jene Realität der Massen der Massenmedien erst stiften, die sie für so entfremdet oder so demoskopisch unvollständig halten. Darin liegt die Nähe von Adorno und Lazarsfeld. Beide vollziehen traumatische Akte der Rettung, nämlich der Rettung der Realität der Massen, und Akte des schlechten Gewissens zugleich, das ja immer etwas zu vertuschen hat und hier vertuscht, was es doch weiß: nämlich das Massen als ein irgendwie anschreibbares Subjekt oder Objekt, als ein naturähnlicher Gegenstand, als Körper einer *res cogitans*, eben nicht existieren.

Adorno im Beschwören der Verblendung und Entfremdung und Lazarsfeld im Berechnen von Indikatoren einer Massendimension von "public opinion" verharren in gegenseitiger Erstarrung, wie gebannt in einem traumatischen Symptom.

Ich hoffe, daß ich Ihnen das und daß sie sich das an der Lektüre der Texte zeigen kann.

In der neueren Systemtheorie findet sich dieses Symptom sehr nüchtern und kühl, ahistorisch wie sie ist, als schwerlesbares Dilemma von Selbstreferenz und Fremdreferenz auf. Aber die De-Realisierung der Massen in den Massenmedien ist nicht einfach eine Struktur, sondern ist ein historischer Prozess. Wir haben zu dieser De-Realisierung der Massen in den Massenmedien keinen anderen theoretischen Zugang als den einer historischen Genealogie. Deswegen gehörten Heidegger, Avital Ronell und Bernhard Siegert auch an den Anfang dieses genealogischen Seminars über die Geschichte des amerikanischen Radios und nicht, weil Trauma und "schlechtes Gewissen" unserer Ära hieße, daß wir die Chance hätten, das Erbe diese Gewissens auszuschlagen.

Und das wäre der Plan der kommenden Wochen:

07.05.

Die Entstehung des amerikanischen Radios aus dem Geiste des Wechselstroms.

Diese Überschrift hat ein paar verborgene Pointen, die ich Ihnen jetzt nicht verrate. Jedenfalls geht es um die Linie Edison, der ja bekanntlich die Elektrizität nur als Gleichstromnetz akzeptierte, und Nikola Tesla, seinem wahrhaft phantasmatischen Gegenspieler und Wechselstrompropheten, unterstützt durch den Sozialisten und Lenin-Freund Charles Proteus Steinmetz

21.05.

Die Beginn der Serials

04.06.

March of the Time / John Cage

18.06.

Demoskopie

02.07.

Der DJ und die formatierte Zeit