

Jg. 6, H. 1, 2006

NAVI  
GATIONEN  
Zeitschrift für Medien- und Kulturwissenschaften

Nicola Glaubitz/Andreas Käuser (Hrsg.)  
Medieninnovationen und Medienkonzepte 1950/2000

# NAVI GATIONEN

Zeitschrift für Medien- und Kulturwissenschaften

## IMPRESSUM

### HERAUSGEBER:

Ralf Schnell  
Sprecher des Kulturwissenschaftlichen  
Forschungskollegs 615 "Medienumbrüche"

### WISSENSCHAFTLICHER BEIRAT:

Knut Hieckethier, Klaus Kreimeier,  
Rainer Leschke, Joachim Paech

### REDAKTION:

Michael Hellermann, Andreas Käuser,  
Susanne Pütz

### UMSCHLAGGESTALTUNG UND LAYOUT:

Susanne Pütz  
unter Verwendung eines Fotos von  
Michel-Jean Dupierris

### DRUCK:

MAJUSKEL MEDIENPRODUKTION GMBH

### REDAKTIONSADRESSE:

Universität Siegen  
SFB/FK 615 "Medienumbrüche"  
57068 Siegen  
Tel.: 0271/740 49 32  
Info@fk615.uni-siegen.de

Schüren Verlag GmbH  
Universitätsstraße 55  
D-35037 Marburg  
www.schueren-verlag.de

Erscheinungsweise zweimal jährlich

Preis des Einzelheftes: € 13,  
Jahresabonnement: € 20,-  
Jahresabonnement  
für Studierende: € 14,-

ISSN 1619-1641  
ISBN 3-89472-545-1

Nicola Glaubitz/Andreas Käuser (Hrsg.)

MEDIENINNOVATIONEN UND MEDIENKONZEPTE

1950/2000

Diese Arbeit ist im Kulturwissenschaftlichen Forschungskolleg 615 der Universität Siegen entstanden und wurde auf seine Veranlassung unter Verwendung der von der Deutschen Forschungsgemeinschaft zur Verfügung gestellten Mittel gedruckt.

SCHÜREN

Die Neuen Medien radikalieren diese Tendenzen. Die technische Realität des Internet gilt als Beweis für die Wirklichkeit der Globalisierung, ein Beweis allerdings, der angesichts der überwältigenden Zahl der Nicht-Nutzer des neuen Mediums kaum angetreten werden kann. Alle Zahlen sprechen von einer neuen Aufteilung der Welt.

Die Neuheit der Neuen Medien lebt nicht nur von ‚Innovationsschüben‘, ein Wort, das an ihre Psychopathologie erinnern mag. Zentrale Elemente der Theorien der Neuen Medien verdanken sich der ersten Modernität, und damit dem ersten Medienumbruch, aber sie gelten bis in die zweite Moderne hinein, die sich ihrerseits als Medienmoderne definieren kann. Die Möglichkeiten der Neuen Medien haben längst neue Avantgarden, einen neuen Begriff der Avantgarde provoziert. Die Möglichkeit der Erschaffung ‚Neuer Welten‘, gehalten im Rechner, erscheint als der vollendete Traum des Künstlers, der sich in der Tat, im Sinne der Utopien der Renaissance, als ‚zweiter Schöpfer‘ begreifen kann. Simulationen werden dabei völlig unabhängig vom Simulierten und seiner Materie; der ‚Erdenrest‘ wird aufgehoben. In seinem Kunstreich ist der neue digitale Theaterdirektor unbeschränkt in seiner Macht.

Gebunden allerdings bleibt seine neue ‚Welt‘ an den Apparat. Wie bei allen Medien verschwindet die ‚Erscheinung‘ dann, wenn der Apparat versagt, außer Kontrolle gerät. Das Postulat der universellen Machbarkeit von Frische und Neuheit, von bedeutender Gefälligkeit ist an lokale Konventionen gebunden, die von allen Beteiligten in einer „universellen Kommunikationsgemeinschaft“ einzuhalten sind. Die Grenze vom Medienumbruch zum politischen Umbruch ist klarer gezogen als die zum mentalen Rückbruch in „vorrevolutionäre“ Atavismen. Der Begriff der Neuheit als Alterität begrenzt unübersehbar auch die Neuheit der Neuen Medien in ihrem globalisierenden Anspruch.

Das kurze Ausgangsspiel ‚auf dem Theater‘, die Nachricht von der Neuheit in Massen, welche die Massen zwingen will, führte über jene brutal-romantische Archaisch der Serien und Telenovelas der entwickelten Audiovision bis hin zur Ermächtigung des Nutzers im Digitalmedium, die ihn alles wählen lässt, was ihm zuträglich zu sein scheint. Der Zapper, aber auch der bewusste Wähler selektiert, im Blick auf die ‚sozialen Fakten‘, regelmäßig nur das Eigene, und niemals das wirklich Fremde, das ihm aber doch irgendwann, als ‚Realität‘ im ‚Menü‘ schockartig entgegentritt, gerade dann, wenn er sich ruhig und entspannt zurücklehnen will. Ob diese Neuheiten, „wenn hinten, weit in der Türkei / Die Völker aufeinander schlagen“, immer noch bei einem „Gläschen Wein“, am „Fenster“<sup>12</sup> zur Welt stehend, konsumiert werden können, steht, bei allem Reiz des Neuen in den Neuen Medien, gegenwärtig auf dem Prüfstand nicht nur der Theorien.

<sup>12</sup> Goethe (wie Anm. 1), S. 34.

## DIE ÄLTESTEN IN DEN NEUESTEN MEDIEN

### Folklore und Massenkommunikation um 1950

#### VON ERHARD SCHÜTTPELZ

#### I KOMMUNIKATION

Der Durchbruch des Medienbegriffs kann als nordamerikanischer Doppelschlag rekonstruiert werden. Zuerst wurde der Kommunikationsbegriff Ende der 1940er Jahre wissenschaftlich verallgemeinert und absolut gesetzt, ein absoluter Begriff. Dann folgte der Medienbegriff und profitierte insbesondere in Toronto von der bereits geschehenen Absolutsetzung der Kommunikation. Erst aus beiden Schritten entstanden Medientheorie und Medienwissenschaften im heute geläufigen Sinne. Und das wissenschaftliche Feld, das die Medien verhandelt, heißt im internationalen Rahmen bis heute ‚Media and Communications‘ und bewegt sich zwischen Kommunikationsforschung und Medienanalysen – der terminologische Doppelschlag bleibt auf die eine oder andere Weise erhalten.

Die Absolutsetzung der Kommunikation um 1950 mit ihrer Einsicht ‚eigentlich ist alles Kommunikation‘ besaß zwei unterschiedliche Genealogien, die aber damals zu keiner Fusion gezwungen werden konnten. Nach substanzialisierenden und funktionalistischen Kommunikationsbegriffen entstand im Rahmen der Kybernetik und Informationstheorie ein *operativer* Kommunikationsbegriff.<sup>1</sup> Statt der Frage nach dem, was Kommunikation begründet oder welche Funktionen Kommunikation erfüllt (wie bei Harold Lasswell und allen angewandten Sozialforschungen), gab es zumindest eine Theorieentwicklung, die von den Operationen ausging und den Formalismus der Operationen betonte, ihre Reversibilität oder Irreversibilität, ihre Zergliederung in Flussdiagramme und Netzdiagramme, ihre Rekursivität und Beobachterabhängigkeit.

Ungefähr zeitgleich wurde ebenfalls in nordamerikanischen Theorien das Problem gelöst, das europäische Medientheorien der Zwischenkriegszeit nicht auflösen konnten, nämlich eine Theorie der Massenkommunikation und ihrer Mittel zu entwerfen, die *nicht* auf einer Dichotomisierung beruhte. Theorie der Massenmedien hieß in Europa bis zum 2. Weltkrieg: eine Theorie der Masse, um daraus abzuleiten: eine Theorie ihrer Manipulation durch Medien.<sup>2</sup> Diese Behandlung wurde entweder aus bürgerlichen und reaktionären Massenpsychologien oder aus linken Revolutionshoffnungen abgeleitet, und blieb dabei immer einer Dimension der Nicht-Massenkommunikation kontrastiert, ob diese ‚Bildung‘,

<sup>1</sup> Wiener, Norbert: „Time, Communication and the Nervous System“, in: *Annals of the New York Academy of Sciences*, Jg. 50, 1948, S. 197-220, hier S. 202.

<sup>2</sup> Vgl. die Anthologie von Kümmel, Albert/Löffler, Petra (Hrsg.): *Medientheorie 1888-1933*, Frankfurt a.M. 2002.

‚Schaubühne‘ oder ‚Aura‘ hieß.<sup>3</sup> Europäische Theorie der Massenkommunikation fokussierte sich bis in die 1950er Jahre an der Unterscheidung von Masse und Nicht-Masse und kam daher über die verschiedenen Dichotomien einer meist offen dargestellten Einteilung in *Masse und Elite* – diese konnte als politischer Führungsanspruch, Oberschicht, Bildungsschicht, Partei, Position der Aufklärung, künstlerische Avantgarde, überlegene Einzelgängerschaft oder als eine ihrer vielen Kombinationen auftreten – nicht hinweg. Was eine theoretische und exegetische Behinderung zur Folge hatte, denn alle gewonnenen Argumente und Diagnosen dienten letztlich einer Rechtfertigung der jeweiligen Dichotomie, also der eigenen Absetzbewegung und Aufwertung.

Erst um 1950 und in Nordamerika gibt es Entwürfe dafür, wie man Massenkommunikation ‚monistisch‘ behandeln kann, ohne in die überlieferten normativen Dichotomien zu verfallen. Die monistische Lehre von der Massenkommunikation hat Niklas Luhmann später in dem bekannten Aphorismus zusammengefasst: „Was wir über unsere Gesellschaft, ja über die Welt, in der wir leben, wissen, wissen wir durch die Massenmedien“<sup>4</sup> – es gibt kein Außerhalb dieses Wissens, weder in den Wissenschaften noch in der Kritik von Erzeugnissen und Ereignissen der Massenkommunikation. Aber diese Einsicht findet man bereits um 1950 in Nordamerika, auf theoretischer Seite insbesondere in der Kommunikationstheorie von Jurgen Ruesch und Gregory Bateson,<sup>5</sup> und in exegetischer Hinsicht in Marshall McLuhans erstem Buch, *The Mechanical Bride*.<sup>6</sup>

Die beiden folgenreichsten Entwicklungen der nordamerikanischen Kommunikationstheorie, die Entwicklung eines operativen und absolut gesetzten Kommunikationsbegriffs und eine neue monistische Behandlung der Massenkommunikation, haben Gemeinsamkeiten. Es handelt sich beide Male um eine Abkehr von *normativen* Theorien, also von den Wertsetzungen, die in funktionalistischen Theorien und in Masse/Elite-Dichotomien bestätigt und gewonnen werden sollten. Trotzdem sind beide Entwicklungen um 1950 zu keiner nachhaltigen Fusion gelangt. Es gab erst einmal keine in den Sozialwissenschaften erfolgreiche kybernetische Theorie der Massenkommunikation, und auch die exegetischen Bemühungen um Massenkommunikation konnten sich erst im Laufe von Jahrzehnten vom Erbe der europäischen Dichotomien lösen – wenn überhaupt.

## II MEDIEN

Aller Wahrscheinlichkeit nach ist die heutige Rede von den ‚Medien‘ ebenfalls in den nordamerikanischen 1940er Jahren entstanden, und zwar aus einer Abfolge

3 Zur politisch ambivalenten Herkunft der modernen Massenpsychologie: van Ginneken, Jaap: *Crowds, Psychology, and Politics 1871-1899*, Cambridge 1992.

4 Luhmann, Niklas: *Die Realität der Massenmedien*, Opladen 1996, S. 9.

5 Ruesch, Jurgen/Bateson, Gregory: *Communication. The Social Matrix of Psychiatry*, New York 1951.

6 McLuhan, Marshall: *The Mechanical Bride. Folklore of Industrial Man* [1951], Boston 1967.

und Gemengelage von Abkürzungen folgender Art: *mass communications* – *media of (mass) communication* – *mass media of communication* – *mass media* – *media* – *the media*: von den ‚Mitteln‘ der Massenkommunikation – so die damalige deutsche Übersetzung, wenn das amerikanische Wort der ‚media‘ für deutsche Leser zu übermitteln war – zu den Medien.

Aber eine Medientheorie ist aus diesem Wortfeld um 1950 noch nicht entstanden, und für die Entstehung eines Medienbegriffs hätte der Durchbruch des Kommunikationsbegriffs nicht ausgereicht, einfach deshalb, weil es fast allen nordamerikanischen Theoretikern um 1950 – in technischer, soziologischer und soziotechnischer Hinsicht – um die Vergleichbarkeit und Isomorphie der Medien und ihrer Operationen ging, um die Gleichartigkeit und Durchsichtigkeit der Kommunikation, auch bei Harold Innis.

Der Durchbruch des Medienbegriffs hat eine Grundlage, die heute zunehmend verschwindet, nämlich ein Bewusstsein der Analogie und Durchlässigkeit zwischen ältesten und (damals) neuesten Medien. Und diese Analogie war außerdem bei einigen Theoretikern und beim wichtigsten Propagandisten der Botschaft des Mediums entlinearisiert: die ältesten konnten und würden in den neuesten Medien wiederkehren. Von dieser Figur einer Wiederkehr der ältesten synästhetischen und sprachlichen Medien handelt die gesamte Auseinandersetzung der Schule, die nie eine Schule war, der ersten medientheoretischen Zeitschrift: *Explorations* von Edmund Carpenter und Marshall McLuhan. In ihrer gleichnamigen Anthologie gewinnt diese Doktrin folgende Gestalt:

Paradoxically, at this moment in our culture, we meet once more preliterate man. For him there was no subliminal factor in experience; his mythic forms of explanation explicated all levels of any situation at the same time. This is why Freud makes no sense when applied to pre- and postliterate man. [...] Just as the Eskimo has been detribalized via print, going in the course of a few years from primitive nomad to literate technician, so we, in an equally brief period, are becoming tribalized via electronic channels. The literacy we abandon, he embraces; the oral language he rejects, we accept.<sup>7</sup>

Die Entstehung der Medientheorie im Toronto der *Explorations* bleibt ein Skandal: keine empirischen Untersuchungen, essayistischer Stil, die falschen Leute, absichtlich chaotisch formulierte Gedanken. Trotzdem ist die Medientheorie im heute geläufigen Sinne dort entstanden, und nicht in den USA, deren Ost- und Westküsten die optimalen gedanklichen und technologischen Innovationen und Ressourcen aufwiesen. Anscheinend war es aus dem Abseits Kanadas leichter, das Ungedachte der Medien zu denken, und für Carpenter und McLuhan bestand dieses Ungedachte in den *Alteritätserfahrungen* alter und neuer Medien, und darin,

7 Carpenter, Edmund/McLuhan, Marshall: „Introduction“, in: dies. (Hrsg.): *Explorations in Communication*, Boston 1960, S. ix-xii, hier S. xif.

dass diese Erfahrungen zwischen ‚pre- and postliterate man‘ auf unvorhersehbare Weise *kongruieren* würden. Nur diese eigenartige Figur einer Wiederkehr der ältesten in den neuesten Medien konnte den Fortschritts- und Verfallsgeschichten, aber auch der ständig angestrebten Durchsichtigkeit und Isomorphie der Kommunikation gleichermaßen Paroli bieten.

Worin bestehen die Voraussetzungen dieser Auffassung? Die Antwort kann in aller Kürze lauten: Die Figur der virtuellen Wiederkehr der ältesten Medien, ob man sie damals ‚Oralität‘ nannte oder wie in Toronto *acoustic space* und ‚Audio-taktilität‘, wurde von Carpenter und McLuhan mit den Konzepten der monistisch verstandenen Massenkommunikation identifiziert. Die in Toronto entwickelte Medientheorie konnte auf ein Verständnis der Massenkommunikation zurückgreifen, das die neuesten Massenmedien in der Gestalt der ältesten Oralität konzipiert hatte, als ‚Folklore‘. Und am radikalsten wurde diese Analogsetzung und Identifizierung von *Massenkommunikation mit Folklore* in jenen nordamerikanischen Schriften betrieben, die nach dem 2. Weltkrieg eine monistische Lehre der Massenkommunikation entwickelt haben – europäische Schriften blieben hier, soweit sie in Betracht kommen, zögerlich.

### III DIE AMERIKANISCHE MASSE

Wir sind die wissenschaftlichen Erben dieser Analogsetzung und ihrer unbekannteren historischen Voraussetzungen: ‚Was wir [...] wissen, wissen wir durch die Massenmedien‘ – aber woher und von wem wissen wir *das*? Hier ist ein genauerer Blick in die Quellen gefordert: wie kam die monistische Betrachtung der Massenkommunikation zustande? Je nachdem, welchen Zeitrahmen man wählt, wird die Antwort verschieden ausfallen. Um den ganzen historischen Bogen zu zeichnen, müsste man die Transfers und Migrationen von Methoden, Personen und Schriften zwischen den europäischen und nordamerikanischen Kommunikationsforschungen der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts heranziehen. Ich werde mich hier auf die amerikanische Seite des Zweiten Weltkriegs und der Nachkriegszeit beschränken, und dabei nur auf einen besonderen Faktor aufmerksam machen: die Entstehung der monistischen Lehre der Massenkommunikation ist nicht nur eine Folge der damaligen Kommunikationsforschungen, sondern auch die Schlussfolgerung aus einem bereits geschehenen Brückenschlag der amerikanischen Kulturanthropologie zwischen Auslands- und Inlandsforschungen, zwischen Kolonialforschung, Krieg und Pazifizierung (*re-education* eingeschlossen). Die Voraussetzungen der monistischen Lehre findet man auch in Büchern, die scheinbar nur am Rande von ‚Medien‘ oder ‚Mitteln der Massenkommunikation und im Krieg und kurz danach vielmehr vom ‚amerikanischen Nationalcharakter‘ (und dem anderer Nationen) handeln, Büchern, die wenig später auch deutsche Leser erreichten, wie Margaret Meads *...And Keep Your Powder Dry* (von 1942)<sup>8</sup> oder

8 Mead, Margaret: *...Und haltet euer Pulver trocken!*, München 1946.

Geoffrey Gorers *The Americans* (von 1947)<sup>9</sup> – das Buch eines Briten, der am Kriegseinsatz in amerikanischen Diensten beteiligt gewesen war. Und auch die Texte, in denen die monistische Auffassung der Massenmedien zum ersten Mal explizit wurde, sind – aber nur vom Jahr 1950 aus gelesen! – Varianten dieser Gattung: Jurgen Rueschs und Gregory Batesons *Communication. The Social Matrix of Psychiatry* ist das Buch zweier Emigranten in Kalifornien, das die Forschung der 1940er Jahre zum amerikanischen Charakter heranzieht und reinterpretiert; und Marshall McLuhans exzentrisch-kanadischer Kommentar reiht sich selbst explizit in genau diese Literatur einer Beobachtung der amerikanischen Mainstream-Gesellschaft durch Emigranten, Ethnologinnen und andere ‚marginal men‘ ein. Daher muss der Fall aus den 1940er Jahren aufgerollt werden, und gut geeignet hierfür ist ein damaliger Bestseller, der die monistische Lehre der Massenkommunikation noch nicht zu Ende entwickelt, sondern sie mit einigen Motiven der europäischen Massen-Lehren verbrämt: David Riesmans *The Lonely Crowd* von 1950.<sup>10</sup>

David Riesmans Buch entstand in Auseinandersetzung mit der amerikanischen Kulturanthropologie seiner Zeit, d.h. der *Culture and Personality*-Schule, und versteht sich selbst als Weiterentwicklung der betreffenden Vorlagen. Was die Charakterisierung der Massenkommunikation angeht, bleibt das Ergebnis ambivalent. Einerseits wird die Charakterisierung, die Europäer und Emigranten in ihren Reiseberichten und Studien über die USA entworfen haben, affirmiert: ja, die Amerikaner sind das, was die Europäer ‚oberflächlich‘ nennen, sie sind vom Erfolg und vor allem vom Applaus und ständigen Sympathiebekundungen der anderen und insbesondere ihrer *peer-groups* abhängiger als alle anderen und früheren Gesellschaften. Diese Charakterisierung übernimmt Riesman aus Gorers Amerika-buch<sup>11</sup> und verallgemeinert sie zum wichtigsten Charakteristikum der Amerikaner und ihrer Mittel der Massenkommunikation, spricht: ihrer ‚Medien‘. Die Amerikaner sind „außengeleitet“, und alle ihre Kulturmuster (*patterns of culture*) sind aus diesem Faktum zu verstehen. Und das wichtigste von Riesman diskutierte Mittel dieser „Außengelenktheit“ sind die Medien: „Die Verbindung mit der Außenwelt und mit dem eigenen Ich wird in zunehmendem Maße durch das Medium der Massenkommunikationsmittel hergestellt.“<sup>12</sup> Die soziale ‚Außengelenktheit‘ wird in Amerika durch eine mediale ‚Außengelenktheit‘ gesteuert und aufrechterhalten.

Diese Diagnose ist durchaus radikal, und man muss sich vergegenwärtigen, dass es für diese Zuspitzung – die eigene, holistisch verstandene Kultur ‚außengelenkt‘ zu nennen – vor allem zwei Quellen gab: die europäische Amerikaliteratur, also die ständige antiamerikanische Polemik von Europäern; aber auch das Bild, das amerikanische Massenmedien selbst vom Gebrauch der Massenmedien ent-

9 Gorer, Geoffrey: *Die Amerikaner*, Reinbek 1956.

10 Riesman, David: *Die einsame Masse*, Reinbek 1958.

11 Gorer (wie Anm. 9), Kap. IV und VII.

12 Riesman (wie Anm. 10), S. 35.

wickeln konnten – das bis in die 1950er Jahre jeder Theorie der Massenkommunikation an theoretischen Einsichten überlegen blieb.

Aber Riesman war nicht in der Lage, das Bild einer ‚außengelenkten‘ Kultur mit letzter Stringenz zu entwickeln. Die europäischen Dichotomien von Elite und Masse blieben unverzichtbar. Das Ergebnis ist eine Drei-Stadien-Lehre: von der (1.) verhaltenskonformistischen, traditions gelenkten Kultur über eine (2.) Gesellschaft ‚innengelenkter‘ Individuen mit starren Verhaltensmustern (den europäischen Gesellschaften seit Reformation und Renaissance), zu einer (3.) ‚außengelenkten‘ und von Massenmedien bestimmten Nachkriegskultur, deren Individuen zunehmend „von der Anerkennung anderer abhängig“<sup>13</sup> werden.

Auch in Riesmans Version ergibt sich eine Spiegelung zwischen den ‚verhaltenskonformistischen‘ Stammesgesellschaften und den ‚außengelenkten‘ Persönlichkeitstypen der Massengesellschaft, zwischen Folklore und Massenkommunikation, denn beide sind auf ihre Weise sowohl verhaltenskonform als auch außengelenkt. Aber der Rekurs auf die Jahrhunderte der ‚innengeleiteten‘ Individualität (in Deutschland ‚Bildung‘ genannt) verhindert bei Riesman eine amoderne Verschmelzung der beiden Pole. Die Annäherung von Massenkommunikation und Folklore bleibt daher zur Analogie gebannt; Comics sind die „Heldensagen von heute“, ihre Autoren sind „Werbeleute und Märchenerzähler“.<sup>14</sup> Die entscheidende moralische, politische und soziologische Frage bleibt für Riesman, was aus den Errungenschaften der ‚Innenlenkung‘ und ihren Autonomie-Postulaten bei einer „Alleinherrschaft der Außenlenkung“<sup>15</sup> werden kann und soll.

Aber man kann *The Lonely Crowd* auch gegen den Strich dieser Dichotomisierung lesen, nämlich als einen weiterhin ernst zu nehmenden Entwurf des Angehörigen einer holistisch ‚außengelenkten‘ Gesellschaft, der sich fragt, welche Verhaltensweisen in einer solchen Gesellschaft noch oder schon möglich sind. Und dann stößt man in Riesmans Buch auf Diagnosen, die sich für die gesamte westliche Nachkriegszeit als prophetisch erwiesen haben. Schon Geoffrey Gorer hatte in seinem Amerikabuch den Kult der Jugendlichkeit, der ‚Jugendkultur‘ behandelt. Riesman stellt die Frage nach dem Mediengebrauch, den Jugendliche in Absetzung oder Zweckentfremdung der Erwachsenenkultur entwickeln können. Und er benennt ziemlich präzise jene drei Mechanismen, die seitdem das Phänomen der ‚Jugendkultur‘ (und *Popkultur*) im Westen bestimmt haben,<sup>16</sup> in Kurzparaphrase:

1. eine mögliche Selbsteinschätzung als „Anführer der Massenkommunikationsmittel“<sup>17</sup>, die von Jugendlichen durch eigene Erzeugnisse und Wertsetzungen entwickelt wird: in den Massenmedien,

13 Riesman (wie Anm. 10), S. 35.

14 Riesman (wie Anm. 10), S. 110.

15 Riesman (wie Anm. 10), S. 36.

16 Riesman (wie Anm. 10), S. 118f.

17 Riesman (wie Anm. 10), S. 119.

2. die subtilere *Kritik* (*criticism*) von Massenmedien durch eine ‚Szene‘ von Jugendlichen, die sie befähigt, sich vom Mainstream abzusetzen und eine entsprechende Selbsteinschätzung zu entwickeln, und
3. die Entwicklung einer *Dissidenz* gegenüber Erwachsenen und gegenüber anderen Jugendlichen, die allerdings bei ihrem medialen Erfolg als ‚Anführerschaft‘ in das Gefühl umschlagen kann, „einer individuellen Eigenart beraubt worden zu sein“.<sup>18</sup>

Genauer als durch Riesman sind diese Mechanismen seitdem nicht mehr benannt worden. Und was noch aufschlussreicher ist: Riesman benennt die Mechanismen der Jugendkultur ohne Rekurs auf seine Dichotomie der ‚Innen/Außenlenkung‘, also durchaus ‚monistisch‘ (im Sinne von Luhmanns Diktum) und affirmativ. Die in Europa damals noch obligatorische Abschätzigkeit gegenüber dem kreativen Konsum von Massenmedien (wenn es nicht um ihre Verarbeitung durch Literaten, Künstler und Wissenschaftler ging) blieb Riesman als selbsterklärtem Angehörigen einer außengelenkten Massenmedien-Kultur bereits weitgehend erspart.

#### IV ANONYME KOMMUNIKATION

Ein Jahr später erscheint ein kybernetisches und sozialwissenschaftliches Lehrbuch, das die Konsequenzen aus dieser Sicht zieht und Riesmans Dichotomie der ‚Innen/Außenlenkung‘ verschwinden lässt. Es handelt sich um ein untergegangenes Hauptwerk der Kommunikationstheorie: Gregory Batesons und Jurgen Rueschs *Communication. The Social Matrix of Psychiatry*. Niemals wurde ‚Massenkommunikation‘ so präzise gefasst wie in diesem Buch, und nirgendwo sonst ist eine derartig ‚amoderne‘ Sicht der modernen Massenkommunikation entworfen worden:

In jeder Kultur gibt es Glaubenssätze und Traditionen, die nicht auf menschliche Quellen zurückverfolgt werden können. Diese Botschaften werden von der Bevölkerung akzeptiert, als seien sie Botschaften Gottes oder einer mythologischen Figur oder ein Ausdruck der Natur der Dinge. Aber ungeachtet der vermeintlichen Quelle, der diese Botschaft zugeschrieben wird, das hervorstechende Merkmal ist, daß es keinen Rückgriff, keine Antwort und keine Möglichkeit der Korrektur auf Seiten der Eingeborenen gibt. Im Gegensatz dazu ist sich der Anthropologe bewußt, daß in einer anderen Kultur dieser besondere Bereich von Glaubensüberzeugungen eventuell modifizierbar ist, während andere Gebiete der Korrektur unzugänglich sind. Diese Bereiche, die der Korrektur unzugänglich sind, werden wir *kulturelle Massenkommunikation* nennen.

Somit kann man sagen, daß kulturelle Massenkommunikation jeden Bürger, der innerhalb seiner Reichweite lebt, beeinflusst. Beispiele solcher Massenkommunikationen sind in den Botschaften zu finden, welche Regierungen und ihre Führer an die Bevölkerung richten. Hier

18 Riesman (wie Anm. 10), S. 119.

senden eine oder mehrere Personen Botschaften an die Bevölkerung in ihrer Gesamtheit; das kann in der Form von Proklamationen, Rundfunksendungen, Theaterstücken, Filmen, Zeitungen, Artikeln und ähnlichem geschehen. Ein charakteristisches Merkmal dieser Kommunikationen ist der vielschichtige und oft undefinierte Charakter der aussendenden Stelle. Die Kommunikationen stammen gewöhnlich aus einer Institution oder einer Behörde, und bis zu der Zeit, zu der eine Rede oder ein Schauspiel veröffentlicht wurde, sind sie von vielen Personen bearbeitet worden. Es ist nicht länger eine Botschaft von einem Individuum an ein anderes, sondern eine Botschaft von vielen an viele, und am Ende haben so viele Leute Anteil daran, daß der Prozeß als wahre ‚Massenkommunikation‘ bezeichnet werden muß. Kinder sind ständig solchen Massenkommunikationen in Form von Radio, Fernsehen, Comics und, nicht zuletzt, dem Meinungsklima der Familie selbst ausgesetzt.<sup>19</sup>

Was wird hier gleichgesetzt? Die Situation eines Ethnologen, der eine mündliche Gesellschaft erforscht und die Konstitution ihrer anonymen Botschaften in Mythologie und Bräuchen (*Folklore*) beobachtet, und eine gleichartige Beobachtung der Konstitution von modernen anonymen Botschaften, und zwar in kommerziellen Massenmedien, aber auch in staatlich organisierten und gelenkten Botschaften, mit einem anderen Wort, das hier kunstvoll vermieden und umschrieben wird: in ‚Propaganda‘. Die Pointe dieser Passage besteht darin, dass die Analogie von kommerzieller ‚Massenkommunikation‘, überlieferter ‚Folklore‘ und staatlicher ‚Propaganda‘ bis zur Identität getrieben wird. Die neuesten sind den ältesten Massenmedien gleich, haben sich von ihrer Matrix – anonyme Botschaften von unbekannt vielen an unbekannt viele zu richten und die Anonymität und Unkorrigierbarkeit der Botschaften sowohl zu beschwören als auch zu bannen – nicht entfernt. Es handelt sich um eine universalistische, eine amoderne Sicht der Massenkommunikation und der modernen Welt: „In jeder Kultur gibt es Glaubenssätze und Traditionen, die nicht auf menschliche Quellen zurückverfolgt werden können.“<sup>20</sup>

Zahlreiche europäische Theorien hatten das Kriterium der Anonymität von Botschaften der Massenkommunikation isoliert und diskutiert.<sup>21</sup> Aber die Massenkommunikation blieb weiterhin durch eine Sozialpsychologie der ‚Masse‘, und diese durch die Alteritätserfahrung einer ‚Hypnose‘ und ihrer ansteckenden Wirkung begründet.<sup>22</sup> Ruesch und Bateson stellen keine Theorie der Masse mehr auf,

19 Ruesch, Jürgen/Bateson, Gregory: *Kommunikation. Die soziale Matrix der Psychiatrie*, Heidelberg 1995, S. 55f.

20 Ruesch/Bateson (wie Anm. 19).

21 Etwa: Traub, Hans: „Zeitung, Film, Rundfunk. Die Notwendigkeit einer einheitlichen Betrachtung“ [1933], in: Kümmel/Löffler (wie Anm. 2), S. 485-507.

22 Traub (wie Anm. 21), S. 504.

um Massenkommunikation zu begründen, der Modus der *Verschickung* von Botschaften durch unbekannt viele an unbekannt viele genügt. Und die Alteritätserfahrung der europäischen ‚Hypnose‘ ist durch die Alteritätserfahrung einer ‚Panik‘ ersetzt und begründet. Der Ausgangspunkt für die Betrachtung der Massenkommunikation ist nicht mehr die Masse und ihre Suggestibilität *durch ein Sendezentrum*, sondern das Individuum, das eine Massen-Botschaft *empfängt*, und mit der Tatsache ihrer Anonymität und Unkorrigierbarkeit zurecht kommen muss, ohne zugrunde zu gehen.<sup>23</sup>

Ruesch und Bateson schaffen es durch diese Umkehrung sogar, ‚Propaganda‘ zu diskutieren, ohne den unvermeidlichen Manipulationsvorwurf in den Mittelpunkt stellen zu müssen. Die Alteritätserfahrung der Anonymität von unkorrigierbaren Botschaften genügt, um Massenkommunikation zu begründen, um sie jeglicher ‚Folklore‘ gleichzusetzen, und um Propaganda als moderne Variante der Massenkommunikation zu verstehen. Dieser Anonymität und ihrer drohenden Lähmung kann jede/r unterliegen, sie ist weder modern noch vormodern, sie muss kulturell kontingent gestaltet werden und kennt kein elitäres Außerhalb. Die Panik der Anonymität ist der große Gleichmacher, ihre den damaligen Lesern vertraute Gestalt ist der kurz zurückliegende Weltkrieg:

Dem komplexesten Kommunikationsnetzwerk begegnen wir, wenn wir ein kulturelles Netzwerk, in dem viele Personen mit vielen anderen kommunizieren, betrachten. Hier bleibt beides, die Herkunft und der Bestimmungsort der Botschaft, anonym, und daher wird eine Korrektur der Botschaft unmöglich. Als Ergebnis dieser Situation fühlt sich das Individuum hilflos, mit den Botschaften, mit denen es überschwemmt wird, fertig zu werden. Es sucht vergeblich nach der Herkunftsquelle oder nach der Bestimmung der Botschaften. Das Wissen um diese Fixpunkte in einem Kommunikationsnetzwerk würde die Teilnehmer in die Lage versetzen, durch Feedback ihre eigene Botschaft zu modifizieren und die Botschaften der anderen korrekt zu interpretieren. In letzter Zeit waren zum Beispiel die meisten Bürger eifrig bereit, etwas zu tun, um Krieg zu verhüten; doch von Zeit zu Zeit konnten sie sich des Gefühls nicht erwehren, daß der Krieg unvermeidbar sei.<sup>24</sup>

23 Der Bezugspunkt für diese Überlegungen liegt in den Schriften Walter B. Cannons, etwa in dem klassischen Aufsatz zum persönlichen und körperlichen Zusammenbruch: „‚Voodoo‘ Death“, in: *American Anthropologist*, Jg. 44, 1942, S. 169-181.

24 Ruesch/Bateson (wie Anm. 19), S. 52f.

V MODERNE FOLKLORE

Die Passage von Ruesch und Bateson erhebt einen universalistischen Anspruch, der sich auch heute zu verfechten lohnt – und sie besitzt einen präzisen historischen Index, der in ihre Zeilen eingeschrieben bleibt. Die Gleichsetzung der Situation eines Ethnologen, der eine mündliche Gesellschaft mit ihren Bräuchen und Mythen erforscht, mit der Situation dessen, der Erzeugnisse der modernen Massenkommunikation und Propaganda analysiert – diese Gleichsetzung war 1951 keine Fiktion und kein Gedankenspiel, sondern konnte auch als biographisches Statement Batesons gelesen werden, der nach seiner Rückkehr aus Bali und den Tropen zusammen mit seiner Frau (Margaret Mead) Deutschland und die USA analysiert und sich im Weltkrieg der Propaganda und Propaganda-Aufklärung gewidmet hatte. Es handelte sich um die Berufserfahrung einer kleinen, aber einflussreichen Gruppe von nordamerikanischen Kulturanthropologen, deren Kriegseinsatz im Weltkrieg und auch im Kalten Krieg in der Analyse der modernen Nationen und ihrer Kriegsteilnehmer bestand – und zu diesem Kriegseinsatz gehören auch die Amerikabücher von Mead und Gorer. Was in den Tropen und an den postkolonialen Rändern die Feldforschung der *Culture and Personality*-Schule gewesen war, musste in der Feindanalyse notgedrungen zur Korpus-Analyse von Massenkommunikation umgemünzt werden – zur *study of culture at a distance*; aber auch die Analyse der Inlandsgesellschaft stieß auf den Zusammenhang von Sozialisation und Massenkommunikation.

Für einen kurzen historischen Moment der Kriegs- und Nachkriegszeit konnte es so scheinen, als sei die Kulturanthropologie (also die Ethnologie) mit dem Ehrgeiz angetreten, auch die *frontiers* der Inlandsanalyse zu übernehmen<sup>25</sup> – aber dieser Moment ging vorüber, und die *Culture and Personality* verlor nach dem Krieg ihren paradigmatischen Stellenwert für die amerikanischen Sozialwissenschaften und auch für die Kulturanthropologie selbst. Um so auffälliger bleibt, welche Rolle die Forschungen der *Culture and Personality* für damalige Analysen der Massenkommunikation spielten, etwa in dem bereits skizzierten Bild der *Lonely Crowd*, aber auch in McLuhans erstem Buch.

McLuhans kritische Absicht geht ganz im Sinne von Ruesch/Bateson dahin, die Position eines Exegeten der Massenkultur mit der eines Kulturanthropologen, und Massenkommunikation mit einer *Folklore of Industrial Man* – so der Untertitel von McLuhans Buch – zu identifizieren. Mehrmals kommt McLuhan auf die kulturanthropologische Suche nach Kulturmustern zu sprechen:

Ganz anders sieht die Sache für jemanden aus, der Popularkultur studiert und dabei die gleiche Art von Aufmerksamkeit für morphologische Übereinstimmungen entwickelt wie die Volkskundler und Anthropologen für die Wanderung von Symbolen und Situationen. Wenn die gleichen Muster wiederholt auftreten, rechnen diese Beobachter

25 Kardiner, Abram: *The Psychological Frontiers of Society*, New York 1945.

mit der Möglichkeit, daß ähnliche Triebkräfte zugrunde liegen. Keine Kultur wird Bilder oder Ideale popularisieren oder unterstützen, die ihren vorherrschenden Antrieben und Bestrebungen fremd sind. Und unter den vielfältigen Formen und Bildern, die in jeder Gesellschaft im Umlauf sind, kann man berechtigterweise eine Art melodischen Verlauf erwarten. Es wird so viele Variationen geben, aber es werden tendenziell Variationen über bestimmte wiedererkennbare Themen sein. Diese Themen werden die ‚Gesetze‘ jener Gesellschaft sein, Gesetze, die ihre Lieder, ihre Kunst und ihre soziale Ausdrucksweise formen.<sup>26</sup>

Diese Auffassung ist selbst nur eine Variation des melodischen Verlaufs einer nordamerikanischen Kulturanthropologie – von Ruth Benedicts *Patterns of Culture*.<sup>27</sup> Entscheidend bleibt, dass es McLuhan durch das Vorbild der Kulturanthropologen gelang, die Exegese der Populärkultur von gängigen Manipulationsvorwürfen und Stilisierungen der eigenen Distanziertheit abzukoppeln. Die Muster der nordamerikanischen Gesellschaft bestimmen die gesellschaftliche Realität aller ihrer Bewohner, ihre Untersuchung besitzt für McLuhan die Dignität einer anthropologischen Untersuchung wie andere auch: „die Untersuchung der einheimischen Tradition“ von Comic Strips versetzt ihre Kritiker „mitten in den Hauptstrom der überlieferten menschlichen Erfahrung“,<sup>28</sup> sie stehen älteren Folkloreformen nicht nach:

Sie repräsentieren einen neuen Typus von Unterhaltung, eine Art von wundersam wiederkehrendem, täglichem Ritual, das heute gegenüber den spontanen Volksgefühlen eine rhythmische Beruhigung ausübt, die offensichtlich an Stelle der Funktion der Wiederkehr der Jahreszeiten für die frühere volkstümliche Erfahrung getreten ist.<sup>29</sup>

Und auch die Schöpfungen der bewusst manipulierenden Massenkommunikation bleiben echte Folklore, weil ihre Manipulatoren ihrerseits von stärkeren und anonymen Mächten beherrscht werden, als sie zu beherrschen vermeinen.

So ringt Hollywood ebenso wie die Werbeagenturen ständig darum, in die unbewußten Wünsche eines riesigen Publikums einzudringen

26 McLuhan, Marshall: *Die mechanische Braut*, Berlin 2000, S. 128f.

27 Benedict, Ruth: *Urformen der Kultur* [*Patterns of Culture*, 1934], Reinbek 1955. – Im Text McLuhans finden sich, was die Kulturanthropologie angeht, vor allem Bezugnahmen auf Margaret Mead, etwa auf ihr „exzellentes“ Weltkriegsbuch (wie Anm. 6), S. 65; im Vorwort dankt McLuhan wiederum David Riesman für ein unveröffentlichtes Manuskript (d.h. *The Lonely Crowd*). Und Riesman wiederum eröffnet sein Buch mit einer langen Danksagung an die *Culture and Personality* (wie Anm. 10), S. 20ff.

28 McLuhan (wie Anm. 26), S. 96.

29 McLuhan (wie Anm. 26), S. 97.



und sie zu beherrschen, nicht um sie zu verstehen oder darzustellen, sondern um sie gewinnträchtig auszubeuten. [...] Und in der Verfolgung dieses Ziels liefern sowohl Hollywood wie die Werbeagenturen ihrerseits aufschlußreiche Beispiele unbewußten Verhaltens. Ein Traum öffnet sich in einen anderen, bis Realität und Phantasie austauschbar sind. [...] Ständig darum bemüht, auf irgendeine Art Ereignisse auf der inneren, unsichtbaren Bühne des kollektiven Traums zu beobachten, vorwegzunehmen und zu kontrollieren, verwandeln sich die Werbeagenturen und Hollywood unwissentlich in einen kollektiven Romanschriftsteller, dessen Charaktere, Symbole und Situationen eine intime Offenbarung der Leidenschaften dieses Zeitalters sind. Aber dieser gewaltige Kollektivroman kann nur von jemandem gelesen werden, der darin geübt ist, seine Augen und Ohren zu benutzen, und Abstand gewinnt zum Rumoren seiner Eingeweide, das von dieser Sensationskost gerne erzeugt wird. Der Leser muß ein zweiter Odysseus sein, um dem Ansturm der Sirenen zu widerstehen.<sup>30</sup>

## VI NACHKRIEGSZEIT

Die Gleichsetzung von Folklore und Massenkommunikation ist uns heute unverständlich geworden, und sie entfernt uns auch immer weiter von der Basis der damaligen Medientheorie. Dennoch sind wir ihre Erben. Sie erzeugte bei Ruesch/Bateson und Carpenter/McLuhan eine monistische Lehre der Massenkommunikation und ihrer Medien, und zwar durch eine bewusste Umkehrung der damals gängigen Sicht der Massenkommunikation: eine Theorie und eine exegetische Praxis, die nicht mehr von der Mitteilung einer *Sendestation* an eine Masse, sondern vom *individuellen Empfang anonymer Botschaften* (die von unbekannt vielen an unbekannt viele verschickt werden) ausging. Und nur durch diese Umkehrung ergibt sich ein monistisches Bewusstsein von Massenmedien: der Wissenschaftler ist ein individueller Empfänger anonymer und kollektiver Botschaften wie *andere auch*; und sein Empfang und seine Weiterverschickung der betreffenden Botschaften *bleiben* Massenkommunikation.<sup>31</sup>

Warum schien es um 1950 so einleuchtend, Massenkommunikation, Folklore, Propaganda, Werbung und sogar eine aktuelle Wiederkehr der ältesten in den neuesten Medien zusammenzudenken? In aller Kürze will ich abschließend

30 McLuhan (wie Anm. 26), S. 131.

31 Vgl. McLuhans Begründung dieser Umkehrung im Vorwort der *Mechanical Bride* (wie Anm. 6): „Since so many minds are engaged in bringing about this condition of public helplessness, and since these programs of commercial education are so much more expensive and influential than the relatively puny offerings sponsored by schools and colleges, it seemed fitting to devise a method for reversing the process. Why not use the new commercial education as a means to enlightening its intended prey? Why not assist the public to observe the drama which is intended to operate upon it unconsciously?“ (S. v) Zur Umkehrung von ‚Propaganda‘-Prozessen auch ebd., S. vi.

den Horizont noch einmal öffnen und drei kulturelle und politische Faktoren benennen, die in die zitierten Passagen von Riesman, Ruesch/Bateson, Carpenter und McLuhan eingegangen sind.

Erstens: Um 1950 befand sich nicht nur die damalige Kunst und Literatur, sondern auch ein Teil der Kulturtheorien am Ausgang der ‚primitivistischen‘ Phase der Moderne, sprich: am Ausgang des Imperialismus. Man darf etwa nicht vergessen, dass auch die moderne amerikanische Nachkriegskunst, also der *Abstrakte Expressionismus* und andere, noch einmal aus einer ‚primitivistischen‘ Rückwendung mit entsprechenden Ausstellungen erfunden wurde. ‚Folklore‘ und ‚Massenkommunikation‘, und ‚Oralität‘ und ‚Literalität‘ hießen damals bis weit in die 1950er Jahre noch: die Primitiven und die Modernen. Und die Kategorisierung und Edition von ‚Folklore‘ betonte die Anonymität und kollektive Autorschaft ihrer Erzeugnisse, das Fehlen oder die Abschwächung einer individuellen Autorschaft. Eine anonymisierte Betrachtung der modernen Produktion von Dingen,<sup>32</sup> Personen<sup>33</sup> und Zeichen<sup>34</sup> beschwor daher damals – sozusagen spiegelbildlich – immer das Vorbild der Folklore-Forschungen, und die Kategorisierungen des sogenannten ‚Primitiven‘ und seiner Oralität.

Zweitens: Es bleibt zur Beurteilung des Durchbruchs der Medientheorie unumgänglich, den Zweiten Weltkrieg aus der Perspektive Nordamerikas zu betrachten, und hier fallen zwei Aspekte ins Auge. Der Weltkrieg machte die USA und ihren Kriegsschauplatz: die ganze Welt tatsächlich zu einem globalen Dorf, und zu einer telekommunikativen Stammesgesellschaft. Die USA schufen im Krieg das extensivste und intensivste weltumspannende Nachrichten- und Kommunikationsnetz, das die Welt bis dahin gesehen hatte (auf Fernschreiberbasis); und die Legitimation des Krieges machte – wie in den erwähnten Schriften der *Culture and Personality* – eine ständige Ethnisierung und Selbstethnisierung des Konflikts unausweichlich. Wenn es eine Gesellschaft gegeben hat, die man „tribalized via electronic channels“<sup>35</sup> nennen konnte, dann war das die USA der Kriegszeit mit ihrer Einheit von Propaganda, Ethnisierung (und Egalisierung) und Massenkommunikation.

Und es ist erst einmal wenig verwunderlich, dass zu diesen Prozessen der Ethnisierung und Selbstethnisierung im Krieg die verschiedensten wissenschaftlichen Fraktionen und Disziplinen beigetragen haben, und unter ihnen jene Experten, die Prozesse der Selbst- und Fremdethnisierung komparativ untersucht oder am eigenen Leibe erfahren hatten, sprich: Ethnologen und Emigranten. Erstaunlich bleibt die Differenziertheit, mit der dieses Projekt in den USA angegangen wurde, und auffällig bleibt auch im Rückblick von heute, bis zu welchem Grade

32 Insbesondere: Giedion, Sigfried: *Die Herrschaft der Mechanisierung* [1948], Frankfurt a.M. 1982.

33 Wie in der *Culture and Personality*-Schule.

34 Mitteln der Massenkommunikation.

35 Carpenter/McLuhan (wie Anm. 7), S. xii.

der Wunsch bereits damals Gestalt annehmen konnte, die eigene Gesellschaft (mit ihren Mechanismen der Selbstethnisierung) ethnologisch und komparativ zu betrachten. Und ebenso auffällig bleibt die Reflexivität, mit der versucht wurde, die Projekte der amerikanischen Selbstethnisierung (zumindest von Seiten der KulturanthropologInnen) und einer befriedeten Nachkriegsordnung zu betreiben und zu steuern. Margaret Mead etwa thematisiert in ihrem patriotischen Buch ganz offen (unter Rekurs auf Schriften Gregory Batesons) die Möglichkeiten eines amerikanischen Faschismus, einer Selbstzerstörung der Demokratie durch ihren Kriegseinsatz, und die Widersprüche einer totalitären Sozialforschung.<sup>36</sup> Aktuelle Entwicklungen der Ethnologie, aber auch der Medienwissenschaft, in denen der Wunsch, die eigene Gesellschaft ethnographisch zu erforschen, seit einigen Jahren ganz neue Formen annimmt, schließen (meist unerkannt) an diese Periode der Wissenschaftsentwicklung an.

Drittens: Nach dem Zweiten Weltkrieg geschah, was heute meist vergessen wird, erst einmal keine Entkolonisierung, sondern sogar eine Rekolonisierung der Kolonien, insbesondere in Afrika.<sup>37</sup> Und die Entkolonisierung selbst trat unausweichlich als Staatengründung auf, d.h. als eine Serie von Neuen Staaten, die mithilfe ihrer alten Kolonialmächte, mithilfe neuer Hegemonialmächte und neuer internationaler Organisationen vor allem eines implementierten: nämlich eine neue Schriftlichkeit, und zwar für die Institutionen des Staates, die Armee, die Polizei, den bürokratischen Apparat und das Erziehungswesen.

Die gesamte Welt von 1945 bis 1970 ist geprägt von einer Welle von Alphabetisierungskampagnen; der große Zusammenprall von Oralität und Alphabetisierung, von dem Carpenter und McLuhan und so viele andere damals theoretisch und analytisch sprachen, fand tatsächlich niemals so programmatisch und ungebremst statt wie in den ersten Jahrzehnten der Nachkriegszeit, in deren Verlauf die Medientheorie entstand, die ihren Zündstoff aus den neuen Massenmedien einerseits, und aus einem – oft nur historisch oder für eine spekulative Vorzeit untersuchten – Zusammenprall von ‚Mündlichkeit und Schriftlichkeit‘ bezog.

Soviel zum politischen Imaginären, aber auch zum nackten Realismus der späteren Dichotomisierung von ‚Oralität und Literalität‘, die bis in die frühen 1960er Jahre sehr viel durchlässiger und reversibler erscheinen konnte als danach. Denn erst seit den frühen 1960er Jahren, also mit der endgültigen Einteilung in eine Erste, Zweite und Dritte Welt, ist aus dem Problem der Oralität der ‚Primitiven‘, und aus der heute verschwundenen Gleichsetzung dieser Oralität mit den Merkmalen der modernen Massenkommunikation jene *starre* Dichotomie von Oralität und Literalität geworden, die seitdem nur noch wenig Neues zur medientheoretischen Erkenntnis von Sprache und Geschichte beigetragen hat, und durch eine ganze Reihe von mühsamen Widerlegungen wieder abgebaut werden musste.

36 Mead (wie Anm. 8), Kap. X und XI.

37 Vgl. Osterhammel, Jürgen: *Kolonialismus. Geschichte, Formen, Folgen*, München 1995, S. 44-46.

## MEDIENINNOVATIONEN – MEDIENAVANTGARDEN – MEDIENKONVENTIONEN

VON INGE MÜNZ-KOENEN

### I MEDIENARCHÄOLOGIE DER NACHKRIEGSZEIT?

Der Titel des hier vorzustellenden Projekts *Der Umbau hinter der Restauration. Eine Medienarchäologie der Nachkriegszeit 1945-1960* bedarf der Erklärung. Mit ‚Restauration‘ ist das noch immer gängige Urteil über diese Zeit, vor allem über die ‚restaurativen fünfziger Jahre‘ gemeint.<sup>1</sup> ‚Umbau‘ bezieht sich auf das Kräfte-spiel, das hinter dieser Fassade (und oft von ihr verdeckt), in Aktion war. Dies war zum einen geprägt durch die Hochkonjunktur der ‚traditionellen‘ Leitmedien der sogenannten Massenkultur: Rundfunk, Kinofilm und Presse im beginnenden ‚Fernsehzeitalter‘. Zum anderen bewirkte die Kopräsenz der vier alliierten Siegermächte in Deutschland, dass verschiedene Leitkulturen und Medienpolitiken gleichermaßen konkurrierten wie interagierten. ‚Medienarchäologie‘ ist der Methodenbegriff, der diese Konstellationen aufschließen soll. Er meint allerdings nicht Grabungen nach einem weit in der Vergangenheit liegenden Ursprungsort, sondern zielt – ganz im Sinn des Archäologiebegriffs von Benjamin und Foucault – auf die Nachkriegszeit als einen Schauplatz, der netzwerkhaft die diversen kulturellen und medialen Praktiken zugleich bündelt wie verteilt.

Die Aufmerksamkeit des Projekts gilt der Analyse medialer Inszenierungen in drei Projektteilen: Bildzeitschriften (Inge Münz-Koenen), Hörfunksendungen (Justus Fetscher) und Kinofilmen (Oksana Bulgakowa), eingeschlossen das *cross over* unterschiedlicher kultureller Erfahrungswelten in den vier Besatzungszonen bzw. den beiden deutschen Staaten.

Alle drei Medien waren in der Nachkriegszeit auf dem Höhepunkt ihrer Massenwirksamkeit. Presse, Hörfunk und Kinofilm wurden zu Leitmedien auch deshalb, weil sie Träger der Dreifachfunktion von Information, Kunst und Unterhaltung im Grenzbereich von Publizistik und Ästhetik sind. Ihr *medienästhetischer* Ort allerdings ist erst noch zu bestimmen. Dies ist das Ziel der ersten Projektphase, die wir als ‚Erkundungsforschung‘ verstehen.

Im Zentrum des Interesses stehen Medien und ihre Formen, bei denen unterschiedliche menschliche Sinne einer apparativ präformierten Organisation unterliegen. Die Aufnahme- und Wiedergabeverfahren generieren auditive, visuelle

1 Siehe jüngst im *SPIEGEL spezial: Die 50er Jahre. Vom Trümmerland zum Wirtschaftswunder*, H. 1, 2006. Die Begriffe „Restauration“, „Kalter Krieg“, „Nachlässigkeit bei der Verfolgung von NS-Straftaten“, Adjektive wie „muffig, bigott und kitschig“ gelten noch immer, würden aber nur die eine Seite zeigen - die andere: „ein beispielloses rasanter politischer und ökonomischer Fortschritt [...] gefördert von den Alliierten“, mit dem Ergebnis der „angesehenen und blühenden Wirtschaftsmacht“ Deutschland (S. 3).