

Florian Hadler:

### **Disziplinarverfahren. Skizzen zur Diskursgeschichte des Mediums in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts**

Um 1900 verdichten sich Einzelbetrachtungen von Kommunikationsapparaten und Kommunikations-Systemen, ohne einen gemeinsamen Nenner für ihre Untersuchungen zu finden. Die Zeitungswissenschaften in Deutschland und in der Schweiz sind darum bemüht, ihrem Untersuchungsgegenstand – der Presse – andere Kommunikationsformen zu assoziieren, wie z. B. das Kino oder das Radio, doch die umfassende Bezeichnung *Medien* taucht in diesem Zusammenhang noch nicht auf. 1932 führt der Brockhaus drei verschiedene Medienbegriffe: einen physikalischen, einen linguistischen und einen spiritistischen.

Die theoretischen Bemühungen der Vereinigung neuer Kommunikationsformen unter ein umfassendes Konzept brechen 1933 in Deutschland ab, da der von nun an herrschende Nationalsozialismus weniger an einer Theorie, denn an einer Praxis der Kommunikation interessiert ist. Die Reichskulturkammer, 1933 vom Reichsministerium für Volksaufklärung und Propaganda unter der Leitung von Joseph Goebbels eingerichtet, umklammert mit ihren sieben Organen von nun an alle Publikum erzeugenden Einrichtungen: Schrifttum, Presse, Rundfunk, Film, Musik, Theater und bildende Künste. Die Mitgliedschaft in dieser Kammer ist zwingend für alle Künstler und Publizisten.

Zusätzlich zu den sieben Ressorts der Reichskulturkammer gehört die Feiargestaltung und ab 1935 die Regulierung des Fernsehens zu den Aufgaben des Ministeriums. Diese Anweisungen kommen nicht von ungefähr, sondern haben zahlreiche theoretische Vorläufer, die sich zwar nicht explizit mit Kommunikationstechnologien, aber mit der Führung von Massen auseinandersetzen. Dieses Diskursfeld verbindet sich

im ausgehenden 19. Jahrhundert mit den neuen Technologien der Kommunikation, die in der Masse ihr erstes gemeinsames Merkmal finden: Radio, Zeitung, Kino und Fernsehen gleichen sich in der Dispersion ihrer Rezipienten, sie reden von Einem zu Vielen. Diese Vielen werden erst durch ihre gemeinsame und dennoch voneinander getrennte Rezeption der technischen Kommunikationsmittel zu einer homogenen, adressierbaren Masse. Die Masse als Untersuchungsgegenstand artikuliert sich im ausgehenden 19. Jahrhundert mit Gabriel de Tarde, Scipio Sigheles und insbesondere mit Gustave Le Bon und seinem in den folgenden Jahren vielbeachteten Werk *Psychologie des foules* von 1895.<sup>1</sup> Hier entwirft er eine Massenpsychologie, die soziologische und psychologische Phänomene vermischt – die Masse besteht demnach einerseits aus stabilen, zeitbeständigen und historischen Formen, aber auch aus labilen, kurzfristigen und ahistorischen Phänomenen. Seine Ableitung der „Massenseele“ aus der „Rassenseele“ erklärt seine theoriebildende Funktion für den Nationalsozialismus. Sie verleiht der Masse einen Telos, der in der Rede vom Radio und vom Kino als psychologische Feldherren seine praktische propagandistische Umsetzung erfährt.

Die Masse ist in der historischen Erfahrung des ausgehenden 19. Jahrhunderts immer eine potentiell bedrohliche, da aufständische Masse, aber zugleich beschwört die fortschreitende Urbanisierung und die Anonymität der Großstädte das Ressentiment einer Atomisierung der Gesellschaft, der nur mit dem gemeinschaftlichen Verbindungsgefüge der Masse positiv entgegnet werden kann. Schnell entsteht die simple Dialektik zwischen anarchisch-böser und geführter guter Masse und hieran anschließend im Bereich der sozialphilosophischen Metaerzählungen die erstaunlich zähe Konzeption von bösen Unterhaltungsmaschinen und guten Bildungsinstrumenten.

<sup>1</sup> Vgl. hier und im Folgenden: Albert Kümmel und Petra Löffler, *Medientheorie 1888–1933: Texte und Kommentare* (Frankfurt am Main 2002), S. 539ff.

Diese präfaschistischen Theorien bilden die Grundlage der nationalsozialistischen Bemühungen, sämtliche Massenkommunikation zu kontrollieren und zu beherrschen. Die begriffliche Vereinigung der einzelnen Felder erfolgt hier hinsichtlich ihrer praktischen Wirkung, ihrer Propaganda, besitzt aber ansonsten keinen gemeinsamen Nenner und ist von einer Verwendung des Medienbegriffs noch weit entfernt.

Parallel gerät auch in Russland die Massenkommunikation in Verbindung mit den neuen Technologien in den theoretischen Fokus: Unter anderen Sergej Eisenstein, Lev Kuleshov und Dziga Vertov entwickeln mit Theorien zu Literatur, Theater, Film, Ton und Geräusch eine eigene interdisziplinäre Praxis und Theorie, die künstlerisch-avantgardistisch motiviert ist. László Moholy-Nagy erfasst unter dem Begriff des Reproduktionsmittels eine Vielzahl von Apparaten, die später unter „Medien“ subsumiert werden. Grammophon, Fotografie, Tonfilm, Fernseher sind für ihn die technischen Mittel, deren Produktivität es durch die Kunst auszureizen gilt. Ähnlich wie McLuhan 30 Jahre später, betrachtet auch er die technischen Errungenschaften seiner Zeit als Erweiterungen der menschlichen Sinnesorgane, deren Steigerung durch die produktive Aneignung Aufgabe der Kunst sei.<sup>2</sup> Die neuen Kommunikationstechnologien sind fester Bestandteil der revolutionären russischen Entwürfe in Film und Architektur, so auch in dem kubistisch inspirierten Monument der dritten Internationale von Wladimir Tatlin, dem Tatlin-Turm, dessen oberste Etage einem Radiosender vorbehalten war und damit das Gewicht dieser Technologie im revolutionären Gefüge betonte.

Eine gänzlich andere Problemstellung findet sich auf der anderen Seite des Pazifiks: Die amerikanische Werbewirtschaft erlebt zwischen 1880 und 1920 eine bemerkenswerte Entwicklung; das jährliche Budget steigt von 200 Millionen auf 3 Milliarden US-Dollar.<sup>3</sup> Das ist zum einen

der fortschreitenden Industrialisierung zu verdanken, zum anderen auf die veränderte Warendistribution und Kommunikationssituation zurückzuführen. Neben Katalogen und Zeitungsannoncen, die meist auf Briefmeldungen abzielten, kommen mehr und mehr Warenhäuser dazu, sodass nicht mehr nur die Produzenten, sondern auch die Distributoren zu Werbekunden werden. Die sich formierende Branche der Werbetreibenden versucht zunehmend, sich von ihrem anrühigen Image zu befreien, welches die Jahrzehnte der Werbung für zweifelhaft, zumeist medizinische Produkte und Wunderheilmittel hervorgebracht hatten. Neben den Mail-Order-Katalogen und den Zeitungsannoncen kommen weitere relevante Kanäle für die Kundenansprache hinzu: Radio, Kino und später das Fernsehen.<sup>4</sup>

An verschiedenen Stellen wird behauptet, dass der Begriff *mass media* sich in der formierenden Werbebranche als Reaktion auf die aufkommenden neuen Kommunikationstechnologien entwickelte<sup>5</sup>, und tatsächlich wird heute mit *media* in der Werbung jener Informationsträger beschrieben, der die Botschaft zum Kunden transportiert. Ich habe jedoch keine Verweise auf eine Primärquelle gefunden, die eine Verwendung dieses Begriffs bereits im frühen 20. Jahrhundert belegt. Es ist aber davon auszugehen, dass auch hier das Bedürfnis einer einigenden Kategorie für sämtliche Kommunikationsmittel als dringlich angesehen wurde.

Wir finden also sowohl in der Propaganda des Nationalsozialismus als auch in der russischen Avantgarde sowie im amerikanischen Werbemarkt starke Tendenzen zu terminologischen Bündelungen der verschiedenen technischen Kommunikationsmittel. Hierbei stehen mitnichten diejenigen Fragestellungen im Vordergrund, welche die lange Geschichte des Medienbegriffs von der Antike bis in die Neuzeit bestimmten – die Fragen nach Wahrnehmung, Zeichen und Subjekt –, sondern pragmatische Fragen des Transports, der Vereinigung und der Manipulation sowie sozialrevolutionäre Ideen der Erweiterung

2 László Moholy-Nagy, Fotografie als Erweiterung des Sichtbaren, in: *Texte zur Medientheorie*, hg. von Günter Helmes und Werner Köster (Stuttgart 2002), S. 145–147, hier 147. Ein ähnlicher Ansatz ist in der Organprojektionsthese Ernst Kapps angelegt (vgl. Ernst Kapp, *Grundlinien einer Philosophie der Technik. Zur Entstehungsgeschichte der Kultur aus neuen Gesichtspunkten* [Braunschweig 1877], Kapitel 2, „Die Organprojektion“, S. 29ff.).

3 Vgl. *American Advertising: A Brief History*, <http://historymatters.gmu.edu/mse/ads/amadv.html>.

4 Ein wichtiger Meilenstein und Indikator für die Professionalisierung der Werbebranche vor allem im Sinne ihrer Strategisierung stellt das Buch *Propaganda* (New York 1928) des frühen Kommunikationsstrategen Edward Bernays dar.

5 Albert Kümmel-Schnur und Jens Schröter, *Äther: Ein Medium der Moderne* (Bielefeld 2007), S. 15; Helmut Schanze, *Lexikon Medientheorie und Medienwissenschaft* (Stuttgart 2002), S. 200; Asa Briggs und Peter Burke, *Social History of the Media: From Gutenberg to the Internet* (Cambridge 2010), S. 1; Dieter Mersch, *Medientheorien zur Einführung* (Hamburg 2009), S. 58.

und Überwindung des Menschen. All diese Zutaten bilden den nährreichen Boden, auf dem sich Mitte des 20. Jahrhunderts das Paradigma des Mediums zu einer umfassenden Disziplinierung entfaltet.

Harold A. Innis, Professor für politische Ökonomie an der Universität von Toronto, entwickelt 1930 im Rahmen seiner wirtschaftshistorischen Untersuchungen eine spezifische Problemstellung für die Fragen des Transportes und der Transportwege. Während sich seine frühen Untersuchungen dem Pelzhandel und der Eisenbahn widmeten, geraten durch die Untersuchung des amerikanischen Pressewesens die Transportwege des Geistes in den Fokus. Mit der Frage nach dem Transport gelingt es ihm, bislang heterogene Phänomene zu vereinen und so beispielsweise Pyramidenbau und Papyrusproduktion zu verknüpfen.<sup>6</sup> Die spezifische Frage nach den sozialen und ökonomischen Wirkungen von Oralität und Schriftlichkeit kennzeichnet die ihm – inzwischen mit Derrick de Kerckhove in der dritten Generation – nachfolgenden Diskurse der sogenannten kanadischen Schule, auch wenn ihr Wirken zumeist auf den in medientheoretischer Perspektive ungleich weitreichender rezipierten Marshall McLuhan reduziert wird. Dennoch ist Innis der Wegbereiter eines kulturtheoretischen Medienbegriffes, in dem Politik, Soziologie und Technik zusammen gedacht werden. Die Verschränkung von Kultur und Technologie adelt die Arbeiten der kanadischen Schule bereits in ihrer embryonalen Phase zu einer umfassenden Zeitdiagnostik: Die Kulturgeschichte wird zur Technikgeschichte – darauf folgend werden die Medien zu bestimmenden Faktoren der menschlichen Entwicklung. Hiermit ist der Grundstein einer Medienanthropologie gelegt, die später von McLuhan und anderen ausformuliert wird. Während Innis eine Kulturkritik formuliert, die nicht weit von den pessimistischen Prophezeiungen Theodor W. Adornos und Max Horkheimers entfernt ist,<sup>7</sup> wandeln sich die Arbeiten der zweiten Generation dieser kanadischen Schule – auch im Zuge

der inkludierenden Geste der Cultural Studies – zu einer technikbejahenden Teleologie. Marshall McLuhan erweitert – ebenso wie Moholy-Nagy sein Apparat-Konzept – den Medienbegriff radikal und summiert unter ihm alles, was als Ausweitung des menschlichen Zentralnervensystems verstanden werden kann. Medien sind Erweiterungen des Menschen, wie der Untertitel seines Buches *Understanding Media* von 1964 besagt: *The Extensions of Man*. Im Umkehrschluss ist der Mensch somit das Urmedium, dessen Fähigkeiten durch technische Medien / Erweiterungen ersetzt werden. Die körperlichen Organe des Menschen werden nach und nach abgeschaltet, bis er in den kühlen, elektronischen Medien die ultimative Narkose erfährt.<sup>8</sup> McLuhan verbindet mit den elektronischen Medien, mit dem Radio und dem Fernsehen, ein teleologisches Versprechen: Durch sie wird es möglich, die Menschheit in weltweiten partizipativen Räumen zu vereinen. Er formuliert hiermit eine medienanthropologische Fundierung des Menschen, die diesen als Mängelwesen fasst, mit Medien als seinen Prothesen. Die Rede von Medien ist damit auch immer schon ein Reden über den Menschen. Neben dieser katholisch codierten Heilsgeschichte ist es aber vor allem McLuhans These, dass das Medium selbst die eigentliche Botschaft sei, die seine immer noch dominante Stellung in der Medientheorie ausmacht. Diese Idee taucht bei ihm zum ersten Mal im bereits erwähnten Werk auf, wenn er über den Kubismus und dessen Zerstörung der dreidimensionalen Illusion schreibt: „Cubism, by seizing on instant total awareness, suddenly announced that the medium is the message.“<sup>9</sup> Erst 1967 kristallisiert sich diese Idee als zentraler Punkt seiner medientheoretischen Wirkung heraus – in der Kunsttheorie war die Interpretation der klassischen Avantgarde als künstlerische Strategie, die auf eine Offenbarung der Medialität des Mediums zielte, bereits 1960 mit Clement Greenberg und Ernst Gombrich Allgemeingut.<sup>10</sup> McLuhan übersetzt diese kunsttheoretische These in seine sozialphilosophische Metaerzählung.

6 Siehe Harold A. Innis, *Empire and Communications* (Oxford 1950).

7 Harold A. Innis, *Kreuzwege der Kommunikation* (Wien 1997), S. 136.

8 Marshall McLuhan, *Understanding Media: The Extensions of Man* (London und New York 2006), S. 45ff.

9 A. a. O., S. 13.

10 Boris Groys, *Einführung in die Anti-Philosophie* (München 2009), S. 267.

Seine Schriften zeichnen sich durch ihre assoziative Kraft aus, die in den folgenden Jahrzehnten einen andauernden und ergiebigen Fundus für die Medientheorie bereithält. Insbesondere *The Mechanical Bride* von 1951 verdeutlicht McLuhans *mosaic approach* und wird aufgrund seiner essayistischen Struktur und seiner konkreten Beispielen aus u. a. Werbung, Presse und Filmplakaten auch mit *Mythologies* von Roland Barthes verglichen, einem weiteren Werk, das im Kontext der disziplinierten Medientheorie immer wieder eine wichtige Rolle spielt.<sup>11</sup>

Neben der kanadischen Schule (und natürlich den französischen Strukturalisten, deren Beitrag zur Medientheorie gesondert behandelt werden muss) formulieren Theodor W. Adorno und Max Horkheimer als zwei Protagonisten der exilierten Frankfurter Schule und der mit ihr assoziierten Kritischen Theorie 1944/1947 ein wichtiges Referenzwerk für die ihnen nachfolgende Medientheorie. In *Dialektik der Aufklärung* prägen sie den Begriff der Kulturindustrie und greifen somit den Massendiskurs wieder auf, der bereits in frühen Überlegungen zu den neuen Kommunikationstechnologien eine große Rolle spielte. Mit dem Impetus marxistischer Ideologiekritik untersuchen sie weniger die Medien selber, als vielmehr ihre Auswirkungen auf das Bewusstsein. Im Gegensatz zu ihren direkten europäischen Vorläufern – Walter Benjamin, Béla Balázs und Bertolt Brecht – fokussieren die beiden Exilanten nicht das sozialrevolutionäre Potential der neuen Technologien, sondern zeigen eine kulturpessimistische Skepsis, die in der befürchteten Liquidation des Subjektes durch die Kulturindustrie gipfelt. Der Begriff des Mediums findet nur sehr bedingt Verwendung und ist hier rein technisch geprägt – Medien sind die Kommunikationskanäle der Kulturindustrie und werden von entsprechenden Monopolen gesteuert –, dennoch erhält diese Schrift im Zuge der fortschreitenden Disziplinierung den Status einer Geburtsurkunde der (deutschen) Medientheorie. Medien selbst

werden hier mitnichten als Ursache einer Zersetzung des Individuums festgemacht, sondern stellen als Instrument lediglich die Infrastruktur für die Inhalte einer zersetzenden Kulturindustrie<sup>12</sup> – der politische Manipulationsaspekt steht eindeutig im Mittelpunkt des Interesses an Medien. Die direkten Erfahrungen der nationalsozialistischen Propaganda, an deren wissenschaftlicher Aufarbeitung Adorno im Rahmen des von der Rockefeller Foundation getragenen Princeton Radio Programmes von 1937 bis 1941 unter anderem mit Paul F. Lazarsfeld mitwirkte, sind deutlich zu erkennen und die analytische Stärke der Frankfurter Schule liegt vor allem in der Verbindung von Psychoanalyse und empirischer Sozialforschung sowie in der relativ neuen Massenkommunikationsforschung.<sup>13</sup> Damit erhob sie sich ebenso wie die kanadische Schule in den Stand einer übergreifenden Zeitdiagnostik und entwickelte gleichermaßen einen sozialphilosophischen Anspruch. Die vorrationale Mythologie, deren barbarische Seite sie 1933 ins Exil gezwungen hatte, sehen Adorno und Horkheimer in der amerikanischen Kulturindustrie ebenso am Werk wie im nationalsozialistischen Deutschland, in diesem Fall jedoch als Massenbetrug. Faschismus und Kulturindustrie sind demnach die Korrelate einer strukturell ähnlichen Mythologie, im ersteren Fall mit dem Zentrum des totalitären Staates, im letzteren mit dem Zentrum der totalitären Ökonomie. Während Adorno sich an vielen Stellen zu weiteren Einzelmedien äußert,<sup>14</sup> so ist es doch vor allem die poetische Prosa der Dialektik der Aufklärung, die einen nachhaltigen Einfluss auf die fortschreitende Formierung und Disziplinierung der Medientheorie und der Medienwissenschaft ausübt. Auch wenn im Zuge der Cultural Studies eine Inkludierung der industriellen Massen- und Populärkultur in den wissenschaftlichen Diskurs stattfindet und dadurch das bürgerliche Verständnis von Hochkultur relativiert wird, prägt die kritische Haltung gegenüber einer Bewusstseinsproduktion durch Massenmedien viele der unmittelbar nachfolgenden Protagonisten.

11 Mersch, *Medientheorien zur Einführung*, S. 107.

12 Theodor W. Adorno und Max Horkheimer, *Dialektik der Aufklärung: Philosophische Fragmente* (Frankfurt am Main 1988), S. 132 und 155.

13 Dieser Begriff entstand im Rahmen des Princeton-Programms und emigrierte schnell in angrenzende Wissenschaften, vgl. Everett M. Rogers, *History of Communication Study* (New York 1997), S. 222.

14 Eine umfassende Bibliographie sämtlicher Texte Adornos zur Medientheorie und Medienästhetik findet sich in: Detlev Schöttker, Theodor W. Adornos Beiträge zur Medientheorie – „Erkennendes Hören“ als Programm, in: *Philosophie in der Medientheorie*, hg. von Alexander Roesler und Bernd Stiegler (München 2008), S. 11–25, hier S. 12.

Während und kurz nach dem Zweiten Weltkrieg formieren sich erste Splitter der kommenden Medientheorie in einer überschaubaren Anzahl von Standardwerken. An der Schnittstelle von politischer Ökonomie, empirischer Sozialforschung, Psychoanalyse und Kunsttheorie kristallisiert sich die künftige Medientheorie als eine metastabile Umgebung, als eine fragmentarische und poetische Zeitdiagnostik heraus, deren systematische Aufarbeitung sich über Jahrzehnte hinweg als fruchtbar erweisen wird. McLuhan und Adorno/Horkheimer bilden zusammen bis in die 1980er Jahre hinein die prominenten Fixpunkte einer kritischen und philosophisch geprägten Medientheorie und Medienwissenschaft. Zu ihnen gesellen sich nach und nach die empirischen Stränge der Linguistik und der Semiotik, um ihnen wissenschaftlich den Rücken zu stärken. Von hier ausgehend werden retrospektiv die Untersuchungen einzelner Kommunikationstechnologien unter dem Label „Einzelmedienbetrachtung“ subsumiert. Nicht nur Benjamin, Balázs und Kracauer erfahren eine Rezeption unter veränderten Vorzeichen, auch Platon, Herder und Kant liefern posthum ihren Beitrag zur Medientheorie. Ebenso wird Geschichte als Mediengeschichte neu perspektiviert – gesellschaftliche Umbrüche werden zu Medienumbrüchen, Oralität und Literalität zu epochenbildenden Merkmalen, Gutenberg- und Marconi-Galaxis zu Eingang und Ausgang einer kontinuierlich erzählten Menschheitsgeschichte. Zu guter Letzt wird die Kritik der Medien zur Ideologiekritik – die Technik wird politisch und die Medien werden zum zentralen Schlüssel gesellschaftlicher Theoriebildung.