

Kommunikation von Beobachtung - Beobachtung von Kommunikation. Wechselwirkungen von Medientheorien und kommunikativen Praktiken in der „kommunikologischen Sattelzeit“ (1880-1960)

Kommunikation von Beobachtung - Beobachtung von Kommunikation. Wechselwirkungen von Medientheorien und kommunikativen Praktiken in der „kommunikologischen Sattelzeit“ (1880-1960)

Veranstalter: Arbeitskreis Geschichte und Theorie; Fritz-Thyssen-Stiftung

Datum, Ort: 22.03.2001-24.03.2001, Göttingen

Bericht von: Habbo Knoch; Daniel Morat, Göttingen

Tagung des „Arbeitskreises Geschichte und Theorie“ vom 22. bis 24. März 2001 in Göttingen, Haus am Hagenberg. Gefördert durch die Fritz Thyssen Stiftung.

An der Schwelle zu einem neuen „Informationszeitalter“ haben medienwissenschaftliche Bemühungen und Medientheorien Konjunktur, die nicht selten von historischen Interpretationen ausgehen und historische Medientheorien - etwa von Walter Benjamin oder Siegfried Kracauer - auf gegenwärtige Medien- und Kommunikationsverhältnisse übertragen. Damit gehen häufig Verkürzungen einher, die insbesondere mit der Entkontextualisierung von Medien und zeitgenössischen Medientheorien zu tun haben. Medien sind jedoch ebenso Produkte sozialer Praktiken wie sie Kommunikationsverhältnisse ihrerseits ändern, Medientheorien entstammen Feldern zeitgenössischer Auseinandersetzungen darüber, wie Medien Wahrnehmungs- und Kommunikationsmodi verändern, und die Kommunikation der Beobachtung solcher Medien- und Kommunikationsverhältnisse geht selbst in diese ein. Das lässt nach spezifisch historischen Zusammenhängen von Kommunikationsbeobachtungen und Beobachtungskommunikationen fragen, die auf ihren Anteil für die Etablierung und diskursive Einbettung von Medien hin zu untersuchen sind. Vor diesem Hintergrund verfolgte die vom 22. bis 24. März in Göttingen veranstaltete Tagung „Kommunikation von Beobachtung - Beobachtung von Kommunikation“ drei Ziele: Erstens sollten an Beispielen aus dem 19. und 20. Jahrhundert Methoden für eine Integration der Kommunikations- und Mediengeschichte in die historische Kulturwissenschaft diskutiert werden. Zweitens ging es um die Frage, ob die „lange Jahrhundertwende“ zwischen 1880 und 1960, die mit der Etablierung eines Verbunds diversifizierter Massenmedien zusammenfällt, als Zeitraum einer „kommuni-

kologischen Sattelzeit“ periodisierbar ist. Drittens galt das Augenmerk der wechselseitigen Verflechtung von Theoretisierung, Beobachtung und Aneignung von Medienverhältnissen und ihrer Veränderung in diesem Zeitraum als einem besonderen Merkmal der „kommunikologischen Sattelzeit“. Mit dieser Tagung setzte der ausrichtende, seit fünf Jahren bestehende „Arbeitskreis für Geschichte und Theorie“, der Habilitand/inn/en und Doktorand/inn/en mehrerer deutscher Geschichtsfakultäten umfasst, seine internen Bemühungen um eine Historisierung von Kommunikationsverhältnissen fort. Sie ist mittelfristiger Arbeitsschwerpunkt, der in weiteren Tagungen ausgebaut werden soll.

Die Tagung wurde mit einem Beitrag von Wolfgang Ernst (Berlin/Paderborn) eröffnet, der sein Konzept der „Medienarchäologie“ vorstellte und von einer Medien- und Kommunikationsgeschichte als medienpolitischer oder hermeneutischer Historiographie abgrenzte (I). Dem folgten vier thematische Sektionen: (II) Massenmedien und die Politisierung des Beobachtens im 19. Jahrhundert mit Vorträgen von Frank Moeller (Jena) zum Bild des Politikers Heinrich von Gagern in Karikaturen der Revolution von 1848/49 und von Uffa Jensen (Berlin) zu Pamphleten als spezifischem Medium für den bildungsbürgerlichen Antisemitismus des Kaiserreiches; (III) Medialisierung von Produkten als kommunikative Praxis mit Beiträgen von Alexander C.T. Geppert (Florenz) zu europäischen Ausstellungen zwischen 1870 und 1930 als „kommunizierenden Welten“, von Andreas Mai (Leipzig) zur Funktion von Inseraten für die mediale Konstruktion von Ferienorten im 19. Jahrhundert und von Rainer Gries (Leipzig) mit einem Modell zur konzeptionellen Erfassung von Produkten als Medien; (IV) Medientheorien und die Medialisierung der Sinne in den zwanziger Jahren mit Papieren von Detlev Schoettker (Dresden) zur Entstehung der Medientheorien Arnheims, Benjamins und Kracaurs im Exil und deren konzeptionellen Bezügen, von Daniel Morat (Göttingen) zum intellektuellen Wahrnehmungsmodus der „optischen Distanznahme“ in den Medientheorien von Benjamin, Juenger und Kracauer und von Habbo Knoch (Göttingen) zur zeitgenössischen Wahrnehmung des Radio-Hörers in den zwanziger Jahren; (V) Kommunikation des Sozialen und die Verwissenschaftlichung des Beobachtens mit Beiträgen von Paul Nolte (Bielefeld) zur medialen Präsenz der Soziologie als Be-

obachtungswissenschaft in den fünfziger Jahren, von Frank Boesch (Goettingen) zur Professionalisierung von Wahlkampf und Wählerbeobachtung in der CDU bis Anfang der sechziger Jahre und von Till Koessler (Bochum) zu den Selbstreferenzen und Modi der innerparteilichen Kommunikation der KPD zwischen 1945 und 1960. In einer Schlussdiskussion ging es um die „kommunikologische Sattelzeit“ als Periodisierungsangebot (VI).

I. In seinem bewusst als „Provokation“ angelegten Beitrag stellte Ernst seinen Ansatz der Medienarchäologie vor. Er ging dabei von zwei Prämissen aus: Die Geschichtsschreibung habe ihre „essentielle Nachträglichkeit“ zum Geschehen selbst seit dem 19. Jahrhundert durch narrative Gedächtnis- und Erzählformen kompensiert, die den Blick für Diskontinuitäten und parallele Prozesse (u.a. Erzählung vs. Archiv) verstellt hätten. Dies sei mit der Monopolisierung eines hermeneutischen Blicks einhergegangen, der bis heute auch in der historischen Medienwissenschaft, etwa bei den Cultural Studies, üblich sei. Dagegen wende sich die Medienarchäologie konsequent der „technischen Logik“ von Medien zu, die nicht-diskursiv sei und auch nicht aus der anthropologischen Perspektive nachvollzogen werden könne. Ernsts Feststellung, dieser nicht-inhaltliche Zugriff trenne die „wohldefinierte Medienwissenschaft“, wie er sie versteht, von der hermeneutisch operierenden Kommunikationsgeschichte, bildete mit der darin enthaltenen Frage nach dem Medienbegriff einen Leitfaden der weiteren Tagung: Bedarf es eines engen Begriffs von Medien, der allein auf ihre technische Seite abhebt, die hinreichend in ihrer Innovationsphase erkannt werden kann, bevor das Medium zum „Programm“ wird? Sind Medien andererseits ohne die mit ihnen verbundenen Diskurse überhaupt beschreibbar? Ernst forderte eine über das hermeneutische Vokabular hinausgehende Sprache, in der sich die nicht-diskursiven Eigenschaften und Eigenmächtigkeiten der Medien ausdrücken ließen. Allerdings blieb unklar und ein wiederkehrender Diskussionspunkt der Tagung, wie dieses Modell umgesetzt und in die notwendigerweise diskursive Geschichtswissenschaft rückgekoppelt werden könnte. Damit stellte sich auch die Frage, ob die technizistische Analysesprache nicht selbst historisch ist und historisiert werden muss, womit die strikte Trennung zwischen hermeneutischem und technizistischem Zugang aufgehoben wäre.

II. In den Beiträgen von Moeller und Jensen ka-

men zwei unterschiedliche Ansätze im Umgang mit Medien am Beispiel zweier klassischer Printmedien und deren Verwendung im 19. Jahrhundert zum Ausdruck. Moeller analysierte die Karikaturen als „Spiegel“ der öffentlichen Meinung über von Gagern und interpretierte sie als Teil einer charismatischen Aufladung des Politikers in der Revolutionsoffenheit. Die große Verbreitung und rasche Produzierbarkeit der Karikaturen trugen, so Moeller, erheblich zur Personalisierung der Nationalversammlung und zur öffentlichen Manifestierung von charakterlichen Zuschreibungen im Falle von Gagerns bei, wobei sich dies sogar an den deutlich selteneren kritischen Karikaturen erkennen lasse. Charismatische Eigenschaften seien in von Gagerns Fall als Produkt eines Kommunikationssystems zu erkennen, in dem die Karikaturen einen breiten, über die politischen Lager hinweg geteilten ikonographischen Kanon bereitstellten. Jensen widmete hingegen dem Medium selbst mehr Aufmerksamkeit und sah in der Tatsache, dass der bildungsbürgerliche Antisemitismus im Kaiserreich sich insbesondere eines Pamphlets bediente, einen Ausdruck der kulturellen Verunsicherung des Bürgertums. Es habe seine Deutungshoheit durch die Wahrnehmung eines wachsenden jüdischen Einflusses auf die Medien gefährdet gesehen und das Pamphlet als unabhängiges, schnelles und polemisches Medium genutzt, um mit Hilfe der „Judenfrage“ die vermeintliche Führungsstellung im öffentlichen Kommunikationsraum zurückzugewinnen. Beide Vorträge riefen Fragen nach den jeweiligen Gebrauchsweisen der Karikaturen und Pamphlete hervor, die insbesondere im Falle der Karikaturen erst hinreichend Aufschluss darüber geben könnten, ob sich die Bildelemente auch zeitgenössisch zu einem charismatischen Eindruck einer Person verdichteten. Die unterschiedlichen Fälle zeigten, dass sich zwar ein hohes Maß an Intertextualität und Intervisualität, aber nur wenig Reflexion auf die Eigenschaften des Mediums selbst oder gar eine Theoretisierung derselben feststellen lässt. Diese medienimmanenten Beobachtungsdynamik hat nicht zuletzt mit der medieneigenen Entstehungs- und Verbreitungsgeschwindigkeit zu tun. Im Hinblick auf die „kommunikologische Sattelzeit“ kam wegen der Printmedienentwicklung im 19. Jahrhundert Zweifel daran auf, ob sich bereits die Mediensituation von 1848/49 als „Kommunikationsrevolution“ bezeichnen lässt und die Politiker-Karikaturen nicht gerade Ausweis eines bürgerli-

chen Kommunikationsraumes waren. Andererseits liessen die Verwendungsformen der Pamphlete noch wenig Anhaltspunkte fuer eine grundlegenden Veraenderung der medialen Kommunikationsverhaeltnisse erkennen, eben weil die „Judenfrage“ primaer in einem, zumal noch bildungsbuerglerlich begrenzten Medium und nicht etwa in einem Medienverbund mit einer „zerstreuten Oeffentlichkeit“ diskutiert wurde.

III. Der Funktion von Medien fuer die Erzeugung und Kommunikation von Vorstellungen waren die Vortraege von Geppert, Mai und Gries gewidmet. Geppert vermochte zu zeigen, wie die zahlreichen Welt-, Kolonial- und Gewerbeausstellungen seit Mitte des 19. Jahrhunderts zu Produkten ihrer eigenen Form wurden, die kaum und wenn, dann nur graduelle Veraenderungen zuliesse. Gleichzeitig aber kam es zu einer dichten Selbst- und Fremdreflexion in der Beobachtung der Ausstellungen, die sie als Symptom und Manifestation gesellschaftlicher Entwicklungen deuteten und selbst wiederum das „Dispositiv“ der Ausstellung medial verstaerkten. Mehr auf die kommunizierten Vorstellungen selbst ging Mai ein, der anhand von Werbeinseraten fuer Ferienziele und Ferienwohnungen in „Sommerfrischen“ des 19. Jahrhunderts deutlich machte, wie sich das veraenderte Nutzerverhalten mit zum Beispiel kuerzerer Verweildauer und grosseren Besucherzahlen auf die Werbestrategien auswirkte. Es kam zu einer ausfuehrlicheren Beschreibung der Angebote und zu einer Standardisierung der Inseratsformen, in denen sich die Erwartungen der Gaeste und das Vertrauensangebot der Vermieter in wechselseitiger Beobachtung niederschlugen. Gries stellte schliesslich ein Modell vor, dass vor dem Hintergrund der Veraenderung in Konsum- und Werbepaxis Produkte als Medien beschrieb, die diesen besonderen Status spaetestens in den sechziger Jahren eingenommen haetten. Im Produkt als Medium fielen nun Materialitaet, Zeichencharakter und Medialitaet zusammen. Nur so liesse sich die „lange Dauer“ von Produktmarken ueber ihre materiellen Veraenderungen hinaus erklaren. Alle drei Beitrage machten deutlich, von welcher Bedeutung zirkulare Prozesse fuer die Kommunikation von „Produkten“ - Ausstellungen, Ferienwohnungen oder Konsumguetern - sind und welche Rolle dabei Wahrnehmungen und der Beobachtung von Wahrnehmungen und den mit ihnen vorhandenen Beduerfnissen zukommt. Die Theoretisierung bewegte sich dabei historisch auf un-

terschiedlichen Niveaus, in denen sich die Spezifik der einzelnen Medien (mehr bei den resonanzheischenden Ausstellungen, weniger beim Massenprodukt Inserat) und die Verwissenschaftlichung im Zeitraum der „kommunikologischen Sattelzeit“ niederschlaegt. Gleichzeitig waren alle Vortraege eine Herausforderung der klassischen Mediengeschichte, die in der Regel von einem engen, auf die klassischen Massenkommunikationsmedien bezogenen Medienbegriff ausgeht. Nur unzureichend deutlich wurde die spezifische und zu historisierende Beziehung zwischen der Materialitaet der Medien und der Sinnlichkeit der jeweiligen Produkte und ihrer Medialisierung. Ausstellungen, Inserate und beworbene Produkte sind fuer die entstehende Massengesellschaft zentrale Medien einer an die Nutzer rueckgekoppelten Produktion von moderner Sinnlichkeit, die auf der Suggestion einer authentischen Anmutungsqualitaet des Produkts beruht.

IV. Die Medialisierung der Sinne erwies sich als ein Band zwischen den Texten von Schoettker, Morat und Knoch, die der Medienreflexion und den Medientheorien der zwanziger und dreissiger Jahren gewidmet waren. Schoettker konnte zeigen, dass die Medientheorien von Arnheim, Benjamin und Kracauer im intellektuellen Feld des Exils breiter zu verorten sind und Kooperationen oder Konflikte zwischen Arnheim und Lazarsfeld, Adorno und Benjamin oder Kracauer und Panofsky der vermeintlichen Einheit einer kritischen Mediensoziologie ein sehr viel differenzierteres Gesicht geben, was sich etwa an den fundamental verschiedenen Filmtheorien von Arnheim und Kracauer zeigen lasse. Morat arbeitete den intellektuellen Wahrnehmungsmodus der „optischen Distanznahme“, der Sehen und Dabeisein vom Erleben und Empfinden trennt und einem modernen Wahrnehmungsmuster von Medien entspricht, als Gemeinsamkeit von Benjamin, Kracauer und Ernst Juenger und als zentrales Signum der medientheoretischen Reflexion der Zeit heraus. Trotz der unterschiedlichen politischen Konsequenzen manifestierte sich in diesem Modus eine gemeinsame, durch Reizueberflutung gekennzeichnete Wahrnehmungserfahrung, die als „innere Medialitaet“ den Medientheorien eingeschrieben sei. Knoch deutete die intensive Auseinandersetzung mit dem Radio in den zwanziger Jahren als Phaenomen einer Reduktion kommunikativer Komplexitaet, die durch die neuen Kommunikationsmoeglichkeiten entstanden war. Beobachtung-

gen und Rezeptionsformen ließen sich unter der Suche nach Authentizität und einem spezifisch „Funktischen“ zusammenfassen, dessen religiöse Ueberhöhung die so zerstreute wie programmierte Volksgemeinschaft vorbereitete. Die Beiträge zeigten, wie eng die reflexive Begleitung der audiovisuellen Medienrevolution in den ersten Jahrzehnten des 20. Jahrhunderts mit der Verarbeitung von Wahrnehmungen verbunden war. Dahinter traten die Medien als technische Gegenstände oder die Medienpolitik deutlich zurück. Allerdings konnte auch hier nur ansatzweise gezeigt werden, ob sich die genannten Reflexionen über die Transformation der Sinne auch außerhalb des Kanons der bekannten Medientheoretiker finden lassen. Die Beobachtungen der Medien waren zudem noch immanenter Bestandteil eines Kontroll- und Entwicklungsdiskurses der Medien selbst, der sich noch nicht nach wissenschaftlichen Kriterien selbst beobachtete.

V. Die zweite Nachkriegszeit bildete den zeitlichen Bezugsrahmen der Beiträge von Nolte, Boesch und Koessler. Ausgehend von Luhmanns Kommunikationstheorie zeigte Nolte, wie insbesondere Adorno, Horkheimer, Schelsky und Koenig ihre empirische Soziologie als Grundlage eines zirkulierenden Kommunikationsprozesses verstanden, in dem die kontrollierte Beobachtung der Gesellschaft in ihren Selbstverständigungsdiskurs zurückgespeist werden musste. Unter intensiver Nutzung des Rundfunks entwickelte diese Strömung der westdeutschen Nachkriegssoziologie einen ausgeprägten öffentlichen und interventionistischen Charakter, in dem sich Wissenschaftler zugunsten der Wahrnehmung einer öffentlichen Rolle über ihre eigenen Vorbehalte gegen eine Popularisierung soziologischen Wissens hinwegsetzten. Boeschs Beitrag unterstrich die Bedeutung der zirkulierenden Rückkopplung am Beispiel der Wahlkämpfe der CDU in den fünfziger Jahren. Während und weil es nicht gelang, eine der Regierung gegenüber loyale Presse zu etablieren, gewann eine Aussendarstellung an Gewicht, die sich der Massenbeobachtungserkenntnisse der Werbung institutionell wie methodisch bediente. Auch in Form der Demoskopie wurde die Wählerbeobachtung somit früh zum integralen Bestandteil einer Imagepolitik, die sich mehr an die Lebenseinstellungen als an die politischen Ueberzeugungen der Gesellschaft richtete. Der inneren Parteikommunikation wandte sich Koessler am Beispiel der KPD zu. In der Situation einer doppelten Außenbeobachtung durch die westdeutsche

Oeffentlichkeit und die SED entfaltete sich in den Parteigremien ein intensiver Selbstbeobachtungsapparat mit einem entsprechenden Diskurs und wiederholten Reparaturmassnahmen. Diese beruhten auf der Annahme inhaltlicher Wahrheit, die nur anders kommuniziert werden musste. Das Ideal des „panoptischen Blicks“ sollte der Ueberwindung kommunikatorischer Defizite dienen, beforderte letztlich aber nur die innerparteiliche Erstarrung und Entfremdung. An der Schnittstelle von Politik, Oeffentlichkeit und soziologischer Beobachtung entfaltete sich in den fünfziger Jahren eine mehrschichtige Auseinandersetzung mit der Funktionsweise moderner Massenkommunikation, auf die wiederum gezielt, wenn auch nicht immer erfolgreich mit eigenen kommunikativen Strategien reagiert wurde. Allerdings muss noch genauer gefragt werden, inwieweit diese Rückkopplung von Kommunikationsbeobachtungen für die fünfziger Jahre spezifisch war oder nicht bereits in der NS-Zeit praktiziert wurde. Auch eine Uebersystematisierung dieser Beobachtungen von Kommunikation und der Umsetzung in kommunikative Praktiken ist zu vermeiden, wie die zahlreichen Beispiele pragmatischer Vorgehensweisen und konzeptioneller Irrwege zeigten.

VI. Die Schlussdiskussion machte deutlich, dass der Begriff der „kommunikologischen Sattelzeit“ ein reizvolles Angebot darstellt, um die Veränderungen der Kommunikations- und Medienverhältnisse während der „langen Jahrhundertwende“ zu fassen. Die zeitlichen Ränder blieben, ausgehend von der Tagungseinteilung 1880 bis 1960, noch näher zu bestimmen. Aber es lässt sich eine spezifische Verdichtung von medialen Innovationen, einer massenhaften Verbreitung mit einer entsprechenden Ausweitung von Zugangsmöglichkeiten und Zugehörigkeit, eine Technifizierung der zeitlich direkten Kommunikation unter Nichtanwesenden, eine immense Beschleunigung der Informationsweitergabe bis hin zum Life-Prinzip und eine intensivierte Selbstbeobachtung dieser Veränderungen feststellen. Allerdings ist dieser Befund noch weiter zu präzisieren: Wie lässt sich diese Verdichtung etwa mit dem in etwa zeitgleichen Phänomen der „Verwissenschaftlichung des Sozialen“ zusammenbringen? Wie verhält sich das im Rahmen der Tagung weitgehend an deutschen Beispielen gewonnene Bild, wenn man die Situation in anderen Ländern näher betrachtet? Liegt der Theorieformigkeit von Beobachtung und der Suche nach ihr eine bestimmte intellektuelle Kul-

tur zugrunde, die sich etwa in den USA so nicht findet? Wie lassen sich Formen des kulturellen Transfers hierbei naeher bestimmen? Methodisch ist dabei eine praezisere Bestimmung des Konzepts der „Beobachtung“ erforderlich, das selbst historisiert werden muss. Eine Herausforderung, die auf der Tagung wiederholt aufschien, wird die genauere Bestimmung des Verhaeltnisses von Medien und Kommunikation entlang der unterschiedlichen Zugangsweisen - hermeneutisch oder technizistisch - sein. Da Medien sich immer erst in der Kommunikation realisieren, sind sie per se diskursive Objekte oder selbst Produkte eines kommunikativen Beobachtungssystems. Als Medien entwickeln sie jedoch aufgrund ihrer technischen Struktur eine Eigendynamik, die sich moeglicherweise der sprachlichen Erfassung entzieht, fuer die Erklaerung ihrer Genese und Durchsetzung aber wesentlich ist. Die zeitgenoessischen Diskurse sind dementsprechend selbst auf das Verhaeltnis von Sagbarem und Ungesagtem hin zu betrachten, worauf auch der bezeichnenderweise mehrfach im Verlauf der Tagung verwendete Begriff des „Fluechtigen“ hinweist. Medien- und Kommunikationsgeschichte wird dadurch zur Spurensuche, die ihre eigene Beobachterposition historisieren muss, um sich der Verfertigung des Medialen in der Kommunikation annaehern zu koennen.

Tagungsbericht *Kommunikation von Beobachtung - Beobachtung von Kommunikation. Wechselwirkungen von Medientheorien und kommunikativen Praktiken in der „kommunikologischen Sattelzeit“ (1880-1960)*. 22.03.2001-24.03.2001, Göttingen. In: H-Soz-u-Kult 01.04.2001.