

UTE DANIEL

Kulturgeschichte der Massenmedien

(Vortrag in der Plenarsitzung am 20. Juli 2007)

Kulturgeschichte der Massenmedien – das klingt vielleicht zuerst einmal wie die Anwendung eines historiographischen Weichspülerprogramms auf ein zweites: Ist nicht die Geschichte der Massenmedien so etwas wie die Imago der Imagines, also die Duplizierung des Abgebildeten und damit eine eher überflüssige wissenschaftliche Operation? Und Kulturgeschichte – evoziert dieser Terminus nicht die Überschätzung der sogenannten „weichen Faktoren“ wie Wahrnehmungsweisen und Sinnstiftungen und damit die akademische Überhöhung der historischen Paraphernalia?

Ich möchte hier eine andere Vorstellung davon plausibel machen, was sich unter einem Projekt namens Kulturgeschichte der Massenmedien verstehen läßt – nämlich eine Vorstellung, die die Herausforderung der Kulturgeschichte gleichzeitig bescheidener und grundlegender aufgreift: Bescheidener insofern, als es nicht darum geht, gewissermaßen neben der bisherigen Geschichtsschreibung eine völlig andere zu etablieren, die beansprucht, gänzlich neue Gegenstandsbereiche – eben die berüchtigten „weichen“ Faktoren der Geschichte – einseitig zu privilegieren und damit zu völlig neuen Ufern der Geschichtsbetrachtung vorzustoßen. Das wäre ein Anspruch, der behaupten würde, das bisher gängige Ensemble geschichtswissenschaftlicher Gegenstände wie Staaten, Politik, Kriege, soziale Bewegungen und soziale Ungleichheiten etc. durch die Paraphernalia,



Ute Daniel, Professorin für Neuere Geschichte an der Technischen Universität Braunschweig, O. Mitglied der Göttinger Akademie seit 2007

die Arabesken der historischen Gegebenheiten, also durch Symbole und Wahrnehmungen, Diskurse und Texte zu ersetzen. Dann wäre etwa die Kulturgeschichte der Ewigkeitsvorstellungen in Zukunft wichtiger als, sagen wir, die Geschichte von Kriegen. In meiner Lesart von Kulturgeschichte findet keine solche radikale Aufräumaktion unter den historiographischen Gegenständen statt – diese Gegenstände vermehren sich allerdings: Neben der Kriegsgeschichte stehen dieser Lesart zufolge nunmehr auch solche wie Ewigkeitsvorstellungen. Insofern also ist das, was ich unter Kulturgeschichte verstehe, bescheidener als das, was der sogenannten „kulturalistischen Wende“ vielfach unterstellt wird.

Gleichzeitig jedoch möchte ich plausibel machen, daß in gewisser Hinsicht eine solchermaßen bescheidener Version der Kulturgeschichte grundlegender ist, als es eine Verabsolutierung der sogenannten weichen Faktoren der Geschichte wäre. Die Kulturgeschichte, wie ich sie verstehe, spart die klassischen Gegenstände der Geschichtsschreibung nicht aus. Aber sie verändert sie. Der gewissermaßen klassischste unter den klassischen Gegenständen, die Geschichte der Außenpolitik und der internationalen Beziehungen zum Beispiel, nimmt unter kulturgeschichtlicher Betrachtung eine andere Gestalt an. Er verliert an diachroner Pfadgenauigkeit und wuchert gleichzeitig synchron. Kulturgeschichtlich betrachtet, gibt es keinen eindeutigen Verlauf der Geschichte der zwischenstaatlichen Beziehungen beispielsweise zwischen 1871 und 1914, der – je nach herkömmlicher Lesart – bestimmt wird von dem Faktum der deutschen Reichseinigung, der Bündniskonstellationen oder der ökonomischen Strukturen. Vielmehr gewinnen alle diese Fakten ihre Faktizität jeweils vor dem Hintergrund der zeitgenössischen Deutungen, Wahrnehmungen und Problemkonstellationen – also in ihren synchronen und immer schon gedeuteten Beziehungen zu anderen zeitgleichen Phänomenen. Im Folgenden möchte ich eine fundamentale Wechselwirkung zwischen Massenmedien und sogenannter allgemeiner Geschichte herausgreifen, nämlich die Veränderung des Gesellschaftsbildes, die im Umfeld des Ersten Weltkriegs beobachtbar ist und deren Zusammenhang mit dem Phänomen der massenmedialen Durchdringung – das damals unter dem Begriff der Propaganda diskutiert wurde – dazu führte, eine neue Gesellschaftsform zu diagnostizieren. Die Diagnose kommt dem, was wir heute Mediengesellschaft nennen, sehr nahe (ohne daß dieser Begriff damals verfügbar war), d. h. einer Gesellschaft, deren integrative und segregative Dynamiken ohne Bezug auf die massenmediale Dimension nicht mehr erfaßbar sind.

Im Jahr 1927 erschien das Buch „Propaganda Technique in the World War“ von Harold Lasswell, einem Mitgründer der amerikanischen Politik-

wissenschaft. Über eine reine Bestandsaufnahme und Analyse der Weltkriegspropaganda gingen Lasswells Befunde allerdings weit hinaus:

„(. . .) Propaganda ist eines der mächtigsten Instrumente der modernen Welt. (. . .) In der modernen Gesellschaft ist es nicht länger möglich, die Unberechenbarkeiten der Individuen durch Kriegstänze zusammenzubinden; ein neues und subtileres Mittel muß Tausende, ja Millionen von menschlichen Wesen in eine einzige Masse von Hass und Wollen und Hoffnung zusammenschmelzen. Das neue Gegengift gegen Eigenwilligkeit ist Propaganda. Wenn die Massen frei von Eisenketten sein wollen, müssen sie silberne Ketten akzeptieren. Wenn sie nicht lieben, ehren und gehorchen wollen, müssen sie damit rechnen, verführt zu werden.“¹

Zweierlei fällt an dieser Aussage auf: das von Kontrollverlustängsten geprägte Gesellschaftsbild sowie die Vorstellung, Propaganda könne Kontrolle in neuer Form ermöglichen. Beides war keineswegs ein Spezifikum dieses Autors, sondern in den Jahrzehnten um 1900 eine Art *communis opinio* derjenigen, die sich wissenschaftlich, als Praktiker oder als rasonierende Beobachter ihrer Gegenwart mit der Bedeutung der Medien auseinandersetzten.

Das große Klagelied des Kontrollverlustes war um 1900 nicht neu. Doch es wurde unter dem Eindruck einer alarmierenden Zunahme von ubiquitärer Ambivalenz angestimmt. Was es um 1900 so schwierig machte, ambivalenzfreie Zukunftsentwürfe zu formulieren, war das durch und durch ambivalente neue Menschenbild, dessen Wirkung sich kein Teil des politischen Spektrums entziehen konnte. Dieses Menschenbild wurde in der Sprache der neuen Humanwissenschaften, insbesondere der Psychologie, der Evolutionsbiologie sowie der Psychoanalyse, wissenschaftlich begründet und zur *communis opinio* der zeitgenössischen Selbstthematierungen. Der neue Mensch der „Massenpsychologie“ war von animalischen Trieben, unbewußten Bedürfnissen und akutem Mangel an Rationalität bestimmt. Vor dem Hintergrund dieses neuen Menschenbildes veränderten sich die überkommenen Vorstellungen über die Art und Weise, wie Gesellschaften regiert bzw. kontrolliert werden. Im deutschen Kaiserreich diagnostizierte etwa der Sozialwissenschaftler Max Weber im Mai 1918 eine unaufhaltsame „Demokratisierung des Parteibetriebes auf der Linken wie auf der Rechten“.² Damit meinte er den neuen Einfluß der „Masse“ als solche(r)

¹ Harold D. Lasswell: Propaganda Technique in the World War. London, New York 1927, S. 220 ff. (Übers. UD).

² Max Weber: Parlament und Regierung im neugeordneten Deutschland (Mai 1918), in: ders.: Gesammelte politische Schriften, hg. von Johannes Winkelmann. Tübingen, 3. erneut vermehrte Aufl. 1971, S. 306–443, hier: 406.

(einerlei, welche sozialen Schichten sie im Einzelfall zusammensetzen)“, die „nur bis übermorgen“ denke, weil sie, „wie jede Erfahrung lehrt, stets der aktuellen rein emotionalen und irrationalen Beeinflussung ausgesetzt“ sei.³ Adäquate Führerauslese könne unter diesen neuartigen Bedingungen nur die „moderne Massenpropaganda“⁴ gewährleisten:

„Denn nicht die politisch passive ‘Masse’ gebiert aus sich den Führer, sondern der politische Führer wirbt sich die Gefolgschaft und gewinnt durch ‘Demagogie’ die Masse. Das ist in jeder noch so demokratischen Staatsordnung so.“⁵

Die Jahre des Ersten Weltkriegs waren es, die alle genannten Aspekte – das psychologisierte, die Manipulationsanfälligkeit betonende neue Menschenbild, den Kontrollverlust angesichts der verstärkt empfundenen Unübersichtlichkeit sowie die Frage nach den (je nach Lesart bedrohlichen oder aber erforderlichen) neuen politischen Lenkungsmöglichkeiten im massendemokratischen und massenmedialen Zeitalter – unter dem Oberbegriff der Propaganda zusammenführten. Die Weltkriegsjahre hoben gleichzeitig das Problem auf eine neue Dringlichkeitsstufe. In allen kriegführenden Staaten war im Lauf der Kriegszeit die aktiv nach außen wie nach innen betriebene Propaganda in den Rang eines wichtigen Kriegsmittels eingerückt. Überall wurden zwischen August 1914 und November 1918 zahlreiche Personen und Institutionen damit beschäftigt, Flugblätter zu entwerfen, deren Abwurfvorrichtungen zu verbessern, Filme zu drehen, Frontberichterstattung zu organisieren, die eigenen Soldaten zu indoktrinieren, zur Jagd auf die inneren Feinde aufzurufen und Kriegsziele und Friedensvorschläge zu propagieren. Und unmittelbar nach dem Ende des Kriegs publizierten alle diese Fachleute persuasiver Kommunikation ihre Berichte über das Geleistete, die in den Buchhandlungen neben den ebenso zahlreichen Anklageschriften derjenigen standen, die sich als Opfer der Propaganda ganz allgemein oder aber insbesondere derjenigen der ehemaligen Feinde, der eigenen Regierung oder der jeweiligen Alliierten fühlten.

So unbezweifelbar es ist, daß in diesem ersten Weltkrieg des massenmedialen Zeitalters mit großer Intensität versucht wurde, Einfluß darauf zu nehmen, wie die Menschen im eigenen oder im Feindesland das Kriegsgeschehen interpretierten, so zweifelhaft sind die tatsächlichen Effekte dieser gigantischen Manipulationsindustrie. Tatsache ist nur eines: daß die Zeitgenossen des Weltkriegs, unabhängig von ihrer Nationalität und von ihrer

³ Ebd., S. 404.

⁴ Ebd., S. 384.

⁵ Ebd., S. 401.

politischen Einstellung, nahezu unisono von einer immens starken, nahezu unwiderstehlichen Wirkung der Propaganda ausgingen.

Hinter die überwältigende Evidenz, die die gefühlte Wucht der Kriegspopaganda ausstrahlte, führte kein Weg mehr zurück. Die Gesellschaften, so schien es nunmehr, konnten nur noch regiert werden, wenn man mittels persuasiver Kommunikation ihre psychischen, sozialen und materiellen Flichkräfte band und beherrschte. Das Phänomen der Propaganda fand deswegen zunehmend Eingang in die gesellschaftlichen Selbstthematisierungen, was diese in Richtung dessen tendieren ließ, was heute „Mediengesellschaft“⁶ heißt: Sie beschrieben eine Vergesellschaftungserfahrung, die ohne massenmediale Beteiligung nicht mehr vorstellbar war, und eine Politik-erfahrung, die die neuen Manipulationsmöglichkeiten zumindest in Rechnung stellen, wenn nicht einplanen mußte. Propaganda war der Kitt, der die Gesellschaften zusammenhielt und zu einer handlungsfähigen Einheit formte; wie der deutsche Sozialwissenschaftler Johann Plenge es ausdrückte:

„(. . .) die Gesellschaftslehre (gipfelt) in der Organisationslehre, in der Lehre von der praktischen Kunst, menschliche Willen zur Einheit zusammenzufassen und als Einheit zu bestätigen. Diese praktische Seite der Gesellschaftslehre ist ohne Propaganda nicht denkbar. (. . .) Sagen wir: ausgleichende Ordnung, zusammenfassende Organisation soll in freiem Zusammenwirken aus dem Chaos wieder den Kosmos machen, so rufen wir nach stärkster Propaganda von stärkster Überzeugungskraft.“⁷

Dass die überlieferte Idee der Demokratie schwerlich mit diesem Gesellschaftsbild vereinbar war, blieb diesen Zeitdiagnostikern nicht verborgen – auch wenn nicht alle die Ersetzung des mündigen, autonomen, durch sein kundiges Urteil und Wahlverhalten die Politik bestimmenden Bürgers durch einen an den Strippen persuasiver Kommunikation durchs Leben gezerrten Massenmenschen so drastisch ausmalten wie der eingangs zitierte Harold Lasswell. Auch für ihn waren Gesellschaft und Demokratie ohne massive mediale Steuerung nicht mehr denkbar: Am silbernen Seil der Propaganda müsse das unberechenbare Individuum geführt werden, wenn Gesellschaft überhaupt möglich sein sollte.

Politische Propaganda, *public relations* und der an Kino und Rundfunk beobachtbare Ausbau des massenmedialen Ensembles fusionierten zu ei-

⁶ Carey Ross schlägt den Begriff „Mediendemokratie“ für die Nachkriegszeit des Ersten Weltkriegs und ihren Diskurs über die neue Form der Vergesellschaftung vor; Carey Ross: Mass politics and the techniques of leadership: The promise and perils of propaganda in Weimar Germany, in: German History, 24, 2006, H. 2, S. 184–211, hier: 184.

⁷ Johann Plenge: Deutsche Propaganda. Die Lehre von der Propaganda als praktische Gesellschaftslehre. Bremen 1922, S. 13, 42.

nem als außerordentlich bedrohlich wahrgenommenen Szenario ubiquitärer Verführung und Täuschung. Diesen Befund teilten „linke“ wie „rechte“ Zeitdiagnosen gleichermaßen, und zwar in allen Industrieländern. Ihre Schwerpunktsetzungen unterschieden sie jedoch: Liberale und Linke reagierten alarmiert auf die Gefährdungen von Demokratie und Meinungsfreiheit durch Faschismus und Nationalsozialismus, und sie stießen sich daran, daß die Allgegenwart persuasiver Kommunikationstechniken die amerikanische Gesellschaft ebenso auszeichnete wie die faschistische und die nationalsozialistische. Technokratische Zeitdiagnostiker wie der eingangszitierte Harold Lasswell empfahlen demgegenüber, die neuen Manipulationsmöglichkeiten zu nutzen, die Demokratie also durch den Einsatz von Propaganda vor Propaganda zu schützen.

Rückblickend ist erkennbar, daß es Lasswells Auffassung von „Mediengesellschaft“ war, der die kommenden Jahrzehnte folgten: indem im Umfeld des Zweiten Weltkriegs und in der Zeit des Kalten Kriegs weltweit der Medieneinsatz und die aktiv betriebene Propaganda in den Rang eines zentralen politischen Lenkungsmittels aufrückten. Die mit dieser Auffassung verbundene Vorstellung einer übermächtigen Medienwirkung, mittels derer Menschen nahezu grenzenlos manipuliert werden können, verlor in den Jahrzehnten nach dem Zweiten Weltkrieg nach und nach ihre Glaubwürdigkeit – ironischerweise genau dann, als die nicht mehr nur vorgestellte, sondern reale Mediengesellschaft unserer Tage Wirklichkeit wurde: eine Mediengesellschaft, in welcher Massenmedien und real existierende Demokratie zu einer neuen Form der Politikgestaltung fusioniert sind, in der Akteure, Medienmacher und Rezipienten eines gemeinsam haben: daß sie zwischen der Repräsentation der Wirklichkeit und der Wirklichkeit der Repräsentation kaum mehr unterscheiden können.