

Ulrike Dulinski

Sensationsjournalismus in Deutschland



UVK Verlagsgesellschaft mbH

Meinen Eltern

In memoriam Erna und Wilhelm Griesel

Diese Publikation wurde gefördert durch die Stiftung Presse-Haus NRZ
in Essen.

Bibliografische Information Der Deutschen Bibliothek
Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen
Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet
über <<http://dnb.ddb.de>> abrufbar.

ISBN 3-89669-386-7

© UVK Verlagsgesellschaft mbH, Konstanz 2003

Einband: Riester & Sieber, Konstanz
Druck: Rosch Buch Druckerei GmbH, Scheßlitz

UVK Verlagsgesellschaft mbH
Schützenstr. 24 · D-78462 Konstanz
Tel.: 07531-9053-0 · Fax: 07531-9053-98
www.uvk.de

Inhalt

Vorwort	9
1. Einleitung	11
2. Der Begriff Masse und die Diskurskontexte seiner Verwendung	21
2.1 Der sozialhistorische Kontext	24
2.1.1 Die aufständische Masse 1848	26
2.1.2 Die wimmelnde Masse der wachsenden Städte	28
2.1.3 Die eigentumslose, proletarische Masse	31
2.2 Der massenpsychologische Kontext und seine Folgen	32
2.2.1 Massenpsychologie und Machtpolitik	35
2.2.2 Massenpsychologie und Massenmedien	36
2.3 Der kulturtheoretische Kontext	40
2.3.1 Das Elitekonzept Friedrich Nietzsches: Masse und Persönlichkeit	42
2.3.2 Massenkultur und Elitenkultur um die Jahrhundertwende in Deutschland	46
2.3.3 Die »einsame Masse« und die »passive« Vermassung durch die Kulturindustrie	52
2.3.4 Massenkultur, Postmoderne und Erlebnisgesellschaft	55
3. Idealtypische Merkmale des Sensationsjournalismus	63
3.1 Sensation – Sensationsnachricht – die »echte Sensation«	64
3.2 Sensationsgier und Inhaltstypik des Sensationellen	71
3.3 Die Sensation als (Massen-)Ware und Sensationalismus	73
3.4 Sensationsjournalistische Recherchemethoden	87
3.5 Sensationsjournalismus = Boulevardjournalismus?	91
3.6 Realdefinition »Sensationsjournalismus«	99
4. Der Journalist als »Marktschreier«: Historische Entwicklung des Verkaufs von Nachrichten als »Sensation«	103
4.1 Die ersten »Straßenverkaufszeitungen« der frühen Neuzeit: Ursprung der Sensationspresse?	104
4.2 Die verhaltene Popularisierung journalistischer Aussagenentstehung im 18. und frühen 19. Jahrhundert	112
4.2.1 Aufklärungspublizistik für den »gemeinen Mann« und »Schmutzblätter« des 18. Jahrhunderts	113
4.2.2 Vereinzelte »Skandalblätter« in der ersten Hälfte des 19. Jahrhunderts	117
4.3 Deutscher Sonderweg: Die »brave« Massenpresse bis zum Ersten Weltkrieg	121
4.3.1 Kleinstaaterei und regionale Struktur der deutschen Presse	125

4.3.2 Die deutsche Tradition des Zeitungsabonnements und die Abneigung gegen Anzeigen	126
4.3.3 Die Generalanzeiger als vergleichsweise »zahme« Prototypen der deutschen Massenpresse	129
4.3.4 Rückständiger, verpönter Nachrichtenjournalismus	132
4.3.5 Die Bedeutung presserechtlicher, straf- und gewerbeordnungsrechtlicher Bestimmungen	137
4.3.6 Der seriöse Start der deutschen Boulevardpresse: »Bezettl«	141
4.4 Sensationsjournalismus in Deutschland bis 1945	144
4.4.1 Die Entwicklung der Boulevardpresse bis 1933	144
4.4.2 Die »Revolverpresse« der Weimarer Republik	153
4.4.3 Sensationsjournalismus als »Greuelpropaganda« im Nationalsozialismus und Nachkriegsentwicklung	160
5. Die Boulevard-/Sensationsjournalisten – Erkenntnisse der Kommunikatorforschung	167
5.1 Der Normenkontext	173
5.1.1 Gesellschaftliche Rahmenbedingungen	173
5.1.2 Kommunikationspolitik: Auswirkungen der Dualisierung des Rundfunks auf die Entwicklung des Boulevardjournalismus in Deutschland	175
5.1.3 Rechtliche Grundlagen und ethische Standards	183
5.2 Der Strukturkontext	191
5.2.1 Der ökonomische Imperativ	191
5.2.2 Organisatorische Imperative	193
5.2.2.1 Funktionalorganisation und Ausdifferenzierung der Reporterrolle	200
5.2.2.2 Hierarchische Struktur und die Macht der Chefredakteure	205
5.3 Der Funktionskontext: Standardisierung des Arbeitsprogramms	211
5.4 Der Rollenkontext	215
5.4.1 Redaktionsklima – Sozialisation und Professionalisierung	215
5.4.2 Wer sind die Boulevardjournalisten? – Soziodemographie und soziale Situation	221
5.4.3 Rollenselbstverständnis und -bewusstsein	223
5.5 Exkurs: Der »neue« Boulevardjournalismus des Fernsehens	227
5.6 Fazit	232
6. Thema, Form, Story – zur Praxis der inhaltsanalytischen Erforschung des Sensationsjournalismus	233
6.1 Inhaltlicher Sensationalismus als Themen(um)gewichtung (Boulevardisierung)	233
6.2 Analysen zu Syntax und Aufmachung	240
6.2.1 Emotionalitätsgehalt der Wortwahl	240
6.2.2 Sprachcode und Interpunktion	245

6.2.3 Sensationalistisches Presselayout	247
6.2.4 Audiovisueller Sensationalismus	250
6.3 Semantisches Framing	253
6.3.1 Qualitätsverstöße: Dekontextualisierung und Verzerrung	254
6.3.2 Von Nachrichtenfaktoren zu »Narrationsfaktoren«	259
6.3.3 »Human Interest« und elementare narrative Schemata im Boulevardjournalismus	262
6.3.4 Beispiele zu Sensationsjournalismus i. e. S.	266
6.3.4.1 Sex und Sexualisierung	266
6.3.4.2 Verbrechenberichterstattung	271
6.3.4.3 Thanatisierung und medizinische Berichterstattung	274
6.4 Hinwendung zum Rezipienten: »Sendex«-Technik und Assoziationsmessungen	278
6.5 Fazit	280
7. Zentrale Befunde der Rezeptionsforschung: Wer sind die »Sensations-Fans«?	283
7.1 Sensationsgier als anthropologische Konstante?	284
7.2 Das integrative Uses-and-Gratifications-Modell und Erklärungsfaktoren für unterschiedlich sensationsgierige Mediennutzungsmotive	290
7.2.1 Psychologische Erklärungsvariablen	292
7.2.2 Soziodemographische Faktoren und Einstellungsprofile der Rezipienten	300
7.2.3 Monotonie und reizarmer Alltag als Ursache für sensationsgierigen Eskapismus	307
7.2.4 Vernachlässigte extrinsische Motive	313
7.2.5 Ritualisierte Nutzung und Medienabhängigkeit	319
7.3 Fazit	323
8. Die Wirkungen sensationalistischer Berichterstattung	325
8.1 Die Wirkungen typisch sensationeller Themen	328
8.1.1 Kriminalität	329
8.1.2 Sexualität	335
8.2 Die Wirkungen einer formal-sensationalistischen Aufmachung	339
8.3 Fiktionalisierter Realismus – die Kraft sensationalistischer Erzählstrukturen	348
8.4 Grenzverletzung – die kontraproduktive Wirkung einer überstarken Aktivierung	355
8.5 Fazit – Medien(mikro)wirkungen: Der Einfluss sensationalistischer Berichterstattung auf den Rezipienten	359
8.6 Das »Medienopfersyndrom« – individuelle Wirkungen auf die Opfer sensationalistischer Berichterstattung	361

9. Normative Positionen zu den Chancen und Risiken des Sensationsjournalismus	367
9.1 These: Die Dysfunktionen der Sensationsgier der modernen Mediengesellschaft	371
9.1.1 Demokratietheoretische Gefahren einer ungehemmten Sensationalisierung.....	371
9.1.2 Überökonomisierung des Mediensystems und schleichende Deprofessionalisierung.....	375
9.1.3 Fazit.....	377
9.2 Antithese: Die Funktionen massenattraktiver Sensationsberichterstattung	378
9.2.1 »Kleiner Mann ganz groß«: Demokratisierung und Chancen für die kommunikativ Benachteiligten	378
9.2.2 Journalistische Grenzüberschreitungen als gesellschaftliche Grenzziehungen	382
9.2.3 Enttabuisierung und »Wachrütteln«.....	385
9.3 Synthese: Kann es »guten« Sensationsjournalismus geben?.....	391
Literatur	399
Tabellen und Abbildungen	448
Anhang: Kategorienschema	450

Vorwort

Diese Arbeit ist entstanden als Dissertationsprojekt während meiner Zeit als wissenschaftliche Mitarbeiterin am Institut für Publizistik der Johannes Gutenberg-Universität Mainz in den Jahren 1996-2002. Sie stellt eine aus publizistik- und kommunikationswissenschaftlicher Perspektive vorgenommene ganzheitliche Phänomenanalyse des äußersten Randes des populären Journalismus – nämlich des Sensationsjournalismus – dar.

Mein tief empfundener Dank gilt Prof. Dr. Christina Holtz-Bacha, die ich seit meiner Studienzeit in Bochum kenne, und die sowohl meine Masterarbeit als auch diese Dissertation begleitet hat. Sie stand mir stets in kritischer und konstruktiver Weise beratend zur Seite und gewährte mir durch ihre Offenheit und Toleranz gedankliche und auch zeitliche Freiräume, ohne die diese Arbeit in der vorliegenden Version nicht möglich gewesen wäre. Durch den gemeinsamen Wechsel von der Ruhr-Universität Bochum zur Johannes Gutenberg-Universität Mainz verdanke ich ihr die Möglichkeit, Erfahrungen in zwei sehr unterschiedlichen theoretischen und methodischen Traditionen des Faches Publizistik gemacht zu haben; so konnte sowohl die geisteswissenschaftlich-hermeneutische als auch die sozialwissenschaftlich-empirische Art zu denken in diese Arbeit einfließen.

Mein besonderer Dank gilt auch meinen Wegbegleitern, Freunden und allen Kollegen und Kolleginnen des Instituts für Publizistik der Universität Mainz, die mir in zahlreichen Gesprächen wertvolle Anregungen gaben. Besonders bedanken möchte ich mich bei meinem langjährigen Kollegen Dr. Wolfram Peiser. Ihm ist es immer wieder gelungen, mir in diversen Diskussionen in sehr konstruktiver Weise »den Kopf zurecht zu rücken«.

Für seine Geduld, seine Ideen, seine moralische Unterstützung in Freud und Leid sowie seine unschätzbare Hilfe bei der graphischen Umsetzung und Formatierung dieser Arbeit danke ich meinem Mann Steffen tausendmal.

Zu großem Dank verpflichtet bin ich außerdem der Stiftung Presse-Haus NRZ in Essen, die die Drucklegung dieser Arbeit mit einem großzügigen Druckkostenzuschuss unterstützt hat.

1. Einleitung

»Die Sensation bewegt die Massen –
aber nur wenig die Wissenschaft«
(Lippert, 1953, Vorwort).

SENSATION!!! – Wer würde bei einer Nachricht, die mit einem solchen Ausruf beginnt, nicht hellhörig werden? Wer würde nicht etwas Außergewöhnliches und emotional Aufwühlendes erwarten? Konsequenterweise betrachtete Dorsch-Jungsberger in ihrem Aufsatz »Sensationsjournalismus und Lebensweltparadigma« diese Form des Journalismus sehr allgemein als eine »Unterform von Gefühlskommunikation« (Dorsch-Jungsberger, 1993, 391), und sie verwies auf den Widerspruch zwischen Sensationslust als quasi »anthropologischer Konstante« und der seit Platon »kultivierten Ablehnung« gegenüber der Beschäftigung mit Kommunikationsformen, die die Gefühle stimulieren, was sich auch im wissenschaftlichen Bereich an einer »Unterschlagung dieses quantitativ bedeutsamen journalistischen Feldes« zeige. Es sei daher höchste Zeit, Gefühlskommunikation auch interdisziplinär zu untersuchen und »nicht länger ihren Ausschluß aus der gesellschaftlichen Kommunikation ex cathedra zu propagieren« (ebd.).

Mit dieser Einschätzung hat die Autorin nicht unrecht; die Präferenz der Ratio gegenüber der Emotion hat sich spätestens seit der Aufklärung hartnäckig behauptet und in einer alle sozialwissenschaftlichen Disziplinen umfassenden Abstinenz niedergeschlagen. Der Mensch wurde fast ausschließlich als vernunftbegabtes und primär zweckrational handelndes Wesen betrachtet, und der Wissenschaftsbereich galt geradezu als prototypischer Ort sachlicher, emotionsloser Weltsicht und -erfassung. »Die Stilisierung als strikt rational agierender Mensch gehört zur Berufsrolle des Wissenschaftlers« (Fiehler, 1990, 22). Die Beschäftigung mit massenkulturellen Produkten, denen man in erster Linie eine »nur« die Emotionen ansprechende, seicht unterhaltende Funktion zuschrieb, galt daher lange Zeit als nicht »s. c.« (scientifically correct). »Die Agnosie gegenüber populärkulturellen Medienformen kommt dabei nicht von ungefähr, denn das Prestige der Analyseobjekte ist offensichtlich direkt ausschlaggebend für das Ansehen des Wissenschaftlers selbst« (Renger, 2000a, 15).

Der Zivilisationstheoretiker Norbert Elias schrieb demgegenüber 1969: »Aber jede Art von Forschung, die allein das Bewußtsein der Menschen, ihre »Ratio« oder ihre »Ideen« ins Auge faßt, die nicht zugleich auch den Aufbau der Triebe, Richtung und Gestalt der menschlichen Affekte und Leidenschaften mit in Betracht zieht, ist von vornherein in ihrer Fruchtbarkeit beschränkt. Vieles von dem, was für das Verständnis der Menschen unentbehrlich ist, entzieht sich ihrem Zugriff« (Elias, 1969, 389). Erst in den letzten rund 20 Jahren scheint »das Emotionale« als Forschungsgegenstand in Deutschland stärker ernst genommen zu werden. Es begann mit einem sprunghaft ansteigenden Interesse in

den Disziplinen Psychologie und Soziologie, so dass seit Beginn der 80er Jahre gar von einer »emotionalen Revolution« gesprochen wurde (Fiehler, 1990, 12; vgl. hierzu beispielsweise Schmidt-Atzert, 1981 sowie Gerhards, 1988). »Das Emotionale« fand zunehmend Eingang auch in andere Wissenschaften, so beispielsweise in die politische Soziologie (vgl. Klein & Nullmeier, 1999), in die Wirtschaftswissenschaften (vgl. Schreyögg & Sydow, 2001) sowie die Neurowissenschaften (vgl. Damasio, 2001), und die populärwissenschaftlich aufbereitete Literatur zur »Emotionalen Intelligenz (EQ)« erlebte einen Boom (vgl. Goleman, 1997). Gerade die Neurowissenschaften förderten Ergebnisse zutage, die das traditionelle Denkmuster der »Überlegenheit« der menschlichen Ratio stark in Frage stellten. Der Neurologe Antonio Damasio begründete auf der Basis zahlreicher Befunde an Patienten mit Hirnverletzungen die Ansicht, dass das Gefühl als integraler Bestandteil des Verstandesmechanismus anzusehen sei, da Menschen, deren Gefühlszentren im Gehirn ausfallen, nicht in der Lage sind, Entscheidungen zu treffen, obwohl sie denkfähig sind.

Die 90er Jahre waren schließlich auch das Geburtsjahrzehnt einer verstärkten publizistik- und kommunikationswissenschaftlichen Auseinandersetzung mit unterhaltenden, eher die Emotionen ansprechenden Journalismusformen. Exemplarisch seien an dieser Stelle die Arbeiten zur Mediengefühlskultur der Regenbogenpresse (Saxer & Märki-Koepp, 1993), zum Infotainment (Wittwen, 1995; Früh & Wirth, 1997), zum Affekt-Fernsehen (Bente & Fromm, 1997), zur Trivilliteratur (Nutz, 1999), zum populären Journalismus (Renger, 2000b) sowie zum Emotainment (Jogschies, 2001) genannt. Doch je stärker der »populäre Journalismus« die Ressentiments-Hemmschwellen der Wissenschaftler überwinden, desto notwendiger wird eine Differenzierung dieses Feldes: Tagesaktueller Boulevardjournalismus ist nicht zu vergleichen mit unterhaltenden People's Magazines wie Gala oder anderen unterhaltenden Wochenzeitschriften. Das hieße Äpfel mit Zitronen oder Erdbeeren zu vergleichen: Alle fallen zwar unter die Gattung Obst, aber ihre pflanzlichen Wachstums- und Verzehrumsstände gestalten sich sehr unterschiedlich, was ebenso auf die Produktions- und Rezeptionsbedingungen innerhalb des populären Journalismus zutrifft. »There is an obvious need for distinctions within the field of popular journalism« (Gripsrud, 2000, 290). Nicht-boulevardjournalistische Formate könnten sehr populär sein, und auf der anderen Seite gebe es durchaus qualitativ hochwertigen populären Journalismus, und die amerikanische Variante des »trash-journalism« (Brüll-Talkshows und interaktive Publikumsbeschimpfungen) sei nicht gleichzusetzen mit normalem Boulevardjournalismus. Die vorliegende Arbeit versteht sich als ein Schritt in diese geforderte Richtung: Sie setzt an bei den extremen Rändern des »populären Journalismus«, nämlich beim sogenannten Sensationsjournalismus, der als diskursive journalistische Strategie definiert werden kann, die in prototypischer Reinausprägung im Boulevardjournalismus zu finden ist. Die Beschäftigung mit dem Extrempol eines imaginären Kontinuums, das von extrem boulevardesk bis elitär seriös reicht, kann desweiteren analyti-

sche Klarheit bei der Analyse der Veränderungen auf diesem Kontinuum bringen: Ausgelöst durch die Dualisierung des Rundfunksystems in Deutschland Mitte der 80er Jahre änderten sich die Kommunikationsgepflogenheiten fast aller Medien aufgrund der neuen intra- und intermedialen Konkurrenzsituation in Richtung Massenattraktivität, was besorgte Medienkritiker auf den Plan rief und die Beschäftigung mit dem Konzept einer Boulevardisierung bzw. Sensationalisierung provozierte. Das Konzept beinhaltet die Vorstellung einer dynamischen »Wanderungsbewegung« auf dem erwähnten Kontinuum; doch nur, wenn der Extrempol in all seinen typischen Ausprägungen bekannt ist, können auch valide Antworten auf die Frage nach einer Boulevardisierung/Sensationalisierung gegeben werden.

Im Fernsehen führten die Vielzahl an Programmanbietern, die erhöhte Frequenz der Nachrichten- und Informations-Sendungen und die rigide bis ausschließliche Ausrichtung an Zuschauerquoten zu einer »publizistischen Ausbeutung aller Lebens- und Sterbensbereiche« (Teichert, 1993, 25f.). »Blutrünstig«, »gewalttätig« und »voyeuristisch« – so das Urteil besorgter Pädagogen und Jugendschützer über die TV-Boulevardmagazine (Schnatmeyer, 2000, 93). In seinem Einführungsreferat zu der internationalen Tagung »Selbstkontrolle und Persönlichkeitsschutz in den Medien« klagte Mestmäcker: »Und die Allgegenwärtigkeit der Medien, ihre Unersättlichkeit in der Suche nach dem Neuen und der Sensation wecken die Sorge, daß auch die letzten Reservate der Privatheit der Öffentlichkeit geopfert werden« (Mestmäcker, 1990, 9). Nicht nur in Amerika, sondern auch in Deutschland sei »der Trend von der Information zur Sensation, Emotion und Dramatisierung« festzustellen (Wegener, 1994, 146).

Spektakuläre Journalismus-Skandale, in denen sich dieser Trend manifestierte und die ein zutiefst unethisches und teilweise illegales journalistisches Verhalten zutage förderten, untermauerten diese Einschätzungen nachhaltig in der Öffentlichkeit: so z. B. das Gladbecker Geiseldrama, die gefälschten Hitler-tagebücher, der Tod von Lady Diana bis hin zum Massaker in einem Erfurter Gymnasium Ende April 2002. »Warum laßt ihr uns nicht in Frieden trauern?« fragte eine Schülerin über Lautsprecher vor mehr als tausend Bürgern und einer Heerschar von Journalisten auf dem Erfurter Domplatz. Die Hinterbliebenen und Zeugen des Blutbades in Erfurt wurden nach eigenen Aussagen seit dem Massaker von Kameraobjektiven verfolgt und von Mikrofonen genötigt. Katastrophenschutz Helfer beklagten sich über Behinderung der Rettungsarbeiten von seiten der Journalisten; Reporter wurden von der Polizei abtransportiert. Der Deutsche Presserat, das Selbstkontrollorgan der gedruckten Presse, hat bereits fünf Beschwerden wegen »unangemessen sensationeller Darstellung« vorliegen.¹

¹ Pressesprecherin Ella Wassink rechnet mit weiteren Beschwerden (vgl. dpa abgedruckt in <http://www.newsroom.de>, 6.5.02).

Dass systematisierende, übergreifende Darstellungen zum populären Journalismus im Allgemeinen bzw. zu seinen extremen Rändern im Speziellen wissenschaftliche Mangelware sind, hängt auch mit der spezifischen forschungshistorischen Entwicklung des Faches Publizistik in der Nachkriegszeit zusammen. Wagner macht hierfür in erster Linie die sozialwissenschaftliche Wende verantwortlich: »Das Postulat, verfahren zu wollen wie die Sozialwissenschaftler, hieß damals gerade nicht, sozialwissenschaftlich zu verfahren, sondern ganz im Gegenteil naturwissenschaftlich, nämlich analytisch zerlegend, nicht mehr ganzheitlich interpretierend; quantifizierend, nicht länger mehr qualitativ-deskriptiv; erklärend und hypothesenprüfend, aber nicht mehr verstehend« (Wagner, 1993, 492f.). Daher seien Themen und Erscheinungen, die sich mit einem »empiristischen Instrumentarium« nicht messen ließen, ins Abseits gerückt: »Das widerfuhr etwa dem Unterhaltungsphänomen, das man als wichtigen »neuen« Gegenstand reklamierte, schließlich aber in der Schublade für empirisch schwer faßbare, letztlich nur subjektiv konstruierte Bewußtseinsakte ablegte« (ebd., 495).

Auch die Konzeption des Faches als »Publizistikwissenschaft«, als »einer Wissenschaft von jeglicher Art öffentlich oder politisch relevanter Beeinflussung« habe die Beschäftigung mit populärkulturellen und unterhaltenden massenmedialen Angeboten ins Abseits gedrängt (Wagner, 1993, 497). Die natur-/sozialwissenschaftlich geprägte Methodologie des Faches habe verstehende ganzheitliche Betrachtungsweisen systematisch verdrängt; Begriffe wie »Wesen« oder »Phänomen« (Essentialismus und Ontologie) hätten lange Zeit gar als Begriffs-»Pranger« fungiert, die quasi einer »Exkommunikation« gleichkommen seien (ebd., 509). Wagner ist zuzustimmen, dass dabei eine wesentliche Funktion ganzheitlich verstehender Ansätze übersehen wurde, denn gerade phänomenologisch beschreibende Verfahren dienen letztlich dem Aufzeigen invarianter Strukturen, immer wiederkehrender Merkmals-Koinzidenzen, die die Grundlage für eine Typenbildung darstellen und idealtypische Phänomenvergleiche erst ermöglichen – dabei handelt es sich um eine geradezu als klassisch zu bezeichnende Vorgehensweise im Sinne der Verstehenden Soziologie nach Max Weber. Idealtypen sind gedankliche Abstraktionen der Realität; sie stellen quasi die reine Essenz bestimmter Handlungsmuster dar, der sich reales Handeln annähert. »Denn Zweck der idealtypischen Begriffsbildung ist es überall, nicht das Gattungsmäßige, sondern umgekehrt die Eigenart von Kulturercheinungen scharf zum Bewußtsein zu bringen« (Weber, 1904, 76). Gattungsbegriffe könnten »durch Abstraktion und Steigerung bestimmter ihnen begriffswesentlicher Elemente als Idealtypen geformt werden« (ebd., 75). In diesem Sinne soll der Sensationsjournalismus als Idealtypus des äußersten Randes des populären Journalismus konzeptionalisiert werden. Die literatur- und datengestützte Arbeit ist desweiteren in methodologischer Hinsicht einem ganzheitlich interpretierenden, diskurstheoretischen Verständnis des Untersuchungsobjektes verpflichtet. Es

gibt sehr viele verschiedene diskursanalytische Ansätze² – allen gemeinsam ist jedoch der Anspruch einer möglichst ganzheitlichen Erfassung kommunikativer Zusammenhänge (vgl. hierzu auch Westerbarkey, 1994). Die Analyse eines Diskurses ist i. d. R. nicht nur auf einen bestimmten Text oder auf ein bestimmtes (mediales) Angebot bezogen, sondern kann nur durch die Analyse mehrerer (diskurspezifischer) Kommunikationsangebote samt ihrer Produktion und Rezeption sowie Wirkungen erfasst werden. Idealerweise werden also bei einer ganzheitlich angelegten diskursanalytischen Untersuchung die wesentlichen Elemente des Kommunikationsprozesses abgefragt, also wer den Diskurs anwendet, wie dieser zustande kommt, welche Medien dazu verwendet werden, welche Zielgruppen damit angesprochen werden, wer tatsächlich rezipiert und welche Wirkungen wahrscheinlich sind. Mit einer solchen Vorgehensweise werden daher auch sämtliche publizistikwissenschaftlich relevanten Forschungsgebiete abgedeckt. Unter Diskursen können »spezifische, regelhafte Kommunikationsweisen« verstanden werden, »die Realität nicht widerspiegeln, sondern wertgeladen und interessenabhängig konstruieren« (Dörner, 2000, 125). Um die Regelmäßigkeit und Interessenabhängigkeit des sensationsjournalistischen Diskurses begrifflich noch schärfer zu konturieren, wird in der Arbeit auch von »diskursiver Strategie« gesprochen.

In Kapitel 3 wird eine semantische Begriffsfeldanalyse des Untersuchungsobjektes vorgenommen, um die stets wiederkehrenden Merkmale in abstrakter und gesteigerter Form als Idealtypus zu beschreiben und realdefinitivisch zu bündeln. Zu klären wird hier sein, was genau unter Sensation, Sensationalismus und schließlich Sensationsjournalismus – auch in Abgrenzung zu anderen Journalismen – zu verstehen ist. Zu einer ganzheitlichen Erfassung des sensationsjournalistischen Diskurses gehört auch der historische Kontext.

In Kapitel 4 werden die Ursprünge und die historische Entwicklung des Sensationsjournalismus in Deutschland nachgezeichnet. Es spricht viel dafür, die Einblattdrucke des 16. und 17. Jahrhunderts als Frühform der »Sensationspresse« anzusehen, dennoch sollen in diesem Zusammenhang neuere und historisch relativierende Befunde zu einem differenzierteren Bild beitragen. Was den Straßenverkauf von gedruckten Sensationen in Deutschland anbelangt, so kann man dann in der Folge tatsächlich von einer sehr langen historischen Latenzphase sprechen: Nur vereinzelt tauchen im 18. und frühen 19. Jahrhundert »Skandalblätter« mit sensationellen Inhalten auf. Die Zeit der Weimarer Republik entpuppt sich als Hochphase des gedruckten Boulevardjournalismus. Eine derartige Dichte dieser Pressegattung, die in Sensationen – vor allem in Verbrechen – schwelgte und auf den großen Boulevards der Reichshauptstadt Berlin florierte, hat es in der Bundesrepublik nicht mehr gegeben. Bis es zu dieser Entwicklung kam, hinkte Deutschland allerdings im internationalen Vergleich um ca. 30 Jahre hinterher. Daraus lässt sich die These eines deutschen Sonderwegs

² Gute Überblicke bieten z. B. Titscher, 1998, 178-198 oder Großmann, 1999, 62-70.

der Boulevardisierung ableiten, und die vielschichtigen Gründe, die die These untermauern, werden aufgezeigt werden. Die Abschaffung der sog. »Skandalpresse« durch die nationalsozialistischen Machthaber bedeutete keineswegs, dass es keinen Sensationsjournalismus mehr gegeben hätte. Dieser ist allerdings nicht mehr ökonomisch, sondern ideologisch-propagandistisch motiviert und kehrt in Form der sogenannten Greuelpropaganda wieder.

Wer sind nun eigentlich die Sensationsjournalisten, und welche Befunde hat die publizistikwissenschaftliche Kommunikatorforschung der Nachkriegszeit zu dieser Gruppe bis heute zutage gefördert? Was wissen wir über den Arbeitsalltag und die damit zusammenhängenden strukturellen Zwänge, über Demographie und Sozialisation, über Berufsmotivation und Einstellungen von »Sensationsjournalisten«? Zur Strukturierung der Darstellung dieser Befunde in Kapitel 5 dient das von Weischenberg entwickelte »Modell zur Identifikation von Journalismus-Systemen« (Scholl & Weischenberg, 1998, 21), das als »Zwiebelmodell« bekannt wurde. Danach zählen zu den wichtigsten Einflussphären auf das journalistische Handeln die kommunikationspolitischen und normativen Rahmenbedingungen (Normenkontext), das redaktionelle Organisationsprogramm (Strukturkontext), das konkrete Arbeitsprogramm (Funktionskontext) sowie die individualjournalistische Ebene (Rollenkontext). Das aus systemtheoretischer Perspektive entworfene Modell, das eigentlich für das gesellschaftliche System Journalismus als Ganzes konzipiert wurde, lässt sich auch auf einzelne, klar abgrenzbare Subsysteme innerhalb des deutschen Journalismus anwenden, denn es könne auch als »Angebot eines heuristischen Zwecken dienenden Analyserasters« (Scholl & Weischenberg, 1998, 22) betrachtet werden. Als ein solches klar abgrenzbares Subsystem wird der Boulevardjournalismus und damit der prototypische Sensationsjournalismus erkannt. Dem gesamten Kapitel liegt auf der Basis dieser subsystemisch ganzheitlichen Sichtweise folgende These zugrunde: Der ökonomische Imperativ des Strukturkontextes – und hier v. a. die Verfolgung einer Kostenführerschaftsstrategie – beeinflusst in dominierender Weise die Strukturen, Prozesse und das Entscheidungshandeln der Akteure innerhalb aller vier Kontexte. Die Einhaltung professioneller rechtlicher und ethischer Normen unterliegt einem Kosten-/Nutzenkalkül, organisatorische und technologische Strukturen sind ökonomisch zweckorientiert ausgerichtet (»structure follows function«), und diese haben wiederum Auswirkungen auf die Ebene der Medienaussagen (Funktionskontext) und der Medienakteure selbst (Rollenkontext). Eine stark standardisierte sensationsjournalistische diskursive Strategie ist im Boulevardjournalismus eben auch als Folge der Organisationsziele und einer konsequent darauf ausgerichteten Organisationsstruktur anzusehen und nicht nur auf individuelle ethische Verfehlungen einzelner Journalisten zurückzuführen. Auf der Grundlage der geschilderten Zusammenhänge des Kapitels 5 kann das Konzept einer Boulevardisierung bzw. Sensationalisierung auch aus struktureller Sicht im Sinne einer Angleichung an typische Strukturmerkmale des Boulevardjournalismus verstanden

und operationalisiert werden. Wie sieht nun die standardisierte sensationsjournalistische diskursive Strategie konkret aus bzw. wie ist sie beschrieben und gemessen worden? Das Kapitel 6 liefert hierzu ein kritisches Review der einschlägigen quantitativen und qualitativen inhaltsanalytischen Forschung. Die Strukturierung dieses Kapitels orientiert sich an den in Kapitel 3 herausgearbeiteten konstituierenden Merkmalen der Strategie, die sich thematisch auf die Bereiche Sex & Crime & Tragedy fixiert und Sensationalismus betreibt, womit eine spezifische formal-gestalterische, syntaktische und semantische Aufbereitungsweise eines Beitrags gemeint ist. Letzteres betrifft die Orientierung an Narrationsfaktoren, d. h., dass Sensationsjournalisten Themen und Ereignisse in erster Linie gemäß ihrer melodramatischen, an Trivialmythen angelehnten Human-Interest-Qualität selektieren und bearbeiten. Diese prototypisch in Boulevardformaten eingesetzte und weitestgehend standardisierte Strategie, die nur als Kombination aus Thema plus Form plus Narrativität adäquat zu erfassen ist, wurde in toto bei der Analyse von medialen Aussagen nie gemessen. Allerdings sind die drei Teilkomponenten (vereinzelt auch in Kombination) sowohl in Querschnitt- als auch in Längsschnittstudien untersucht worden. Ziel des sechsten Kapitels ist es, die Art der Erfassung dieser Teilkomponenten (Themengewichtung, formale Aufmachung und Erzählstruktur) aufzuzeigen und kritisch zu begutachten.

Die sensationsjournalistische diskursive Strategie ist – wie die hohen Auflagen und Quoten boulevardformatiger Angebote verraten – höchst massenattraktiv; sie entspricht scheinbar sehr effektiv einer angenommenen Sensationsgier des Publikums, das sich vermeintlich in erster Linie aus eskapistischen Unterhaltungsmotiven hemmungslos dem »Verrat am Geist«, dem »die Wahrheit verfälschenden Schund« hingibt, bis diese Gier »alle unbedarften Lieschen Müller vollends entpolitisiert und entmoralisiert und sie am Ende ihren primitiven Trieben und Instinkten ausliefert« – wie Starkulla (1993, 54) in pointierter Weise die einseitige kulturkritische Position zusammenfasst. Ziel des siebten Kapitels ist demgegenüber eine differenzierte Zusammenstellung der Erklärungsfaktoren für unterschiedlich »sensationsgierige« Medien- und Inhaltszuwendungsmotive. Auf der Grundlage eines adaptierten Uses&Gratifications-Modells, einschlägiger Rezeptionsstudien und aktueller Nutzungsdaten der als prototypisch erachteten sensationalistischen Medienangebote (Kaufzeitungen, TV-Boulevardmagazine und klassisches Reality-TV) werden hier psychologische Erklärungsansätze und intrinsische sowie extrinsische Rezeptionsmotive ermittelt werden, die in der Lage sind, den weitverbreiteten Eskapismus-Vorwurf weitestgehend zu relativieren.

Über die schädlichen Auswirkungen sensationsjournalistischer Angebote auf die Rezipienten, über die vermeintlich entsittlichenden, verrohenden, entmoralisierenden, entpolitisierenden oder volksverdummenden Effekte wurde seit dem Aufkommen solcher massenattraktiver Darstellungsformen meistens wild spekuliert, aber eher selten auf der Basis abgesicherter empirischer Daten diskutiert. In den letzten beiden Kapiteln dieser Arbeit sollen daher kommunika-

onswissenschaftliche Befunde zusammengetragen werden, die einer differenzierteren Betrachtungsweise und Versachlichung dienlich sind. Einer gängigen Unterscheidung innerhalb der Medienwirkungsforschung folgend wird hierbei eine analytische Trennung zwischen Mikro- und Makroperspektive, zwischen individuellen Wirkungen auf den einzelnen Rezipienten und gesamtgesellschaftlichen Funktionen bzw. Dysfunktionen vorgenommen. Diese analytische Zweiteilung liegt auch darin begründet, dass für individuelle Wirkungen konkretere empirische Befunde aus Experimentalstudien vorliegen, während die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit gesamtgesellschaftlichen Leistungen und Defiziten sensationsjournalistischer Angebote i. d. R. auf der Basis einer bestimmten normativen Werthaltung erfolgt. Eine Darstellung der makroanalytischen Perspektiven ist daher besser in einem abschließenden Diskussionskapitel aufgehoben.

Da die Wirkung der sensationsjournalistischen Strategie in ihrer Gesamtheit bislang nicht untersucht worden ist, bleibt in Kapitel 8 nur die Möglichkeit, eine Differenzierung nach den Wirkungen der einzelnen konstituierenden Elemente dieser diskursiven Strategie vorzunehmen. Dementsprechend wird hier nach zentralen Befunden zu den individuellen emotionalen, kognitiven und conativen (verhaltenswirksamen) Effekten 1. des reinen Vorkommens typisch sensationeller Themen wie Sex & Crime, 2. einer sensationalistischen formalen Aufmachung und 3. der für boulevard- und damit sensationsjournalistische Angebote typischen (Human Interest) Erzählstruktur unterschieden. Diese Unterteilung korrespondiert mit der internen Strukturierung des Inhaltskapitels (Kapitel 6). Als individuelle Medienwirkungen sind auch solche zu betrachten, die bei Personen zu beobachten sind, über die sensationsjournalistisch berichtet wurde. Diese Betrachtungsweise fällt zwar eigentlich nicht in den Bereich der klassischen Medienwirkungsforschung, dennoch ist diese Perspektivenerweiterung angesichts der Folgeschwere für die Berichterstattungopfer sowie der eindeutigen Beziehung zwischen (medialer) Ursache und (individueller) Wirkung gerade im Falle sensationsjournalistischer Berichterstattung legitim und sogar notwendig. Daher sollen als Abschluss des achten Kapitels das sog. »Medienopfer-syndrom« und die damit zusammenhängenden rechtlichen Sanktionsmöglichkeiten diskutiert werden.

Welche gesellschaftlichen Funktionen und Dysfunktionen, Leistungen und Defizite, Chancen und Risiken einer massenattraktiven sensationsjournalistischen Strategie innerhalb westlich geprägter (Medien-)Demokratien zugewiesen werden, steht im Fokus des letzten Kapitels der Arbeit. Die Begriffe »Funktionen« oder »Leistungen« implizieren zweierlei: einerseits hypothetische oder empirisch beobachtete gesellschaftliche Makrowirkungen und andererseits die Bewertungen dieser Makrowirkungen vor dem Hintergrund spezifischer Wertmaßstäbe und bestimmter normativer Vorstellungen von Öffentlichkeit und Journalismus, die jeweils eigene Formen einer »Ethik der Public Sphere« begründen. Idealtypisch lassen sich hierzu zwei Beurteilungsperspektiven ausma-

chen, die – in Anlehnung an Jürgen Gerhards – polarisierend mit »republikanisch-diskursivem Modell von Öffentlichkeit« einerseits und mit »liberalem Modell von Öffentlichkeit« andererseits betitelt werden können und die in diesem Kapitel antithetisch gegenübergestellt werden sollen. Die Geister scheiden sich vorrangig an der Beurteilung massenattraktiver Darstellungsweisen: Während die einen vor den demokratietheoretischen Gefahren, einer drohenden Überökonomisierung und schleichenden Deprofessionalisierung des Journalismus durch übertriebene Anbiederung an den Massengeschmack warnen, machen die anderen auf die durchaus funktionalen demokratisierenden Effekte einer die Masse ansprechenden Darstellungsweise aufmerksam und betonen die integrativen Leistungen, die sensationsjournalistische Grenzüberschreitungen mit sich bringen können. Beide Positionen sind jedoch nicht unbedingt als absolut unvereinbar anzusehen: Wie »guter« Sensationsjournalismus aussehen könnte, der schließlich beiden Beurteilungsperspektiven gerecht wird, ist Gegenstand einer abschließenden synthetischen Position.

Egal, aus welcher Perspektive der Sensationsjournalismus beurteilt wird – sei es aus medienökonomischer oder aus öffentlichkeitstheoretischer – Dreh- und Angelpunkt ist stets der Begriffsfetisch »Masse«, der im Zentrum des Einstiegs-kapitels dieser Arbeit steht. Mit fortschreitender gesellschaftlicher Modernisierung hat dieser Begriff einen starken Bedeutungswandel mitgemacht. Lange Zeit herrschten ausschließlich negative Konnotationen vor, bis schließlich die kulturtheoretische Wende von der Vorherrschaft elitär hochkultureller Ideale hin zur Postmoderne der Massenkultur zum gleichberechtigten Durchbruch verholfen hat. Die öffentlichkeitstheoretische Zweiteilung in ein »diskursiv-republikanisches« und ein »liberales« Modell von Öffentlichkeit ist letztlich auch auf diese kulturtheoretische Wende zurückzuführen, weshalb das erste und letzte Kapitel der Arbeit aufeinander bezogen sind. Sie stellen quasi die theoretische Klammer, den Interpretationsrahmen der ganzheitlichen Phänomenanalyse dar. Das nun folgende zweite Kapitel liefert die begriffshistorischen Hintergründe, ohne die ein Verständnis der normativen Bewertungen des Sensationsjournalismus unvollständig bliebe.

2. Der Begriff »Masse« und die Diskurskontexte seiner Verwendung

Dem Psychologen Gerhard Maletzke verdankt die Publizistik- und Kommunikationswissenschaft eine zu Beginn der 60er Jahre formulierte und bis heute gültige und operationalisierbare Definition des direkt aus dem Amerikanischen übersetzten Begriffs »Massenkommunikation« (mass communication). Hierunter wird jene Form der Kommunikation verstanden, bei der Aussagen öffentlich (also ohne begrenzte und personell definierte Empfängerschaft), durch technische Verbreitungsmittel (Medien), indirekt (also bei räumlicher oder zeitlicher oder raumzeitlicher Distanz zwischen den Kommunikationspartnern) und einseitig (also ohne Rollenwechsel zwischen Aussagendem und Aufnehmenden) an ein disperses Publikum vermittelt werden (vgl. Maletzke, 1963, 32). Der Adressat öffentlicher Aussagen ist also nicht »die Masse«, sondern ein »disperses Publikum«.

Damit schien zumindest teilweise die Forderung des Publizistikwissenschaftlers Walter Hagemann eingelöst, der 1951 in seinem Buch »Vom Mythos der Masse« dafür plädierte, »den letzten und entscheidenden Schritt zu tun und diesen so schwer diskreditierten Begriff kurzer Hand aus dem Vokabular auszumerzen«, da es sich dabei um »ein in allen Farben schillerndes und daher wissenschaftlich unbrauchbares Schlagwort« handle. Weder Besitz noch Bildung noch Macht seien zuverlässige Kriterien für die Abgrenzung des Massebegriffs, der daher einer präzisen soziologischen Analyse nicht zugänglich sei (vgl. Hagemann, 1951, 102ff.). Dies hinderte Hagemann allerdings nicht daran, 15 Jahre später in dem Lehrbuch »Grundzüge der Publizistik« an diversen Stellen von Masse zu sprechen: »Unter den Stilmitteln der öffentlichen Massenaussage ist das Schlagwort eines der gefährlichsten und wirksamsten, denn es appelliert an Masseninstinkte und Massendenken und ist unlenkbar, unwiderrufbar, wenn es einmal die Schwelle der öffentlichen Aussage überschritten hat« (Hagemann, 1966, 153). Paradoxiertweise bewirkt der Autor genau das, wovor er warnt.

Der Begriff ist zum Schlagwort geworden und hat hartnäckig Bestand – und das nicht nur in Alltagssprachlichen Kontexten. Er taucht vor allem in medienpolitischen, medien- und kulturkritischen Zusammenhängen immer wieder auf (»Massenprogramm«, »massenwirksam«, die »breite Masse«, »Massenattraktivität«, »Quote = die Masse der Zuschauer« etc.) und enthält – abgesehen von rein medienökonomischen Analysen – stets einen geringschätzigen Unterton. Ein Plädoyer für die Stärkung öffentlich-rechtlicher Rundfunkanstalten als Mittel zur medialen Vielfaltsicherung wird häufig mit dem Slogan: »Klasse statt Masse!« versehen (Sanftenberg, 1998; vgl. auch Hallenberger, 1993; Rüttgers, 2000). Die denotative und vor allem konnotative Bedeutung von Begriffen unterliegt stets einem historischen Wandel. Doch trotz aller semantischen Verengung bzw. Erweiterung bleiben bei bestimmten Begriffen gewisse konnotative Be-

deutungselemente bestehen, die mitgeschleppt werden, die sich tradieren. Dies trifft vermutlich besonders auf solche Begriffe zu, die aufgrund ihrer Abstraktheit und »Schwammigkeit« in diversen Kontexten sehr variabel verwendbar und je nach Sichtweise strategisch oder legitimierend einsetzbar sind. Das sei gerade bei dem Begriff »Masse« der Fall: »Ein unklar formuliertes Zerrbild bringt zudem noch die Annehmlichkeit mit sich, daß es den meisten Versuchen der Entzerrung zu trotzen vermag. Handelt es sich doch um einen Begriff, der gar nicht richtig festgelegt ist, der sich – indem mit ihm operiert wird – verwandelt, so daß mit ihm schließlich alles und nichts ausgesagt werden kann« (Hofstätter, 1993, 13f.). Aus soziologischer Sicht gibt es schärfere und besser operationalisierbare Begriffe, die unterschiedliche Menschenmengen beschreiben (Gruppe, Volk, Klasse, Schicht etc.). Im vorliegenden Kontext erscheint es daher nicht sinnvoll, einen neuen Definitionsversuch von »Masse« zu unternehmen. Zweckmäßig ist demgegenüber vor dem Hintergrund einer verbreiteten Annahme einer Sensationsgier der Masse die Frage nach den Wurzeln für das Unbehagen, die Arroganz und die Machtgefühle, die bei denjenigen spürbar am Tonfall zu erkennen sind, die den Begriff benutzen. In diesem Kapitel sollen daher die konnotativen Bedeutungskerne des Terminus »Masse« transparent gemacht werden. Wann kommt er auf? Wann ist die Hochphase seiner Verwendung? Warum schwingt nach wie vor ein so pejorativer Unterton mit, wenn von Masse oder Masse als Teil eines Kompositums die Rede ist? Die Diskreditierung bzw. Geringschätzung des Individuums als Mitglied eines wie auch immer gearteten Kollektivs mit Namen »Masse« hat eine nahezu 2000 Jahre alte Tradition. Schon im 2. vorchristlichen Jahrhundert spricht der Historiker Polybios davon, dass »jede Masse als wankelmütig und von gesetzwidrigen Wünschen, blindem Zorn und unbändiger Wut erfüllt« sei; es bedürfe »der Furcht vor dem Unsichtbaren«, um sie zu zügeln (aus: Historien VI, zitiert bei Hofstätter, 1993, 26). Die negative Besetzung dürfte nicht zuletzt auf die nachhaltige Wirkung der Lehre des Augustinus (354-430 n. C.) zurückzuführen sein, der mit den Begriffen »massa perditionis« und »massa damnata« den zweifellos stark nachwirkenden Zusammenhang zwischen dem Terminus »Masse« und der Verlorenheit und Verworfenheit des ganzen, von der Sünde befallenen Menschengeschlechtes herstellte (vgl. Papalekas, 1961, 220).

Während heute im allgemeinen Sprachgebrauch die Begriffe »Menge« und »Masse« oft weitgehend synonym verwendet werden, zeigt ein etymologischer Rückgriff auf die Ursprungsbedeutung der beiden Wörter, dass ersterer vollkommen neutral gebraucht wurde. Das mittelhochdeutsche Wort Menge meint »Vielheit, große Zahl, Schar«. Demgegenüber beinhaltet Masse von Beginn an eine Wertung, eine Objektqualität. Masse im Mittelhochdeutschen meint »ungestalteter Stoff, Metallklumpen; spätmittelhochdeutsch massa, aus dem Lateinischen Massa = Teig, Klumpen, was wiederum auf das Griechische maza = Brotteig bzw. massein = kneten zurückgeht. Das Wort bezeichnet zunächst den Brotteig, der durch Hefe aufgeht, dann das Metall, das durch Zusatz echten Materi-

als sein Volumen vergrößert. Zum Substantiv gehört das Adjektiv massiv (= eine geschlossene Masse bildend), das sich um 1650 aus dem gleichbedeutenden französischen massif entlehnt (vgl. zur Ethymologie Blättler, 1995, 16; Hofstätter, 1993, 18f., auch Sturm, 1968, 14f.). Zu seiner Ursprungssemantik gehört demnach primär die Vorstellung des Ungeordneten, Ungeformten und Undifferenzierten, des Passiven und nur von außen Formbaren. Die Masse ist dumpfe Materie (s. auch physikalisch: die Trägheit der Masse), die sich jede Form aufprägen lässt. Auch in anderen europäischen Sprachen findet man diese ursprüngliche Bedeutung: »La foule« leitet sich ebenso wie sein italienisches Pendant, die »folla«, vom lateinischen »fullo« ab, dem »Tuchmacher« oder »Walker«, der ein Ungeformtes durch äußeren Druck gestaltet. Ähnlich verhält es sich mit dem englischen »crowd«, das dem mittelhochdeutschen »kroten« stammverwandt ist und »pressen« bedeutet.

Die Bedeutungsübertragung auf Menschenmengen erfolgt in Deutschland vor allem im 19. Jahrhundert, dem »Zeitalter der Massen« (Blättler, 1995, 229). Als aufschlussreiches Präludium des Massediskurses im 19. Jahrhundert können die zivilisationstheoretischen Überlegungen einiger geistiger Väter der Aufklärung angesehen werden, die sich Gedanken darüber gemacht haben, wie zusammengewürfelte Menschenmassen in eine zivilisierte Gesellschaft verwandelt werden können und sollen. Der Soziologe Elias beschreibt Zivilisation als den Prozess, in dem die menschlichen Leidenschaften einer zunehmend strengeren Kontrolle unterworfen werden. Die Zivilisationstheorie versucht die »Zähmung« der Menschen als umfassenden gesellschaftlichen, rechtlichen, ökonomischen und politischen Prozess zu erklären. Ohne Zähmungsinstanz sei der Mensch in seinen Trieben und Emotionen unberechenbar: »Keine Gesellschaft kann bestehen ohne eine Kanalisierung der individuellen Triebe und Affekte, ohne eine ganz bestimmte Regelung des individuellen Verhaltens. Keine solche Regelung ist möglich, ohne daß die Menschen aufeinander Zwang ausüben und jeder Zwang setzt sich bei dem Gezwungenen in Angst der einen oder anderen Art um« (Elias, 1969, 448). Ebenso wie Elias bringt auch die frühmoderne politische und ökonomische Theorie die Staatsgründung und die Freisetzung der bürgerlichen Marktgesellschaft mit dem Zivilisationsargument in Zusammenhang. Das politische wie auch das ökonomische Modell der Zivilisation im Sinne von Hobbes und Smith klammern aber zunächst grundsätzlich Klassendifferenzen, also eine soziale Differenzierung, aus, da alle Menschen in ihren Leidenschaften und Interessen annähernd gleich betrachtet werden könnten. In den staats- und gesellschaftstheoretischen Abhandlungen einflussreicher Aufklärer tritt dann zunehmend der Eigentumsvorbehalt, der sich im übrigen in allen westlichen revolutionären Verfassungen bis ins 19. Jahrhundert niederschlug (vgl. Blättler, 1995, 8ff.; König, 1992, 46-50), und – vor allem in Deutschland – der Bildungsvorbehalt hervor, wie Helmut König in seiner Auseinandersetzung mit den Schriften von Locke, Sieyès, Kant sowie Schiller schlüssig belegt (König, 1992, 44-56). König kommt zu dem begründeten Fazit:

»Die Ausgegrenzten, die der Zivilisierung weder für fähig noch für bedürftig erachtet werden, tauchen unter dem Titel »Masse« in der Sozial- und Zivilisationsgeschichte des 19. Jahrhunderts wieder auf. (...) »Masse« heißen nicht nur die Besitzlosen, die aus dem politischen Körper und der Gesellschaft der »mündigen Bürger« ausgeschlossen werden, sondern »Masse« wird zugleich zum Inbegriff und zur Verkörperung der verdrängten Leidenschaften. In dieser Form wird sie zu dem bedrohlichen Schatten, der die bürgerliche Epoche seit ihrem Beginn unablässig begleitet« (König, 1992, 55f.).

Massenhaftigkeit kann daher als das Phänomen beschrieben werden, das den Aufstieg der bürgerlichen Gesellschaft nicht nur begleitet hat, sondern das sie selbst erzeugt hat und das von ihr gleichzeitig als Bedrohung empfunden wurde. Der Begriff »Masse« wird vorrangig seit Mitte des 19. Jahrhunderts zum Diskursgegenstand in sehr unterschiedlichen Reflexionskontexten. Im wesentlichen lassen sich hier (aus analytischen Gründen) vier Kontexte unterscheiden, nämlich ein sozialhistorischer, ein massenpsychologischer, machttheoretischer sowie ein kulturtheoretischer. Das zentrale Unterscheidungskriterium zur analytischen Differenzierung dieser vier Ansätze ist das soziale Subjekt, auf den der Begriff »Masse« angewendet wird. Während aus sozialhistorischer Perspektive »Masse« vornehmlich mit den besitzlosen, ungebildeten Bevölkerungsschichten in Verbindung gebracht wird, ist eine soziale Differenzierung in den anderen drei Reflexionskontexten viel weniger transparent. Masse wird hier zum Gegenpart eines einzelnen (Führers) oder einiger weniger (der Elite). Das verbindende Element der Kontexte sind die negativen Attribute, die dem sozialen Subjekt »Masse« zugesprochen werden und die stets mit der gleichen Herablassung und Geringschätzung beschrieben werden. Konnotative Begriffsbedeutungen können nur dann adäquat verstanden werden, wenn man sie in Verbindung mit den Erfahrungen der Zeitgenossen bringt, die sie hervorbringen. Im folgenden sollen diese Erfahrungen, die die jeweiligen Diskurse prägten, aufgezeigt werden.

Mit fortschreitender gesellschaftlicher Modernisierung und der damit zusammenhängenden Veränderung der massenmedialen Kultur kam jedoch eine positive Bedeutungsdimension des Begriffs »Masse« hinzu, da gerade in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts eine kulturtheoretische Wende einsetzte. Diese Wende, die als Postmoderne bezeichnet wird, beendete die Hegemonie elitär hochkultureller Ideale und verhalf der Massenkultur zu einem gleichberechtigten Durchbruch.

2.1 Der sozialhistorische Kontext

Die Wahrnehmungsformen, die aus sozial- und wirtschaftshistorischer Perspektive den Masediskurs des 19. Jahrhunderts prägten, das wie kein anderes gekennzeichnet ist durch einen tiefgreifenden politischen und wirtschaftlichen

Wandel, der mit den Stichworten 1848er Revolution, Entstehung der Bürgerlichen Gesellschaft, Industrielle Revolution und Pauperismus, Mobilität und Verstädterung gekennzeichnet werden kann, lassen sich zusammenfassend als aufständische Masse, wimmelnde Masse in den (Groß-)Städten sowie als umherziehende, eigentumslose, proletarische Masse charakterisieren. Alle diese Vorstellungen schürten bürgerliche Ängste vor ihrer Unberechenbarkeit. Dieser folgenreiche, gegen Ende des 19. Jahrhunderts durch massenpsychologische Abhandlungen pseudo-wissenschaftlich untermauerte Masediskurs lieferte schließlich das theoretische Rüstzeug für die Wende zur »Massenpolitik«, die zur Jahrhundertwende das bürgerliche Zeitalter ablösen und in verhängnisvoller Weise das Schicksal Deutschlands im 20. Jahrhundert bestimmen wird.

Die Volksaufstände der französischen Revolution hatten schlagartig das neuartige Phänomen der (politisch) mobilisierbaren Massen in die Welt und ins Bewusstsein gebracht. In die deutsche Auseinandersetzung gelangte der Begriff durch Edmund Burkes Kampfschrift »Reflections on the Revolution in France« aus dem Jahre 1790, die in der 1793 erschienenen Übertragung von Friedrich Gentz (s. Burke, 1967) zu einer der wirkungsvollsten Grundlagen konservativer Revolutionskritik wurde und in ganz Europa rezipiert wurde (vgl. König, 1992, 123; Blättler, 1995, 12). Unter dem Eindruck von Nachrichten über blutige Massenaktionen, etwa bei den Ereignissen vom 14. Juli oder 5./6. Oktober 1789, die als abscheuliche Spektakel angesehen wurden, spricht Burke von »einer elenden Rotte ausschweifender, frecher, listiger, unruhiger, schmeichlerischer Buben«, der es durch verbrecherische Agitation gelungen sei, »eine große Masse« aus der natürlichen Ordnung ihres friedvollen Untertanendaseins herauszureißen und in Aufruhr zu versetzen (Burke, 1967, 250, 220).

Die Volksmasse selbst bleibt in diesen Äußerungen kontur- und motivlos. Von einem Bemühen, die soziale Realität der Aufständischen zu erfassen, fehlt in Burkes Darstellung jede Spur.³ Stattdessen wird ein Gemälde eines wahnhaften Tumults entfesselter Triebe und Begierden gemalt. Die alte Ständeordnung werde untergehen in »thebanischen und thrazischen Bacchanalien (...), mitten unter dem schmetternden Gejauchze und dem gellenden Zetergeschrei und den scheußlichen Tänzen und den niedrigsten Schmähworten und den wütendsten Verwünschungen höllischer Furien, die die lügenhafte Gestalt der verworfensten Weiber angenommen hatten« (Burke, 1967, 125). Gleichbedeutend mit dem Begriff Masse treten in der konservativen Revolutionskritik die Begriffe »Pöbel«, »Horden«, »Gesindel« auf, deren revolutionäre Aktionen gänzlich auf irrationale Impulse wie »Unwissenheit, Sensations- und Zerstö-

³ Gegen die auch durch die spätere bürgerliche Geschichtsschreibung verfestigte Vorstellung einer entweder kriminellen oder aber abstrakten, geschichts- und gesichtslosen Masse vgl. z. B. die sozialhistorischen Untersuchungen von George Rudé (1977), der anhand von Polizeiprotokollen, Geburts- und Sterbelisten, Gerichtsakten, Prozessberichten u. ä. zu einer soziologischen Differenzierung gelangt, die der weitverbreiteten Ansicht widerspricht, die revolutionäre Volksmasse setze sich zur Hauptsache aus kriminellen Elementen, Gesindel, Landstreichern oder gesellschaftlichen Versagern zusammen.

rungrlust, Verführbarkeit durch die Gunst und Vorteile des Augenblicks« zurückgeführt werden (vgl. König, 1992, 123). Das dem Französischen entlehnte Wort Pöbel existiert im deutschen Sprachgebrauch seit etwa 1200 und bot die Entsprechung zum lateinischen vulgus. Obwohl der Begriff des Pöbels vielfältige Bedeutungsvarianten aufwies, bezeichnete er meist ein mehr oder weniger gleichbleibendes soziales Substrat, das moralische und kulturelle Werturteile nach sich zog. Zum Pöbel gehörten – so Werner Conze in seinem nach wie vor einschlägigen Aufsatz von 1954 – die Männer und Frauen der sozialen Schichten unterhalb der ständischen Geltung, die an der Grenze des Existenzminimums lebten und stets als erste von Versorgungskrisen bedroht waren. Vom System der Bildung ausgeschlossen, blieben sie bis Ende des 18. Jahrhunderts meist illiterat und damit auch von den Bereichen der offiziellen Kultur ausgegrenzt. Die damit gegebenen pejorativen intellektuellen, moralisch-religiösen und politischen Beurteilungen traten verstärkt in den Vordergrund, als das sich emanzipierende Bürgertum die ständisch-obrigkeitliche Ordnung sukzessive ablöste. Sah sich die aufsteigende bürgerliche Gesellschaft einerseits vor die Aufgabe gestellt, den Pöbel möglichst effizient in die neue kapitalistische Produktion einzubinden, so musste sie andererseits, da sie ihre Herrschaft im Zeichen der naturrechtstheoretisch begründeten Gleichheitsforderung angetreten hatte, verschärft Abgrenzung und Abwehr nach unten mobilisieren, wollte sie den Pöbel dem politischen System auch weiterhin fernhalten. Der Pöbel wurde folglich zum forcierten Gegenbegriff des über Besitz, Bildung, Ehre, Verantwortungsbewusstsein, wahre Religiosität, Moral und nicht zuletzt über ein aufgeklärtes Gedankengut verfügenden Bürgers.

2.1.1 Die aufständische Masse 1848

»Achtzehnhundertachtundvierzig« war eine Kettenreaktion revolutionärer Vorgänge, die, 1847 in der Schweiz beginnend, Teile Italiens, ganz Frankreich, fast alle Teile Deutschlands und die Länder des Vielvölker-Kaiserreichs Österreich erfasste. Die Vorfälle in den vielen Zentren wirkten während des ganzen Ablaufs wechselweise beschleunigend und hemmend aufeinander ein. Man kann daher streng genommen nicht von einer »deutschen Revolution 1848« sprechen. Außerdem war das »Deutschland«, in dem im März 1848 revolutionäre Erhebungen langfristig angewachsene soziale und politische Spannungen zur Entladung brachten, kein geschlossener Flächenstaat mit einer zentralen Regierung, sondern ein Staatenbund aus 34 souveränen Fürstenstaaten und vier Freien Städten. In den ersten drei Monaten des Jahres 1848 erschallten in sehr heterogen zusammengesetzten Volksansammlungen, Aufläufen und Demonstrationen überall die gleichen »Märzforderungen«: Weg mit Feudallasten und Zensur, her mit Selbstverwaltung, Schwurgerichten, Volkswehr, Volksvertretung! (vgl. Lukis 1982, 72). Im Odenwald und im Schwarzwald zogen die Bau-

ern umher und holten Grundherrschaftspapiere aus den Gutsverwaltungen der Standesherrn. Vielerorts schlangen Arbeiter die Fäuste vor Fabriken und Fabrikantenvillen. In Berlin kam es vom 13. bis 18. März des Jahres zu Zusammenstößen mit den dort massierten Truppen.

Helmut König liefert in seinem Buch »Zivilisation und Leidenschaften – Die Masse im bürgerlichen Zeitalter« aufschlussreiche Belege dafür, dass gerade die Irrationalität und Blindwütigkeit der aufständischen Massenaktionen im Zuge der 1848er Revolution in den damaligen deutsch(sprachigen) Territorien von Augenzeugen, Zeitgenossen und Historikern bis in unsere Tage betont werden. In den Beschreibungen komme eine Fassungslosigkeit, Ohnmacht gegenüber dem eruptiven, leidenschaftlichen Element zum Ausdruck: »Die Masse in Aktion erscheint den Beobachtern und Historikern als unkalkulierbare und elementare Naturkraft, deren Sog so stark ist, daß sie auch gesittete und friedliche Menschen in ihren Bann zieht und mitreißt« (König, 1992, 97f.). Der radikale Demokrat Adolf Streckfuß beschrieb die Barrikadenkämpfe des 18. März in Berlin wie eine Naturkatastrophe. König fasst dessen Charakterisierung der Ereignisse wie folgt zusammen: Die Masse sei roh, endlos, gärend, leicht beweglich und veränderungslustig, ihre Bewegungsform sei das Auf-und-nieder-Wogen und das Tummeln, sie tobe, sei aufgeregt, ordnungslos, urteilslos, chaotisch und wild, sie lärmte und schreie, sie handele im Rausche des Entzückens, sie glaube fast jedes Gerücht, sie neige stets den Extremen zu, sie handele fieberhaft, sei widersetzlich, zerfahren, verantwortungslos und unberechenbar (vgl. König, 1992, 100). Im Märzaufruf in Berlin fiel jedoch – entgegen vorherigen Aufständeerfahrungen – die Trennung zwischen aufrührerischen Vorstädtern und gesitteten Stadtbürgern weg. Das Sozialprofil der Barrikadenkämpfer konnte aus den sog. Märzgefallenen-Verzeichnissen ermittelt werden. Die Berufsangaben belegen, dass der Barrikadenkampf keinesfalls ein Aufstand der Berliner Unterschichten war. Viele kamen aus bürgerlichen Berufen wie Handwerksmeister, Kaufleute, Fabrikanten, Beamte, usw. (vgl. Richter, 1987, 622). Nachdem der preußische König bereits einen Tag nach den Barrikadenkämpfen weitgehende Zugeständnisse gemacht hatte, ebte das Revolutionsfieber der Bevölkerung recht schnell wieder ab.

Die konservativen Kräfte gewannen wieder die Oberhand; auch liberale Kreise favorisierten unter dem Eindruck unberechenbarer, revolutionärer Bedrohung fast einhellig die Revolution von oben. Heinrich Laube, einer der Wortführer des Jungen Deutschland und Mitglied der Nationalversammlung von 1849-1867, warnte davor, dass man sich schon mit dem allgemeinen und gleichen Wahlrecht »der unberechenbaren, links und rechts verführbaren Masse« in die Hände gäbe, andere sprachen von »dem zügellosen Drang« und der »blinden, fieberhaften Exaltation der Massen« (zit. bei König, 1992, 108). In der Zuflucht beim Alten lag in den Augen vieler Zeitgenossen die Rettung. Theoretisch untermauert wurde diese Sichtweise durch Ludwig August von Rochau, der in seinen »Grundsätzen der Realpolitik« von 1853 den liberalen Traum vom

Contrat Social (Rousseau) unter dem Eindruck der revolutionären Eruptionen eher als Alptraum darstellt. Die Frage nach der richtigen Gesellschaft(sform) reduziert sich für Rochau auf die Frage der starken staatlichen Macht. König resümiert diese Entwicklung folgendermaßen: »Die treibende Kraft für diese Wendung zu theoretischem Pragmatismus und praktischem Opportunismus ist die Angst vor dem Aufstand der Massen« (ebd., 109). Zusätzlich wurde das im Volk befindliche revolutionäre Potential durch die gezielte Streuung einer Rädeleführertheorie in gemäßigte Bahnen gelenkt bzw. dergestalt gedanklich rationalisiert, dass eine Erklärung des Königs, in dem dieser seine »lieben Berliner« als Opfer einer Rote fremder Bösewichter darstellte, von zeitgenössischen konservativen Intellektuellen und Historikern aufgegriffen und untermauert wurde (vgl. hierzu König, 1992, 103-105). König vertritt abschließend die prägnante These, dass die Verschwörungstheorie die doppelte Funktion gehabt habe, einerseits das Phantasma des guten Volks und andererseits das Phantasma der guten Herrschaft wiederherzustellen und zu sichern. So zahlenmäßig, räumlich und vor allem zeitlich begrenzt die revolutionären Aufstände in den deutschen Einzelstaaten auch gewesen sein mögen, die Furcht vor einer Wiederholung wirkte unablässig weiter und floss als irrationales Entscheidungs- und Handlungsmotiv in der Vorstellungswelt des 19. Jahrhunderts stets mit ein. Der Name, der dieser abstrakten Revolutionsfurcht, diesem Schreckgespenst gegeben wird, ist »Masse«.

2.1.2 Die wimmelnde Masse der wachsenden Städte

Die Stadt wird zum Ort der Massen im 19. Jahrhundert. Die Masse tritt auf als ein indifferenter Strom von Menschen, eine sich schnell bewegende, anonyme Menge von Passanten, deren flutende Bewegungen von den Zeitgenossen mit einer Mischung aus Faszination, Schrecken und Abwehr wahrgenommen werden. In einer ständischen Gesellschaft kann es Masse in diesem Sinn nicht geben. Jeder einzelne hat dort seinen festen Platz in einem fixen, durch Tradition und Religion gestützten Netz von sozialen Rollen und Beziehungen. Die vorbürgerliche Gesellschaft war gekennzeichnet durch ein streng geregeltes soziales Gruppenbeziehungssystem. Die Eingliederung und Zuordnung zu einer Gruppe erfolgte über spezifische Kleider- und Verhaltenskodizes, die eine sichere soziale Orientierung ermöglichten. Erst die Anonymität und Versachlichung der Beziehungen der Menschen auf den Straßen der Großstadt erlaubte es beispielsweise der Prostituierten, nach außen ihr Privatleben von ihrem Berufsleben abzutrennen. In der mittelalterlichen Stadt war die Dirne durch ihr Gewerbe und die zugehörige Art der Kleidung als solche erkennbar; sie wurde darum in der entsprechenden Weise behandelt. Rein äußerlich hob sich die freie Prostituierte in der Großstadt des 19. Jahrhunderts nicht mehr durch standesgemäße Tracht von der »anständigen« Frau ab (vgl. Schulte, 1984, 25f.). In ihrer Ar-

beit über die Anfänge des deutschen Bildungsbürgertums zitiert Pia Schmid die aufschlussreichen Eindrücke eines zeitgenössischen Reisenden in Berlin um ca. 1820: »Kommen Sie einmal des Sonntags auf eine der hiesigen Promenaden – ich will alles verloren haben, wenn Sie den Kaufmannsdieners vom Kammerherrn, den Schneider vom Hofrath, und den Friseur von seinen Kunden unterscheiden können, alle Unterschiedszeichen [verschwimmen], und man tappt im Finstern« (Schmid, 1985, 18). Die Erfahrung der Fremdheit, der Anonymität wird zum entscheidenden Element der städtischen Lebensform im bürgerlichen Zeitalter. Gepaart mit den Eindrücken riesiger, in den Großstädten zusammengeballter Menschenmengen, entstand bei den beobachtenden Zeitgenossen ein Gefühl von Bedrohung und diffusum Unbehagen.

Vor 1850 waren London und Paris die einzigen Städte mit mehr als eine Million Einwohnern (Swanson, 1990, 15). Der große Verstädterungsschub setzte in Deutschland erst im letzten Viertel des 19. Jahrhunderts ein, daher ist es nicht verwunderlich, dass z. B. Berlin vor 1850 von Zeitzeugen noch als ländlich und beschaulich empfunden wird; das bunte Gewimmel auf dem Markt und in den Straßen wurde eher als pittoresk, jedoch nicht als bedrohlich empfunden, was u. a. auch mit der starken Militärpräsenz zusammengehängt haben mag (vgl. König, 1992, 80-84). Der Beginn der Industriestadt Berlin ist zwar bereits um 1826 zu verorten, als in raschem Tempo im Berliner Norden eine Reihe von Maschinenfabriken entstehen. Diese räumliche Aufteilung zwischen dem Gebiet im Norden (dem sog. Vogtland) und dem eigentlichen Kerngebiet der alten Stadt verstärkt die soziale Gliederung und die damit zusammenhängenden sozialen Konfliktlinien. Im Norden wohnten um diese Zeit etwa 2000 mittellose Landarbeiter, freigesetzte Bauern und arbeitssuchende Handwerker in vier Häuserblöcken. Aus der Sorge darum, dass sich die Masse nicht an die Grenze halte, heißt es in einem städtischen Bericht an den König 1824, dass man sich davor schützen müsse, dass die Vogtländer mit ihrem »Zunder... zu ansteckenden Krankheiten« und ihrer »Immoralität«, »Lasterhaftigkeit« und »Unsittlichkeit« über die Mauern in das Stadttinnere vordringen (zit. bei ebd., 91). Daher werden die industriellen Veränderungen in der Stadt selbst weniger stark wahrgenommen.

Das änderte sich jedoch schnell, da Berlin im 19. Jahrhundert die am schnellsten wachsende Stadt Europas war. Um 1850 zählte sie rund 415.000 Einwohner; 1870 waren es bereits 825.000, und nur 30 Jahre später lebten in Berlin 1.889.000 Einwohner (Kuczynski, o. J., IV, 182). Zwischen 1871 und 1910 steigt die Zahl der Städte mit über 100.000 Einwohnern von 8 auf 48, der Anteil der Großstädter an der Gesamtbevölkerung des Deutschen Reichs von 4,8 auf 21,3 % (Kaschuba, 1994, 74). Das Bevölkerungswachstum Berlins ist vor allem seit Mitte des 19. Jahrhunderts auf einen beachtlichen Wanderungsüberschuss, also dem positiven Saldo zwischen Zuzügen und Abzügen aus der Stadt, zurückzuführen (vgl. Kuczynski, o. J., IV, 196). Der Direktor des statistischen Büros der Stadt Berlin, Hermann Schwabe, hat 1874 für die Jahre 1861 bis 1872

eine Statistik der Umzüge in der Stadt berechnet, aus der die enorme Umzugshäufigkeit, die in Berlin an der Tagesordnung war, hervorgeht (s. Tab. 1). In diesem Jahrzehnt tauschten durchschnittlich p. a. nahezu 50 % der Wohnungen die Mieter tauschten. Aus dem Statistischen Jahrbuch deutscher Städte ist ersichtlich, dass Berlin für das Jahr 1900 mit 1,9 Mio. Einwohnern 715.000 Umzüge zu verzeichnen hatte. Hamburg mit 705.000 Einwohnern meldete 213.246 umziehende Familien (Kuczynski, o. J., IV, 202). Der Historiker Thomas Nipperdey spricht für das darauffolgende Jahrzehnt in Berlin von einem Drittel aller Haushalte, in der Stadt Essen sei es noch um 1900 im Verlauf von zwei Jahren die Hälfte gewesen. Als Hauptgründe für die regen Umzugsaktivitäten gibt er raschen Arbeitsplatzwechsel bei noch unvollkommenem Nahverkehr und wirtschaftliche Schwierigkeiten an (Nipperdey, 1998, 145).

Tab. 1: Umzüge in der Stadt Berlin 1865-1872

Jahr	Zahl der Wohnungen (inkl. Gelasse)	Zahl der Umzüge	Wohnungswechsel (in Prozent)
1865	138.356	70.679	51,1
1867	153.433	82.497	53,7
1869	163.057	72.044	44,7
1870	166.144	66.678	40,1
1871	168.541	63.763	38,0
1872	173.001	74.568	43,1

Quelle: Kuczynski, o. J., IV, 200.

Der wahrgenommene Charakter einer Großstadt wird sicherlich durch viele Faktoren bestimmt. Doch gerade diese enorme Fluktuation der Bevölkerung, die sowohl in der großen Anzahl der Zu- und Umzüge zum Ausdruck kommt, dürfte in herausragender Weise den Eindruck der wimmelnden Masse Mensch verstärkt haben. Der Statistiker Schwabe untersuchte auch die Umzüge nach dem Mietwert der Wohnungen und kommt zu dem Resultat: »Je tiefer die soziale und wirtschaftliche Stellung einer bestimmten Gruppe der Berliner Bevölkerung ist, desto intensiver verfällt sie dem Nomadenthum« (zit. bei Kuczynski, o. J., IV, 201). Die geographisch und sozial entwurzelten »modernen Nomaden« werden auch als im sozialen Sinn halt- und orientierungslos, ohne sittliche Normen, festen Stil des Denkens und Handelns wahrgenommen. Wo aber die sittlichen Normen der Gemeinschaft und der Religion nicht mehr tragen, da werde der Mensch zur »Bestie« (Riehl 1854, 293). Der Nationalökonom und Wirtschaftshistoriker Werner Sombart resümiert in seiner Abhandlung zum proletarischen Sozialismus: »Man nennt Masse die zusammenhanglosen, amor-

phen Bevölkerungshaufen namentlich in den modernen Großstädten, die aller inneren Gliederung bar, vom Geist, das heißt von Gott verlassen, eine tote Menge von lauter Einsen bilden« (Sombart, 1924 [1897], 99). Der Soziologe Emil Stutzer schreibt rückblickend in seiner Abhandlung »Die deutschen Großstädte Einst und Jetzt« aus dem Jahre 1917: »Das jetzige Großstadtgetriebe mit seinem unablässigen Wechsel und seiner äußeren Unruhe macht in der Regel die Großstadtmenschen auch innerlich unruhig und verflacht das ganze Leben. (...) Masse und Wechsel rufen das Bedürfnis nach Masse und Wechsel stets von neuem hervor« (Stutzer, 1917, 75f.). Die Erfahrung der Fremdheit, der Anonymität wird zum entscheidenden Element der städtischen Lebensform im bürgerlichen Zeitalter. Gepaart mit den Eindrücken riesiger, in den Großstädten zusammengeballter wimmelnder Menschenmengen entstand bei den beobachtenden Zeitgenossen ein Gefühl von Bedrohung und diffusem Unbehagen.

2.1.3 Die eigentumslose, proletarische Masse

Die von England seit dem letzten Drittel des 18. Jahrhunderts ausgehende industrielle Revolution erzeugte eine bis dahin unvorstellbare Mobilisierung der Bevölkerung, die Hobsbawm für die »größte Völkerwanderung in der Geschichte« hält (1975, 240). Kuczynski (o. J., IV, 176) vertritt die Ansicht, dass die deutsche Binnenwanderungsbewegung in der Epoche der Industrialisierung die größte Massenbewegung der deutschen Geschichte gewesen sei. 1907 lebte bereits die Hälfte aller Deutschen nicht mehr in der Gemeinde, in der sie geboren waren; daher hatte also jeder zweite Deutsche in irgendeiner Form an der Binnenwanderung Anteil (vgl. ebd., 177). Die Mobilität, die für weite Teile der Bevölkerung zur zentralen Erfahrung wurde, war durch den Wegfall traditioneller Beschränkungen der Freizügigkeit durch die politischen Revolutionen in Amerika und Frankreich möglich geworden. Zur Notwendigkeit wurde sie aus Gründen der Existenzsicherung, weil die neuen kapitalistischen Produktionsformen das Anbieten der eigenen Arbeitskraft ohne Rücksicht auf familiäre oder heimatliche Verwurzelungen und Traditionen erforderte. Ausgelöst wurde der Industrialisierungsprozess durch technische Innovationen gegen Ende des 18. Jahrhunderts (neue Arbeits- und Kraftmaschinen sowie neue Verfahren der Verkokung und Verhüttung). Diese Innovationen bedingten die Entwicklung einer neuen Produktionsstätte, die zum ökonomischen Zentrum industrieller Gütererzeugung wurde – die Fabrik. Deutschland bot bis in die zweite Hälfte des 19. Jahrhunderts überwiegend ein Bild relativer wirtschaftlicher Rückständigkeit und zunehmender Pauperisierung (Massenverarmung) der Bevölkerung aus folgenden Ursachen: a) einer jahrzehntelangen technischen Rückständigkeit gegenüber England durch die verzögerte Aufnahme neuer Techniken und durch betriebswirtschaftliche Probleme der neuen Produktionsstätte Fabrik, b) dem Fehlen eines überregionalen, einheitlichen Binnenmarktes, der seine ersten

Ausbaustufen erst in dem preußischen Zoll- und Handelsgesetz von 1818 und dem Inkrafttreten des Deutschen Zollvereins 1834 fand, c) einer Krise des Handwerks und Hausgewerbes in der ersten Hälfte des 19. Jahrhunderts sowie d) einer Übervölkerungsproblematik⁴ mit der Folge einer Massenverelendung (Pauperismus), die aus der mangelnden Aufnahmefähigkeit der noch jungen Industrie resultierte. Mindestens 50 bis 60 % der Bevölkerung lebten in den 40er Jahren des 19. Jahrhunderts in ärmlichen Verhältnissen, in Krisenzeiten elend und existentiell gefährdet (vgl. Gladen, 1974, 4).

Im Zuge der Pauperismuskonzeption trat eine soziale Differenzierung in den Massediskurs ein. Nach König verbinden sich in der Pauperismus-Literatur vorrangig drei Bedeutungsgehalte. Masse wird vor allem als Folgewirkung des Zerfalls des ständisch gebundenen Gesellschaftssystems angesehen, der zu Entwurzelung, Vereinzelung, Schutzlosigkeit, Entsittlichung und Verarmung geführt habe. Masse sei darüber hinaus ein Begriff, der den quantitativen Sprung vom Pöbel zum Proletariat markiere. Das sei überall dort der Fall, wo von »Massenverarmung«, »Massenverderbnis« oder »Arbeitermassen« die Rede sei. Und schließlich handele es sich um die sinnlich erfahrbare Konzentration oder Anhäufung einer Masse von selbständigen Arbeitern an bestimmten Punkten, die von zeitgenössischen Beobachtern als unkalkulierbar und irrational, triebhaft und der Übertreibung zugänglich angesehen wurden (vgl. König, 1992, 127ff.). Marx und Engels reden demgegenüber nicht mehr von Masse, sondern von Arbeiterklasse bzw. Proletariat. Die Affekt- und Triebseite, die im Begriff der Masse mitschwingt, wird beim Übergang zum Klassenbegriff aufgegeben. Das Proletariat, dem über die Theorie des Historischen Materialismus eine heilsgeschichtliche Bedeutung zugesprochen wird, ist aus marxistischer Sicht die bereits zivilisierte Ausgabe der eigentumslosen, rebellischen Masse.

2.2 Der massenpsychologische Kontext und seine Folgen

»Jeder, sieht man ihn einzeln, ist klug und verständig; sind sie in corpore, gleich wird Euch ein Dummkopf daraus.«
(Friedrich Schiller)

Als Gründervater des in den 1890er Jahren in Frankreich veröffentlichten massenpsychologischen Konzepts gilt Gustave LeBon, der sich anregen ließ von einem aristokratisch-konservativen Zeugen der Pariser Kommune-Zeit, Hippolyte Taine, sowie den Kriminologen Scipio Sighele und Gabriel Tarde. In seinem Buch »Psychologie des Foules« (1895) (Psychologie der Massen, LeBon,

⁴ Die Bevölkerung des Deutschen Reichs (Grenzen von 1871) verdoppelte sich von 1816 (24,8 Mio.) bis 1895 (52,3 Mio.) (amtliche Statistik vgl. Kuczynski, o. J., IV, 175). Die Zunahme entwickelte sich fast exponentiell: 1865-1880: 5,6 Mio.; 1880-1895: 7,0 Mio.; 1895-1910: 12,5 Mio.

1964), das in zehn Sprachen übersetzt und in zahlreichen, hohen Auflagen verbreitet wurde und als das wahrscheinlich einflussreichste Buch der Sozialpsychologie (Allport, 1968, 41) gilt, vertritt LeBon die These, dass die Masse in der Lage sei, aus dem zivilisierten Menschen der Moderne ein barbarisches Untier zu machen. Die Verwissenschaftlichung des Themas, das LeBon für sich in Anspruch nimmt, besteht im Grunde nur darin, dass er sich nicht mit der puren Beschreibung des Massenverhaltens begnügt, sondern mit Hilfe des aus der Medizin bzw. Psychiatrie übernommenen Modells der Hypnose eine wissenschaftliche Erklärung liefern will.⁵ Das Zustandekommen des neuen »Wesens« der Masse vergleicht er ferner mit (bio)-chemischen Prozessen, da dort die Kombination von bestimmten Elementen sich zu einem Stoff mit ganz neuen Eigenschaften verändere; es entstehe »unter dem Einfluß gewisser heftiger Gemütsbewegungen« ein kollektives Subjekt, eine »Gemeinschaftsseele«, die triebhaft, reizbar, unzivilisiert und beeinflussbar, aber auch begeisterungsfähig und heroisch sei; im Zustand der Masse erfolge eine »geistige Ansteckung« (»contagion mentale«) (LeBon, 1964 [1895], 10ff.)

»Allein durch die Tatsache, Glied einer Masse zu sein, steigt der Mensch also mehrere Stufen von der Leiter der Kultur hinab. Als einzelner war er vielleicht ein gebildetes Individuum, in der Masse ist er ein Triebwesen, also ein Barbar. Er hat die Unberechenbarkeit, die Heftigkeit, die Wildheit aber auch die Begeisterung und den Heldenmut ursprünglicher Wesen, denen er auch durch die Leichtigkeit ähnelt, mit der er sich von Worten und Vorstellungen beeinflussen und zu Handlungen verführen läßt, die seine augenscheinlichen Interessen verletzen« (LeBon, 1964 [1895], 17).

LeBon sieht in jeder Vielzahl von Menschen eine potentielle Masse, in der jegliche Individualunterschiede vereinheitlicht werden: »In dem Augenblick, in dem sie zu einer Masse gehören, werden der Ungebildete und der Gelehrte gleich unfähig zur Beobachtung« (ebd., 24). Es finden sich bei LeBon Urteile, die an Geringschätzung und Überheblichkeit sowie an apodiktischer Pauschalisierung kaum zu überbieten sind, dies trifft vor allem auf die Teile seiner Ausführungen zu, in denen er darauf eingeht, womit und in welcher Form sich die Masse am effektivsten ansprechen und beeinflussen lässt. Die folgenden Zitatpassagen sollen verdeutlichen, dass sich diese Äußerungen mit einem modernen Schlagwort zusammenfassen lassen, nämlich dem der Sensationsgier der Massen:

»Für die Massen, die weder zur Überlegung noch zum logischen Denken fähig sind, gibt es nichts Unwahrscheinliches. [...] Daher werden die Massen stets durch die wunderbaren und legendären Seiten der Ereignis-

⁵ »Sorgfältige Beobachtungen scheinen nun zu beweisen, daß ein einzelner, der lange Zeit im Schoße einer wirkenden Masse eingebettet war, sich alsbald (...) in einem besonderen Zustand befindet, der sich sehr der Verzauberung nähert, die den Hypnotisierten unter dem Einfluß des Hypnotiseurs überkommt« (LeBon, 1964 [1895], 16).

nisse am stärksten ergriffen« [...] »Alles, was die Phantasie der Massen erregt, erscheint in der Form eines packenden, klaren Bildes, das frei ist von jedem Deutungszubehör und nur durch einige wunderbare Tatsachen gestützt: einen großen Sieg, ein großes Wunder, ein großes Verbrechen, eine große Hoffnung. [...] Hundert kleine Verbrechen oder hundert kleine Unfälle werden auf die Phantasie der Massen oft nicht die geringste Wirkung ausüben; wohl aber wird sie durch ein einziges unerhörtes Verbrechen, ein einziges großes Unglück tief erschüttert, wenn es auch viel weniger blutig ist als die hundert kleinen Unfälle zusammengenommen« (LeBon, 1964 [1895], 43 u. 45).

Zur Leitung und Bewegung der Masse bedarf es eines Hypnotiseurs, eines Helden der Masse, eines mit »Nimbus«, Willensstärke und Energie ausgestatteten Führers (vgl. ebd., 92-101). Die Massen seien jedoch auch eines sehr hohen Maßes an »Sittlichkeit« im Sinne von »Entsagung, Ergebenheit, Uneigennützigkeit, Selbstaufopferung« fähig. Daher wirke man in besonderer Weise auf den einzelnen in der Masse, wenn man sich auf die Gefühle für Ruhm und Ehre, Religion und Vaterland berufe (vgl. LeBon, 1964 [1895], 35f.). LeBon verfällt also nicht in fatalistische Resignation, sondern sieht eher die Chance einer Funktionalisierung der Masse als Herrschaftswerkzeug und entwirft damit ein Programm massenverachtender Massengefolschaft, was ihm den Titel »Machiavelli der Massengesellschaften« einbrachte (Moscovici, 1984, 79).

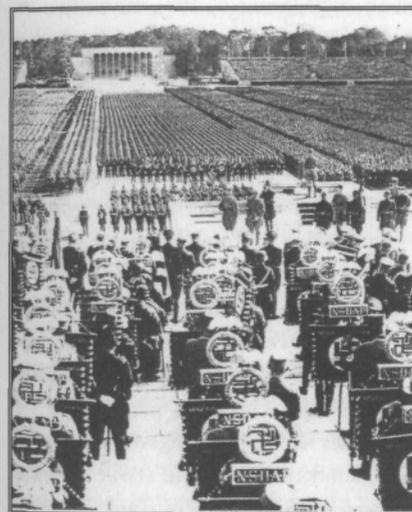
Durchaus ähnliche Gedanken wie LeBon vertrat der englische Psychologe William McDougall, dessen Buch »The Group Mind. A Sketch of Principles of Collective Psychology« 1920 erschienen war. McDougall ging davon aus, dass das menschliche Verhalten durch zentrale Instinkte wie Geltungsbedürfnis, Streitsucht und elterliche Fürsorge und den dazu gehörigen Primäremotionen wie Stolz, Ärger und Zärtlichkeit bestimmt werde. Mit LeBon teilte er dessen Massenverachtung und die Überzeugung, dass die Masse leicht zu lenken und zu beeinflussen sei. Auch der im deutschsprachigen Raum nicht nur zu Beginn dieses Jahrhunderts sehr einflussreiche Psychoanalytiker Sigmund Freud greift in seiner Schrift »Massenpsychologie und Ich-Analyse« (1978) auf die Prämissen LeBons zurück. Mit seiner These, dass im Massenerlebnis die »Urhorde« wieder zum Durchbruch gelange, teilt Freud die Grundauffassung LeBons, dass in der Mehrzahl der Mensch seine Individualität verliere und sich durch das Unbewusste beherrschen lasse. Freud arbeitet mit Definitionen, die das Unbewusste bzw. das ES mit Masse und Leidenschaften analogisieren. Die Mitglieder einer Masse seien deswegen affektiv so eng miteinander verbunden, weil sie sich alle dem gleichen Oberhaupt (Führer) unterwerfen und sich aufgrund dieser Gemeinsamkeit miteinander identifizieren können (vgl. Freud, 1978, 56-67).

2.2.1 Massenpsychologie und Machtpolitik

Seit den 1890er Jahren nahm zeitgleich zur Entwicklung der Massenpsychologie ein aus den Verfallserscheinungen des Liberalismus entstandenes neues Zeitalter Gestalt an, das Zeitalter der Massenpolitik. König führt diese Agonie auf zwei Faktoren zurück: Einerseits habe der Liberalismus auf die neuen ökonomischen Strukturen und die mit ihnen verknüpften Veränderungen der Rolle des Staates keine Antworten gewusst, denn an die Stelle der kleinen und mittelgroßen Betriebe, die am Anfang der Industrialisierung gestanden hatten und auf die die liberale Wettbewerbstheorie vielleicht einmal zugetroffen haben mochte, tritt ein System von Banken und Industriegroßunternehmen, die miteinander

verbunden sind und den Markt im vorhinein unter sich aufteilen. Andererseits wurde die liberale Auffassung von der zurückhaltenden Rolle des Staates konterkariert durch das Anwachsen staatlich-bürokratischer Apparate, die Stärkung des monarchischen Prinzips und der Ministerien sowie den Ausbau von Polizei und Heer (vgl. König, 1992, 180). Politisch bekämpft wird der Liberalismus von zwei Seiten: von der sozialistischen Arbeiterbewegung und von konservativen Kreisen, die das Bürgertum für unfähig halten, Ordnung zu schaffen, die auseinanderstrebenden gesellschaftlichen Kräfte zu integrieren und die Massen im Zaum zu halten. Um gesellschaftlichen Einfluss wiederzugewinnen, schließen sich diese Kreise bedingungslos dem neuen aggressiven Nationalismus an, der die europäischen Völker seit Anfang der 1880er Jahre zu erfassen beginnt. Wolfgang J. Mommsen (1969, 15) schreibt in »Das Zeitalter des Imperialismus«, dass der Konservatismus das Ziel verfolgt habe, »durch [sein] Eintreten für eine kraftvolle nationale Machtpolitik das Schwinden ihres Einflusses auf die breiten Massen aufzuhalten.« Nach Ansicht des damals einflussreichen, konservativen Nationalökonom und Wirtschaftshistorikers Werner Sombart seien die Deutschen im Grunde ihrer Seele immer dem kriegerischen und männlichen Ideal des vor- und frühkapitalistischen Heldentums verpflichtet geblieben, und das Militär sei das Mittel, um das »Schreckbild der Verameisung« und des Massengewimmels in das Ideal

Abb. 1: Masse als Gefolgschaft



Quelle: Dröge & Müller, 1995, 310 (Reichsparteitag 1934)

schaftlichen Kräfte zu integrieren und die Massen im Zaum zu halten. Um gesellschaftlichen Einfluss wiederzugewinnen, schließen sich diese Kreise bedingungslos dem neuen aggressiven Nationalismus an, der die europäischen Völker seit Anfang der 1880er Jahre zu erfassen beginnt. Wolfgang J. Mommsen (1969, 15) schreibt in »Das Zeitalter des Imperialismus«, dass der Konservatismus das Ziel verfolgt habe, »durch [sein] Eintreten für eine kraftvolle nationale Machtpolitik das Schwinden ihres Einflusses auf die breiten Massen aufzuhalten.« Nach Ansicht des damals einflussreichen, konservativen Nationalökonom und Wirtschaftshistorikers Werner Sombart seien die Deutschen im Grunde ihrer Seele immer dem kriegerischen und männlichen Ideal des vor- und frühkapitalistischen Heldentums verpflichtet geblieben, und das Militär sei das Mittel, um das »Schreckbild der Verameisung« und des Massengewimmels in das Ideal

geschlossener Kolonnen in Reih und Glied zu verwandeln: »Wie segnen wir, die wir über das Gewimmel in unseren Landen, über die Kaninchenstallhaftigkeit vieler unserer Provinzen gar oft die Nase gerümpft haben, jetzt dieses viele Volk, da es sich in unabsehbaren dichten Kolonnen gegen die Grenze wälzt, um das Vaterland gegen übermütige Feinde zu verteidigen« (Sombart, 1915, 120). Am Ende dieser historisch-massenpolitischen Entwicklung steht die deutsche Katastrophe in der Gestalt des Nationalsozialismus, der als fataler Höhepunkt der Verwandlung der Masse in Gefolgschaft angesehen werden muss.

2.2.2 Massenpsychologie und Massenmedien

Der dem behavioristischen Verhaltenskonzept verhaftete Wirkungsansatz einer Allmacht der Medien (auch magic-bullet-, hypodermic-needle-, transmission-belt- oder Reiz-Reaktions-Schema genannt), der wie Renckstorf zu Recht betont, »nirgendwo wirklich verbindlich formuliert und formalisiert wurde« (1973, 184; s. auch Brosius & Esser, 1998), aber dennoch als Wirkungsannahme in der ersten Hälfte dieses Jahrhunderts kursierte, räumte den Massenmedien ein omnipotentes Wirkpotential ein, das sich u. a. auch aus der ehemals gängigen Sicht moderner Gesellschaften als »Massengesellschaften« ergeben habe, die von absichts- und willenslosen »Massen« bewohnt würden und entsprechend beliebig und gleichermaßen beeinflussbar seien.

Gerade zu Beginn des Jahrhunderts hatten sich – neben den neuen Massenkommunikationsmitteln Film, Radio und ab 1940 Fernsehen – die neuen persuasiven Kommunikationsformen Werbung, Public Relations und Propaganda entwickelt. Nach der geltenden Medien-Geschichtsschreibung ging gerade die frühe Propagandaforschung nicht nur von einer naiven Wirkungsvorstellung im Sinne des Stimulus-Response-Modells aus, sondern behauptete starke Effekte, ohne diese tatsächlich empirisch nachzuweisen (vgl. Severin & Tankard 1992, 104f.; McQuail 1994, 328), und die maßlose Überbewertung der Medieneffekte wurde durch eine durchaus zweifelhafte Interpretation der damaligen psychologischen und soziologischen Theorien unterstützt (vgl. hierzu Schenk, 1987, 23-27). Hierzu zählen neben der Massenpsychologie die Instinktpsychologie und die Theorie der Massengesellschaft, in der sich ein typisches »Massenverhalten« herausprägt, das z. B. von Blumer (1967; s. auch Bell, 1961) analysiert wurde. Unter den Bedingungen der modernen Industriegesellschaft hat nach Blumers Meinung das Massenverhalten an Bedeutung zugenommen. Mangelnde lokale Gruppenbindungen und fehlende kulturelle Werte führten dazu, dass die einzelnen Individuen atomisiert, anonym und isoliert seien. Bezogen auf die Massenkommunikation heißt das, dass die Individuen der Massengesellschaft den Medien und ihren Stimuli willkürlich ausgeliefert sind. Nur Gruppenbindungen und kulturelle Werte könnten die Individuen vor dem Einfluss der »omnipotenten« Medien schützen.

Die Herstellung eines Zusammenhangs zwischen Massenpsychologie und der These einer medialen Allmacht greift aber wesentlich zu kurz. LeBon geht nur in sehr wenigen Passagen seiner Hauptschrift auf die Masse im Sinne von Massenpublikum ein. An keiner Stelle wird den Massenmedien eine starke Wirkung, geschweige denn Allmacht zugeschrieben, eher verhält es sich umgekehrt:

»Die Presse, die einstige Leiterin der öffentlichen Meinung, hat wie die Regierungen gleichfalls der Macht der Massen weichen müssen. Gewiß besitzt sie noch eine bedeutende Macht, aber doch nur, weil sie lediglich die Widerspiegelung der öffentlichen Meinung und ihrer unaufhörlichen Schwankungen ist. [...] Die alten, ehrwürdigen und einflussreichen Blätter von ehemals, deren Aussprüche von der vergangenen Generation noch ehrfurchtsvoll wie Weissagungen angehört wurden, sind verschwunden oder zu Nachrichtenvermittlungen geworden, die von unterhaltenden Neuigkeiten, Gesellschaftsklatsch und geschäftlichen Anzeigen umrahmt sind« (LeBon, 1964 [1895], 109).

Der Massenpsychologe Tarde geht in weitaus differenzierterer Weise auf die Masse in ihrer Rolle als Massenpublikum ein und hat das Thema Masse als erster auf die Wirkung von Massenmedien bezogen. Tarde widerspricht LeBon direkt: Nicht das Zeitalter der Massen, sondern der Öffentlichkeit(en) sei angebrochen. Er nimmt eine Differenzierung in »la foule« und »le public« vor und unterscheidet für beide vier Handlungsformen: erwartend (expectante), aufmerksam (attentive), demonstrierend (manifestante) und handelnd (agissante). In »le public« sei eine geistige Kollektivität physisch getrennter Individuen vorhanden, die aus dem Bewusstsein resultiere, Mitglied eines Massenpublikums zu sein. Nur in einem fanatischen und überreizten (surexcité) Zustand könne »le public« zu einer »foule virtuelle« werden (vgl. Tarde, 1910, 11-13).

Auch das Publikum habe zwar ebenso wie die Masse immer einen »inspireur«, einen »créateur«, und dessen Einfluss könne durch die größere publizistische Kontinuität sogar größer sein als bei der Masse. Aber dieser publizistische Führer gehe jedoch nur auf Stimmungen ein, die schon vorhanden seien. Journalisten sind aus dieser Sicht keine Führer, sondern im Gegenteil Handlanger ihrer Publika (vgl. ebd. 14f., 20). Tarde wird in seinen Ausführungen sogar noch schärfer, wenn er in seinen Worten vom dynamischen Wechselspiel zwischen Journalisten und (sensationsgierigem) Publikum schreibt⁶:

⁶ Im Original: »Les publics, eux aussi, parvenus à un certain point d'excitation, deviennent manifestants. Ils ne le sont point seulement d'une manière indirecte, par les foules qui naissent d'eux, mais avant tout, et directement, par l'influence entraînant qu'ils font subir à ceux mêmes qui les ont mis en mouvement et qui ne peuvent plus les retenir, par les torrents de lyrisme ou d'injures, d'adulation ou de diffamation, de délire utopique ou de fureur sanguinaire, qu'ils font couler de la plume de leurs publicistes obéissants, de maîtres devenus serfs« (Tarde, 1910, 43).

»Auch die Publika, die sich in einem bestimmten Erregungszustand befinden, werden demonstrierende Masse. Sie werden es nicht nur mittelbar durch die Masse, die sich aus ihnen heraus entwickeln kann, sondern vor allem auch in direkter Weise durch den mitreißenden Einfluß, den sie auf jene ausüben, die sie selbst in Bewegung gesetzt haben und nun nicht mehr zurückhalten können aufgrund der Fluten von Erdichtetem und Beleidigungen, von Speichelleckerei oder Diffamierung, von utopischem Delirium oder blutrünstigen Ausbrüchen, die sie aus der Feder ihnen gehorchender Schreiberlinge fließen lassen und somit aus Meistern Sklaven machen« (ebd., 43; Übersetzung UK).

Die Vorstellung einer Allmacht der Medien kann aus solchen Äußerungen nicht abgeleitet werden. Tarde verweist im Gegensatz zu LeBon auch auf die positiven gesellschaftlichen Funktionen von Massenzusammenkünften (in Form von Volksfesten oder Nationalfeiern) und die »stimulierenden Energien für das soziale Leben« (Tarde, 1910, 46). Die Transformation von Massen in Publika habe einen wichtigen Sublimierungseffekt, ja quasi »Ruhigstellungseffekt«, und die menschliche Affekt- und Triebseite werde durch die Presse »pazifiziert«: »[M]an sollte der frivolen, ich sage nicht pornographischen, Presse danken, da sie die Öffentlichkeit bei Laune hält, was wiederum günstig für den Frieden ist« (ebd., 48; Übersetzung UK). Im Gegensatz zur Masse, in der vergleichsweise hohe kollektive Schamgrenzen bestünden, könnten Journalisten für ihre Publika frivole Schamgrenzen überschreiten (vgl. Tarde, 1910, 58). Leider gibt Tarde für diese Art der Presse keinerlei Beispiele an.

Die Vorstellung von der geistigen Massenführung und einer Allmacht der Medien durch publizistische Führungspersönlichkeiten wurde Jahrzehnte später durch die Propagandamaschinerie-Erfahrungen zweier Weltkriege, die die Massenpsychologen nicht mehr erlebten, wesentlich untermauert. Von diesen Erfahrungen geprägt⁷, entwickelte der einflussreiche deutsche Publizistikwissenschaftler Emil Dovifat seinen Ansatz der »Normativen Publizistik«, der sich noch im Handbuch der Publizistik aus dem Jahre 1968 niederschlug. Dovifat beginnt dort sein mehr als 60 Seiten umfassendes Kapitel IV »Die Publizistik der Massenführung« mit dem eindeutig gegen Hagemann gerichteten Satz: »Die Masse ist kein Mythos« (Dovifat, 1968, 101). Da Dovifat LeBon zwar als längst überholt, aber dennoch als »klassisch« betrachtet, sind in seinen Ausführungen eine gewisse geistige Nähe, eine gedankliche Affinität zu ihm nicht zu übersehen. So definiert er Masse wie folgt: »Masse ist eine nicht organisch und nicht bleibend gebundene Vielheit von Menschen, die, meist vorübergehend und begrenzt, von gleichen Neigungen, Strebungen und Trieben geleitet sind. Weil sie ihre Lage als vorübergehend, als verbesserungsfähig oder gefährdet empfindet, ist Masse leicht in dynamische Bewegung zu bringen« (Dovifat, 1968, 106). Dovifat betont an mehreren Stellen, dass auch die »Masse im Abstand« (par distan-

⁷ Dies gilt sehr stark auch für Elias Canetti und sein Werk »Masse und Macht« (vgl. Kuhnau, 1996).

ce), das »disperse Publikum«, das früher nur durch das geschriebene oder gedruckte Wort oder den Lauf des Gerüchts erreichbar gewesen sei, heute hingegen durch die massenhaft verbreiteten (wenn auch individuell empfangenen) Sendungen der elektronischen Mittel als ein »Publikum unbegrenzter Weite«, als Masse zu führen sei; daher stehe im Vordergrund seines Interesses, »die Masse in ihrer publizistischen Bewegung zu schildern, wie sie in dynamische Fahrt zu bringen und wie diese Fahrt zu beeinflussen« sei (ebd., 103, s. auch 113f.). Passivität, Verführbarkeit, Emotionalität, Triebhaftigkeit, Aggressivität etc. sieht auch Dovifat als charakteristische Merkmale der Masse an, und da jede umfassende Publizistik heute Massenpublizistik sei oder werden möchte, erfolge eine effektive (allerdings auch als negativ anzusehende) Ansprache nur bei Einhaltung der »Grundgesetze der Massenführung« (Dovifat, 1968, 114-164). Zu diesen »Grundgesetzen«, die er mit diversen, auch historischen Beispielen belegt, rechnet Dovifat: die geistige Vereinfachung, die hämmernde Wiederholung sowie sieben Spielarten der gefühlsmäßigen Steigerung (der Hass, das Mitleid, das Sexuelle, die eher in totalitären Systemen mögliche Ansprache eines massenüberhöhenden Geltungsbedürfnisses Einzelner, der Appell an den moralischen Grundwillen der Masse sowie das publizistische Aufpeitschen zum Massenwahn bis hin zur publizistischen Ausbeutung einer »psycho-chemischen Überwältigung« in Form von Schauprozessen z. B.). Doch anders als LeBon spricht Dovifat an keiner Stelle in herabwürdigender Art und Weise von »Masse«. Er nimmt diese als gegeben und grundsätzlich hin; kein Mensch ist besser oder schlechter, alle können Masse sein: Der durch Gemeinschaftszerfall und soziale Entwurzelung isolierte und vereinsamte Mensch verspüre eine gewisse Sehnsucht nach Anpassung und festeren Bindungen: »Diese Sehnsucht ist in allen Schichten lebendig. So rekrutieren die Massen sich heute nicht aus besonderen Ständen oder aus einer Klasse (etwa der des »Proletariats«)« (Dovifat, 1968, 106). Aus dieser liberalen Menschensicht heraus formuliert Dovifat eine weitsichtige und ernst zu nehmende Erkenntnis: »Nur aus der Anerkennung der Würde des Einzelmenschen in der Masse ist die menschenwürdige Überwindung des Phänomens Masse überhaupt möglich. Von dieser Einsicht her bestimmen sich generell auch die moralischen Grenzen aller publizistischen Einwirkungen auf die Massen« (ebd., 105). Diese hierin zum Ausdruck kommende anti-elitäre Haltung gegenüber dem »Massenmenschen« ist eher ungewöhnlich.

Wie Dieter Prokop (1995) in seinem Buch »Medien-Macht und Massenwirkung« an diversen historischen Beispielen belegt, wurde in Deutschland gerade zu Beginn des Jahrhunderts nach Aufkommen des ersten audiovisuellen Massenmediums Film überall und immer wieder mittels massenpsychologischer Theorie und dem daraus abgeleiteten Glauben an die manipulierende, ja hypnotisierende Kraft des Mediums der Ruf nach Zensur legitimiert. Der vehement für staatliche Zensurmaßnahmen eintretende Tübinger Kunsthistoriker Konrad Lange beispielsweise bemerkte um 1920: »Der großen Masse der Kinobesucher ist natürlich nichts willkommener als eine Schilderung, bei der sexuelle Verge-

hen als etwas Selbstverständliches, Gewöhnliches erscheinen, wovon vernünftige Menschen nicht viel Aufhebens machen. Sie entnimmt daraus die Lehre: Gehet hin und tuet desgleichen« (Lange, 1920, 129). Ohne staatliche Zensur, so Lange, »werden wir ein Kino haben, in dem die wilden, ungezügelter Massen Nahrung für ihren Zerstörungstrieb finden werden. Dieses Kino der Zukunft wird im Dienste des Terrors stehen« (ebd., 129f.).

Immer wieder wurde ein angeblich schädliches Eskapismusmotiv bei den Kinogängern konstatiert, und – wie Prokop den zeitgenössischen Kritikern und Wissenschaftlern vorwirft – rationale Argumentationen durch »Poetisierungen« ersetzt. Er zitiert beispielsweise den Filmtheoretiker Gilbert Cohen-Séat: »Vom Leben isoliert, von Dunkelheit umgeben, in Träumen sich wiegend, gegenwärtig mit Auge und Ohr, mit der ganzen Aufnahmefähigkeit und selbst mit dem Unbewußten ist diese Massenansammlung Sklave einer mechanischen Intervention« (zit. bei Prokop, 1995, 222). Reduktion der Ich-Leistung des Bewusstseins, mystische Partizipation, temporäre Infantilisierung des Subjekts, emotional-regressive Perzeptionsdisposition – das sind die Schlagworte, die von wissenschaftlicher Seite zur Beschreibung des (massenhaften) Kinoerlebnisses herangezogen wurden (vgl. ebd., 222f.).

2.3 Der kulturtheoretische Kontext

Obwohl die Lehren der Massenpsychologie mittlerweile als empirisch unabweisbar oder längst widerlegt nahezu einstimmig abgelehnt werden, fielen sie gegen Ende des letzten Jahrhunderts in Deutschland gerade in jenen Schichten auf fruchtbaren Boden, deren Bildungsmonopol, die darauf beruhende Führungsstellung und das damit verbundene Prestige infolge tiefgreifender sozialer Wandlungen erschüttert worden war. Indem die bürgerlichen Schichten ihre soziale und geistige Existenz bedroht sahen und die neuen Erscheinungen als Auswüchse einer minderwertigen Massenkultur und orientierungslosen Massengesellschaft deuteten, suchten sie ihr eigenes beschädigtes Selbstwertgefühl wieder herzustellen, indem sie ihr Augenmerk auf den angeblichen Kulturverfall, auf den Untergang des Abendlandes im Zeichen der Massen richteten. Hofstätter betrachtet die sich auf LeBon beziehende Literatur als ein kultursoziologisches Phänomen, dessen Paradoxie darin liege, dass der Verdammung der Massen von den Massen selbst zugestimmt werde. Das verächtliche Bild der Massen, erlaube dem Leser – einem third-person-effect gleich [Anm. UK] – eine bequeme Distanzierung (Hofstätter, 1993, 13). Daher beinhalte LeBons Erfolg ein demagogisches Kunststück ersten Ranges, da es um eine »säkularisierte Absolution« gehe: »Ich bin nicht Masse, weil ich die Massenhaftigkeit der anderen durchschaue« (ebd., 15). Das LeBonsche Rezept habe den Intellektuellen der Jahrhundertwende eine Antwort auf die bohrende Frage nach der eigenen Ver einsamung geben können. Dieser sage sich, dass dies nicht an ihm läge, sondern

an der Zeit, deren Vermassung daran die Schuld trage. Diese Stimmung im Fin de Siècle des vergangenen Jahrhunderts stand also ganz im Zeichen der sich entwickelnden »Massengesellschaft«.

Kennzeichen der Massengesellschaft ist es, die Integration der Masse in die Gesellschaft über eine Verteilung gewisser Funktionen aus dem Zentrum heraus an solche Schichten der Gesellschaft zu bewirken, die vorher mehr am Rande lagen (Peripherie). Das Zentrum einer Gesellschaft bilden die Autorität ausübenden Institutionen, die das System kultureller Werte, die diese Ordnung legitimieren, der Bevölkerung nahebringen (Erziehungssystem, Medien, Universitäten, Kirche etc.), wobei eine Elite (traditionelle Großgrundbesitzer, Gebildete und die Elite der wirtschaftlichen, politischen, religiösen und kulturellen Bereiche) i. d. R. die zentralen institutionellen und Wertsysteme kontrolliert oder lenkt. Unter der Masse versteht man demgegenüber die Teile der Bevölkerung, die bei ungleicher Verteilung des Privateigentums und des Einkommens zur Mehrheit der kleinen Eigentümer oder der Besitzlosen gehören bzw. deren Einkommen unterhalb der Kategorien der Reichen liegt; in einer Gesellschaft mit ungleich verteiltem Bildungsgut sind sie die geringer Gebildeten. Eine Gesellschaft wird zur Massengesellschaft unter folgenden Bedingungen: 1. Die Masse erhält einen gewissen Einfluss auf den Inhalt politischer Entscheidungen und auf die Auswahl der Personen, die diese Entscheidungen treffen, 2. die Geschmacksnormen, die in der Masse der Bevölkerung vorherrschen, werden zu einem großen Teil zur Geschmacksnorm der Gesamtbevölkerung, 3. die Geschmacksnorm und die Kaufkraft der Masse der Bevölkerung werden zu wichtigen Kriterien für die Art und den Stil der in der Wirtschaft produzierten Verbrauchs- und Gebrauchsgüter sowie 4. der artikulierte Geschmack der Masse stellt einen wesentlichen Faktor bei Entscheidungen der Elite dar, wie Macht und Gerechtigkeit ausgeübt werden sollen. Shils resümiert in seinem Lexikonartikel zur Massengesellschaft zusammenfassend (1969, 672):

»Im Grunde besteht die Entwicklung der M[assengesellschaft] aus der Streuung des Charisma vom Zentrum zur Peripherie hin, so daß die Kluft zwischen beiden reduziert wird und das Zentrum Anteil an den Eigenschaften der Peripherie hat, während die Peripherie in den Genuß einiger Funktionen kommt, die historisch dem Zentrum eigen waren.«

Natürlich habe der Prozess eines aufwärts strebenden kulturellen und schöpferischen Einflusses immer bestanden, da die Elite stets zu einem gewissen Grad aufnahmefähig für das »niedrige Leben« und die Vergnügungen der Masse (Sportarten und Spiele, populäre Themen, Literatur, Kunst und Musik) gewesen sei. In einer typischen »Massengesellschaft« sei dieser Prozess jedoch deutlicher und sichtbarer (ebd.). Das, was in den obigen Erörterungen mit dem neutralen Begriff der »Integration« gemeint ist, wurde von Seiten der Intellektuellen im Deutschland der Jahrhundertwende eher abwertend mit Begriffen wie Durchschnittlichkeit, Mittelmäßigkeit, Nivellierung, Verflachung, Gleichmacherei oder

einfach Kulturverfall belegt. Damit ergab sich ein zusätzlicher Diskurskontext für den Begriff »Masse«, deren exponiertester Vertreter vor allem der wohl bedeutendste deutsche Philosoph des ausgehenden 19. Jahrhunderts, Friedrich Nietzsche (1844-1900), war.

In der jungen Weimarer Republik dominierten trotz zahlreicher Versuche, die überkommenen Grenzziehungen zwischen Hoch- und Massenkultur aufzubrechen, die Klagen konservativer Kulturkritiker, die ihre Position durch regelrechte »Schund- und Schmutz«-Feldzüge durchsetzten. Auch nach dem Zweiten Weltkrieg blieb lange Zeit eine grundlegende Massenkulturskepsis erhalten. Durch die einflussreichen sozialphilosophischen Erörterungen der Massenkulturkritiker der Frankfurter Schule wurde zwar der Schwerpunkt der Semantik des Begriffes »Masse« von einer Täter- zu einer Opferperspektive verlagert, doch die negativen Konnotationen wurden damit nicht relativiert. Eine grundsätzliche Wahrnehmungsveränderung setzte schließlich erst durch die gesellschafts- und kulturtheoretische Wende zur sog. Postmoderne ein, die die Gleichberechtigung der Massenkultur und eine Toleranz gegenüber dem Massengeschmack propagiert.

2.3.1 Das Elitekonzept Friedrich Nietzsches: Masse und Persönlichkeit

Der Altphilologe und Philosoph Friedrich Nietzsche⁸ wurde zeitgeschichtlich geprägt von solchen epocheverändernden Ereignissen, die den Prozess fortschreitender Demokratisierung beschleunigten und der »Geschichtsträchtigkeit des Plebejischen« Recht gaben: die französischen Revolutionen von 1789 und 1830, die revolutionären Erhebungen 1848/49, der Deutsch-Französische Krieg, die Deutsche Reichsgründung unter der Regie Preußens 1871 oder der Aufstand der Pariser Kommunarden im gleichen Jahr. Nietzsche nennt das Jahrhundert bewusst das »Jahrhundert der Masse« (Colli & Montinari, 1980, NW VI⁹, 428). »Eine gemeinere Gattung von Menschen bekommt das Regiment...: erst die Kaufleute, nachher die Arbeiter. Die Masse tritt auf als Herrscher: das Individuum muß sich zur Masse lügen« (ebd., NF IX¹⁰, 200f.). Die Auffassung von der Gleichheit aller Menschen hielt er für ein gefährliches kulturelles Gift, und die großangelegte Zerstörung kultureller Grundwerte der Gesellschaft sei durch die Verkehrung sozialer Hierarchien vorprogrammiert. Als wesentlichen Motor für die geistige »Trümmerwelt« (Colli & Montinari, 1980, FW III¹¹, 602) sah Nietzsche das moderne Maschinenzeitalter an: »Die Fabrik herrscht. Der

⁸ Für eine akribische und kenntnisreiche Auseinandersetzung zur kulturpessimistischen Haltung Nietzsches s. die Aufsätze von Renate Reschke (1989, 1992), auf die ich mich in meinen Ausführungen stütze.

⁹ Nietzsche contra Wagner VI.

¹⁰ Nachgelassene Fragmente IX

¹¹ Die fröhliche Wissenschaft III.

Mensch wird Schraube« (ebd., NF VII¹², 298). Die Lebensqualität, der Lebensrhythmus und das allgemeine Kulturverhalten würden in allen sozialen Schichten den Gesetzen der Technisierung, der Industriekultur angepasst und subsumiert.

Im Sinne exakter Begriffsbestimmungen finden sich bei Nietzsche weder Aussagen zur Masse noch zur Massenkultur. Letzterer Terminus wäre ihm eher ein Unding, eine *contradictio eo ipso* gewesen, denn wo Masse herrscht, da ist Kultur – im Sinne des Philosophen – nicht möglich bzw. im Prozess ihres Niederganges. So sind es eher schlagwortartige Charakterisierungen, die Masse als weitestgehend schichtunabhängiges negatives kulturelles Phänomen kennzeichnen. »Die Massen scheinen mir nur in dreierlei Hinsicht einen Blick zu verdienen: einmal als verschwimmende Copien der grossen Männer, auf schlechtem Papier und mit abgenutzten Platten hergestellt, sodann als Widerstand gegen die Grossen und endlich als Werkzeuge der Grossen; im Uebrigen hole sie der Teufel und die Statistik!« (Colli & Montinari, 1980, HL I¹³, 320). Kulturzerstörerische Gewalt und Manipulierbarkeit markieren den Unterschied zwischen Masse und »großen Männern«, zwischen »Nicht-Kultur« (ebd., DS I¹⁴, 166) und Kultur. Mit dem Phänomen der Masse korrespondieren also aus der Sicht von Nietzsche drei kulturelle Verfallssymptome der Gesellschaft: die Aufhebung der individuellen Subjektivität des Einzelnen und damit die Vermittelmäßigung und Nivellierung kultureller Bedürfnisse, Vandalismus gegen die geistigen Zeugnisse der herrschenden Kultur sowie ein Humanitätsverlust durch eine »Heerden-thier-Morak« (Colli & Montinari, 1980, JGB V¹⁵, 125). Materieller (Massen-) Konsum, die Kunst vor allem in Form des Theaters sowie die Massenmedien sind die vorrangigen Bereiche einer »abgeirrte[n] Cultur« (ebd., NF VII¹⁶, 813), die dem Bedürfnis nach Entlastung, Aufreizung und Verdrängung nachkommen. »Für drei gute Dinge in der Kunst haben »Massen« niemals Sinn gehabt, für Vornehmheit, für Logik und für Schönheit« (Colli & Montinari, 1980, NF XI¹⁷, 673). Es bedürfe der »gewaltsamsten Erregungsmittel, bei denen selbst der Halbtote noch zusammenschrecken muss; sie haben Betäubungen, Berausungen, Erschütterungen, Thränenkrämpfe: mit diesen überwältigen sie den Ermüdeten und bringen ihn in eine übernächliche Ueberlebendigkeit, in ein Ausser-sich-sein des Entzückens und des Schreckens« (ebd., WB I¹⁸, 463). Nietzsche beschreibt hier nichts anderes als Eskapismus und Sensationier.

¹² Nachgelassene Fragmente VII.

¹³ Unzeitgemäße Betrachtungen II (Vom Nutzen und Nachteil der Historie für das Leben I).

¹⁴ Unzeitgemäße Betrachtungen I (David Strauss der Bekenner und Schriftsteller).

¹⁵ Jenseits von Gut und Böse V.

¹⁶ Nachgelassene Fragmente VII.

¹⁷ Nachgelassene Fragmente XI.

¹⁸ Unzeitgemäße Betrachtungen IV (Richard Wagner in Bayreuth).

Die größten Feinde des Geistes, gegen die Nietzsche lebenslang opponierte, waren die Journalisten, die mit ihrer zunehmenden Orientierung auf Tagesereignisse das Bedürfnis nach oberflächlicher, müheloser und folgenloser Information bedienen. »Noch ist der Krieg nicht beendet, und schon ist er in bedrucktes Papier hunderttausendfach umgesetzt, schon wird er als neuestes Reizmittel dem ermüdeten Gaumen (...) der Gierigen vorgesetzt« (Colli & Montinari, 1980, HL I¹⁹, 279f.). Die Massenmedien (die Presse) als Faktoren der öffentlichen Meinungsbildung werden von Nietzsche mit den Worten abgekanzelt: »... das Journal tritt geradezu an die Stelle der Bildung, und wer (...) jetzt noch Bildungsansprüche macht, pflegt sich an jene klebrige Vermittlungsschicht anzulehnen, die zwischen allen Lebensformen, allen Ständen, allen Künsten, allen Wissenschaften die Fugen verkittet und die so fest und zuverlässig ist wie eben Journalpapier zu sein pflegt. Im Journal kulminiert die eigentümliche Bildungsabsicht der Gegenwart« (ebd., BA I²⁰, 671). »Die Freiheit der Presse richtet den Stil zu Grunde und schließlich den Geist (...). Die »Freiheit des Gedankens« richtet die Denker zu Grunde« (Colli & Montinari, 1980, NF XI²¹, 440).

Ein Motiv, das bei Nietzsche häufiger zur Beschreibung des Kulturverfalls herangezogen wird, ist der Gedanke vom Distanzverlust als Zeichen massenhaften, bzw. pöbelhaften Kulturverhaltens. Er sieht eine »Allgegenwart einer schmutzigen unersättlichen Begehrlichkeit und einer überallhin spähenden Neugierde bei Jedermann« (ebd., WB I²², 462). »Das Offenstehn mit allen Türen, das unterthänige Auf-dem-Bauch-Liegen vor jeder kleinen Thatsache, das allzeit sprungbereite Sich-hinein-Setzen, Sich-hinein-Stürzen in Andere und Anderes, kurz die berühmte moderne »Objektivität« ist schlechter Geschmack, ist unvornehm par excellence« (Colli & Montinari, 1980, GD VI²³, 109). Den einzigen Ausweg aus Vermassung und Un-Kultur sieht Nietzsche in der Utopie vom aristokratischen Elitemenschen und der Solidarität der großen Einzelnen: »Je individueller der Einzelne wird, um so produktiver für die Cultur wird sein Glück sein« (ebd., NF IX²⁴, 99). Dieser Einzelne braucht die Masse, auf der er und zu der er in Gegnerschaft steht und von der er sich distanzieren kann, denn die »Machinalisierung der Menschheit [ist] eine Daseins-Vorausbedingung, als ein Untergestell, auf dem er seine höhere Form zu sein sich erfinden kann« (ebd., NF XII²⁵, 463). Es handelt sich bei Nietzsches Ideal also um eine avangardistische, bildungselitäre Distanzierung, und keineswegs um Massenführerschaft, da

¹⁹ Unzeitgemäße Betrachtungen II (Vom Nutzen und Nachteil der Historie für das Leben I).

²⁰ Über die Zukunft unserer Bildungsanstalten I.

²¹ Nachgelassene Fragmente XI.

²² Unzeitgemäße Betrachtungen IV (Richard Wagner in Bayreuth I).

²³ Götzen-Dämmerung VI.

²⁴ Nachgelassene Fragmente IX.

²⁵ Nachgelassene Fragmente XII.

ein Massenführer alle Eigenschaften der Masse habe: »[U]m so weniger schämt sie sich vor ihm, um so mehr ist er populär. Also: er sei gewalthätig, neidisch, ausbeuterisch, intrigant, schmeichlerisch, kriechend, aufgeblasen, je nach Umständen alles« (ebd., MA-1 II²⁶, 298). Mit solchen Äußerungen lässt sich Nietzsche in eine Reihe mit den massenpsychologischen Denkern am Jahrhundertende stellen. Die von Nietzsche für die Kultur von Massengesellschaften vorgenommene Dichotomisierung in Masse und Elite, Durchschnittsmensch und echte Persönlichkeit sollte nicht nur die in Deutschland stark verbreiteten kulturkritischen Auseinandersetzungen bei Oswald Spengler²⁷ oder José Ortega y Gasset²⁸ beeinflussen. Friedrich Nietzsche steht als Stellvertreter für eine geistesgeschichtliche Tradition, die die wahrgenommene Kluft zwischen Massen- und Elite- bzw. zwischen der sogenannten Hochkultur und der Populärkultur argumentativ vorbereitete bzw. verstärkte. Dass diese Tradition auch zum Ende des 20. Jahrhunderts noch konnotative Nachwirkungen hat, verdeutlicht der Psychologe Peter R. Hofstätter, der Mitte der 1980er Jahre mit Hilfe eines siebenstufigen Polaritätenprofils die Begriffe »Masse« und »Persönlichkeit« von 100 Versuchspersonen bewerten ließ. Die Ergebnisse sind sehr aufschlussreich und vermögen die nach wie vor vorhandene Stellung und die Wertung der beiden Begriffe im System unseres Denkens verdeutlichen. Aus ihnen geht hervor, dass verglichen mit »Persönlichkeit« die Bedeutung von »Masse« viel stärker mit »verschwommen«, »passiv«, »zerrfahren«, »egoistisch«, »laut«, »redselig«, »aggressiv«, »wild«, aber auch »unterwürfig« und »krank« konnotiert wird. Desweiteren konnte Hofstätter anhand einer Affinitäts-Analyse²⁹ zeigen (s. Tab. 2), dass zwischen Masse und den Begriffen »Lärm«, »Wut«, »Triebhaftigkeit« und »Zorn« eine hohe Affinität besteht, während »Persönlichkeit« ähnlich wie »Intelligenz«, »Humor«, »Liebe« und »Ordnung« bewertet wird. Darüber hinaus

²⁶ Menschliches Allzumenschliches I II.

²⁷ Die noch vor dem Ersten Weltkrieg beendete universalistische, fortschrittspessimistische Analyse Spenglers, »Der Untergang des Abendlandes«, gilt als eines der kulturphilosophischen Hauptwerke des 20. Jahrhunderts. »Diesen Begriff [des Bürgertums; Anm. UK] findet die Zivilisation vor und vernichtet ihn durch den Begriff des vierten Standes, der Masse, der die Kultur mit ihren gewachsenen Formen grundsätzlich ablehnt. (...) Die Masse ist das Ende, das radikale Nichts« (Spengler, 1959, 347f.).

²⁸ Ortega y Gasset schreibt in seinem 1930 erschienenen Werk »Der Aufstand der Massen«: »Die Gesellschaft ist immer eine dynamische Einheit zweier Faktoren, der Eliten und der Massen. Die Eliten sind Individuen oder Individuengruppen von spezieller Qualifikation; die Masse ist die Gesamtheit der nicht besonders Qualifizierten. Man verstehe darum unter Masse nicht nur und nicht in erster Linie die »Arbeitermassen«. Masse ist der Durchschnittsmensch« (Ortega y Gasset, 1958 [1934], 72). Anfang der 30er Jahre muss »Der Aufstand der Massen« in Deutschland sehr stark rezipiert worden sein, denn Ortega schreibt 1934 in seinem Wort an die deutschen Leser: »Das geht zu weit... Was ich damit meine, ist die Tatsache, daß meine Bücher in Deutschland immer neue Auflagen erreichen« (ebd., 7).

²⁹ Hierzu wird eine Reihe anderer Begriffe anhand derselben Skalen bewertet und mittels Korrelationskoeffizienten das Ausmaß bestimmt, in dem ihre Profile denen von »Masse« und »Persönlichkeit« ähneln. +1,00 = maximale Ähnlichkeit und -1,00 = minimale Ähnlichkeit in der konnotativen Bedeutungszuweisung.

weist »Persönlichkeit« eine nahezu maximale Affinität zu Männlichkeit über die Begriffe »Vater« und »Mann« auf, während das Polaritätenprofil von »Frau« und »Persönlichkeit« eine sehr geringe Ähnlichkeit aufweisen. Immerhin findet keine Bedeutungsgleichsetzung zwischen »Masse« und »Frau« statt. Die Bedeutungszuweisungen sind hier sogar leicht gegenläufig.

Tab. 2: Affinitäten der Begriffe »Masse« und »Persönlichkeit« (Korrelationen)

Affinität	Masse	Persönlichk.	Affinität	Masse	Persönlichk.
Lärm	0,63	0,34	Vater	-0,20	0,96
Wut	0,61	0,22	Intelligenz	-0,21	0,91
Triebhaftigkeit	0,56	0,28	Mann	0,17	0,78
Zorn	0,54	0,26	Humor	0,05	0,73
Krieg	0,51	0,10	Mutter	-0,37	0,68
Zerstörung	0,41	0,23	Liebe	-0,26	0,66
Ekel	0,33	-0,17	Ordnung	-0,32	0,63
Haß	0,33	0,19	Frau	-0,12	0,14

Quelle: Hofstätter, 1993, 22.

2.3.2 Massenkultur und Elitenkultur um die Jahrhundertwende in Deutschland

Zählt man zu den zentralen Strukturmerkmalen moderner Industriegesellschaften die arbeitsteiligen Großorganisationen und die Entstehung von Massenpublika, so ergibt sich daraus eine besondere Form der Produktion und Vermittlung kultureller Leistungen: die »Massenkultur«. Sie ist dadurch gekennzeichnet, dass ihre Inhalte quasi industriell, also arbeitsteilig und verwertungsorientiert produziert, über anonyme Märkte verteilt und als Massenprodukte konsumiert werden. Massenkultur führt zu Standardisierung, weil sie darauf abzielt, dem Durchschnittsgeschmack eines undifferenzierten Publikums zu gefallen (vgl. Hunziker, 1996, 13; Wilensky, 1973, 119). Durch die industrielle Produktionsform unterscheidet sich die Massenkultur von der seit jeher bestehenden populären Volkskultur, die auf der Grundlage traditioneller handwerklicher Produktionsformen geschaffen und im Rahmen des Brauchtums von der breiten Bevölkerung rezipiert wird (z. B. Maibäume, Kirchweihfeste, Volksliedgut, handgefertigte Trachten, Volkstänze etc.). Die Entfaltung der Massenkultur wird in erster Linie gewährleistet durch ein funktionierendes System der Massenkommunikation, also in technischer Hinsicht durch die Möglichkeit zur Vervielfälti-

gung und zur massenhaften Verbreitung der Inhalte sowie in sozialer Hinsicht durch die Existenz großer Kollektive, die bereit und in der Lage sind, die angebotenen Inhalte zu konsumieren. Doch von einer Bereitschaft ist erst dann zu sprechen, wenn die Lebenswelt großer Kollektive bestimmt wird vom Nebeneinander von Arbeit und Freizeit. In vorindustrieller Zeit, noch bis zur Mitte des 19. Jahrhunderts bestand dieses (gedankliche) Nebeneinander in Deutschland allerdings nicht. Der Einfluss des Protestantismus und Calvinismus der frühen Neuzeit reichte bis in deutsche Wohnzimmerstuben des 19. Jahrhunderts durch gestickte Wandbilder mit dem Sprichwort: »Müßiggang ist aller Laster Anfang«. Und so sah es auch Kaiser Wilhelm II., der 1890 warnte, dass die »Beschränkung der Arbeitszeit (...) die Gefahr der Förderung des Müßiggangs« beinhalte (zit. in Reulecke, 1980, 143).

Arbeit war bis ins 19. Jahrhundert hinein selbstverständlicher Hauptteil des Daseins. Freizeitvergnügungen waren nur möglich an Sonn- und Feiertagen. Vergnügungs-Highlights des Jahres stellten die seltenen Kirchweih- und Schützenfeste, Jahrmärkte und Kirmessen dar, die in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts zunehmend als Testmärkte für neue kommerzielle Unterhaltungsangebote anzusehen sind. Doch diese Vergnügungen fanden nicht etwa in einem obrigkeitlichen Raum statt, sie waren strengstens reglementiert. Schaustellungen, denen man allerdings eine bildende Wirkung zusprach (z. B. Menagerien oder Wachfigurenkabinette) durften kontinuierlich angeboten werden (vgl. Maase, 1997, 55). Zu speziellen Anlässen stattfindende Tanzveranstaltungen versuchte man von behördlicher Seite aus Furcht vor Ausschweifungen und Verletzung der Sexualmoral einzudämmen. 1860 wurde im preußischen Regierungsbezirk Düsseldorf daher die Anzahl der Tanztage pro Jahr für Gemeinden und Städte unter 10.000 Einwohner auf sieben festgesetzt. Wirte brauchten eine polizeiliche Genehmigung (ebd., 65).

In der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts verstärkte sich das kollektive Drängen auf kürzere Arbeitszeiten. Schon 1850-1870 wurde bei 10-15 % der Streiks in Deutschland eine Herabsetzung gefordert, und 1889 beschloss der Gründungskongress der II. Sozialistischen Internationale, jeweils am 1. Mai für den 8-Stunden-Tag zu demonstrieren (Maase, 1997, 71). Um die Jahrhundertwende beginnt der tatsächliche Übergang zum zehn- bis zwölf-stündigen, vereinzelt sogar bereits zum neunstündigen Arbeitstag (vgl. Kaschuba, 1994, 84). Damit wurden tägliche Freizeitaktivitäten möglich. Sich entwickelnde Bereiche populärer Massenkultur waren vor dem 1. Weltkrieg die populäre Literatur, Kitschprodukte (vgl. Giesz, 1971), die Unterhaltungsmusik und der Schausport. Neben und zunehmend vor das traditionelle Muster einer Volksliteratur aus religiösen Schriften und Ratgeber-Sammlungen (Kalender) trat Unterhaltsames: Penny-Erzählungen, Zeitungsromane, aber auch das neue Genre der angeblich authentischen Gerichts- und Kriminalberichte. Laut Maase (1997, 57) wurde ein besonderer Typ von Fortsetzungsromanen zum Experimentierfeld fast aller Methoden industrieller Kunstproduktion und -verbreitung: die sogenannten

Kolportageromane, die auch als »Hintertreppenromane« bezeichnet wurden, da sie vorzugsweise von denen gelesen wurden, denen das Eintreten in ein herrschaftliches Haus nur über die Hintertreppe gestattet war. Die ersten Nummern wurden kostenlos verteilt, in Auflagen bis zu einer Million. Danach sammelten die Kolporteure Abonnements ein. Häufig lieferten aktuelle Ereignisse wie rätselhaftes Selbstmorde und Liebesaffären in einem europäischen Fürstenhaus den Aufhänger oder Hintergrund der Geschichten. Die Autoren schrieben gewissermaßen im Akkord, bezahlt nach der gelieferten Menge. Leichte Musik aller Genres hatte seit den späten 1890er Jahren Konjunktur. Revuen der Variétés, Operetten, Musical Comedies lieferten Schlager und »Gassenhauer«, die durch die Anzüglichkeit der Texte die Behörden auf den Plan riefen: 1901 sorgte der »Pflaumenwalzer«³⁰ in Deutschland für große Aufregung. Zum Text wurden illustrierende Postkarten von Straßenhändlern mit frivolen Anpreisungen vertrieben, bis sich die Staatsanwaltschaft einschaltete (vgl. Maase, 1997, 94). Boxkämpfe, Sechstagerennen oder als sensationell empfundene Spektakel wie Autorennen und Flugtage lösten Massenbegeisterung aus (vgl. ebd., 94-103). Mit Ballhausbetreibern und Musikhallenleitern, Kolportageverlegern, Organisatoren von Radrennen, Schaubudenbesitzern, Reiseveranstaltern und Theaterdirektoren war eine Schicht von Unternehmern entstanden, die die Gewohnheiten breiter Schichten zu bedienen und ihre Bedürfnisse anzuheizen wussten. Populäre Lesestoffe oder Melodien konnten zwar schon nach 1850 Hunderttausende erreichen, aber die Verbreitung zog sich über längere Zeit hin und erreichte nur kleinere Gruppen der Unterschichten.

Mit dem Film wird das Massenpublikum zur Norm. Der Soziologe und Kulturwissenschaftler Kaspar Maase verortet daher die endgültige Etablierung der eigentlich modernen Massenkultur im Jahrzehnt vor dem Ersten Weltkrieg. Bereits 1915 gab es in Europa über 10.000 Kinos. 1914 kamen in Deutschland auf 18.000 Einwohner ein Kino. In der Stadt Mannheim zählte man 1912 pro Woche mehr als 50.000 Besucher bei 200.000 Einwohnern. Der Kinobesuch, der im »Kintopp« der Arbeiterviertel wenige Pfennige kostete, wurde in der deutschen und englischen Arbeiterschaft zur regelmäßigen Freizeittätigkeit (vgl. Maase, 1997, 108-114). »Das Gezeigte entsprach, das wußten alle, nicht den Bildungsnormen der Eliten, sondern ästhetischen Gewohnheiten der einfachen Leute. Ihre Eintrittsgroschen und ihre Zahl gaben ihnen erstmals kulturellen Einfluß« (ebd., 113).

Im bürgerlichen 19. Jahrhundert diente Hochkultur zur Schaffung einer kleinen, homogenen Führungsgruppe; humanistische Bildung garantierte den Zugang zu höchsten Stellungen. Doch Massenkultur wurde schon 1914 keineswegs nur von den städtischen Unterschichten genutzt, obwohl Zeitgenossen

das neue Phänomen hauptsächlich diesen zuordneten. Freilich verhalten gerade sie der kommerziellen Populärkultur zum Durchbruch. Dennoch war die neue Massenkultur gerade darin modern, weil sie keine Klassenkultur darstellte. Klassenübergreifende Züge hätten sich besonders früh in Deutschland herausgebildet (vgl. Kaschuba, 1994, 85). Arme und Reiche, Mächtige und Abhängige begannen, sich bei Radrennen und Flugvorführungen, in Music Halls und vor der Kinoleinwand zu begegnen, und sie nahmen wahr, dass sie gemeinsame Interessen hatten und dass sie auf Spannendes, Rührendes und Komisches übereinstimmend reagierten. Es gibt zahlreiche Belege dafür, dass sich bürgerliche Herrschaften in die (zum Teil vulgären) Niederungen der Populärkultur herabließen: Schundromane wurden von Adligen gelesen, vielfach belegt ist die Anziehungskraft der sog. Pétomanen (Furzkünstler), das Berliner Sechstagerennen sorgte stets für unterschiedslose Begeisterungsausbrüche (vgl. Maase, 1997, 59, 63, 102f.).

Auf der anderen Seite spricht viel dafür, diese »Ausflüge« als eher heimliche Grenzgänge oder gar »Doppelmoral« zu charakterisieren, an der Tagesordnung waren eher ausgeprägte Distinktionsstrategien, die auf eine grundsätzlich andere Aneignungs- bzw. Rezeptionsweise schließen lassen. Im ausgehenden 19. Jahrhundert wurden soziale Unterschiede demonstrativ inszeniert, sie schlugen sich in Adresse, Architektur, Bekleidungsvorschriften, Personal, Bekanntschaftskreisen und Urlaubsorten (Sommerfrische in Seebädern) nieder. Die städtische Wirklichkeit sei hinter der Fassade der Zerstreuungskultur zerrissen gewesen, scharf getrennt in soziale Milieus und in politische Lager. »Jenes Eigenleben, das in den gutbürgerlichen Vierteln wie in proletarischen Quartieren zu beobachten ist – es bedeutet keineswegs nur ein inneres Zusammenwachsen, sondern es signalisiert mindestens ebenso sehr ein wachsendes Bedürfnis nach sozialer Abgrenzung und Distanz gegen das jeweils Andere« (Kaschuba, 1994, 76f.). Die bürgerliche Turnbewegung – die »Deutsche Turnerschaft« wuchs von 1880 bis 1914 um mehr als das Sechsfache auf 1,25 Millionen Mitglieder an – schlug zunehmend herablassend chauvinistische Töne gegenüber anderen Massensportarten an: Fußball und Rugby förderten vulgäre, ungebändigte Körperlichkeit, verbunden mit den schlimmsten Auswüchsen des Geschäftsgeistes und dem unkontrollierten Überschwang von Massen (vgl. Maase, 1997, 97). Zu einer Zeit, zu der die Arbeiter massenhaft in die Städte strömen, wählten die Kinder des Bildungsbürgertums als romantisierende Zivilisationskritik den Slogan: »Heraus aus den Städten, zurück zur Natur« (vgl. Kaschuba, 1994, 75). In der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts ging man dazu über, bürgerliche Theater- und Opernhäuser zu verdunkeln. Kunstaneignung sollte hier zur ästhetisch-emotionslosen Weihestunde werden – im Gegensatz zu Volkstheatern, in denen gegessen, gesprochen und zwischengerufen sowie geraucht wurde (vgl. Maase, 1997, 60f.). Bürgerliche Exklusivität schlug sich in den Eintrittspreisen nieder, um 1910 entstanden in Deutschland aufwendigere, luxuriöse Filmpaläste, die Theaterarchitektur imitierten (vgl. ebd., 110f.; auch Prokop, 1995, 87f.).

³⁰ Der Refrain lautete: »Denn an dem Baume, da hängt 'ne Pflaume, die möcht ich gerne hab'n. Am andern Baume hängt noch 'ne Pflaume, die möcht ich auch gern hab'n. So nimm se, Du se Dir se, so nimm se, Dir se doch. Die eine hat 'ne Made, die Andre hat ein Loch!«

Der populäre Unterhaltungssektor wurde in der Zwischenkriegszeit zum Kampffeld zwischen den Kräften der Demokratisierung und der Gegenmoderne. Die bürgerliche intellektuelle Elite hatte an Einfluss und Ansehen verloren; infolge der Inflation lebten Teile des Bürgertums in Armut (vgl. Maase, 1997, 147). Bürgerliche Lebensideale schienen an Gültigkeit zu verlieren: »Arbeits- und Pflichtethik, Idealismus, Bildungsorientierung, patriarchalische Familienordnung, Gehorsam und Triebunterdrückung – das alles schien in weiten Bereichen nicht mehr zu gelten« (ebd., 152). Im »Sündenbabel« Berlin herrschte vor allem in den Augen der Provinzbewohner ein scheinbar grenzenloses Vergnügungsleben. Steine des Anstoßes waren Liebesfilm, erotischer Tanz, schwarze Künstler, Detektivliteratur, zweideutige Schlager, selbständiges Auftreten von Frauen in wenig verhüllender Kleidung. Das Schimpfwort des »Amerikanismus« ging um. 1927 erschien »Amerika und der Amerikanismus« von Adolf Halfeld und machte als Kampfschrift Furore. Unbegründet war diese Einstellung nicht: Mitte der 20er Jahre beherrschten US-Konzerne den europäischen Filmmarkt, musikalische Importe aus den USA begründeten ein »Tanzfieber«, das sich in physischer Verausgabung, Exzentrik, ausgefallenen Bewegungen und sexuell erregenden Körperempfindungen als Gegenentwurf zum klassischen Gesellschaftstanz darstellte. 1926 entrüsteten sich Kammermusiker in der »Deutschen Tonkünstlerzeitung«: »Das tanzende und sensationslüsterne Publikum (...) fördert und kultiviert blödsinnige exotische Negermusik« (Schröder, 1990, 351).

Linke Intellektuelle, die die bildungsbürgerliche Abneigung überwunden hatten, sich mit dem Kommerz einzulassen, befürworteten die Leitideen eines progressiven Amerikanismus wie Tempo, Professionalität, Rationalität und Funktionalität, Bejahung moderner Technik sowie Abwehr bürgerlicher Bildungsreligion, was sich in der »Neuen Sachlichkeit« der Weimarer Republik niederschlug. Die neuen städtebaulichen Programme sollten eine »klassenversöhnliche« Atmosphäre schaffen; die seit 1907 im »Deutschen Werkbund« zusammengeschlossenen Architekten, Künstler und Designer wollten das Lebensnotwendige auch für die unterbürgerlichen Schichten funktional und ästhetisch gestalten (vgl. Kaschuba, 1994, 76). »Dada und Volksbildung, Arbeiterkultur und Bauhaus hatten profitiert von und mitgewirkt an einer Atmosphäre, in der überkommene Grenzziehungen zwischen Kunst und Vergnügen, Bildung und Alltagskompetenz, Intellektuellen und einfachen Leuten in Bewegung geraten waren« (Maase, 1997, 151). Diese Demokratisierungsversuche blieben aber ohne politischen Rückhalt. Der massenkulturelle Diskurs wurde von den »Apokalyptikern« (vgl. Eco, 1984) geprägt, die die öffentliche Rede beherrschten und von vornherein die Bezeichnungen entwarfen, die die neuen Phänomene mit Minderwertigkeit und kulturellem Niedergang verknüpften: Schmutz und Schund, Hintertreppenroman, Kitsch, Gassenhauer, Traumfabrik. Im Deutschen Reichstag sagten die Abgeordneten der bürgerlichen Parteien der »moralischen Entartung«, dem »beinahe krankhaften Trieb, sich ausleben zu müssen« und einer »die sittliche Volkskraft zerstörende[n] undeutsche[n] Betriebsamkeit«

den Kampf an (Saldern, 1993, 27, 38). Feldzüge gegen den sog. »Schmutz und Schund« stigmatisierten die Massenkultur, die als Äußerungen einer bedrohlichen Moderne angesehen wurden. Maase verweist auf zwei deutsche Besonderheiten des Schundkampfes. Erstens auf den Kunstvorbehalt: einzelne Meisterwerke konnten im ausgewählten Kreis der Kenner keinen Schaden anrichten; als gefährlich wurde nur behandelt, was auf weite Verbreitung zielte, und zweitens verweist er auf den konsequenten Eingriff der staatlichen Obrigkeit, angefangen bei polizeilich verfolgten Einkaufsverböten für Kinder und Jugendliche in Papiergeschäften, die »Schund« führten bis hin zum Lichtspielgesetz von 1920, das eine zentrale Zensurbehörde vorsah sowie das »Gesetz zur Bewahrung der Jugend vor Schund- und Schmutzschriften« von 1926 (vgl. hierzu Fischer, Niemann & Stodiek, 1996, 62-68). Politisch brisant wurde der Schundkampf durch die Demagogen, denen es nicht in erster Linie um Kunst und Moral ging, sondern um die Diskreditierung der jungen Republik – für die verachtenswürdige Massenkultur wurde die Massendemokratie verantwortlich gemacht: »[J]e größer die Masse, desto dümmere ist sie als solche. Darum also – beispielsweise – je verbreiteter die Zeitung, desto tiefer ihr Niveau; je demokratischer das Wahlrecht, desto niedriger der Geistesstand der Vertreterschaft.« So äußerte sich z. B. der einflussreiche Wirtschaftshistoriker Werner Sombart (1924, 173), der 1933 die Machtergreifung der Nationalsozialisten begrüßte.

Die Arbeiterbewegung selbst, deren Aufgabe es hätte sein können, die Freizeitgewohnheiten und ästhetischen Bedürfnisse der einfachen Leute zu verteidigen und die Verdammung als pöbelhaft und kulturfeindlich zu relativieren, hielt an Bildungs- und Aufklärungsidealen fest und brandmarkte die Massenkultur als Ausfluss eines profitgierigen Kapitalismus. »Der Feind, den wir am meisten hassen, das ist der Unverstand der Massen«, sangen die deutschen Sozialdemokraten (zit. in Maase, 1997, 166). Manche Debatten – so der Sozialhistoriker Kaschuba – hätten ein aussagekräftiges Bild von den Legitimationsnöten geboten, in denen sich die sozialdemokratischen Kulturfunktionäre damals befanden, weil sie sich durch ihre Massenkulturklagen in einer »antimodernistischen« Koalition mit bürgerlich-konservativen Bildungspolitikern befanden. Denn vor allem für die jüngeren Arbeiterinnen und Arbeiter waren die modernen Vergnügungsangebote offenbar weit attraktiver als die »eher altfränkische und schwergewichtige rote« Bildungskultur« (Kaschuba, 1994, 86). Massenkultur wurde in Deutschland im Gegensatz zur Hochkultur von Anbeginn an in der Öffentlichkeit und durch staatliche Maßnahmen mit Verbrechen und Gewalt, Triebhaftigkeit, Unzucht und Jugendgefährdung, Kulturlosigkeit und Verdummung in Verbindung gebracht. Die Nationalsozialisten unterwarfen die klassischen Kunst- und Bildungseinrichtungen ebenso wie die Massenmedien einer totalitären Kontrolle; kommerzielle Massenkultur- und Vergnügungsunternehmen vom Verlag bis zur Tanzkapelle wurden politisch gesäubert, gleichgeschaltet, vom Propagandaministerium und der Reichskulturkammer reglementiert und von der Gestapo überwacht.

2.3.3 Die »einsame Masse« und die »passive« Vermassung durch die Kulturindustrie

Die politische Herrschafts- und Gesellschaftsform, die nach dem Zweiten Weltkrieg in der Bundesrepublik der Angst vor den Massen und damit auch dem sozialhistorischen und machtpolitischen Massediskurs ein Ende setzte, war die wohlfahrtstaatliche Demokratie. Der Eigentumsvorbehalt für die Teilhabe an staatsbürgerlichen Rechten gehörte der Vergangenheit an, und politisch musste man vor der aufständischen, revolutionären Masse keine Angst mehr haben. An die Stelle der Ausschließung der Besitzlosen war ihre Integration getreten. Der Staat gewährte umfangreiche Sozialleistungen, die Freizeitkapazitäten wuchsen, und die stete Einkommensentwicklung führte zu zunächst bescheidenem Wohlstand. Im Zeitraum von 1955 bis 1960 erfolgte eine erhebliche Verbreiterung der mittleren Einkommensschichten. In Westdeutschland erhöhte sich in diesem Zeitraum der Anteil der Familien mit einem Jahreseinkommen von 7200 bis 12000 DM von 10 % auf 29 % und von 12000 und darüber von 2 % auf 11 % (Katona, 1965, 34f.). Die wohlfahrtstaatliche Massenintegration hat allerdings nicht zum Aussterben der Masseterminologie geführt, sondern eher im Gegenteil durch die Wandlung zu einer echten industriellen »Massengesellschaft« zu neuem Aufschwung verholfen. »Masse« wird zum Standardattribut vieler Begriffe, mit denen die moderne Gesellschaft beschrieben wird: Massenverkehr, Massenkonsum, Massenmedien, Massentourismus, Massenproduktion etc. »Masse« wird zum Konsumbegriff.

Das Phänomen der Massenkultur, das sich auf eine ganze Reihe populärer Aktivitäten und Kunsterzeugnisse bezieht, wurde allerdings mit der Ausbreitung der modernen Massenkommunikationsmittel Hörfunk und Fernsehen mehr und mehr mit typischen Inhalten der Massenmedien gleichgesetzt, besonders mit den von ihnen angebotenen und verbreiteten fiktiven, dramatischen und unterhaltsamen Produkten (vgl. Silbermann, 1982, 293), die nicht die Merkmale »echter Kunst« aufwiesen, sondern eben typische massenkulturelle wie Standardisierung, Stereotypisierung, Kritiklosigkeit, Kommerzialisierung und Konformismus. Die modernen Mittel der Massenkommunikation und deren fortschreitende Perfektionierung erzeugten den »außen-geleiteten« Menschentypus und begründeten die »außen-geleitete Lebensweise«. Propagiert hatte diesen Typus der amerikanische Soziologe David Riesman in den 50er Jahren, der in seinem in Deutschland erstmals 1958 erschienenen, interessiert aufgenommenen Buch »Die einsame Masse – Eine Untersuchung der Wandlungen des amerikanischen Charakters« die These aufstellte, dass eine Epoche angebrochen sei, in der die Menschen eher die Wünsche anderer Menschen zum Maßstab erheben und darauf verzichten, eine »Persönlichkeit« zu sein. Riesman unterscheidet in seiner Analyse der sozialbedingten Verhaltenskonformität im historischen Verlauf drei Typen: den eher »traditions-geleiteten«, den »innen-geleiteten« (der einzelne findet moralische Verantwortung in prinzipiellen Grundsätzen des ei-

genen Inneren und Gewissens) und den »außen-geleiteten«: »Das gemeinsame Merkmal der außengeleiteten Menschen besteht darin, daß das Verhalten des einzelnen durch die Zeitgenossen gesteuert wird; entweder von denjenigen, die er persönlich kennt, oder von jenen anderen, mit denen er indirekt durch Freunde oder durch die Massenunterhaltungsmittel bekannt ist« (Riesman, Denney & Glazer, 1968, 38). Die Verbindungen mit der Außenwelt und mit dem eigenen Ich würden in zunehmendem Maße durch Massenkommunikationsmittel hergestellt. Außensteuerung ist für Riesman ein schichtübergreifendes Phänomen, und am Ende des Buches schimmert durch, was der Autor mit »einsamer Masse« meint:

»Wenn die außen-geleiteten Menschen entdecken würden, wieviel unnötige Arbeit sie sich machen und daß ihre eigenen Gedanken und ihr eigenes Leben mindestens ebenso interessant wie die der anderen Menschen sind und sie ihre *Einsamkeit mit dem Untertauchen in der Masse* [Hervorh. UK] der Zeitgenossen in Wirklichkeit ebensowenig mildern können, wie man seinen Durst mit Meerwasser stillen kann, dann steht zu erwarten, daß sie auch ihren eigenen Gefühlen und Ansprüchen mehr Beachtung schenken« (Riesman, Denney & Glazer, 1968, 319).

Das, was Riesman nicht als Ankläger, sondern eher als aufmerksamer Beobachter seiner eigenen Gesellschaft beschreibt, lässt sich in dem Begriff der »Medienzivilisation« bündeln. Der amerikanische Soziologe Harold D. Wilensky hat die These von der kulturellen Uniformierung durch Massenmedien zu Beginn der 60er Jahre aufgegriffen und empirisch untermauert. Auch er ging davon aus, dass der Einfluss der Massenmedien auf die kulturellen Wertvorstellungen und auf die Freizeitaktivität auf die Dauer stärker sein würden als der Einfluss struktureller Faktoren wie Arbeit, Religion, Alter und Wohnort (vgl. Wilensky, 1973, 124). Zwei Hauptfragen interessierten ihn besonders: 1. welche Bevölkerungsgruppen Massencharakter annehmen und 2. ob Heterogenität der Kultur einer kulturellen Homogenität weichen werde. Seinen umfangreichen Analysen lagen die Daten von 1.354 Personen aus unterschiedlichen sozialen Schichten im Raum Chicago zugrunde, die Auskunft über ihre beliebtesten TV-Sendungen, regelmäßig gelesenen Zeitungen/Zeitschriften und alle gelesenen Bücher der letzten zwei Monate geben sollten. Die Medienrezeptionsqualität wurde erfasst über drei von Experten validierten Kategorien: Hochkultur, Durchschnitt und »Schund«. Jede der 1.354 Personen wählte in irgendeinem Bereich Produkte mittlerer oder niedriger Qualität aus. Wilensky konnte lediglich 19 Personen isolieren, »die ziemlich heroische Anstrengungen machen, das Beste aus den Medien auszuwählen« (Wilensky, 1973, 143). Von diesen 19 Befragten waren 16 Hochschulprofessoren und drei wohlhabende Syndizi. Laut Wilensky bedürfe es eines so ungewöhnlichen Musters von Erfahrungen in Familie, Schule und Beruf, dass es sie praktisch nicht gäbe (ebd., 144). Die Merkmale dieser 19 Individuen machten deutlich, dass man »schon ein wunderlicher

Mensch sein muß, um sich in Amerika von der Massenkultur distanzieren zu können« (Wilensky, 1973, 143). Die Beschäftigung mit der Massenkultur war nicht allein Sache der amerikanischen Intellektuellen. In den 30er Jahren begann eine Gruppe von aus Europa geflohenen Schriftstellern und Wissenschaftlern des Frankfurter Instituts für Sozialforschung die Wechselbeziehung zwischen populärer Kultur und dem Entstehen moderner Massengesellschaften zu untersuchen. Besonders Horkheimers und Adornos (1969) geschichtsphilosophische Studie »Dialektik der Aufklärung« aus dem Jahre 1944, in der sich die Autoren vor allem in dem Kapitel »Kulturindustrie. Aufklärung als Massenbetrug« mit den Massenmedien beschäftigen, kann als Klassiker der kulturpessimistischen Diskussionen in den 60er Jahren in Deutschland angesehen werden. Das Kulturverständnis der beiden im abendländischen Bildungsbürgertum groß gewordenen Autoren erhielt im US-amerikanischen Exil einen nachhaltigen Schock – in den Vereinigten Staaten war Rundfunk von Beginn an kommerziell organisiert³¹. In besagtem Kapitel wird die Regression der Aufklärung in den nivellierenden Produkten des Films und des Rundfunks diskutiert. Die Angebote seien standardisiert, auf bloßes Amusement reduziert, systemgerecht eingerichtet und nur von ihrem Warencharakter geprägt.

»Technisch so gut wie ökonomisch verschmelzen Reklame und Kulturindustrie. Hier wie dort erscheint das Gleiche an zahllosen Orten, und die mechanische Repetition desselben Kulturprodukts ist schon die desselben Propaganda-Schlagworts. Hier wie dort wird unterm Gebot von Wirksamkeit Technik zur Psychotechnik, zum Verfahren der Menschenbehandlung. Hier wie dort gelten die Normen des Auffälligen und doch Vertrauten, des Leichten und doch Einprägsamen, des Versierten und doch Simplen; um die Überwältigung des als zerstreut oder widerstrebend vorgestellten Kunden ist es zu tun« (Horkheimer & Adorno, 1969, 172f.).

Sie bediene nur den Markt, den sie selbst geschaffen habe. Selbst das Tragische werde zur bloßen Routine. Alles diene dem kurzfristigen Eskapismus, der als Paradies am Ende nur den Alltag anböte. Es gehe um »fun« und Zerstreung, um die Lust auf forwährenden Konsum, nicht um die Erfüllung von Träumen. Einige Phänomenbeschreibungen in ihrer Analyse sind zwar auch heute noch von hoher Aktualität, wenn z. B. die gesamte Kulturindustrie als voneinander abhängig und als untereinander ökonomisch verfilzt beschrieben wird, oder wenn die zentrale Bedeutung der Werbung thematisiert wird. Dennoch sind ih-

³¹ Eco schreibt im Vorwort zu »Apokalyptiker und Integrierte«: »Ich erinnere mich an ein Gespräch mit Adorno, ebenfalls in den sechziger Jahren, in dessen Verlauf er mir sagte, wenn die Dialektik der Aufklärung nicht in den USA der vierziger Jahre geschrieben worden wäre [...], sondern im Nachkriegsdeutschland und anlässlich einer Analyse des Fernsehens, dann wären seine Urteile minder pessimistisch, weniger radikal ausgefallen« (1984, 10).

re Ausführungen geprägt von einem tiefverwurzelten Kulturpessimismus³². Massenmedien sind für Horkheimer und Adorno Instanzen des Massenbetrugs. Massenmedien beförderten einzig den Konsum, die gesellschaftliche Sedierung und die Entfremdung der Konsumierenden, deren Sehnsüchte und Träume nie Erfüllung erlangten. Sie betrieben eine Entindividualisierung, eine Reduzierung der Individuen auf Subjekte des Konsums, indem sie schematisierten, einebneten und bestimmte Verhaltensweisen einübten. »Zu gewiß könnte man ohne die ganze Kulturindustrie leben, zu viel Übersättigung und Apathie muß sie unter den Konsumenten erzeugen. (...) Da aber ihr Produkt unablässig den Genuß, den es als Ware verheißt, auf die bloße Verheißung reduziert, so fällt es selber schließlich mit der Reklame zusammen« (Horkheimer & Adorno, 1969, 171).

Was die Semantik des Begriffs »Masse« anbelangt, verlagert sich in diesen Ausführungen der Schwerpunkt von einer Täterperspektive in eine Opferperspektive. Die Masse sei medial außengeleitet, werde betrogen, manipuliert; ihre Wünsche und Bedürfnisse würden künstlich erzeugt von einer riesigen Industrie, die das Reich des Bösen darstelle, in dem alle Kreativität unterdrückt werde. Die Masse selbst sei passiv und ließe sich berieseln. Sie werde zum Opfer einer allmächtigen Medienindustrie. Dieser Massenkulturpessimismus, der neo-marxistisch mit einem Appell an die Massen verbunden war, sich aus den (kultur-)kapitalistischen Fesseln zu befreien, wick erst gegen Ende des 20. Jahrhunderts einer optimistischeren, liberaleren Position gegenüber massenkulturellen Produkten und ihrer massenhaften Rezeption.

2.3.4 Massenkultur, Postmoderne und Erlebnisgesellschaft

Der Zusammenhang zwischen »Massenkultur« und »Postmoderne« gehört zu den Themen, die seit Jahrzehnten diskutiert werden. Der Literaturwissenschaftler Krenzlin vertritt sogar die These, dass es die Massenkultur gewesen sei, die nicht nur die Postmoderne-Diskussion überhaupt vom Zaun gebrochen habe, sondern dass sie darüber hinaus einer ihrer bevorzugten Gegenstände, wenn nicht sogar ihr Hauptgegenstand sei, so dass die Massenkultur als »agent provocateur« der Postmoderne schlechthin gelten könne (vgl. Krenzlin, 1992, 151, 149). In der Tat stand am Beginn einer internationalen und im weiteren kontinuierlich geführten Postmoderne-Diskussion die Auseinandersetzung zweier amerikanischer Intellektueller, Irving Howe (1959) und Harry Levin (1960), mit den zeitgenössischen, von ihnen als »postmodern« bezeichneten Romanen im Nachkriegsamerika, in der sie ihre Besorgnis um den Bestand der Hochkultur äußerten und sich mit den Konsequenzen, die sich aus den Bedingungen der Massengesellschaft für die seriöse Literatur ergeben, beschäftigten. Die »postmoderne« Literatur zeichne sich im Gegensatz zur großen Literatur

³² Gerade Adorno und Löwenthal könnten – unausgesprochen – den Geist Oswald Spenglers nicht verleugnen (vgl. Nutz, 1999, 302).

der Moderne (von Eliot, Pound, Joyce) durch Erschlaffung und Nivellierung aus. Auf diese eher resignativ-kultur-pessimistische Einschätzung eines literarischen Postmodernismus folgte alsbald eine positive Sichtweise, eine Verteidigung der innovativen Qualitäten der neuen Literatur. Zu diesen Protagonisten zählten z. B. die Literaturkritiker Leslie A. Fiedler, Susan Sontag, später natürlich Umberto Eco, die die entscheidenden Leistungen der neuen Autoren gerade in der neuartigen Verbindung von Elite- und Massenkultur sahen. Idealerweise berücksichtige postmoderne Literatur alle Sphären der Wirklichkeit und spreche alle sozialen Schichten an. Mehrsprachigkeit sei ihr Königsweg, und soziologisch sei sie durch die Kopplung von elitärem und populärem Geschmack gekennzeichnet. In seinem Schlüsseltext der Postmoderne-Diskussion: »Überquert die Grenze, schließt den Graben! Über die Postmoderne« schreibt Fiedler:

»Die Vorstellung von einer Kunst für die »Gebildeten« und einer Subkunst für die »Ungebildeten« bezeugt den letzten Überrest einer ärgerlichen Unterscheidung innerhalb der industrialisierten Massengesellschaft, die nur einer Klassengesellschaft zustünde. (...) Daß der Pop in die Zitadellen der Hohen Kunst eingedrungen ist, bringt dem Kritiker schließlich die erfreuliche neue Möglichkeit, darüber zu urteilen, ob ein Kunstwerk gut oder schlecht ist, ohne sich der Distinktion zwischen hoch und niedrig unterwerfen zu müssen, dem verschleierte Klassenurteil« (Fiedler, 1988 [1969], 68).

Der amerikanische Literaturwissenschaftler Fredric Jameson sah als Hauptmerkmal der Postmoderne die Aufhebung der traditionellen Trennung zwischen hoher Kultur und sogenannter Massen- oder kommerzieller Kultur an; in Erscheinung traten neue Textsorten, »die mit den Formen, Kategorien und Inhalten gerade jener Kulturindustrie durchsetzt sind, die von allen Verfechtern der Moderne (...) bis zu Adorno und der Frankfurter Schule) so leidenschaftlich verurteilt wurde« (Jameson, 1986, 46). Als gute Beispiele einer gelungenen Kopplung von Elite- und Massenkultur in der Literatur können sicherlich Umberto Ecos »Der Name der Rose« sowie Patrick Süskinds »Das Parfum« angesehen werden, in denen Bildungswissen und spannende Kriminalgeschichte ineinanderfließen. Die sich herausbildende Grundformel, dass postmoderne Phänomene dort vorliegen, wo ein grundsätzlicher Pluralismus von Sprachen, Modellen und Verfahrensweisen praktiziert wird, und zwar nicht bloß in verschiedenen Werken nebeneinander, sondern in ein und demselben Werk, bestätigte sich im folgenden auch in anderen sozio-kulturellen Bereichen bzw. Diskursen, z. B. in der Architektur durch Charles Jencks, der postmoderne Architektur als eine Sprache definiert, die sowohl die Elite als auch den Mann auf der Straße anzusprechen vermag (Jencks, 1988), in der Soziologie durch Amitai Etzioni (1968), der als Kennzeichen einer postmodernen Gesellschaft ihre Dynamik und ihre Pluralität ansieht (vgl. auch Daniel Bells frühe Konzeption der postindustriellen Gesellschaft (1961)) sowie in der Philosophie, vornehmlich durch

Jean-François Lyotard und seine Schrift »La condition postmoderne« (dt. Das postmoderne Wissen, 1982), die wohl als bekannteste Veröffentlichung der Postmoderne angesehen werden kann, und in der er Postmoderne als das Ende der einheitsstiftenden großen »Meta-Erzählungen«³³ definiert, und für den die Wertmaßstäbe Wahrheit, Gerechtigkeit und Menschlichkeit im Plural stehen.

Aber was sind nun eigentlich die charakteristischen Merkmale der Postmoderne, die das Neuartige in der sozio-kulturellen Gesellschaftsentwicklung kennzeichnen und damit das Präfix »Post« rechtfertigen? An dieser Stelle soll nicht die vorrangig in akademischen Zirkeln geführte Diskussion um die Frage, ob durch die Postmoderne eine grundsätzlich neue Epoche angebrochen sei, die das Ende »des altherwürdigen Projekts der Moderne« bedeute, aufgegriffen werden (vgl. hierzu Müller, 1992, Beck, 1986, Berger, 1986, Habermas, 1981, 1985a, 1985b). Diejenigen Autoren, die mit der Postmoderne keine grundsätzlich neue Ära anbrechen sehen, sehr wohl aber gesellschaftliche Makrotrends wahrnehmen und durchdenken, sprechen daher eher von Postmoderne als »Sammelname für Netzwerke von Tendenzen (...), die eine Richtung sozio-kulturellen Wandels bezeichnen, die durch co-evolutive Ereignisse bestimmt wird« (Schmidt & Spieß, 1997, 96), als »Gemüts- oder Geisteszustand«, der jenseits von Einheitsobsessionen der Vielfalt der Sprach-, Denk- und Lebensformen Rechnung trägt und mit ihr umzugehen weiß (Lyotard, 1986, 97) oder als kulturelle Transformation bzw. als »radikalisierte« Moderne (Welsch, 1988, 14). Die beobachteten Makrotrends sind von philosophischer Seite aus gebündelt worden in dem »Kampftruf« der Postmoderne, nämlich *Pluralität*. Die entscheidende Neuerung liegt für den Postmoderne-Theoretiker und Philosophen Wolfgang Welsch darin, dass Pluralität radikal wird bzw. gegenwärtig in ihrer Radikalität erstmals wirklich wahrgenommen werde, wobei Radikalität rückhaltlose Akzeptanz und Bejahung bedeute. Aus seiner Sicht sei es ein Missverständnis, wenn man meinte, die postmoderne Option für Vielheit gebe Einheit und Ganzheit einfach preis.

»Postmodern gilt es gerade nicht, irgendeine Realwerdung von Einheit zu betreiben, sondern dafür Sorge zu tragen, daß nicht eine einzelne Konzeption mit ihrer Partikularität (...) die Position des Ganzen für sich beansprucht (...) Ganzheit – die nur offene Ganzheit sein kann – vermag aus Strukturgründen einzig durch ein plurales Denken gewahrt zu werden«, denn »[n]icht mehr die unbedingte Richtigkeit des Eigenen, sondern das prinzipielle Recht des Differenten – von dem das Eigene nur ein Fall ist – bildet die Basis der Weltsicht und des Handelns« (Welsch, 1988, 16f., 37).

³³ Als »Meta-Erzählungen« der Moderne sieht Lyotard alle Leitideen an, die alle Wissensanstrengungen und Lebenspraktiken einer Zeit bündelten und auf ein Ziel hin ausgerichtet waren: z. B. Aufklärung (Emanzipation der Menschheit), Idealismus (Teleologie des Geistes), Historismus (Hermeneutik des Sinns), Liberaler Kapitalismus (Beglückung aller Menschen durch Reichtum) oder Marxismus (Befreiung der Menschheit zur Autonomie) (vgl. Welsch, 1988, 12).

Konkret beobachtbar und damit empirisch belegbar wurde dieses theoretische Konzept einer radikalen Pluralisierung anhand bestimmter sozio-kultureller Trends, die sich seit Beginn der 80er Jahre zunehmend durchsetzten und mit den Labels: Indifferenz, Hybridisierung, Individualisierung und Erlebnisorientierung sowie Fragmentierung bzw. Fraktalisierung versehen werden können.

1. *Indifferenz*: Hierunter ist zu verstehen, dass Zeichen zunehmend von ihrer Referenzpflicht befreit werden und vor allem als ästhetische Zeichen in jeden beliebigen Kontext passen (vgl. Schütze, 1994, 58ff).

2. *Hybridisierung* (= Bastardisierung, Kreuzung): Mit diesem Begriff soll der Abbau der traditionellen Gegensätze zwischen männlich/weiblich, Stadt/Land, vornehm/gewöhnlich (ordinär), sakral/säkular (etwa in der Architektur des Kirchenbaus), Geistes-/Naturwissenschaft, Hoch-/Triviale Kultur, Original/ Kopie oder gar Wirklichkeit/Fiktion erfasst werden. Schneider (1994) vertritt die weitgehende Auffassung, dass wir in einer Kultur leben, die zunehmend Hybridisierungen aufweist (Vermischung von Lebensformen in den unterschiedlichen Formen des Zusammenlebens, Durchmischung männlicher und weiblicher Berufe, Vermischung von öffentlich und privat, Kombination unterschiedlicher Kommunikationsstile und -formate). »Die Konzeption der Übergänge (...) thematisiert bewußt Verknüpfungsformen des Pluralen. Avancierte postmoderne Gestaltung ist in besonderer Weise auf Komplexionseffekte des Pluralen gerichtet. Hybridbildung ist ihr Strukturmerkmal, die dabei entstehende Irritation ihr Ziel« (Welsch, 1988, 323).

3. *Individualisierung und Erlebnisorientierung*: Der Soziologe Helmut Klages geht von einer Verschiebung von Werten auf verschiedenen Dimensionen aus. Die Tendenz seit den 70er Jahren geht seiner Ansicht nach vom puritanischen Ethos zur Genussmentalität, die auf sensualistische Reize, Exotismus und Eskapismus, Konsum- und Beschaffungslust fixiert sei. Das Erregungsprinzip ersetze das Sättigungsprinzip (vgl. Klages, 1988 sowie die Übersicht zur gesamten Wertewandeldiskussion bei Wiswede, 1998, 227-235). Ebenso geht der Soziologe Gerhard Schulze in seiner vielbeachteten Kultursoziologie der Gegenwart »Die Erlebnisgesellschaft« von der Grundhypothese aus, dass das Verhältnis zwischen Subjekt und Welt seit den 1980er Jahren grundlegend subjektzentriert geworden sei. Als moderne Basismotivation postuliert er Erlebnisorientierung: »Das Leben schlechthin ist zum Erlebnisprojekt geworden (...). Der Begriff des Erlebnisses ist mehr als ein Terminus der Freizeitsoziologie. Er macht die moderne Art zu leben insgesamt zum Thema« (Schulze, 1992, 13f.). Schulze führte Mitte der 80er Jahre eine großangelegte Befragung einer Repräsentativstichprobe im Raum Nürnberg mit 1.014 Befragten durch. Auf der Basis dieses umfangreichen Datenmaterials entwickelte der Autor ein Tableau der wesentlichen Charakteristika dreier, von ihm (idealtypisch) identifizierter kultureller Übergangsstadien in Deutschland seit dem Zweiten Weltkrieg. Er unterscheidet die Phase der »Restauration der Industriegesellschaft« (Ende 40er bis Mitte 60er Jahre), die Phase des »Kulturkonfliktes« (Mitte 60er bis Ende 70er Jahre) sowie

die Phase der »Erlebnisgesellschaft« (ab Anfang der 80er Jahre)³⁴. In der Nachkriegsphase bis Mitte der 60er Jahre war die Stellung im Produktionsprozess zentrales Kriterium der Definition von Milieuzugehörigkeit und Milieugrenzen; Wahrnehmungsmuster orientierten sich an ökonomischen Erfahrungen von »oben« und »unten«, »mehr« oder »weniger«. Es dominierten hierarchische Wirklichkeitsmodelle und eine dazu parallele Alltagsästhetik, die mit Rangordnungsbegriffen beschrieben wurde, eindimensional und bipolar angelegt war und die alten Gegensatzpaare: »Kunst und Kitsch, Kultiviertheit und Unbildung, Niveau und Primitivität, Apollo und Gartenzwerg, Klavierkonzert und Schlager« wiederbelebte (Schulze, 1992, 533). »Masse und Elite beendeten ihren ästhetischen Annäherungsversuch und kehrten auf die Plätze zurück, die ihnen das 19. Jahrhundert zugewiesen hatte. (...) Für die Bildungsbürger gab es das Kultivierte und das Geschmacklose, für die »einfachen« Menschen die heile Welt und die Frostregion der Hochgestochenheit« (ebd., 533f). Noch bis in die 60er Jahre hinein, bestand Konsens darüber, dass Kulturpolitik Hochkulturpolitik zu sein habe. Die Konsummotivation war außenorientiert und an intersubjektiv gültigen Erfolgskriterien wie Einkommen und Güterausstattung ausgerichtet. Erlebnisangebot und -nachfrage waren wenig entwickelt.

In der Phase des Kulturkonfliktes bis Ende der 70er Jahre seien die jungen Gebildeten das Milieu der Zeit gewesen, und die ökonomische Hierarchisierung von sozialen Milieus wurde konterkariert durch eine altersbezogene Hierarchisierung. Hinter den verblässenden Kategorien der ökonomischen Semantik zeichneten sich die Konturen der psychophysischen Semantik³⁵ vor allem in der Kategorie Spontaneität ab. Zum signifikanten Ausdrucksmittel für die neue altersbezogene Relation zwischen sozialen Milieus wurde das Spannungsschema: Action, antikonventionelle Distinktion, Narzissmus. Mit diesem Differenzierungsschub im dimensional-ästhetischen Raum alltagsästhetischer Stile erweiterte sich das ästhetische Repertoire von jedermann. Es wurde möglich, verschiedene Schemata gleichzeitig zu praktizieren z. B. die Verbindung von Hochkultur- und Spannungsschema im sog. »Selbstverwirklichungsmilieu« (vgl. Schulze, 1992, 538). Kulturpolitik wurde als Gegenpol empfunden und war in einer doppelten Konfliktstellung: einerseits wurde die Ablehnung der Hochkultur quasi »intel-

³⁴ Messinstrumente waren neben einem schriftlichen Testbogen mit 180 Items zur Erfassung der Persönlichkeitsstruktur, und einem Interviewerfragebogen, der das Ambiente, den sprachlichen Habitus, das persönliche Auftreten der Befragten festhalten sollte, ein Hauptfragebogen zur Erfassung der alltagsästhetischen Maßstäbe der Befragten (Musik- und Medienrezeption, häusliche und außerhäusliche Tätigkeiten, Besuch von Einrichtungen, Veranstaltungen, Stadtteilzentren), ihrer Sozialkontakte, des Berufs o. a. Tätigkeit, der Arbeitssituation, Gesundheit, Haushaltsstruktur, politischer Einstellungen, Grundüberzeugungen sowie der ökologischen Situation (vgl. Schulze, 1992, 90f. und Anhang seiner Arbeit).

³⁵ Die psychophysische Semantik – im Gegensatz zur ökonomischen Semantik – beruht auf erlebten Erfahrungen. Der psychophysischen Semantik liegt eine radikal vereinfachte intersubjektive Beschreibung von Erlebnissen zugrunde: Sie werden kategorisiert nach Denkstilen (einfach oder komplex) und nach Handlungsstilen (Ordnung oder Spontaneität) (vgl. Schulze, 1992, 743).

lektualisiert, indem sie als bürgerliche Ideologie entlarvt wurde, andererseits wurde gegen die kommerzialisierte Freizeitgesellschaft, die »Kulturindustrie«, opponiert. Die innenorientierte (i. S. v. erlebnisorientierte) Konsummotivation trat ihren Siegeszug an, da die Konsumenten – ausgestattet mit immer höheren Potentialen der Erlebnisanfrage (Zeit, Geld, Mobilität, Technik) – die Ästhetisierbarkeit des gesamten Alltagslebens entdeckten.

In der Phase der Erlebnisgesellschaft konstituieren sich soziale Milieus überregional durch freie Beziehungswahl, die sich orientiert an Merkmalen wie Alter, Bildung und Stil. Wo Erlebnisse zum beherrschenden Thema werden, beginnt man, sich vor allem mit sich selbst zu beschäftigen. Der Raum der Alltagsästhetiken wird multidimensional mit vielfältigen Kombinationsmöglichkeiten, was sich in einem unübersichtlich diversifizierten Erlebnisangebot niederschlägt und Unsicherheit und Orientierungsbedarf provoziert. Distinktion und Lebensphilosophie, die mit bestimmten, abgegrenzten ästhetischen Alltagschemata verbunden waren, verlieren an Bedeutung; dies gilt vor allem für das Hochkulturschema. Schulze bemerkt dazu etwas zynisch:

»Allenfalls Gegenstand von Interpretationsspielen nach dem Theaterbesuch in der Pizzeria, tangiert der Inhalt das Publikum viel weniger als die Darstellung. Mehr und mehr überlagern Nebenattribute und Oberflächenreize inhaltliche Tiefenstrukturen« (...) »Es zählt die raffinierte formale Idee, der prickelnde kleine Schock noch unverbrauchter Stilbrüche, die Eindringlichkeit der Aufmachung, die gut in Szene gesetzte Enttabuisierung, auch wenn die Tabus nur noch sozialhistorische Erinnerung sind« (Schulze, 1992, 546).

4. *Fragmentierung*: Trotz aller Individualität und subjektiven Erlebnisorientierung suchen Menschen als soziale Wesen nach bestimmten Gruppenerkennungsmerkmalen, nach kollektiven Bedeutungskomponenten der Alltagsästhetik zum Aufbau von Stiltypen, an denen sie sich in ihren Beziehungen orientieren können. Daher bilden sich trotz oder gerade wegen starker Individualisierung neue soziale Gruppen nach neuen Prinzipien, neue soziale Milieus mit erhöhter Binnenkommunikation, die als sehr heterogene und randunscharfe Erlebnisgemeinschaften fungieren. Szallies brachte diesen (Konsumenten-)Wandel auf die griffige Formel: vom »Otto Normalverbraucher« zum »Markus Möglich« (1991, 53). Aus ehemals berechenbaren Verbrauchern werden »Identitätsbricoleure« (Schmidt & Spieß, 1997, 326). Welsch spricht aus theoretischer Perspektive von der »Subjektverflüssigung« (die aber nicht Subjektauflösung bedeute) als spezifischer postmoderner Lebensform. Es könne als Leitlinie gelten, dass Individuen in Zukunft verstärkt nicht mehr bloß eine Existenzform verfolgten, sondern mehrere erproben würden (vgl. Welsch, 1988, 40), was sich – soziologisch gesehen – mit der Milieukonstituierung der Erlebnisgesellschaft deckt.

In der öffentlichen massenmedialen Kommunikation lassen sich postmoderne Züge in Inhalten und Formaten seit Ende der 70er/Anfang der 80er Jahre verstärkt beobachten. Schmidt & Spieß stellen als generelle Tendenz fest: »In der Kommunikation dominieren Ironie und Intertextualität, Pastiche und Sampling. Die audiovisuellen Medien sind zunehmend fasziniert von Simulation und Hyperrealität; Oberfläche und Repräsentation setzen sich gegen Referenz und hermeneutische Sinn- und Wirklichkeitsverständnisse durch« (1997, 75). Das Musikvideo mit seiner Ästhetik der schnellen Schnitte und chaotischen Bildmontagen wirkte sich stilbildend auch auf andere Formen der Audiovision aus. Die Unterhaltungsmusik der 80er Jahre war geprägt von einer eklektischen Freiheit aller Musikrichtungen und dem Fehlen stilprägender Leitfiguren. Der sog. »Crossover«, die Zusammenarbeit von Rockmusikern und Symphonikern, wurde populär. In ihrer fundierten Analyse zur Entwicklung der Werbekommunikation in Deutschland von 1956 bis 1989 stellen Schmidt & Spieß für die 80er Jahre fest, dass sich in der stark ausdifferenzierten Fernsehwerbung eine Funktionalisierung faktisch aller Kommunikationsformen beobachten ließe: der lehrhafte Vortrag mit Pseudo-Experimenten, der experimentelle Kurzfilm, Oper und Actionfilm, Science Fiction und Cartoon, Slapstick, Volkstheater, Melodram und Sandalenoper, Puppenspiel und Kabarett, Computeranimation, Trickgrafik etc. (1997, 325). Der Werbespot der 80er habe ungescheut Anleihen bei künstlerischen, filmischen, musikalischen und auch literarischen Vorbildern der Hochkultur genommen (ebd., 329). Kommunikations-Hybridisierungen wie Reality-TV, Infotainment-Sendungen und Doku-Soaps entstehen. Generelle Problemaufrisse werden ersetzt durch eine Pluralität von Mikro-Erzählungen (Autobiographien, Zeitzeugenberichten, O-Töne, Familiengeschichten und Einzelfalldarstellungen), in denen Expressivität und Emotionen dominieren.

Doch welche Rolle kommt den Massenmedien als Protagonisten von Massenkultur in der Postmoderne zu? Sie sind postmoderne Weltbildapparate und (Zerr-)Spiegel zugleich: Sie kultivieren und konstruieren postmoderne Hybrid-Formate, haben die Grenzen zwischen Realität und Fiktion verschwimmen lassen, forcieren eine unterhaltungsorientierte Popularisierung von Hochkultur und Ernst und wirken aber gleichzeitig mit bei der Normierung wie bei der Veränderung kultureller und sozialer Ordnungen, indem sie Geltung wie Nichtgeltung von Werten und Zuständen publik und damit beobachtbar und öffentlich kommunikationsfähig machen. Winfried Schulz zog 1994 folgende Bilanz:

»Die Vielfalt der Medien mit ihrer ganzen Bandbreite von avantgardistischer Kunst über konventionelle oder sensationelle Unterhaltung bis hin zu trivialer oder gar roher und obszöner Zerstreuung ist zweifellos eine Bereicherung unserer Hoch- und Populärkultur. Sie begünstigt die Geschmacksdifferenzierung, (...), die Pluralisierung der Lebensstile(...). Sie bietet eine historisch bisher nie gekannte Fülle von Möglichkeiten der Erbauung, der Ablenkung und der Wirklichkeitsflucht« (Schulz, 1994, 135).

Die Ausdifferenzierung der Medien und die Entwicklung hin zur Pluralisierung der Lebenswelten haben dazu geführt, dass im Prinzip jeder Teilbereich (Personen, Ereignisse, Schauplätze, Szenen usw.) beobachtbar und (mit oder ohne Zustimmung der Betroffenen) auch tatsächlich beobachtet wird (vgl. Schmidt & Spieß, 1997, 91).

Positiv gedeutet sind die Medien insofern (Sozialisations-)Agenten der Postmoderne, als sie der Massenkultur zum – postmodern – gleichberechtigten Durchbruch verholfen, die Beobachtung von Pluralität radikalisiert haben und damit eine radikale Vielfalt an Orientierung bieten. Negativ gedeutet ist jedoch aus dieser »Hoffähigkeit« der Massenkultur vor dem Hintergrund einer zunehmenden Segmentierung/Fragmentierung des Publikums ein »Hofieren« der Masse geworden. In Zeiten, in denen massenhafte Aufmerksamkeit zum knappen und wertvollen ökonomischen »Gut« geworden ist, sind die massenmedialen »Kulturindustriellen« auf der verzweifelten Suche nach der Masse, und sie aktivieren dazu alle negativen, klischeebesetzten und stereotypen Attribute der »Masse«, von denen in diesem gesamten zweiten Kapitel die Rede war. Der undifferenzierte, negative Begriffsfetisch »Masse« hat sich zum Legitimationsmuster für inhaltliche und formale Angebotsveränderungen entwickelt, die häufig auch als Entertainingisierung, Boulevardisierung und Sensationalisierung bezeichnet werden. Im Bereich des Journalismus hat vor allem der Sensationsjournalismus den Ruf einer extremen Ausrichtung auf einen vermeintlichen Massengeschmack. Die in diesem Kapitel dargelegten massenkulturkritischen und postmodern liberalen Positionen spiegeln sich besonders in den Bewertungen der Chancen und Risiken dieser Journalismusspielart wider. Doch bevor diese funktionalen Bewertungen abschließend zusammengefasst werden können, bedarf es zunächst einer tiefergehenden ganzheitlich ausgerichteten Diskursanalyse des Untersuchungsgegenstandes, die in den nun folgenden Kapiteln vorgenommen wird.

3. Idealtypische Merkmale des Sensationsjournalismus

Die methodische Vorgehensweise dieses Kapitels ist als semantische Dekonstruktion und Rekonstruktion zu bezeichnen, d. h. es erfolgt eine semantisch-zergliedernde Begriffsfeldanalyse und eine kumulative Merkmalszusammenführung, die das Ziel einer Typenbildung verfolgt. Ein Typus nimmt zwischen dem übergeordnet Allgemeinen und dem spezifisch Individuellen eine Zwischenposition ein: Alle Menschen sind Individuen, die sich z. B. in der Psychologie gemäß der Typenlehre nach Eysenck als Extrovertierte und Introvertierte mit bestimmten als typisch für diese Gruppen angesehenen Merkmalen typologisieren lassen. Die Vorgehensweise zur Generierung eines im weitesten Sinne kulturwissenschaftlichen Idealtypus erläuterte der Soziologe Max Weber folgendermaßen:

»Er wird gewonnen durch einseitige Steigerung eines oder einiger Gesichtspunkte und durch Zusammenschluß einer Fülle von diffus und diskret, hier mehr, dort weniger, stellenweise gar nicht, vorhandenen Einzelercheinungen, die sich jenen einseitig herausgehobene Gesichtspunkten fügen, zu einem in sich einheitlichen Gedankenbilde.« (...) »Jene die Menschen einer Epoche beherrschenden, d. h. diffus in ihnen wirksamen Ideen« selbst können wir, sobald es sich dabei um irgend kompliziertere Gedankengebilde handelt, mit begrifflicher Schärfe wiederum nur in Gestalt eines Idealtypus erfassen, weil sie empirisch ja in den Köpfen einer unbestimmten und wechselnden Vielzahl von Individuen leben und in ihnen die mannigfachsten Abschattierungen nach Form und Inhalt, Klarheit und Sinn erfahren« (Weber, 1904, 65 u. 70).

- Auf der Basis dieses Ansatzes soll Sensationsjournalismus als Idealtypus des äußersten Randes des populären Journalismus beschrieben werden. Um die in den Köpfen der Menschen »wirksamen Ideen« von Sensationsjournalismus zu erfassen, wird in diesem Kapitel zunächst eine rein literaturgestützte semantische Begriffsfeldanalyse vorgenommen. Die Literaturlage erweist sich allerdings als äußerst disparat: Es existieren – mit Ausnahme des zu Beginn der Arbeit erwähnten Aufsatzes von Dorsch-Jungsberger (1993) – nur sehr wenige einschlägige monothematische Auseinandersetzungen mit medialvermittelten Sensationen. In Deutschland handelt es sich dabei um eine Schrift von Emil Dovifat aus dem Jahr 1930 mit dem Titel »Auswüchse der Sensationsberichterstattung«, um die am Klinischen Institut der Deutschen Forschungsanstalt für Psychiatrie der Medizinischen Fakultät der Universität München 1953 entstandene Dissertation von Herbert Lippert »Die Sensation. Eine kulturpsychopathologische Studie«, um die wiederum bei Emil Dovifat entstandene Dissertation an der Philosophischen Fakultät der Freien Universität Berlin aus dem Jahr 1955 von Jürgen Molkenhuth-Böhme mit dem Titel »Die Verzerrung und Verfälschung des Lebens in der Sensationspresse« sowie um die in marxistisch-leninistischer