

Die Telekratie -

„der unblutigste und effizienteste Terrorismus der Geschichte“

(Botho Strauss)

von Michael Schneider

Es gibt im Prinzip zwei Möglichkeiten, eine demokratische Zivil- und Bürgergesellschaft zu unterminieren und am Ende zu ruinieren.



Die eine besteht darin, die Gesellschaft einem autoritären, despotischen oder totalitären Staat zu unterwerfen; dies haben wir in der jüngsten deutschen Geschichte in zwei verschiedenen Varianten erlebt. Die andere, historisch neuartige und darum umso gefährlichere Möglichkeit besteht darin, Politik und Gesellschaft der „Diktatur der Ökonomie“ (Viviane Forrester) und deren Imperativen (sog. Sachzwängen) zu unterwerfen und den gesellschaftlichen Zusammenhalt durch *radikale Entstaatlichung und durchgreifende Privatisierung* - nicht nur der Gewinne, sondern auch der sozialen und beruflichen Lebensrisiken, der Ausbildung, der Gesundheit, der Altersvorsorge etc. - sowie durch *extreme Individualisierung* der Lebensstile, durch Atomisierung und Monadisierung der gesellschaftlichen Subjekte gleichsam von innen her aufzulösen.

Nicht nur in der Zerstörung des Sozialstaates, sondern auch in dieser umfassenden Demontage des Solidaritätsprinzips liegt die zerstörerische Wirkung neoliberaler Ideologie und ihrer ökonomischen Doktrin, die in ihrer Rigidität und Radikalität durchaus dem Wesen fundamentalistischer Glaubenssysteme vergleichbar ist.

Quotendiktatur und anonyme Zensur

Der Schlachtruf des Neoliberalismus *Alle Macht den Märkten!* bedeutet auch für die Multimedia-Industrie *Markterweiterung um jeden Preis*. Infolgedessen wird heute die Programmpolitik der großen Multimedia-Konzerne gnadenlos dem *Diktat der Quote* unterworfen.

Durch das Privateigentum an den Medien und die Patronage der großen Werbekunden erfolgt eine generelle Anpassung der Programmausrichtung an die Bedürfnisse der großen Firmen, denen die Medien Marktsegmente potentieller Verkäufer vermitteln. Der Marktwert eines Mediums aber wird von seiner Profitrate bestimmt, und diese hängt im wesentlichen vom Volumen und der Kaufkraft der veräußerbaren Marktsegmente ab, welche die Tarife der Werbezeiten bestimmen. Das zentrale Operationsziel des Massenmediums liegt daher in der Erhöhung der Zahl seiner Hörer, Leser oder Zuschauer, nicht in einem breiten Angebot hochwertiger Unterhaltung und Information. So ist denn auch, einer jüngsten Studie zufolge, der Anteil der Nachrichtensendungen bei den privaten Kanälen auf 0,5 Prozent des Gesamtprogramms gesunken. Sendungen, die wenig Publikum anziehen, d.h. vor den anonymen Zensurinstanzen der Einschaltquoten und „Ratings“ versagen, finden keine Werbefinanzierung und fallen früher oder später aus dem Programm heraus. Das Programm-Resultat dieser kommerziell-quantitativen Logik ist der sichere Dreischnitt zum Profit der Aktionäre: Sport, Gewalt und Sex. Diese sind denn auch zum wahren „Opium des Volkes“ geworden. Kanäle, die täglich 24 Stunden Sportereignisse,

Musik- und Videoclips übertragen, seichte Serien, Soaps, endloses Talkshow-Gequassel, Zeichentrickfilme für Kinder, dümmlische S-F.- und Actionfilme und Warenverkauf per Bildschirm (Telemarketing) zusammen mit „interaktiven Programmen“, bei denen dem Zuschauer bei Anruf des entsprechenden Kanals ein Gewinn versprochen wird, komplettieren das von den Kommunikationsexperten und Programmdirektoren zusammengestellte „Menu“ und besetzen wohl über 90 Prozent der Sendezeiten für die Bewohner des „global village“. Der sogenannte Pluralismus des Programmangebotes, der durch eine Vielzahl neuer TV-Kanäle scheinbar beglaubigt wird, ist pure Augenwischerei. In Wahrheit herrscht eine betäubende Einfalt, nicht Vielfalt, und was nicht passt, wird passend gemacht.

Mit der Herausbildung der weltumspannenden Multimedia-Konzerne im „global village“ hat sich der Kampf um Marktanteile derart verschärft, dass auch die öffentlich-rechtlichen Sender immer mehr unter Druck geraten sind und die Quote zu ihrem obersten Leitprinzip erhoben haben, auch wenn ihre Programmchefs dieses Faktum brutum noch so sehr zu bemänteln suchen. Auch ZDF und die ARD-Anstalten sahen sich, angesichts der Konkurrenz der zahllosen privaten Anbieter, gezwungen, ihre Programmgestaltung in vielen Bereichen derjenigen der privaten Schmuddelsender anzupassen, u.a. durch Ausweitung der Talkshow-Programme, durch Einkauf trivialster TV-Serien und Soaps, durch Kürzung oder Streichung kritischer Nachrichtenmagazine und Sendeplätze für kritische Reportagen und Features. Ähnliches gilt für den Rundfunk.

Die Diktatur der Quote aber hat letzten Endes eine viel nachhaltigere und wirksamere Zensur (und Selbstzensur) im Gefolge, als jede staatliche Zensurbehörde sie durchzusetzen vermöchte. Denn sie vollzieht sich anonym, vermittelt nur über den Druck und die „natürliche Auslese“ des Marktes, darum ist sie auch schwerer fassbar und angreifbar als die klassische Zensur einer staatlichen Aufsichtsbehörde. An deren Stelle ist heute *die anonyme Zensur des Marktes getreten, die sich als Schere im Kopf der meisten Medienmacher reproduziert.*



Die Medien als vierte Gewalt im Staate nehmen denn auch immer weniger ihre kritische und aufklärerische Kontrollfunktion wahr, die ihnen das Grundgesetz zuweist. Unter dem Diktat der Einschaltquote und der Auflagensteigerung degenerieren sie vielmehr zu *Agenturen einer globalen Unterhaltungs-, Zerstreungs- und Verdummungsindustrie*. Statt mit substantiellen Nachrichten werden die Bürger pausenlos mit Sensationen, Katastrophen, Sport-Events und Nichtigkeiten gefüttert. Gehaltvolle Berichterstattung und Kultur aber, die der Aufklärung und kritischen Selbstverständigung der Bürger dienen könnte, rutschen ab ins Dritte Programm, ins Nachtprogramm oder in die exklusiven Minoritätenprogramme (Arte, 3Sat, Phönix); denn sie drücken die Einschaltquote. Im Rauschen der multimedialen Bilder- und Informationsflut, die uns Tag für Tag berieselt, wirken die wenigen gehaltvollen Sendungen und Berichte wie Tropfen im Ozean.

Spaßkultur oder die Infantilisierung der medialen Massenkonsumenten

Erst die Diktatur der Quote hat der sogenannten „Spaßkultur“ und damit einer neuen Form des kulturellen Kretinismus und Idiotismus zum Durchbruch verholfen. Voyeuristische und exhibitionistische Haltungen, exzessive Selbstdarstellung, die Sucht nach Bewunderung und der Spaßfaktor sind ja auch die am einfachsten einzuübenden Zuschauernachfragen. Sehen und Gesehenwerden, lautet die Maxime auf dem Produkt- wie auf dem Persönlichkeitsmarkt. Die massenhafte narzisstische Persönlichkeitsmodellierung wird durch entsprechende Leitbilder einer multimedialen PR- und Verkaufsmaschinerie pausenlos verstärkt.



Die Menschen, vielmehr medialen Abziehbilder, die der heutigen Jugend als bewundernswürdig und als Vorbild hingestellt werden - ob Models oder TV-Moderatoren, Film- oder Tennisstars, Formel 1-Gewinner oder Bodybuilder, Top-Manager oder Firmengründer auf dem Neuen Markt - sind ja alles andere als Träger bedeutender menschlicher, sozialer oder kultureller Qualitäten wie persönliche Integrität, Mut, Zivilcourage, soziale Kompetenz oder Bildung (hier im Sinne nicht des Expertentums, sondern einer umfassenden geistigen Formation verstanden). Die hauptsächliche Qualifikation der medialen Vorbilder und Idole besteht darin, dass es ihnen gelungen ist, bekannt oder berühmt zu werden.

Dazu reicht heute schon die Teilnahme an einer Reality-TV-Show vom Schlage „Big Brother“ oder „Deutschland sucht den Super-Star“. Noch vor zehn Jahren hätten solche medialen Verblödungsprogramme wohl kaum ein Millionenpublikum gefunden; heute kennt sich die deutsche Hausfrau und das deutsche Schulkind im Personal des Big-Brother-Containers besser aus als in der eigenen Nachbarschaft oder in der eigenen Klassengemeinschaft. So mündet die Quoten-Diktatur zwangsläufig in die Zlatkoisierung der Programme und in die Infantilisierung der medialen Massenkonsumenten.

Schon 1988 hat der amerikanische Medienanalytiker Neil Postman vorausgesagt, dass das exzessive Fernsehzeitalter zu einer vollständigen Trivialisierung der Alltags- und sonstigen Kultur führen wird.

Geschichte wird zum Videoclip

Charakteristisch für die elektronischen Medien, insbesondere für das Medium Fernsehen ist, dass sie *Geschichte erstens auf Tagesereignisse reduzieren, und zweitens nur noch in Bruchstücken und gut verkäuflichen Bildern an ihr Publikum bringen*. So aber wird gerade das verhindert, was das wirkliche Verständnis von Geschichte ausmacht: nämlich die einzelnen Informationen und Geschehnisse in ihrem *geschichtlichen Kontext* zu lesen. Neil Postman: "Wir wissen anscheinend alles über die letzten vierundzwanzig Stunden, aber sehr wenig über die letzten sechs Jahrhunderte oder die letzten sechzig Jahre. ... Unter der Vorherrschaft von Medien, die ihrer Struktur nach so angelegt sind, Bilder und Bruchstücke zu liefern, ist uns der Zugang zu einer historischen Perspektive versperrt. Wo es keine Kontinuität und keinen Kontext gibt, können Bruchteile von Informationen nicht zu einem verständigen und konsistenten Ganzen führen. Wir weigern uns nicht, uns zu erinnern, ... wir werden unfähig gemacht, uns zu erinnern." Der multimediale Bildersalat als Folge der durchgreifende Kommerzialisierung der Information führt letztlich zur Desinformation. *Die heutige Dromokratie* (Paul Virilio), *das System der Beschleunigung, befördert Geschichtslosigkeit statt Geschichtsbewusstsein!* Geschichte wird zum Videoclip- und dies umso mehr, als das klassische Medium der Aufklärung, das Buch und die Lesekultur, immer mehr an Bedeutung verlieren.

Fastfood- und Instant-Kultur

Der rapide Übergang von der Schriftkultur zur Bildkultur in der Massenunterhaltung und Massenindoktrinierung geht mit dem *Verlust der Fähigkeit und Bereitschaft einher, irgendeinen Text von substantieller Länge zu lesen, der Konzentration erfordert*. „Kürze. Fünf-Sekunden Soundbites. TV-Kanal-surfing. Sich schnell bewegende Imagos. Eine Welt, in der das Schlimmste

darin besteht, langweilig zu sein!" - So lauten die Imperative der Programmierer im Cyberspace. Bereits heute verbringen US-Schulkinder mehr Zeit vor dem Fernsehschirm als im Klassenraum, der US-Bürger schaut im Durchschnitt über 30 Wochenstunden Fernsehen. Der Vergleich zu Ray Bradburys *Fahrenheit 451* drängt sich auf: eine futuristische Vision aus den fünfziger Jahren, in der die Massen ihrer Abneigung gegen die Lektüre von Büchern frönen, ihre libidinöse Beziehung zu Bildschirmen genießen und sich freuen, wenn die Feuerwehr Bücher verbrennt.



Zwar werden in den heutigen Demokratien des Westens keine Bücher mehr verbrannt, aber die Sozialisation im Cyberspace hat dazu geführt, dass die Lesekultur rapide verkümmert, (wie auch die Pisa-Studie zeigt). Zu den selten erwähnten Spesen des frenetisch gefeierten Zeitalters der Informationstechnologien gehört ein „sekundärer Analphabetismus“ der ganz neuen Art.

Der Verlust kritischer Reflexions- und Diskursfähigkeit, von literarischer Bildung und Geschichtsbewusstsein in der durch Fernsehen, Computer und Internet sozialisierten jungen Generation ist heute schon alarmierend. Mit dem Niedergang der Lesekultur verkümmert aber nicht nur die Sprachfähigkeit, sondern auch die Phantasie. Im Unterschied zum Fernsehen, das nur den passiven Konsumenten benötigt und konditioniert, ist Lesen ein geistig aktivierender Vorgang. Ein Buch zu lesen, bedeutet, sich die *eigenen* Bilder im Kopf zu erzeugen, während der Film uns diese Phantasiearbeit gleichsam abnimmt, indem er uns mit kompletten Bildfolgen beliefert. Ein Mensch, der nicht liest, beraubt sich aber nicht nur seiner Phantasiemöglichkeiten, er verschenkt auch die Hälfte seines Assoziations- und Ideenreservoirs.

Hinzu kommt der *signifikante Schwund von sozialer Kompetenz*. Kein Wunder, dass das Interesse an der Realität, auch an der sozialen, mehr und mehr abnimmt, wenn die bunten computergenerierten Abbilder der Welt jederzeit per Mausklick in die Wohnstube gezaubert werden können und eine riesige Wachstumsbranche und Werbemaschinerie dem Benutzer Tag für Tag suggeriert, dass nicht nur alles in der Welt im World Wide Web zu finden, sondern dass die Welt im Grunde nur verwertbarer Rohstoff für die simulierte Welt des www. ist. Wo aber die Wirklichkeit derart *entwirklicht* und durch ihre digitalisierten Abbilder gleichsam außer Konkurrenz gesetzt wird, wird auch das Denken mehr und mehr von der binären Logik des 0 oder 1 geprägt. Am Ende dieser Entwicklung könnte ein Denken stehen, das gesellschaftliche, historische, politische, menschliche, psychologische und künstlerische Fragen nicht mehr in ihren Widersprüchen, sondern nur noch in simplen Alternativen und dualistischen Kategorien zu diskutieren und aufzufassen vermag: Null oder eins, „in“ oder „out“, „Wer nicht für uns ist, ist gegen uns!“ - „Tertium non datur“.

In seinem Bocksgesang im Spiegel Nr. 1/2000 prangerte Botho Strauß die „alle Bedeutungen verschleudernde Mixed-media-Welt“ an und beklagte den horrenden „Verlust von Kultur und Gedächtnis“. Allerdings droht einer Kultur der Niedergang, die, *statt menschlicher Haltungen und Werte, nur noch Informationen, Updates und fragmentiertes Wissen ohne geschichtlichen und kulturellen Kontext vermittelt* und die sich anschickt, auch die *persönlichen* Vermittler von Wissen, Werten und menschlichen (Grund-)Haltungen, als da sind (oder waren): Eltern, Lehrer, Erzieher, Ausbilder, Professoren, geistige Mentoren aller Art, durch entsprechende Software- und Lernprogramme zu ersetzen.

Auf diese Gefahr hat der Sozialphilosoph und Psychoanalytiker Erich Fromm schon lange vor dem EDV- und Telekommunikationszeitalter hingewiesen: „Sollte es uns nicht gelingen, die Vision eines reifen Lebens lebendig zu halten, dann stehen wir allerdings der Wahrscheinlichkeit gegenüber, dass unsere gesamte kulturelle Tradition eines Tages zusammenbrechen wird. Diese Tradition

beruht nicht in erster Linie auf der Übermittlung gewisser Ideen und Kenntnisse, sondern auf der von *menschlichen Haltungen*. Wenn die kommenden Generationen diese menschliche Realität nicht mehr erleben können, wird eine fünftausendjährige Kultur zusammenbrechen, auch wenn ihr Wissen weiterhin übermittelt und weiterentwickelt wird."

Wenn aber diese *menschlichen Haltungen* wie auch die ungeheuren Stoff-Schätze aus dem Fundus der Kultur und Geschichte gar nicht mehr überliefert, „gehoben“ und angeeignet, sondern nur noch im Rhythmus der Konjunktur und der immer schneller wechselnden Trends vermarktet werden, um kurz darauf wieder verramscht zu werden, dann droht uns eine *Fast-food- oder Instant-Kultur*, die in einem schrecklichen Sinne vollkommen „heutig“ „zeitgeistig“ und damit bedeutungslos geworden ist, da sie sich selbst von den Wurzeln der kulturellen Tradition und Geschichte abgeschnitten hat.



Medienmogule und Meinungsmonopole

Die verschärfte Konkurrenz auf dem Medien- und Printmarkt und der verschärfte Kampf um die Marktanteile führen - wie auch in anderen Bereichen der freien Wirtschaft - zu *gigantischen Konzentrationsprozessen*, mit dem Resultat, dass heute wenige Medienmultis und Medienmogule den internationalen Unterhaltungs-, Informations- und Meinungsmarkt beherrschen.



Rupert Murdoch z.B., ein wahrhaftiger *Global Player*, beherrscht 70 Prozent des Zeitungsmarktes in Australien, 40 Prozent des Zeitungsmarktes in Großbritannien (u.a. gehört ihm das mächtige Boulevardblatt SUN), 25 Prozent des amerikanischen Fernsehmarktes, den größten Satellitensender Asiens, der von Israel bis Kamtschatka sendet, den kompletten Pay-TV-Markt in England und eines der größten Hollywoodstudios. Da kann man von seinen Buchverlagen, Multimedia-Aktivitäten und Zeitschriften fast schon schweigen.

Murdoch ist so mächtig, dass er ganze Regierungen kaufen kann. Mit seinen Preiskriegen zwang er alteingesessene und ehrwürdige britische Blätter in die Knie. Nachdem er mit seinem Satellitensender BskyB genug Geld gemacht hatte, verbilligte er den Vertriebspreis seiner Blätter - u.a. der altherwürdigen „Times“ - so radikal, dass selbst gesunde Konkurrenten in Bedrängnis gerieten oder an ihn verkaufen mussten. Von gleicher Art ist seine Personalpolitik: In Indien warb er das halbe Management des staatlichen Fernsehen ab. Wie dreht man gegnerische Bürokraten um? Indem man sie kauft. Ähnlich liegen die Verhältnisse beim amerikanischen Medienmogul Ted Turner. Die Einschaltquoten des Nachrichtensenders von CNN liegen derzeit bei ca. 100 Millionen Haushalten in 210 Ländern der Welt. Durch die Fusion von Time Warner Inc. und Turner Broadcasting System Inc. mit dem weltweit größten Internet-Dienstleister AOL entstand der größte Medienkonzern der Welt.

Die grundgesetzlich verankerte Presse- und Informationsfreiheit - droht sie nicht, angesichts des gezielten Einsatzes globaler Medienmacht, zu einem rührenden Anachronismus, zu einem

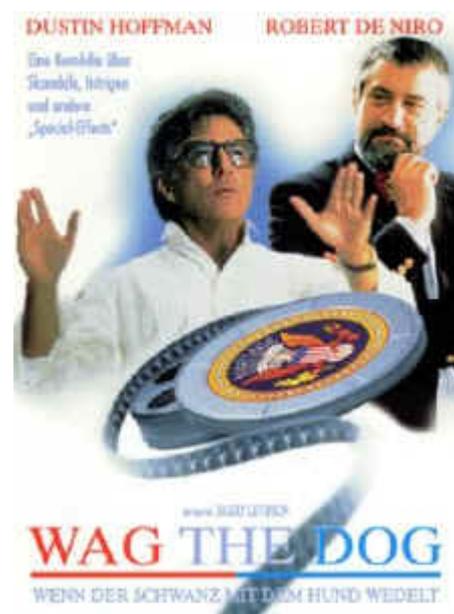
altehrwürdigen Residuum aus dem liberalen Ideenfundus der bürgerlichen Revolutionen des 18. und 19. Jahrhunderts zu werden?

Am Beispiel des Golfkrieges von 1991 konnte man sehen, wie die US-Propagandalügen und die Bilder der vom Pentagon zensierten Kriegsberichterstattung, die per CNN um den Globus gingen, die Weltöffentlichkeit manipulierte, bis auch der letzte deutsche TV-Moderator und Nachrichtensprecher und das letzte deutsche Käseblatt die Propagandalügen des Pentagons, u.a. bezüglich des sog. Brutkastenskandals, gehorsamst wiederkäute. Im Falle des jüngsten Golfkrieges von 2003 allerdings konnte – dank der allzu offenkundigen Lügen der Bush-Regierung und der vielen Patzer der US-Propagandaabteilungen, vor allem aber dank der massiven Mobilisierung und Aufklärung einer weltweiten Friedensbewegung – dieser globale mediale Konsens nicht mehr hergestellt werden. Ein Hoffnungszeichen für die Zukunft.

Umso durchschlagender war die multimediale Gleichschaltung im Falle des NATO-Krieges gegen das serbische Rest-Jugoslawien gewesen, ein Krieg, der ebenfalls out of UNO und out of Area, ohne Kriegserklärung und völkerrechtliche Grundlage geführt wurde. Der mediale Konsens, dass es sich hierbei um einen „gerechten Krieg“ zur Verhinderung einer „humanitären Katastrophe“ handle, wurde in den „freien Demokratien des Westens“ so flächendeckend und effizient durchgesetzt, wie man es sonst nur von totalitären Regimen kennt.

Wag the dog oder Wie das Showbusiness Politik macht

Bereits zwei Jahre vor dem NATO- Krieg gegen das serbische Restjugoslawien und einem Jahr vor Clintons Lewinski-Affäre führte Barry Levinsons Film „Wag the dog“ (nach der Romanvorlage „American Hero“ von Larry Beinhart) exemplarisch vor, wie man durch Inszenierung eines virtuellen Krieges im Fernsehen die nationalen Leidenschaften entfesseln und einem durch seine unappetitlichen Sexaffären in Misskredit geratenen US-Präsidenten zuletzt doch wieder die Gunst der Wähler verschaffen kann. Im beiläufigen Ton des Understatements, aber mit kompromissloser Radikalität in der Sache demonstrierte diese filmische Farce, nicht nur wie Politik zum Showbusiness degeneriert, sondern wie das *Showbusiness selbst Politik macht, ja, buchstäblich die Macht ergreift*, indem es die öffentliche Meinung nach politischen Vorgaben erst generiert und nach Belieben manipuliert. Dass sich ein Film derart präzise als selbsterfüllende Prophezeiung erwies, hat es in der Filmgeschichte wohl noch nicht gegeben.



Wir alle wissen, wie heute Wahlkämpfe geführt und gewonnen werden: nämlich am Bildschirm! Die medienwirksame und marktgerechte Inszenierung eines Spitzenpolitikers, eines Präsidentschafts- oder Kanzlerkandidaten mit den in der Werbung üblichen Marketingstrategien ist heute bekanntlich wichtiger als sein Programm. Die *Amerikanisierung der Wahlkämpfe* hat denn auch längst in Europa Schule gemacht. Kein Zufall, dass der Medien-Tycoon Berlusconi, dank des Einsatzes seiner multimedialen PR-Maschine – u.a. wurde seine Lebensgeschichte *Una storia italiana* kostenlos an 20 Millionen italienische Haushalte verteilt – zum italienischen Staatschef avancierte. Kein Zufall auch, dass Gerhard Schröder zuerst von den Medien zum Kanzlerkandidaten der SPD gekürt wurde, bevor ihm die Genossen nachträglich den Segen erteilten! Und noch bevor der designierte SPD-Parteichef und Bundesfinanzminister Lafontaine

das Handtuch warf, war der parteiinterne Richtungskampf zwischen dem sozialpolitischen Lafontaine-Flügel und dem neoliberalen Schröder-Flügel von den Medien vorentschieden worden - und zwar durch eine gezielte internationale Rufmordkampagne gegen den damaligen Bundesfinanzminister, der von den deutschen Wirtschaftsmagazinen und in Großbritanniens Presse als „bad guy“ ausgeschrien wurde.

Das aber heißt: in der heutigen Telekratie, die der Schriftsteller Botho Strauß als „den unblutigsten und effizientesten Terrorismus der Geschichte“ bezeichnete, *wird nicht nur die Partei, sondern auch der klassische Souverän, das Volk, der Wahlbürger zunehmend entmündigt*. Er mag sich zwar einbilden, noch frei und unabhängig zu entscheiden, aber das Bild, das er von dem Kandidaten hat, dem es die Regierungsgeschäfte anvertraut, ist längst durch eine multimediale Inszenierung nach den Vorgaben des herrschenden Machtkartells aus Wirtschaft, Politik und Medien präformiert und manipuliert worden; eines Machtkartells, in dem die Politiker freilich nur noch als „Kellner des Kapitals“ (Der SPIEGEL) fungieren.

Die neuen Medien- Intellektuellen

Die medial gesteuerte Öffentlichkeit hat auch *das Bild und die Rolle der Intellektuellen radikal verändert*, wie Régis Debray in seinem aufsehen erregenden Buch *I.F. - Suite et Fin (Paris 2001)* dargelegt hat. (Die Abkürzung I.F. steht für „Französische Intellektuelle. Fortsetzung und Ende.“) In groben Zügen zeichnet Debray die Karriere des französischen Intellektuellen vom „ursprünglichen Intellektuellen“ (*I.O., intellectuel original*) zum „endgültigen Intellektuellen“ (*I.T., intellectuel terminal*) nach - eine Diagnose, die sich problemlos auch auf die Karrieren deutscher Intellektueller beziehen ließe.



Mit den „ursprünglichen Intellektuellen“ verbindet sich die Affäre Dreyfus, in der auch der Begriff des Intellektuellen als Kampfbegriff geprägt worden ist. Bekanntlich setzte sich der Schriftsteller Emile Zola damals gegen die Übermacht der öffentlichen Meinung wie fast der gesamten Elite in Wirtschaft, Staat und Militär für den jüdischen Offizier Alfred Dreyfus ein, der zu Unrecht des Landesverrats bezichtigt und in einem unbeschreiblichen Militärstrafverfahren verurteilt worden war. Zola wurde mit seinem berühmten „J'accuse“ stilbildend nicht nur für das intellektuelle Frankreich. Er und viele andere europäische Intellektuelle und Schriftsteller standen für Aufklärung und Emanzipation, Autonomie und Kritik und bildeten - obschon machtlos - eine Gegenmacht zur sog. Realpolitik und zum herrschenden Konsens.

Der „endgültige Intellektuelle“ dagegen - so Debray - ist keine Gegenmacht mehr, sondern er wechselt seine geistigen und politischen Magazine im Rhythmus der Konjunktur aus, um am Mainstream teilzuhaben. So wird er zum Bestandteil des Betriebs der Mächtigen in den Medien, bzw. zum Sprachrohr der Eliten in Politik und Wirtschaft. Er ist zum *Medienintellektuellen* geworden, der erstens sich selbst verkauft und vermarktet und zweitens das, was der Betrieb verlangt. Zu den derzeit bekanntesten Medienintellektuellen der französischen Szene gehören Bernard- Henri Lévy, André Glucksmann und Philippe Sollers, die sich in allen Gazetten und allen Medien mit ihren pfannenfertigen Instant-Meinungen, seichten Hypothesen und Fast-Think-Prognosen tummeln. Leicht ließen sich zu ihnen die zeitgenössischen deutschen Pendants aufzählen.

Von der Form der Scheindebatten in Talk-Shows, über die fast täglich wechselnden Anlässe, die als „An- und Aufreißerthemen“ von zwei, drei Leitmedien intoniert und von allen anderen dann beflissen übernommen werden, bis zu den Umgangsformen der öffentlichen Debattanten erweist sich das Geschäft der Medienintellektuellen als „kollektiver Autismus“. Der Medien-Intellektuelle begreift und definiert sich nur noch durch sein Milieu, das sich seinerseits durch sein Medium - Fernsehkanal, Radiosender, Zeitung - definiert. Sein mediales Ich bildet sich im Milieu von seinesgleichen. Entsprechend verkümmern die intellektuellen Debatten von früher - Sartre etwa brauchte in seiner Auseinandersetzung mit Camus 1952 noch 30 Seiten in der Zeitschrift *Les Temps modernes* - zum kurzatmig-fernsehgerechten Wörterzank, in dem ein paar Dum-Dum-Begriffe hin- und hergeschossen werden. Als besonders medienwirksam erweisen sich hierbei die zu Chiffren erstarrten Namen von Orten, an denen große Verbrechen stattgefunden haben und die im Modus dieser Banalisierung und videocliphaften Verkürzung vollkommen austauschbar geworden sind: „Auschwitz“, „Kolyrna“, „Ruanda“, „Srebreniza“, usw. Auch der bedenkenlose Vergleich völlig inkommensurabler historischer Konstellationen gehört längst zum „guten Ton“ im Mediensalon: Die (von den Amerikanern zusammengekaufte) Kriegskoalition gegen Saddam Hussein von 1990/91 steht dann für den Kriegseintritt der Westalliierten auf dem europäischen Schauplatz 1943, dito: für den „Großen Antifaschistischen Befreiungskrieg gegen Hitler-Deutschland“, Belgrad 1999 steht für Berlin 1933, Madrid 1936 für Sarajewo 1994 und so weiter.

Die Interventionen der Medienintellektuellen zeichnen sich nach Debray dadurch aus, dass sie einen winzigen Anlass nehmen, um darauf mit einem Übermaß an „geschwollenen Wörtern“ zu antworten. Ihr einziges Ziel ist, ihre im Rhythmus der Konjunktur wechselnden subalternen Meinungen unter die Leute zu bringen, und ihren eigenen Marktwert zu erhalten. Nicht wenige französische und deutsche Medienintellektuellen waren früher Mitglieder kommunistischer Sekten und stramme Marxisten-Leninisten, nicht selten auch gläubige Nachbeter von Stalin über Mao bis Pol Pot und als solche blind für deren Verbrechen. Ihren - mit der Implosion des Sowjetsystems einhergehenden - Bedeutungsverlust und ihr schlechtes Gewissen kompensieren sie heute mit der Gleichsetzung von allem und jedem, mit „Verhältnisblödsinn in jeder Preislage“. Im Kosovo drohte angeblich ein „zweites Auschwitz“, und Milosevic oder Saddam Hussein erscheint in ihren Kolumnen und Fernsehstatements als eine Kopie von Hitler. Als in der Wolle eingefärbte Ideologen machen die Medienintellektuellen ihre vermeintliche „antiideologische“ und „ideologiefreie“ Orientierung zur „Ideologie á la mode“. Und nichts ist ihnen verhasster als jener vom Aussterben bedrohte Typus des „engagierten Intellektuellen“ und Schriftstellers, der sich noch in der Tradition von Emile Zola, Jean-Paul Sartre und Pierre Bourdieu, von Heinrich Mann, Bertolt Brecht und Günter Grass, als kritischer Herausforderer und Entlarver des herrschenden Zeitgeistes begreift und für die Verlierer der Geschichte Partei ergreift, statt mit fliegenden Fahnen zu ihren derzeitigen Siegern überzulaufen, wie es die Nachwende-Intellektuellen in Deutschland West und Ost scharenweise getan haben.

Die Verschwisterung von Gewalt und Medien

Wir erleben heute - um mit Friedrich Nietzsche zu sprechen - eine neue „Götterdämmerung der Werte“, *einen fortschreitenden Normenzerfall*, der sich auf alle gesellschaftlichen Bereiche und Verkehrsformen, auf die Kultur, die Erziehung, die Sexualität, die Religion, die Gesittung usw. erstreckt. Nicht nur die traditionellen moralischen und ethischen Werte, auch der gesamte Traditionsbestand kultureller und ästhetischer Werte erliegt heute einer fortschreitenden Erosion.

Die Scham- und Tabuschwellen, die früher dem Schutz ethischer, moralischer und ästhetischer Normen galten, werden immer weiter herabgesetzt, am sichtbarsten in den Showveranstaltungen der privaten Fernsehkanäle, wo seit einigen Jahren ein *regelrechter Wettbewerb in frivoler*

Selbstentblößung, obszöner und aggressiver Enthemmung vor den Augen eines Millionenpublikums stattfindet. Der Tabu- und Normenbruch wird heute regelrecht prämiert. Die fortschreitende Herabsetzung der Tabu- und Schamschwellen hat eine rapide Enthemmung, eine verstärkte Aggressionsbereitschaft und eine *zunehmende Akzeptanz von Gewalt* zur Folge - nicht nur im Alltag und auf der Straße, sondern auch im Bereich der zeitgenössischen Kultur, wie der Bremer Kulturanthropologe Hans Peter Dürr in seinen Arbeiten nachgewiesen hat.

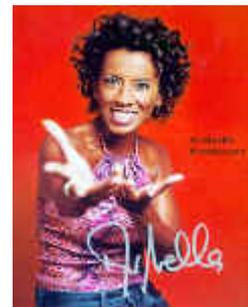
Auf den europäischen und deutschen Bühnen wurde *Gewalt* noch nie so plakativ dargestellt wie in den letzten Jahren. Blut fließt in Strömen, Akteure rennen mit Kettensägen bewaffnet durchs Publikum, Schauspieler stechen sich Orden in die blanke Brust- und das nicht in kleinen Experimentaltheatern, sondern auch auf großen Bühnen und Festivals. Die *Ästhetisierung von Gewalt* galt früher einmal als *Kennzeichen einer faschistoiden Ästhetik*. Diese kritische Einsicht aus den siebziger Jahren scheint längst vergessen. Heute werden ausschweifende *Gewaltdarstellungen* in Film, Fernsehen und auf der Bühne als Ausdruck eines „gewalttätigen Zeitgeistes“ legitimiert. Die *Verschwisterung von Gewalt und Medien* ist denn auch zu einem beständigen (in der Öffentlichkeit kaum thematisierten) Stimulus des rechtsradikalen Milieus geworden.

Sand ins Getriebe

Zur Regeneration unserer in Idiotismus, Schund und Unsinn versinkenden Kommerz-Kultur wäre es dringend vonnöten, Sand ins Getriebe dieser völlig verselbständigten multimedialen Verwertungsmaschine zu streuen - durch das Anstoßen öffentlicher medienkritischer Debatten und Kampagnen, durch entsprechende Bürgerinitiativen von unten und durch Konsumstreiks.



Warum nicht mal, wie bei den Castor-Transporten, einen Sitzstreik vor dem Big Brother-Container organisieren oder die Studios der großen medialen **Intimzonenspione** vom Schlage Arabella Kiesbauer oder des Ex-RTL-Talkmasters Hans Meiser besetzen, welche mit der grundgesetzlich verankerten Freiheit der Medien beständigen Missbrauch treiben

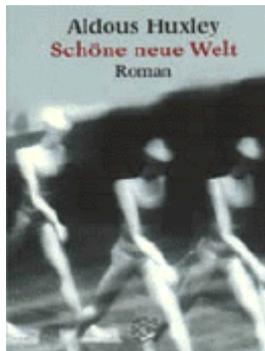


keine Infamie und keinen Zynismus scheuen, um ihre Einschaltquoten zu erhöhen?

Information und Kultur sind keine Ware wie jede andere, sondern öffentliche (Bildungs-)Güter, von deren Qualität das kulturelle, moralische und politische Niveau eines Gemeinwesens entscheidend abhängen. Wenn die Politik und die Zivilgesellschaft keine Initiativen ergreifen, um sich gegen den Quoten-Terror und die manipulative Macht der multimedialen Riesen zu wehren und dem Laisser-faire des freien Marktes auch auf diesen Gebieten zu steuern, dann dürfte die alte bürgerliche Hochkultur (samt ihren Trägern) bald im Schund der kommerzialisierten Massenproduktion und im Infantilismus der sog. *Funculture* versinken und die kritische Debattenkultur im fröhlichen Gleichklang einer affirmativen Konsenskultur sang- und klanglos untergehen.

Die neoliberale Variante der „Schönen Neuen Welt“

Das anthropologische Projekt der neoliberalen Globalisierer und *Global Player*, das nicht aus einem internationalen Komplott, vielmehr aus der expansiven Eigendynamik der Kapitalverwertung resultiert, zielt auf nichts anderes als auf die *totale Unterwerfung der Gesellschaft, Politik und Kultur unter das Diktat der Ökonomie, d.h. letztlich auf die Durchsetzung des homo oeconomicus* in seiner Doppelfunktion als jederzeit disponible und flexibilisierte Arbeitskraft und als beliebig manipulierbarer Waren- und Medien-Konsument.



Längst nimmt sie Gestalt an - diese neoliberale Variante von Huxleys *Brave New World*, die sich durchaus mit demokratischen Institutionen und bürgerlichen Freiheiten verträgt und die doch *totalitär in dem Sinne geworden ist, dass alles dem „Terror der Ökonomie“ unterworfen wurde* und nur mehr der mediale Schein und Design, die „Diktatur der Oberfläche“ das Bewusstsein bestimmt, sodass der „homo oeconomicus“ zuletzt für seine „persönliche Meinung“ und „freie (Kauf- und Wahl-) Entscheidung“ hält, was ihm die medialen Hypnopäden, die omnipräsenten Werbe- und Multimedia-Agenturen Tag für Tag einsuggerieren. Eine nur noch über den Markt formierte Ex- und Hopp-Gesellschaft ohne kulturelles Gedächtnis und Überlieferung, deren Götzen Fitness, Gesundheit und Jugend heißen, die sich vor den Bildschirmen

zu Tode amüsiert, bzw. langweilt, und kaum noch etwas wirklich Qualitäts- und Substanzvolles, Eigen- und Widerständiges neben sich dulden wird - und dies auf dem gefeierten Höhepunkt der Hightech-Zivilisation.

Huxley schrieb seine berühmte Warnutopie Anfang der dreißiger Jahre. In seinem Essayband "Dreißig Jahre danach" ("Brave New World Revisited") konnte er seine Befürchtungen an der inzwischen veränderten Welt messen:

»Alles in allem sieht es ganz so aus, als wäre uns Utopia viel näher, als irgend jemand es sich vor nur fünfzehn Jahren hätte vorstellen können. Damals verlegte ich diese Utopie sechshundert Jahre in die Zukunft. Heute scheint es durchaus möglich, dass uns dieser Schrecken binnen eines einzigen Jahrhunderts auf den Hals kommt; das heißt, wenn wir in der Zwischenzeit davon absehen, einander zu Staub zu zersprengen.«