

# Ökonomie und Medien. Bemerkungen zu Pasolinis Einsicht ins Wesen der Massenmedien

Robert Simon

## I. Pasolini über das Fernsehen als Massenmedium<sup>1</sup>

Pier Paolo Pasolini: Ja, ich lebe Tag für Tag. Ich habe keine Hoffnungen mehr, die ja nur Alibis sind.

Enzo Biagi: Aber die Gesellschaft, die Sie so gar nicht lieben, hat Ihnen doch alles gegeben: Erfolg, Bekanntheit, ...

PPP: Der Erfolg ist nichts, er ist eine Form ... der Erfolg ist nur die andere Seite der Verfolgung, außerdem ist der Erfolg für den Menschen immer etwas Schlechtes und Hässliches. Natürlich kann das im ersten Moment erhebend sein, es verschafft einem kleine Befriedigungen und bedient gewisse Eitelkeiten. Doch kaum hat man ihn, den Erfolg, merkt man, dass er für den Menschen schlecht ist. Dass ich meine Freunde hier im Fernsehen treffe, zum Beispiel, ist überhaupt nichts Schönes. Zum Glück haben wir es geschafft, uns über die Mikrophone und den Bildschirm hinwegzusetzen und etwas Wirkliches, Ehrliches zu schaffen. Aber die Situation als solche, die Situation ist hässlich und falsch.

PPP: Sì, vivo giorno per giorno. Non ho più quelle speranze che sono alibi. Ecco.

EB: Questa società che Lei non ama Le ha dato tutto: il successo, una notorietà ...

PPP: Il successo non è niente, il successo è una forma ... il successo è l'altra faccia della persecuzione, poi il successo è sempre una cosa brutta per un uomo, può esaltare al primo momento, può dare delle piccole soddisfazioni, certe vanità. Ma in realtà appena ottenuto si capisce che è una cosa brutta per un uomo, il successo. Per esempio il fatto di aver trovato i miei amici qui in televisione non è bello. Per fortuna siamo riusciti ad andare al di là dei microfoni e del video e a ricostituire qualcosa di reale, di sincero. Ma come posizione, la posizione è brutta e falsa.

---

<sup>1</sup> Im Folgenden handelt es sich um einen Ausschnitt aus einer 1971 aufgezeichneten Sendung, die aber nicht gesendet wurde: weil im Fernsehen nicht eine Person (Pasolini) auftreten sollte, gegen die ein gerichtliches Verfahren läuft (*perché non poteva apparire sui teleschermi una persona (Pasolini), che era soggetta a un'azione giudiziaria*). Enzo Biagi leitet das Gespräch, die anderen Teilnehmer sind Pasolinis ehemalige Klassenkameraden. Die Sendung wurde zum ersten Mal nach Pasolinis Tode im November 1975 ausgestrahlt. Im Internet findet man die vollständige Aufzeichnung unter: *Speciale Pier Paolo Pasolini Terza B, facciamo l'appello* – gesendet am 19.5.2013 von RAI Storia. Pasolinis Stellungnahme zum *medium di massa* beginnt etwa bei Minute 38. Für Ihre Hilfe bei der Transkription sowie bei der Übersetzung danke ich Anastasia Polina Cobet und Annamaria Engl.

EB: Warum denn? Was finden Sie denn daran so unnormal?

PPP: Weil das Fernsehen ein Massenmedium ist, und Massenmedien uns zu Waren machen und uns entfremden.

EB: Aber abgesehen vom Käse und der ganzen Werbung, über die Sie ja auch geschrieben haben, also abgesehen davon, überträgt es doch jetzt ihre Worte und wir diskutieren doch hier jetzt ganz frei und ohne irgendwelche Einschränkungen ...

PPP: Das ist nicht wahr.

EB: Wie, das ist nicht wahr? Können Sie denn etwa nicht sagen, was Sie möchten?

PPP: Nein, ich kann nicht sagen, was ich möchte.

EB: Sagen Sie's doch.

PPP: Nein, ich kann nicht. Ich würde doch der Verunglimpfung beschuldigt werden, und zwar von unserem faschistischen italienischen Gesetz. Ich kann also wirklich nicht alles sagen, was ich will. Und außerdem, angesichts der Naivität oder der Unbedarftheit einiger Zuschauer möchte ich gewisse Dinge gar nicht sagen und zensiere mich lieber selber. Aber ganz unabhängig davon, denn darum geht es nämlich gar nicht. Vielmehr geht es um das Massenmedium an sich. In dem Moment, in dem uns jemand im Fernsehen zuhört, gerät er uns gegenüber in die Stellung eines Untergebenen zu einem Höhergestellten, es ist eine ganz erschreckend antidemokratische Beziehung.

EB: Perché, cosa trova di così anormale?

PPP: Perché la televisione è un medium di massa, e un medium di massa non può che mercificarci e alienarci.

EB: Ma oltre ai formaggini e al resto, come Lei ha scritto una volta, questo mezzo oltre ai formaggini sta portando adesso le sue parole noi stiamo discutendo adesso con una grande libertà e senza alcuna inibizione ...

PPP: Non è vero.

EB: Come non è vero? Lei non può dire quello che vuole?

PPP: Non posso dire quello che voglio ...

EB: Lo dica!

PPP: No, non lo potrei, perché sarei accusato di vilipendio, sarei accusato di vilipendio dal codice fascista italiano, e quindi in realtà non posso dire tutto, e poi, a parte questo, oggettivamente, di fronte all'ingenuità, o alla sprovvedutezza, di certi ascoltatori, io stesso non vorrei dire certe cose, quindi mi censuro. A parte questo non è tanto questo: è proprio il medium di massa in sé, nel momento in cui qualcuno ti ascolta nel video, ha verso di noi un rapporto da inferiore a superiore, che è un rapporto spaventosamente antidemocratico.

EB: Also ich denke, dass es durchaus möglich ist, dass in bestimmten Fällen eine Beziehung zwischen Gleichen entsteht und der Zuschauer vor dem Bildschirm durch eure Geschichten auch etwas Eigenes nachempfinden kann. Er ist dann nicht in der Stellung eines Untergebenen. Warum kann es nicht eine Beziehung zwischen Gleichen sein?

PPP: Ja, theoretisch mag das vielleicht stimmen. Einige Zuschauer, die uns kulturell und was soziale Privilegien betrifft, ebenbürtig sind, wenn die ... wenn die ... aber überhaupt gerade der Bildschirm, die Worte nämlich, die vom Bildschirm herabfallen, fallen immer von oben herab, selbst die demokratischsten, selbst die wahrsten, aufrichtigsten, und gerade die Tatsache ...

Agostino Bignardi: Ich habe den Eindruck, dass Pasolini uns hier ein ungeheürliches aristokratisches Glaubensbekenntnis abgegeben hat, das ist sein Protest und die Unmöglichkeit, sich mitzuteilen. Im Kern erklärt er die Zugehörigkeit zu einer intellektuellen Klasse, die sich gewissermaßen nicht mitteilen kann. Ich möchte das als eine Definition von Aristokratie bezeichnen, im guten Sinn von Aristokratie: eine intellektuelle Aristokratie, eine ethische, wenn man so will ...

PPP: Aber das hab ich gar nicht gesagt. Ich habe das überhaupt nicht gesagt.

EB: Ich habe den Eindruck einer Person, die äußerst ... die in großer Einsamkeit lebt und die sich möglicherweise als Opfer fühlt oder unverstanden und die auf jeden Fall vor der Realität resigniert hat.

EB: Ma io penso che sia in certi casi un rapporto alla pari, che lo spettatore davanti allo schermo riviva attraverso le vostre vicende anche qualcosa di suo. Non è in uno stato di inferiorità. Perché non può essere alla pari?

PPP: Sì, teoricamente questo può essere giusto. Alcuni spettatori, che culturalmente, per privilegio sociale, ci sono pari e se le ... se le ... ma generalmente proprio il video, le parole che cadono dal video, cadono sempre dall'alto, anche le più democratiche, anche le più vere, anche le più sincere, e proprio il fatto ...

AB: Io ho l'impressione che Pasolini abbia fatto una dichiarazione di fede aristocratica, in questo momento, tremenda. Cioè la sua contestazione, la sua incomunicabilità. In sostanza lui dichiara l'appartenenza a un ceto intellettuale che è in una certa misura incomunicabile. Ora, io questo qui lo voglio definire una definizione di aristocrazia, aristocrazia in senso buono, intendiamoci: aristocrazia intellettuale, aristocrazia etica, anche, se vogliamo ...

PPP: Ma io non ho detto questo. Non ho detto proprio questo.

EB: Io ho avuto l'impressione invece di una persona estremamente ... che vive in una grande solitudine e che può magari sentirsi vittima o incompreso e che in ogni caso è rassegnata a quello che sono i fatti.

PP: Ihr habt mich vollkommen falsch verstanden. Ich spreche hier gar nicht von ...

EB: Da sind wir ja schon zu zweit, ich weiß nicht, welchen Eindruck die anderen, ... Telmon.

Sergio Telmon: Nein, Pier Paolos Vorstellung von der Realität hatte noch nie etwas mit Aristokratie zu tun. Er ist ein Mensch, der stets alle Dinge sehr tief empfunden hat, der das Zwischenmenschliche sehr tief empfunden hat. Ich glaube, dass er dieses visuelle Medium als eine Zwischen- und Scheidewand versteht, die es für die Beziehungen von Mensch zu Mensch und für die Beziehungen innerhalb der Gesellschaft nicht braucht.

EB: Sie dehnen das Thema auf seine Sicht der Gesellschaft und der Welt aus, nicht nur ...

ST: Für mich ist Pier Paolo zu pessimistisch. Aber da ich mich auch an seinen großen Optimismus erinnere, kann ich verstehen, dass er nur noch pessimistisch und skeptisch sein kann.

PPP: Jeder große Pessimismus impliziert immer einen großen Optimismus, das ist auf jeden Fall sicher, und anders herum. Nein, aber entschuldigt, ...

AB: Wir kehren zur Dialektik der Gegensätze zurück.

PPP: Ja, wir kehren zurück [...]. Nein, ich möchte nun aber etwas wichtiges klarstellen. Vorhin habe ich nicht über uns gesprochen, jetzt hier im Fernsehen, sondern ich habe über das Fernsehen als

PP: Mi avete capito malissimo. Io adesso non parlo di ...

EB: Allora siamo già in due, non so gli altri che impressione ... Telmon.

ST: No, Pier Paolo ha sempre avuto una visione nient'affatto aristocratica della realtà; è un uomo che ha sempre sentito profondamente le cose, ha sempre sentito profondamente i rapporti umani. Ora, io credo che lui interpreti questo mezzo visivo come un diaframma intermedio di cui non c'è nessun bisogno per i rapporti tra uomo e uomo, per i rapporti tra ... nella società.

EB: Lei allarga il discorso alla sua visione della società e del mondo non soltanto ...

ST: Per me è eccessivamente pessimista Pier Paolo. Ma io che ricordo i suoi grandi ottimismoi posso capire che non possa che essere pessimista e scettico.

PPP: Il grande pessimismo implica sempre grande ottimismo, questo è certo, e viceversa. No, ma scusate ...

AB: Torniamo nella dialettica dei contrari.

PPP: Sì, torniamo [...]. No, ma vorrei chiarire qualcosa di importante. Cioè non parlavo di noi in questo momento alla televisione, parlavo della televisione in sé come medium di massa, come mezzo della

solches gesprochen, als Massenmedium, als Mittel der Massenverbreitung. Nehmen wir also an, dass an unserer Stelle hier ein ganz einfacher Mensch wäre, ein Analphabet, der interviewt wird: das Ganze nimmt, sobald es über den Bildschirm läuft, immer einen autoritären Zug an, und zwar unweigerlich, denn alles wird wie von der Kanzel herab gereicht. Das Sprechen im Fernsehen ist immer ein Sprechen ex cathedra, auch wenn es unter dem Deckmantel des Demokratischen daherkommt, etc.

circolazione di massa. Quindi ammettiamo che invece di essere noi qui ci sia anche una persona assolutamente umile, un analfabeta, interrogato dall'intervistatore: l'insieme della cosa, vista dal video, acquista sempre un'aria autoritaria, fatalmente, perché viene sempre data come da una cattedra. Il parlare dal video è sempre un parlare ex cathedra, anche quando questo è mascherato da democraticità etc.

## Die gewöhnliche Vorstellung der Medien

Die gewöhnliche Vorstellung vom Fernsehen und überhaupt von den Medien beruht auf der Annahme, dass es zunächst etwas gibt, das einfach schon da ist oder geschieht, oder kurz, etwas Wirkliches. Vermittels verschiedener Übertragungstechniken werden Signale von diesem Etwas weitergegeben an diejenigen, die gerade nicht da sind, wo dieses Etwas ist oder geschieht. Das so an die Empfänger Weitergegebene wird dadurch, dass die Signale zu Zeichen werden, eine Nachricht bzw. eine Botschaft der jeweiligen Sache, oder kurz, eine Information. Fernsehen und Medien übertragen solche Informationen. Zwar ist allgemein zugegeben, dass die Information nicht die Sache selbst ist, sondern wiederum ein für sich vorhandenes Wirkliches, dennoch besteht der Glaube daran, dass die Informationen irgendwie das Wirkliche einer Sache in und durch Medien darzustellen vermögen. Für gewöhnlich unterscheidet man daher in den Medien Fiktives von Realem, wobei die reale Darstellung das zugrundeliegende Wirkliche so belässt, wie es ist, ohne dabei etwas dazu- oder wegzufingieren. Die gebrauchsfertigen Medienethiken leisten ihren Beitrag, indem sie im Namen des Ethischen eine klare Kennzeichnung dieses Unterschieds im medialen Umgang mit Informationen fordern. Die Grundvoraussetzung dieser gewöhnlichen Vorstellungen fassen wir kurz wie folgt zusammen: Ein irgendwie vorliegendes fertiges Wirkliches wird unbefragt und unbesehen eingesetzt in verrechenbare Kreisläufe von Wirkungszusammenhängen der Datenübertragung. Ein möglicher Bezug zu einem eigenständigen und Sinn tragenden Wesensgrund, der nicht ein funktionaler Bestandteil der Datenübertragung oder des Kommunikationsprozesses ist, bleibt dabei verständlicherweise unbefragt, weil das Wirkliche ja bereits an und durch sich selbst fertig ist. Dergestalt ist das Wirkliche sich selbst überlassen, d. h. ausschließlich durch seine Wirkbezüge verstanden und damit sowohl dem eigenen Wirken als auch dem Wirken von anderem, gleichermaßen fertigem Wirklichen, ausgeliefert. Ohne im Einzelnen weiter darauf einzugehen, halten wir zudem fest, dass diese Vorstellung der Wirklichkeit den Horizont bildet, in dem sich die Erkenntnisse der zeichentheoretischen Kommunikationsmodelle der Semiotik bewegen, wie sie besonders aus der Linguistik Ende des 19. und Anfang des 20. Jhds. hervorgegangen sind. Diese Voraussetzung beherrscht auch diejenigen Vorstellungen, die als Überbietung dieser Theorien nicht allein davon ausgehen, dass die gesamte Wirklichkeit sich in zeichentheoretischen Prozessen von vorhandenem Wirklichen fassen lässt, sondern behaupten, dass das herumgereichte Wirkliche allein und ausschließlich im Durchgang durch mediale Apparaturen konstruiert wird und sich außerhalb dieser Prozesse kein Sinn erschließen lässt.

Eine andere Einsicht hingegen in das Wesen der Massenmedien lässt sich aus dem Schaffen Pasolinis erschließen. Dieser Einsicht wollen wir versuchen durch einige Bemerkungen nachzugehen. Es geht dabei einzig um den Versuch genauer zu verstehen, was die sogenannte Welt der Medien, die Macht der Medien und die Medienwirklichkeit eigentlich sind. Etwas

Interessantes über das Werk oder den Autor oder die Person Pasolini zu entdecken ist nicht die Absicht der folgenden Bemerkungen.

### Die grundsätzliche Einsicht Pasolinis

Die grundsätzliche Einsicht Pasolinis in das Wesen der Massenmedien fassen wir so: Das Massenmedium ist ein technisches Verfahren, welches im Vorhinein alle Dinge so ausschließlich auf Verwertbarkeit im medialen Verarbeitungsprozess abstellt und hernach den Medienkonsumenten so zustellt, dass dabei Wesentliches bzw. Wahrheit immer unsagbar ist. Diese Unmöglichkeit ist weder ein technisches Defizit noch durch bestimmte Absichten Einzelner verursacht, sondern liegt im Massenmedium selbst. Weil die mediale Verwertung alle Hinsichten des zu übertragenden Wirklichen schon entschieden hat und so die Möglichkeit jeder eigenständigen Entfaltung ausgeschlossen ist, hat die Zustellung des für den Empfänger fertig gemachten Wirklichen stets den Charakter von Anweisungen an Untergebene. Alles auf dem Bildschirm Gesagte, so Pasolini, fällt daher von oben über die Empfänger herab. Gegenüber dem Überfall dieser Abrichtung des Wirklichen durch das Fernsehen sind die Zuschauer unweigerlich die Unterlegenen. Das, was Pasolini hier in den 70ern in Bezug auf das Fernsehen zu Bedenken gibt, gilt in noch unbedingtem Maß für die neuen Medien, die heute die Wirklichkeit prägen.

Bevor wir versuchen einige Grundzüge genauer zu verdeutlichen, gehen wir auf zwei Einwände ein, die gegen Pasolini im Gespräch vorgebracht werden. Anhand dieser Einwände greifen wir zudem noch einmal die eingangs gemachten Behauptungen über die gewöhnliche Vorstellung der Medien auf. Zugleich hoffen wir durch diese Abgrenzung zu verhindern, dass unsere Bemühungen um Durchsicht schon zu Beginn in ein falsches Licht rücken. Beide Einwände erweisen sich als Missverständnisse, die gleichwohl einleuchtend erscheinen, und zwar deshalb, weil sie für die gewöhnliche Vorstellung (vom fertigen Wirklichen) naheliegend sind.

## II. Zwei Missverständnisse

Das erste Argument hält dafür, dass Medien im Prinzip „objektiv“ und „neutral“ sind oder es zumindest sein könnten. Verkürzungen, Verzerrungen oder gar Manipulationen sind entweder zufällig-technisch bedingt oder das Ergebnis einer gezielten von bestimmten Absichten geleiteten Steuerung (etwa durch das Herausfiltern und die Gewichtung von Informationen). Das Missverständnis zeigt sich auf der einen Seite an der Naivität, mit der Enzo Biagi darauf beharrt, dass es im Fernsehen – zumindest, was diese Sendung betrifft – keinerlei Vorgaben oder gar Zensur gäbe und Pasolini deshalb nötigt, er solle doch einfach sagen, was er wolle, während Pasolini auf der anderen Seite beharrlich wiederholt, man könne im Fernsehen eben nicht alles sagen. Die Voraussetzung, die der Argumentation von Biagi zugrunde liegt, ist ein schon entschiedenes Verständnis davon, was überhaupt alles zu Sagende, zu Zeigende, zu Tönende, oder kurz, die Wahrheit ist oder sein kann. Alles Wirkliche ist nämlich in ihr als so etwas wie ein Aussageinhalt verstanden, der als fertige Information irgendwie vorliegt. Wenn die Übertragung nicht manipuliert ist, können das Fernsehen und die anderen Medien jede Form von Wahrheit ohne Weiteres darstellen. Es ist offensichtlich – und Pasolini betont das –, dass der Versuch, den er macht, etwas über das Wesen der Medien zu sagen, nicht nur eine andere Ansicht ist als die Biagis, sondern von einem ganz anderen Grund getragen ist als die gewöhnliche Vorstellung des fertigen Wirklichen und der fertigen Informationen. Dabei bleibt völlig unberührt – und es ist wichtig auch das zu sehen – dass dieser Vorstellung ihre eigene und notwendige Berechtigung zukommt.

Das zweite Argument ist die Vorstellung einer intellektuellen – und in Agostino Bignardis gut gemeinter Variante auch ethischen – Elite, die aufgrund einer höheren und umfassenderen Bildung gleichsam näher am Wesen der Dinge existiert, aber ihre Einsichten den weniger Gebildeten, d. h. der Mehrheit der Bevölkerung, nicht mitteilen kann. Da in der gesellschaftlichen Entwicklung der massenhafte Konsum und die massenhafte Unterhaltung die Hauptaufgaben von Fernsehen und Medien sind, haben komplexe Theorien und vielschichtige Argumentationen keinen Platz in den gängigen Programmen. Die Wissenden haben ihrerseits erkannt, dass der durchschnittliche Fernsehkonsument auf wesentliche Inhalte gar nicht mehr vorbereitet ist, geschweige denn in der Lage wäre, die Wahrheit zu verstehen, selbst wenn man sie über den Bildschirm verbreiten würde. Auch hier widerspricht Pasolini vehement, indem er immer wieder dazwischenruft: „Das habe ich nicht gesagt“. Es kann also nicht im Sinne Pasolinis sein, dass das Eigentümliche der Medien darin besteht, die vermeintlich niederen Bedürfnisse niederer gesellschaftlicher Schichten zu bedienen, während ein paar Intellektuelle für sich die Wahrheit gefunden haben.



Beiden Ansichten ist jedenfalls gemein, dass, sofern überhaupt die Unmöglichkeit eingesehen ist, in den Medien so etwas wie die Wahrheit zu sagen, diese Unmöglichkeit von letztlich zufälligen Gegebenheiten verursacht ist, welche in bestimmten Fällen verzerrend oder gar manipulativ auf die Medien einwirken. So ist weder Biagi noch Bignardi klar, warum das Gespräch im Studio, an dem sie beteiligt sind, für Pasolini grundsätzlich eine falsche und hässliche Situation (*una situazione brutta e falsa*) ist. Und zwar einzig aus dem Grund, weil das Ganze im Fernsehen ist. Auch die Bemerkung von Sergio Telmon, dass Pasolini eben einfach zu pessimistisch sei, hilft in der Sache nicht weiter. Entscheidend ist vielmehr, dass wir versuchen zu verstehen, dass Pasolini sich gar nicht über diesen oder jenen Aspekt des Fernsehens vermeintlich kritisch äußert, sondern dass es ihm um eine Einsicht in das Wesen der Massenmedien überhaupt (*medium di massa in sé*) geht. Um das zu beginnen, müssen wir den Horizont der Vorstellung vom fertigen Wirklichen überschreiten. Dieser Weg ist nicht leicht und naheliegend und wir sind solche Wege nicht gewohnt. Wenn wir daher von der gewöhnlichen Vorstellung sprechen, ist das überhaupt keine Abwertung, sondern wir fassen das terminologisch und meinen dabei stets uns selbst, so wie uns im alltäglichen Leben – das durch und durch von Fernsehen und Massenmedien geprägt ist – die Dinge und die Welt begegnen und wie wir sie wahrnehmen.

### III. Grundzüge der Medialisierung des fertigen Wirklichen

Wir versuchen im Folgenden der Frage nachzugehen, welche Gestalt der Verfasstheit der Dinge sich in der Welt der Massenmedien herausbildet. Dabei unterscheiden wir drei Grundzüge. Erstens die Bestellung des fertigen Wirklichen, d. h. die Art und Weise, wie zunächst die Dinge überhaupt und vor allem entdeckt sein müssen, so dass sie für eine Verwertung im Fernsehen oder in anderen Medien verfügbar sind. Zweitens die Herstellung des Medienprodukts. Drittens die Zustellung des für den Verbrauch fertig gemachten Produkts an die Medienkonsumenten.

#### Das Bestellen

Was wir hier mit Bestellen meinen, lässt sich vielleicht aus dem Sprachgebrauch am besten von den Wendungen her hören: „das Feld bestellen“ oder „wie es um eine Sache bestellt ist“. Das Bestellen ist ein Vorgang, der sich für die gewöhnliche Vorstellung fast ausschließlich unter der Hand abspielt. Das zeigt sich gerade daran, dass das Erste, was dieser Vorstellung unter den Blick kommt, immer schon ein irgendwie fertiges vorliegendes Wirkliches ist, etwas Habbares, das bloß Faktische, die sogenannten Fakten. Weil stets und ausschließlich das habbare Faktische unbesehen und unbefragt in Anschlag gebracht wird, entgeht dieser Vorstellung das Wesentliche bereits von Anfang an. In die Vorstellung vom fertigen Wirklichen gehört nicht nur Wirkliches, das dem Menschen irgendwie in der Welt begegnet, sondern auch der Mensch in seinem ursprünglich Sinn erschließenden Wesen. Deshalb sind für die gewöhnliche Vorstellung auch das Wahrnehmen, das Denken, das Fühlen ebenso fertige und nur noch feststellbare Prozesse, die anderes fertiges Wirkliches, Daten und Informationen, erfassen und verarbeiten. Ständig ist also die Frage übersprungen „Was kann etwas sein?“ und ersetzt durch die Frage: „Was kann man damit machen?“. Das Machen, dem alles Wirkliche unterstellt wird, ist also nicht aus einer Frage nach der Sache bestimmt, sondern den Dingen (mehr oder weniger notgedrungen) von außen übergestülpt. Gänzlich unvorstellbar ist daher eine Art und Weise zu sein, die *von sich aus* überhaupt nicht dazu taugt, dass man etwas damit macht. Der Möglichkeit, dass überhaupt etwas ein Eigenes, ein erster Anfang und einzig sei, dafür lässt die gewöhnliche Vorstellung keinen Spielraum. Denn kein vermeintlich noch so exklusives Format des Wirklichen reicht nachträglich zurück in die Dimension der übersprungenen anfänglichen Möglichkeit. Der einzige Zug des Wirklichen, der sich im bestellenden Blick herauskehrt (ins Offene der Vernehmbarkeit), ist eben das Fertige, welches immer schon eingegliedert ist in die verschiedenartigsten Absichten des Verwertens. Anders gesagt, im bestellenden Blick der gewöhnlichen Vorstellung ist in der Welt alles fertiges Wirkliches und d. h. alles ist Ressource.

## Das Herstellen

Herstellen nennen wir hier das, was sowohl in der gewöhnlichen Vorstellung als auch in den Medienwissenschaften als Informations- und Kommunikationsprozess aufgefasst wird. Das Herstellen, das die Medienprodukte hervorbringt, übernimmt das im bestellenden Blick entdeckte Fertige, um es für die massenhafte Verbreitung so fertig zu machen, dass es über die verschiedenen medialen Kanäle in Umlauf gebracht werden kann. Jedes Herstellen folgt einer bestimmenden Vorgabe, welche im Verlauf der Herstellung die Führung übernimmt, indem sie sowohl im Einzelnen als auch im Ganzen über genug oder nicht genug einer eingesetzten Ressource entscheidet. Im Horizont der Welt der Medienwirklichkeit ist das Bestimmende in der Herstellung einzig und allein die massenhafte Verbreitung selbst. Dadurch tritt an die Stelle eines möglichen Genug ein allgemeines unbedingtes Mehr. Auch das Herstellen von Programmen oder Produkten, die nicht für die „breite Masse“ gemacht sind, sondern Nischen- und Spartensegmente besetzen, dienen – ob bewusst oder nicht – dem allgemeinen Gesetz des unbedingten Mehr der Masse. Sie dienen diesem Gesetz sogar in einer gewissermaßen sublimierten Form, indem sie noch die abwegigsten und unwahrscheinlichsten Potentiale für den (Medien)konsum verwertbar machen. Um die Vorgabe des unbedingten Mehr jeweils zu verwirklichen, ist eine bestimmte Zurichtung des Wirklichen nötig. Das Kalkül, dem diese Zurichtung unterstellt ist, hat dazu alles, was ist, ausschließlich auf Wirkungen und Effekte abgestellt. Diese werden so berechnet, dass sie möglichst effizient bei einer wiederum berechneten Zielgruppe anschlagen, damit die Verbreitung der (Medien)produkte schließlich die größtmögliche sei. Alles, was sich ursprünglich, d. h. vor der Bestellung als fertiges Wirkliches, als Sinn und Wesen, kurz als Phänomen erschließen lässt, muss zwangsweise auf Effekte umgestellt werden. Dazu werden Modelle vorgefertigt, die ein Schema der Effektverarbeitung enthalten. Vom einzelnen Wirklichen ist dabei gefordert, dass es möglichst reibungslos in diese Modelle eingesetzt werden kann. In diesen Sinneffekt-Schablonen fungiert das einzelne Wirkliche jetzt als austauschbarer Platzhalter, der je nach Konstellation einen bestimmten Wert hat. Darüber, dass etwas einen bestimmten Wert hat, hinaus gibt es am bestellten Wirklichen nichts weiter zu entdecken. Das, was sich möglicherweise als Wesen einer Sache zeigen und entfalten kann, ist durch die Herstellung der Informations- und Kommunikationsprozesse, oder kurz, in den Medien, gänzlich weggestellt und endgültig ersetzt durch das, was wir Wert nennen. Den Vorgang, in dem alles durch Modelle und Schablonen zu Werten abgerichtet wird, bezeichnen wir als Formatierung, die Modelle und Schablonen dementsprechend als Formate. Sowohl das Umstellen auf Formate als auch das Einsetzen von Werten sind Implementationen. Dabei zeigt sich, dass das Implementieren von Formaten selbst wieder einen bestimmten Wert haben kann. Wert ist, wie wir sehen, selbst nicht ein einzelnes fertiges Wirkliches, sondern das, was insgesamt die Verfasstheit des Wirklichen so gestaltet, dass in der Welt des Fernsehens und der Medienwirklichkeit alles in

Formaten begegnet, oder anders gesagt, dass alles unbedingt als Information für Zeichen- und Kommunikationsprozesse verfügbar ist.

### Das Zustellen

Die Art und Weise schließlich, wie das in der Herstellung verfertigte Wirkliche in Umlauf gebracht und verbreitet wird, verstehen wir als das Zustellen. Dieses ist offensichtlich durch und durch bestimmt von einer endlosen Vervielfachung und Vermehrung ins Massenhafte. Das eigentlich Vervielfachte und in der Zustellung Entscheidende sind dabei nicht die zufälligen Inhalte, die jeweiligen Informationswerte, insofern diese ja nur als austauschbare Platzhalter fungieren,<sup>2</sup> sondern die Abfertigungsschemata, die die Wertformate herstellen. Diese bleiben als solche verborgen, und zwar deshalb, weil, wie schon gesagt, die Gestaltung der Verfasstheit selbst sich unter der Hand abspielt. Das, was sich dagegen in der Aufmerksamkeit ständig vor- und aufdrängt, ist allein das sich selbst überlassene fertige Wirkliche in seinen effektiven Bezügen und unendlichen Verstrickungen mit anderem Wirklichen. Es lassen sich demnach zwei Züge im Zustellen unterscheiden. Zum Einen ist dabei das „zu“ verstanden sowohl im Sinne des Wohin einer Richtung („zu jemandem gehen“) als auch im Sinne einer Intensivierung („lauf zu“, „fahr zu“), wobei Zustellen heißt: dem Menschen das abgefertigte Wirkliche aufzwingen, und zwar so, dass diese Bedrängnis gar nicht als Bedrängnis empfunden wird und er sich ihr deshalb auch kaum erwehren kann. Zum Anderen wäre das „zu“ als Gegensatz zu „offen“ zu verstehen („die Tür ist zu“), wobei Zustellen heißt: die Welt mit dem abgefertigten Wirklichen so vollräumen, dass es alles Unfertige, was frei und offen einer Entfaltung harret, alles, was ein Phänomen sein kann, verstellt. Denn wir alle sind wie benommen davon, dass wir überall und zu jeder Zeit und von allen Seiten tausendfach von Medien und ihrem Wirklichen angegangen sind. Zugestellt wird ein Anspruch, dem mit der bloßen Kenntnisname oder dem fraglosen Erwerb und Verbrauch Genüge getan ist. Dabei tut das schablonierte und abgerichtete fertige Wirkliche in der Regel so, als sei es selbst, und nur es allein, das eigentliche Wirkliche. Man nimmt es hin, weil es eben einfach so ist. Das funktioniert, weil die Fraglosigkeit und Unbedarftheit des fertigen Wirklichen ja gerade die Grundannahmen der gewöhnlichen Vorstellung vom Fernsehen und den Medien sind. Diesen Grund berührt es nicht, wenn wiederum allein die Implementation „alternativer“ oder „anspruchsvoller“ oder „ethischer“ Wertformate gefordert wird. Das Ausmaß des Sich-Behauptens der formatierten Wirklichkeit lässt sich indessen kaum mehr ermessen, wenn man bedenkt, dass ein Wissen einer klaren Unterscheidung der sogenannten virtuellen Realität vom Analogen oder Digitalen oder gar von so etwas wie Phänomenen längst nirgends in Sicht ist. Der Mensch ist also trotz Wissenschaften von Medien und Kommunikation und Information mit seinem Wissen ganz und gar nicht auf der Höhe der Zeit. Und

---

<sup>2</sup> So ist auch Pasolinis Beispiel vom Analphabeten zu verstehen.

dies umso weniger, je argloser er sich selbst glauben machen will, dass die neue Medienwirklichkeit, angefangen von Funk und Fernsehen, eigentlich nichts anderes sei, als ein Übertragen und Verbreiten, eine Weiterentwicklung von dem, was sowieso immer schon da ist und da war. Vielmehr zeigt sich gerade in der Art und Weise des Zustellens, dass sich in der formatierten Wirklichkeit ein ganz und gar neuer und eigener Machtanspruch behauptet. Das zugestellte Wirkliche tritt herausfordernd an den Menschen heran und in der Welt auf. Eine Herausforderung, die alle Bezüge und alle Aufmerksamkeit auf sich selbst zurückbindet. Die Dringlichkeit und Wichtigkeit, oder kurz der Wert einer Zustellung besteht darin, dass möglichst schnell und ohne Unterbrechung die nächste Zustellung verfügbar gemacht und abgerufen werden kann. Das gilt vor allem auch für das Medium bzw. die medialen Verwertungsformate selbst. Je schneller und ununterbrochener das Zustellungspotential eines Mediums bzw. der medialen Verwertungsformate, desto größer der Wert und desto größer die Macht der Behauptung als eigenständige Wirklichkeit. Gegenüber einer Bücher lesenden und Briefe schreibenden Menschheit, die wir zwar kaum mehr kennen, ist dieser Machtanspruch etwas ganz und gar Neues und Unbekanntes. Was die Zustellung also abschließend bewerkstelligt, ist die endgültige Vorherrschaft des medialen Selbstbezugs. Und zwar deshalb, weil die stete Beschleunigung der unbedingten Vermehrung des selbstbezüglichen Zugestellten zugleich die Rückkopplung zum Bestellen ist. Denn die Zustellung zwingt Mensch und Welt, mitunter in der subtilsten Art und Weise, den Anspruch auf, dass alles gleich, und gleich wie es selbst, werde. Nämlich zu einem wie auch immer gearteten Wertformat, das ohne weiteres für die Herstellung als Potential und Ressource bestellbar ist. In der Zustellung ergeht daher immer die Anweisung, wenn auch unausdrücklich, alles, was an Freies und Eigenes, Ursprung und Herkunft, Sinn und Wesen erinnert, zu vergessen. Eine Anweisung, deren Sprache nicht der offene Befehl ist, sondern die, wie Pasolini es nennt, in der Art und Weise des Körperlich-Mimischen ergeht.<sup>3</sup> Diese Sprache propagiert und suggeriert überall und ohne Unterlass, dass das Gezeigte einfach nur darstellt, was und wie man es eben so macht. Wie reizvoll es demnach ist, so zu sein und das zu haben, was über die Bildschirme läuft, wie natürlich es gleichzeitig ist, so zu reden, wie man redet, das zu wissen, was man weiß, so zu fühlen, wie man fühlt, wie unterhaltsam und leicht es ist, weil man bei alledem eigentlich nichts zu wagen braucht, nichts selbst zu verlieren hat, nie selbst eine Erfahrung bestehen muss. Kurz gesagt, es ist nicht möglich, dass die Sprache des Fernsehens und der Medien die Wahrheit sagt.

---

<sup>3</sup> *Il linguaggio della televisione è per sua natura il linguaggio fisico-mimico, il linguaggio del comportamento.* (Scritti corsari, 59)

## IV. Ökonomie der Massenmedien

Wir haben im Vorangegangenen bereits immer wieder Begriffe ins Spiel gebracht, die aus dem Bereich des Ökonomischen stammen. Die Rede war vom Medienprodukt, Medienkonsumenten, Effizienz usw. Für Pasolini besteht eine offensichtliche und geradezu schicksalhafte Verbindung zwischen Massenmedien und der Ökonomie der Konsumgesellschaft. Unsere Bemühung gilt jetzt der Frage, welcher innere und grundsätzliche ökonomische Zusammenhang zwischen dem Wesen der Massenmedien und der Konsumgesellschaft besteht.

### Konsumismus und das Gesetz der Effizienz

Weil der mediale Massenbetrieb immer entschiedener und williger in die Beschleunigung der Vermehrung und Zirkulation der Wertformate eingespannt ist, müssen ständig sowohl neue Formate als Sinneffekt-Schablonen hergestellt als auch neue Werte als austauschbare Platzhalter bestellt werden. Mehr und neue Formate, um die Ressourcen des einmal bereitgestellten Wirklichen möglichst effizient zu verwerten. Mehr und neue Werte, um die einmal zugeworfenen Formate möglichst effizient zu nutzen. Je weniger eigenes Wesen, je sinnleerer und phänomenferner dabei die Formate und Werte, desto reibungsloser ihre Implementierung. Daher ist es folgerichtig, dass heute als Universalwert überall die bloße Neuigkeit dominiert. Sichtbar wird das in der Herrschaft des gerade Aktuellsten, der Sucht nach Trends und Moden sowie dem Ersetzungszwang durch ständig neue Updates und Upgrades. Dass das vermeintlich Neue dabei eine Wiederverwertung und Nachnutzung des allzu Bekannten ist und über den Effekt der Neuigkeit hinaus an sich gleichgültig und leer bleibt, gehorcht dem Gesetz der Effizienz. Es ist dieses Gesetz, das ebenso verfügt, dass alles, was sich nicht in den Verwertungskreislauf implementieren lässt oder will, wertlos ist, oder anders gesagt, nichts gilt und daher letztlich auch nichts ist. Das Wertlose ebenso wie das Wertvolle haben dabei gleichermaßen nichts mit so etwas wie dem Wesen einer Sache zu tun. Im Kreislauf von Bestellen, Herstellen und Zustellen übersteigern sich das Verfügbarmachen und das Verbrauchen des fertigen Wirklichen wechselseitig. Einerseits drängt das Verbrauchen die Verfügbarmachung zu immer mehr. Denn da der Nutzen, den das Neue stiftet, letztlich nichts anderes als ein flüchtiger Reiz ist, ist das zugestellte Wirkliche immer schon verbraucht. Andererseits drängt das Verfügbarmachen das Verbrauchen zu immer mehr, indem es ständig schon das nächste Neue zustellt. In der massenhaften Vermehrung und Vielfältigung des fertigen Wirklichen liegt also notwendig der Grundzug der Beschleunigung. Weil in diesem Übersteigern kein Ziel und kein Ende ist, muss zwangsweise von allem immer mehr gewollt werden. Dadurch, dass also nicht nur beiläufig, sondern im Ganzen und überhaupt auf ein reines Mehr abgestellt ist, wird alles Wirkliche grundsätzlich knapp. Zum Wesen dieser grundsätzlichen Knappheit, die alles zu Ressourcen macht, gehört notwendig ein Kalkül, das die optimale Verwertung der Ressourcen berechnet. Ressourcenknappheit

und Optimierungskalkül, *scarcity and choice*, sind die beiden Grundelemente des Gesetzes und der unumstößlichen Macht der Effizienz, die zu jederzeit den größtmöglichen Gesamtnutzen (des Verbrauchs des ständig Neuen) sicherstellt. Wir beginnen jetzt zu sehen, dass die Vorstellung vom fertigen Wirklichen, die die Medienwelt dominiert, nur die Ausdrucksform einer bestimmten aber weiter ausgreifenden und ursprünglicheren ökonomischen Gesetzmäßigkeit ist, deren herrschende Kriterien Nutzen und Effizienz sind. Der ökonomische Grundzug der Übersteigerung herrscht daher nicht allein in den Medien, sondern er durchherrscht überhaupt die Art und Weise, wie das Dasein des Menschen in der Welt eingerichtet ist. Dies wird besonders deutlich, sieht man die Überflut an Gegenständen, die der Mensch tagtäglich in die Welt hinauswirft. Die enorme Maßlosigkeit der Warenwelt gilt aber als notwendiger und einziger Garant für ein Leben in Glück und Frieden. Was wir als Wohlstandsgesellschaft kennen, nennt Pasolini *civiltà dei consumi, vita edonistica* oder kurz *consumismo*. In der Gestalt der Verfasstheit der Medienwirklichkeit und ihrer Herrschaft tritt die Macht des unbedingten Verbrauchenmüssens der Wohlstandsgesellschaft deshalb nicht nur offen zu Tage, sondern die modernen Medien sind durch ihren Überfall der Wertformate auf alles Wirkliche in einzigartiger Weise die Wegbereiter und Vollstrecker dieser Herrschaft.<sup>4</sup> Im Gespräch bemerkt Pasolini daher, dass das Fernsehen nicht nur nebenbei und zufällig (wenn etwa gerade Werbung läuft), sondern seinem Wesen nach den Menschen zu einer Ware macht und entfremdet (*non può che mercificarci e alienarci*). Anders als Pasolini das möglicherweise verstanden haben mag, erkennen wir, dass es derselbe ökonomische Grundzug der Effizienz und des Verbrauchenmüssens ist, der, wenn auch in je eigener Form, sowohl die marktwirtschaftlich geregelte Wohlstandsgesellschaft als auch die zentrale Planwirtschaft sozialistischer oder kommunistischer Gesellschaften fest im Griff hat.

## Die Neue Macht

Indem wir das bisher Gesagte überschauen, bemerken wir noch einmal den eigenartigen Zug der Rückkopplung im Verarbeitungskreislauf sowohl der Medien- als auch der Warenwelt. Die Art und Weise, wie das hergestellte Wirkliche an die Verbraucher zugestellt wird, pflanzt sich rückwirkend auf die Art und Weise fort, wie die Verbraucher genötigt sind das Wirkliche zu bestellen. Demzufolge gilt: Hergestellt wird, weil es der Verbraucher will; der Verbraucher will, weil es hergestellt wird. Anders gesagt: Das Bestellen wird durch das Zustellen kontrolliert, das Zustellen wird durch das Bestellen kontrolliert. In diesem Kontrollkreislauf wird durch permanente Abgleiche wechselseitig die Abrichtung des Wirklichen für die Endlosschleife der Implementierungen der Formate und Werte gesteuert und sichergestellt. Ein

---

<sup>4</sup> Noch nie war es möglich, dass eine bestimmte Modellvorstellung von Leben (nämlich der Wohlstandsbürger, Anm.) mit einer derartigen Effizienz propagiert worden ist wie durch das Fernsehen. *Ma mai un modello di vita ha potuto essere propagandato con tanta efficacia che attraverso la televisione.* (Scritti corsari, 59)



festgeschriebenes Schema der Herstellung gibt es nicht. Ein solcher durch Abgleiche kontrollierter Steuerungskreislauf mit variablem Verarbeitungsschema gehört in das Wesen der Kybernetik. Während die Kybernetik stets mit fertigem Wirklichen rechnet und hantiert und dabei ausschließlich auf feststellbare und messbare Parameter bezogen bleibt, ist das Wesen (verbal zu verstehen) der Kybernetik selbst nicht ein Wirkliches, sondern eine Gestalt der Verfasstheit des Wirklichen überhaupt. Das kybernetische Wesen ist das, was sich in allen Bereichen des Wirklichen Bahn zu brechen beginnt, so dass für uns *cyberspace*, *cyberculture* und *cyborgization* beinahe schon zum Vertrauten gehören.

Wir hatten anfangs darauf hingewiesen, dass das Denken, das über das Wirkliche hinausgeht, befremdlich und ungewohnt ist. Wir erinnern daran und wagen noch einmal den Versuch. Denn ohne diesen Versuch werden wir der Einsicht Pasolinis in das Wesen der Medien- und Warenwelt und ihren inneren ökonomischen Zusammenhang nicht näher kommen. Der gemeinsame Siegeszug – Zugriff und Besetzung der Wirklichkeit – von Fernsehen und Konsumismus ist für Pasolini das Zeichen einer elementaren weltgeschichtlichen Umwälzung, die für ihn der Beginn der Herrschaft einer neuen Macht (*il nuovo Potere*) ist. Zur besseren Kennzeichnung schreiben wir, in Anlehnung an Pasolini, Neue Macht mit einem großen N.<sup>5</sup> Diese Macht ist nicht der Plan einzelner Menschen und nicht eine Notwendigkeit, die sich aus bestimmten Produktionsverhältnissen und Medientechniken ergibt, sondern umgekehrt ist es die Macht selbst, die jeweils Menschen und Techniken zu ihrer Ermächtigung gebrauchen will.<sup>6</sup> Ohne vorschnell Verschiedenes zusammenzuwerfen und ohne das hier weiter zu vertiefen, weisen wir darauf hin, dass die Herrschaft der Neuen Macht dasselbe ist, was in Nietzsches Metaphysik der Wille zur Macht heißt.

Was sich in der Medien- und Warenwelt unweigerlich Durchbruch verschafft und ihren inneren Zusammenhang begründet, ist dieselbe Macht, nämlich die unbedingte Gleichstellung (*l'omologazione*) von allem und jedem im Sinne der Kybernetik, und zwar umwillen der eigenen Machtsteigerung.<sup>7</sup> Die Sprache des Körperlich-Mimischen ist nicht anderes als die

---

<sup>5</sup> Ich schreibe «potere» mit einem großen P, weil ich diese neue Macht nicht in einem konsistenten Zusammenhang fassen kann und nicht weiß, durch wen sie sich jeweils zeigt. Ich weiß nur, dass sie ist. *Scrivo «Potere» con la P maiuscola solo perché sinceramente non so in cosa consista questo nuovo Potere e chi lo rappresenti. So semplicemente che c'è.* (Scritti corsari, 45)

<sup>6</sup> Während auf der Ebene des Willentlichen und des Bewussten das Fernsehen in all den Jahren in der Dienstenschaft der Christdemokraten und des Vatikans gestanden hat, so war sie dennoch auf der Ebene des Unge wollten und Unbewussten bereits einer neuen Macht verpflichtet. Eine Macht, die mit den Christdemokraten nichts mehr gemein hat und die den Vatikan nicht mehr gebrauchen kann. *Se al livello della volontà e della consapevolezza la televisione in tutti questi anni è stata al servizio della democrazia cristiana e del Vaticano, al livello involontario e inconsapevole essa è stata invece al servizio di un nuovo potere, che non coincide più ideologicamente con la democrazia cristiana e non sa più che farsene del Vaticano.* (Scritti Corsari, 59)

<sup>7</sup> Heute haben – gleichsam auf einen Schlag und in einer Art von unvermitteltem Anbruch – die geschichtlichen Unterschiede und Einheiten ihre Bedeutung verloren, und zwar an eine Gleichstellung, die auf geradezu wundersame Weise den Traum einer klassenlosen Gesellschaft der Alten Macht verwirklicht. Was ist der Grund dieser Gleichstellung? Offensichtlich eine Neue Macht.



Schaustellerei beliebiger Werte in vorgefertigten Sinneffekt-Formaten. Weil diese Schau- stellerei stets eine entsprechende Ausstattung verlangt, ist sie zugleich die Vorgabe für die Herstellung der nötigen Requisiten. Durch die Auswertung erfassbarer und registrierbarer Effekte werden die Schaustellerformate der Medienwelt in Herstellungsformate der Waren- welt umgerechnet. Die hergestellten Güter und Dienstleistungen der Überflussgesellschaft sind in gleicher Weise Sinneffekt-Formate, die keinem anderen Zweck dienen, als wiederum zur Schau gestellt zu werden, so dass sich der Kreis schließt und sich alles um sich selbst dreht. Wo und wie das geschieht, ob im Fernsehen oder im Internet, in Ausstellungen oder Kon- zerten, auf der Straße oder zu Hause, am Ende auf und im menschlichen Körper, ist letztlich und schon längst gleichgültig. Die gesteigerte Fortpflanzung und Beschleunigung dieses Darstellungszwangs ist das, was heute in besonders effizienter Weise durch die neuen Medien und sozialen Netzwerke übernommen wird. Im Zeitalter der Kybernetik dient alles Wirkliche in irgendeiner Weise dazu, bestimmte Formate von Sinn durch bestimmte Werte darzu- stellen. Noch einmal zeigt sich, dass die naive Unterscheidung von Realem und Virtuellem oder von Analogem und Digitalem dem Wesen der Kybernetik nicht gerecht werden kann. Zudem müssen wir anerkennen, dass weder die Medienwelt noch die Warenwelt die eigent- lichen Ursachen dieser Entwicklung sein können, weil es in der Welt der Kybernetik keine *causa* mehr im klassischen Sinne gibt. Diese ist durch die selbstbezüglichen Steuerkreisläufe der Netzwerke ersetzt. Deshalb sind die (neuen) Medien auch nicht eine finstre Macht und die Weltwirtschaft ist nicht eine geheime Verschwörung. Dass aber in allen Ecken der Welt und millionenfach und zur selben Zeit dieselbe Gleichschaltung der Massen und Beschlag- nahmung der Wirklichkeit unaufhaltsam fortschreitet, kann schlichtweg nicht durch Ur- sachen und Wirkungen erklärt werden, die sich von einem Wirklichen auf ein anderes über- tragen, sondern nur durch das Walten einer Macht, die über alles Wirkliche hinaus alles Einzelne im Ganzen umso fester im Griff hat. Das erkennt Pasolini als die Neue Macht.

## Imitation

Indem wir erkennen, dass das Walten der neuen Macht sich im Vorstellungshorizont des Wirklichen als solches nicht zeigen kann, Grund und Wesen des Wirklichen aber nichts anderes sind als das Walten dieser Macht, fragen wir schließlich, in welcher Weise sich der Bezug in diesem Unterschied (zwischen Wirklichem und Grund des Wirklichen) auszeichnet.

---

*Oggi – quasi di colpo, in una specie di Avvento – distinzione e unificazione storica hanno ceduto il posto a una omologazione che realizza quasi miracolosamente il sogno interclassista del vecchio Potere. A cosa è dovuta tale omologazione? Evidentemente a un nuovo Potere.* (Scritti corsari, 45)

Der erste Hauptsatz der körperlich-mimischen Sprache (des Fernsehens, Anm.) ist der folgende: «Die Macht hat entschieden, dass wir alle gleich sind.» Der Konsumdruck ist ein beklemmender Gehorsam auf eine Anweisung, die nicht ausdrücklich ausgesprochen ist. *La proposizione prima di tale linguaggio fisico-mimico è infatti la seguente: «Il Potere ha deciso che noi siamo tutti uguali.» L'ansia del consumo è un'ansia di obbedienza a un ordine non pronunciato.* (Scritti corsari, 60)

Es ist die Neue Macht, die das Wirkliche loslässt in die totale Steuerung und Kontrolle der kybernetischen Gleichstellungskreise. Ein Erscheinen als solches, frei von allen Wirkbezügen kann deshalb im und durch das fertige Wirkliche nicht (mehr) ins Offene der Vernehmbarkeit aufbrechen. Der Grund bleibt ohne Gesicht.<sup>8</sup> Dabei ist das Wirkliche samt seiner Wirkbezüge in die Unbedingtheit einer Notwendigkeit gezwungen, die allen bisherigen Erfahrungen der Menschheit gemäß einzig aus Quellen des Erscheinens entspringen konnte, die entschieden ein Anderes *sind* als das Wirkliche. Die Reinheit und Ganzheit und Einigkeit dieses Erscheinens sind in einem wesentlichen Wissen als solche, d. h. als das Andere gegründet und so als Grund des Wirklichen bestimmt. Dieses Wissen in allen seinen geschichtlichen Gestalten ist die Metaphysik. Es ist die metaphysische Menschheit, die Prinzipien, Gesetze und Ordnungen des Wirklichen als solchen und im Ganzen einrichtet, so dass die Erfahrung dieses Wissens das Prägende der Geschichte der abendländischen Menschheit ist. Ein Grundzug im Walten der Neuen Macht ist zwangsläufig eine innere Abkehr von allem, was zur alten metaphysischen Ordnung der Dinge gehört. Denn diese erhebt den Anspruch, in eine andere, nämlich höhere Ordnung der Wirklichkeit zu gehören und also Grund und Wesen der Gesetze und Ordnungen des Wirklichen zu sein. Im Horizont der Metaphysik ist das losgelassene und sich selbst überlassene Wirkliche, das ausschließlich durch seine und in seinen Wirkbezügen erscheint, immer das Unwahre, weil ihm der beständige Halt und die beziehende Mitte durch Grund und Wesen, die das Erscheinen als solches in das Offene der Vernehmbarkeit tragen, fehlt. Die Alte Macht als unverfälschte Metaphysik ist somit immer ein Einspruch gegen die Vorstellung vom fertigen Wirklichen und gegen die Sinnleere der Kybernetik. Im Gesichtskreis der Neuen Macht ist der metaphysische Anspruch der Alten Macht im Ganzen hingegen unnützlich und allein deshalb immer das unbedingt zu Vernichtende, weil jedes metaphysische Prinzip ein Abbruch der Gleichstellung zu Werten ist und in der Folge eine strukturelle Ineffizienz bedeutet, die der Beschleunigung der Implementierung des Wirklichen notwendigerweise zuwiderläuft. Die Neue Macht tritt demzufolge gerade nicht in eine offene Auseinandersetzung mit der Alten Macht, und zwar, weil sie über den Vorstellungshorizont des fertigen Wirklichen nicht hinauskommt. Sie betreibt daher ausschließlich ihre Ersetzung. Und zwar durch die Gleichstellung metaphysischer Prinzipien zu Werten.

Wir hatten gesehen, dass weder Formate noch Werte des fertigen Wirklichen an sich Bestand haben, weil ihr Grundzug das bloße und stets flüchtige Andauern ist. Weil aber Beständigkeit der Anwesenheit das metaphysische Erbe ist, dem sich die Neue Macht auch und gerade in ihrer Abkehr nicht entziehen kann, bleibt einzig, dass sie im und durch das Flüchtige beständig walten muss. Denn ohne Beständigkeit der sich ständig neu ermächtigenden Macht vergeht die Macht in Ohnmacht. Die Neue Macht verlangt deshalb vor allem und nichts so

---

<sup>8</sup> Die Macht ohne Gesicht (*Il Potere senza volto*). Unter diesem Titel erscheint einer der Artikel Pasolinis über den Zusammenhang von Medien und Wohlstandsgesellschaft. (*Scritti corsari*, 45)

sehr wie die beständige Sicherung des ununterbrochenen Weitertreibens der bloßen und flüchtigen Dauer. Die neue Macht ist die Macht des Neuen – des stets Flüchtigen, Leeren und immer Gleichgültigen, oder kurz, die Macht des Verbrauchenmüssens. Weil und solange die Neue Macht durch ihre Abkehr von der Metaphysik in ihr verfangen bleibt, und weil und solange das Verfängliche dabei für das Dasein des Menschen in keinem Wissen eigens erkannt ist, erscheint das von der Neuen Macht zum Wert bestellte Wirkliche für sie selbst immer als sich selbst vollkommen genügend, für den Blick hingegen, der das Wesen der Neuen Macht ahnt, immer als Imitation.

Zur Einrichtung ihres andauernden Waltens sind wiederum oberste Leitwerte nötig, die in der Lage sind, die verbindliche Ordnungskraft und die unumstößlichen Gesetze metaphysischer Prinzipien auf der Ebene des Wirklichen zu imitieren. Wie wir schon weiter oben gesehen hatten, gilt: je mehr diese Werte von allem Sinn entbunden sind, desto mehr inneres Übersteigerungspotential und daher umso mehr geeignet für die Implementierung als Leitwert. Die Herrschaft dieser Werte ist das sichtbarste Zeichen der heutigen Menschheit. Wir sehen überall zur Schau gestellt die gleichen rastlosen Kreisläufe des Herstellens und Verbrauchens, die in keinem denkbaren Zustand des Wirklichen eine Erfüllung oder ein grundsätzliches Ende oder irgend ein Maß des Genügens finden können. Die Werte haben keinen eigentlichen Inhalt, sondern sind Anweisungen und Befehle zum bloßen Mehr. Wir sehen heute mehr denn je, wie diese Leitwerte die wesentlichen Bereiche der menschlichen Existenz beherrschen. Die Ökonomie etwa verwertet alles zu noch mehr Wohlstand, die Medien verwerten alles zu noch mehr Unterhaltung, die Wissenschaften verwerten alles zu noch mehr Fortschritt. Der einfache und unerbittliche Befehl an die Wirklichkeit lautet: Macht umwillen von mehr Macht. Die unter der Hand waltende Imitation des Alten bleibt dabei noch immer und stets spürbar. Wir ahnen nämlich, dass die Entscheidungen zu mehr Wohlstand letztlich Imitate des Guten sind, das Verführerische der Unterhaltung letztlich Imitate des Schönen, das mathematisch Evidente des Fortschritts letztlich Imitate des Wahren. Der metaphysische Geschmack dieser Imitationen dringt nicht nur im einzelnen Wirklichen immer wieder durch, sondern auch in der Beschlagnehmung des Ganzen durch die Leitwerte der Neuen Macht. Weil diese Beschlagnehmung immer die Verstellung eines nicht mehr gegründeten und nicht mehr zu gründenden Grundes ist, bleibt die Herrschaft der obersten Leitwerte der Neuen Macht stets und unausweichlich ein wackliges und windiges Unterfangen und die Menschheit zutiefst von allem Vertrauen (auf ein gediegenes Wesen im Ganzen) ausgeschlossen. So beschlagnahmt das Streben nach Wohlstand das Ganze des menschlichen Handelns und verstellt zugleich jeden ursprünglichen Sinn von Ganz-Sein-Können, der Zwang zur Unterhaltung beschlagnahmt und verstellt das Ganze der sinnlichen Erfahrung und Wahrnehmung, der Fortschrittsglaube das Ganze des Wissens. Die Herrschaft der Wertvorstellungen des Verbrauchenmüssens und der Nützlichkeit, implementiert ins kybernetisches Optimierungskalkül, ist ein Übergriff auf das Wesen des Menschen, der zeigt,

wie die Neue Macht die Verstellung und Ersetzung des Metaphysischen betreibt. Die Optimierungskalküle ersetzen die Ethik, die Unterhaltungsprogramme der Medien ersetzen die Kunst, die Wissenschaften die Philosophie. Die Imitation des Wirklichen sowohl im Einzelnen als auch im Ganzen ist nichts anderes als die totale Gleichstellung von allem zu Formaten und Werten der Nützlichkeit und des Verbrauchs. Ohne Massenmedien ist die Herrschaft der totalen Gleichstellung undenkbar. Denn sie stellen dem Menschen schonungslos in alle Bereiche seiner Existenz nach, um ununterbrochen und überall die unbedingte Gleichstellung als einzige Wahrheit zur Schau zu stellen.<sup>9</sup> Pasolini schreibt dazu:

Im Phantombild des bislang noch nicht gezeichneten Gesichts der neuen Macht scheinen, wenn auch vage, gewisse «moderne» Züge durch. Nämlich vor allem die Toleranz der hedonistischen Ideologie [Verbrauch und Nützlichkeit, Anm.], die sich vollkommen selbst genügt, aber auch das Unerbittliche an ihnen in ihrer grundsätzlichen Unterdrückung. Denn die Toleranz ist in Wahrheit falsch. Es wurde noch nie eine Menschheit gezwungen, so normal und angepasst zu sein, wie sie es als Verbraucher sein muss. Und was den Hedonismus angeht [was die Herrschaft der Leitwerte betrifft, Anm.], so ist offensichtlich, dass sich darin eine Entscheidung verbirgt, alles Wirkliche von vornherein mit einer Schonungslosigkeit zu Werten zu formatieren, die in der gesamten Geschichte einzigartig ist.

*L'identikit di questo volto ancora bianco del nuovo Potere attribuisce vagamente ad esso dei tratti «moderni», dovuti alla tolleranza e una ideologia edonistica perfettamente autosufficiente: ma anche dei tratti feroci e sostanzialmente repressivi: la tolleranza è infatti falsa, perché in realtà nessun uomo ha mai dovuto essere tanto normale e conformista come il consumatore; e quanto all'edonismo, esso nasconde evidentemente una decisione a preordinare tutto con una spietatezza che la storia non ha mai conosciuto. [...] (Scritti corsari, 46)*

Das offene Aufklaffen der Herrschaft der Neuen Macht zeigt sich heute am deutlichsten im Machtanspruch, der durch die Medialisierung an alles Wirkliche ergeht. Dabei setzt sich, wie wir gesehen hatten, die Verbreitung eines kybernetischen ökonomischen Modells durch, das ausschließlich von Nützlichkeit und Verbrauch bestimmt ist. Dass ein Modell, in dessen Schemata nichts als Imitationen von Grundsätzlichem in Endlosschleifen verarbeitet werden, sich von Grund auf der Herrschaft von Welt und Mensch bemächtigt, ist in jeder Hinsicht

---

<sup>9</sup> Es ist ein Gleichstellungswerk in Gang gesetzt, das alles Authentische und Eigenständige vernichtet. Und zwar, indem es – wie ich schon gesagt habe – seine Modelle implementiert. Nämlich die Modelle einer neuen Industrialisierung, die sich nicht mehr damit zufrieden gibt, dass «der Mensch konsumiert», sondern die den Anspruch stellt, dass gar keine anderen Vorstellungen mehr denkbar sind als die des Verbrauchs. [...] Die Verantwortung des Fernsehens in diesem Ganzen ist enorm. Und das nicht nur als «technisches Verfahren», sondern als Instrument der Macht und als Macht selbst. [...] Denn durch den Geist des Fernsehens manifestiert sich im Einzelnen der Geist der Neuen Macht.

*Ha cominciato un'opera di omologazione distruttrice di ogni autenticità e concretezza. Ha imposto cioè – come dicevo – i suoi modelli: che sono i modelli della nuova industrializzazione, la quale non si accontenta più di «uomo che consuma», ma pretende che non siano concepibili altre ideologie che quella del consumo. [...] La responsabilità della televisione, in tutto questo, è enorme. Non certo in quanto «mezzo tecnico», ma in quanto strumento del potere e potere essa stessa. [...] È attraverso lo spirito della televisione che si manifesta in concreto lo spirito del nuovo potere. (Scritti corsari, 24)*

eine einzigartige Epoche der Geschichte. Denn das Neue der Neuen Macht ist einerseits nichts als die Abkehr des Alten, andererseits ganz anders als das Alte. Ihre Beispiellosigkeit bleibt unentdeckt, weil sich die Neue Macht die Einsicht verbaut, dass das Alte ein ganz Anderes ist als sie selbst, indem sie vor- und rückblickend alles immer schon gleichstellt hat. Dadurch ist sie zugleich von der Ahnung ausgeschlossen, dass die Ausweglosigkeit der unbedingten Macht (des Neuen) sich nur dann klären lässt, wenn ihre verfängliche Verstrickung mit dem Alten bewältigt werden kann. Wieder bemerken wir, dass wir dazu den Horizont des fertigen Wirklichen überschreiten müssen. Das ist es, wie wir gesehen haben, was die gewöhnliche Vorstellung am allerwenigsten wahr haben will, indem sie glauben macht, dass alles eine zwangsläufige und kontinuierliche historische Weiterentwicklung von sich gegenseitig bedingenden Wirkbezügen ist. Sie hält die rechnende Wertökonomie für die unumstößliche und ausweglose Wahrheit und richtet so die Welt für die totale und nachhaltige Beherrschung alles Wirklichen ein, zu deren Funktionär und Verwalter der Mensch bestellt ist, so dass er schließlich überzeugt ist, er selbst sei der Macher und Beherrscher der Macht.

Eine Möglichkeit außerhalb der kybernetischen Gleichstellungskreise rückbesinnlich und zukunfts offen die Aufmerksamkeit für ein anderes ökonomisches Denken zu wecken, wäre der Versuch zu verstehen, dass gerade die Verweigerung des Sinns in der Imitation durch die Neue Macht schon das Phänomen ist. Dazu ist es nötig, den ursprünglichen ökonomischen Sinn der Begriffe Wert, Format, Kybernetik, Implementation und anderer dergleichen zu klären, um sehen zu können, dass das, was Pasolini die Neue Macht nennt, nicht durch Mittel und Wege sichtbar werden kann, die dem Vorstellungshorizont des fertigen Wirklichen entstammen. Das Wagnis einer solchen Ökonomie liegt darin, mit aller Ernsthaftigkeit und der größten Verantwortung dem überwältigenden Andrang des unmittelbar Wirklichen zu entsagen zugunsten eines freien Blickes in das, was ist. Oder kurz gesagt, das Wagnis wäre das einer wirtlichen Ökonomie, wenn wirtlich heißt: den Spielraum gewähren, dass sich ein Wissen entfalte, in dem sich der Riss zwischen Grund des Erscheinens und Abgrund seiner Verweigerung in einem gediegenen Ganzen frei als solcher auszeichnen kann.

## V. Schluss

Das Thema in Pasolinis Film *Medea* ist das ungeklärte geschichtliche Verhältnis von gewesene-m Alten und (noch) unbewältigtem Neuen. Die Bemerkungen zu Pasolinis Einsicht in das Wesen des Fernsehens und der Medien sollten zeigen, dass es genau diese geschichtliche Fragwürdigkeit ist, die uns in der Welt der Medien, der Macht der Medien, der modernen Medienwirklichkeit begegnet. Im Film sie offen zur Sprache gebracht in einem kurzen Dialog zwischen dem Kentauren Chiron, dem Erzieher der Helden, und Iason, dem Anführer der Argonauten. Chiron tritt in Doppelgestalt des Alten und Neuen auf, des Heiligen und des Entheiligten (*sacro e sconscrato*). Er weiß um das gewesene Metaphysische, die Welt des alten Kentauren, dessen Sprache wir nicht mehr verstehen (*la sua logica è così diversa dalla nostra che non si potrebbe intendere*), und erfährt in seiner Doppelgestalt selbst das Verhängnis des Neuen, das seine Herkunft nicht mehr kennt. Iason hingegen existiert fraglos in der gewöhnlichen Vorstellung vom fertigen Wirklichen. Der neue Chiron eröffnet Iason die Wahrheit, indem er ihm sein innerstes Wesen enthüllt, nämlich seine Liebe zu Medea. Diese Liebe steht ganz im Zeichen des Alten und übersteigt Iasons gewöhnliche Vorstellungen und seinen berechnenden Charakter. (*E' sotto il suo segno [cioè: il vecchio centauro] che tu, al di fuori dei tuoi calcoli e della tua interpretazione, in realtà, ami Medea.*)

Iason: Und was nützt es mir, dass ich das alles weiß.      Giasone: E a che mi serve sapere tutto ciò

Kentaur: Nichts. Es ist die Wahrheit.      Centauro: A nulla. È la realtà.

Iason: Und du, warum sagst du mir es dann?      Giasone: E tu per quale ragione me lo dici?

Kentaur: Weil nichts den alten Kentauren davon abhalten kann, in dir diese Empfindungen wachsen zu lassen. Und mich, den neuen Kentaruen, nichts davon, sie Dir offen ins Gesicht zu sagen.      Centauro: Perché nulla potrebbe impedire al vecchio centauro di ispirare dei sentimenti. E a me, nuovo centauro, di esprimerli.

Alle Zitate stammen aus:

Pier Paolo Pasolini, *Scritti corsari*, Garzanti Editore s.p.a., Roma (1990).