

Die Wertemacher - Wer bestimmt, was wertvoll ist?

(Vortrag beim Jugendforum '81, München, 18./19.10.)

Scheinbar sind Medien Röhren. Vorne stopft man Informationen rein, hinten kommen sie wieder raus und das heißt ja Medium, zwischen. Der Reinstopfer heißt Sender, der Rauszieher heißt Empfänger, und die Röhre vermittelt zwischen beiden. Aber das ist nur scheinbar. Tatsächlich haben die Medien zusätzliche Vorrichtungen, die ihnen vorne aufgesetzt, mitten hinein eingebaut und hinten beigefügt werden. Diese medialen Prothesen und Epithesen erst charakterisieren, was gegenwärtig mit dem Wort Mediengesellschaft gemeint ist. Mein Beitrag hier, wird sich auf eine einzige Medienprothese beschränken. Nämlich auf jenes Raster, das der oberen Rohröffnung aufsitzt und dem wir unsere Werte verdanken.

Die Funktion dieses ausgeklügelten Mundstücks soll vor Augen geführt werden. Die Umwelt ist voller Information, das heißt unwahrscheinlicher Situationen. Hier ein fünfbeiniges Kalb, dort einer, der seine Mutter zersägt und in Koffern als Bahnpakete versendet. Dort wieder ein Krieg im Herzen des schwarzesten Afrika oder des weißesten Europas. In diese brodelnde Informationssuppe tauchen die Medien alltäglich, allnächtlich, allstündlich, ja wenn es um Teletext geht, allsekündlich ein, um daraus wie Pipetten etwas zu saugen und dann an uns, an ihrem Rohrende wartenden Säuglinge, zu vermitteln. Demnach ist die Hauptfunktion der Medien wählen und die wichtigste an sie zu richtende Frage ist, warum eigentlich empfangen wir gerade das fünfbeinige Kalb und nicht den Muttermörder? Antwort: Weil im gegebenen Augenblick die Rasterprothese das Kalb höher als den Muttermord geschätzt hat.

Man kann auf zwei Methoden wählen, nach Kriterien oder blindlings. Das ist für den Empfänger nachträglich nicht mehr zu unterscheiden. Ob die Schätzung einer Botschaft nach einer vorgefaßten Wertskala oder intuitiv getroffen wurde, was heraus kommt ist immer wertvoll, denn wertvoll heißt ja übermittelt. Dasselbe läßt sich auch etwas formaler sagen. Für die traditionelle Kultur ist Wert, was sein soll. Der Vorteil der medialen im Vergleich zur traditionellen ist, daß man früher über Werte streiten konnte. Der eine sagt, dies sei ein wertvolles Kunstwerk, der andere, dies sei Schund. Der eine sagt, dies sei ein großer Mann, der andere, dies sei ein Trottel. In der Mediengesellschaft kann es nur Wertkonsens geben. Denn je öfter ein Mensch durch die Medien geht, desto wertvoller ist es. Je öfter ein Mensch drin erscheint, desto bedeutender ist er. Und die Frage, wie die Medien wählen, ist im medialen Sinn metaphysisch.

Mein Beitrag wird diese metaphysische Frage stellen, schon weil ja der Einleitung zu diesen Fragen geschrieben steht, daß ich

unmetaphysisch denke. Ich will also in den Fußstapfen des Aristoteles schreiten und nach Schilderung der Erscheinung, griechisch *physis*, diese hinterfragen (*metá tē physikē*), in diesem Fall in ihr Mundstück schauen.

Ich sprach von Raster. Das ist eine mit Löchern versehene Scheibe. Der Ozean der Informationen umspült sie, aber nur jene dringen durch, die mehr oder weniger in die einzelnen Löcher passen. Anders gesagt: Für die Medien ist Information, was in eins ihrer Löcher paßt und alles übrige ist keine. Es gibt zum Beispiel ein Loch, das fünfbeinige Kälber hindurchläßt aber keins für vierbeinige. Damit verschiebt sich die metaphysische Frage auf "Wer schneidet die Löcher in die Scheiben?" Und warum schneidet er diese und nicht andere Löcher?" Die Antwort ist ernüchternd. Der Löcherschneider ist hauptberuflich selbst Säugling am anderen Ende des Rohrs und er schneidet sie so, damit sie säugerfreundlich seien. Die Erfahrung zeigt, und die Kommunikationstheorie bestätigt dies, daß fünfbeinige Kälber saugbarer sind als vierbeinige. Und dies aus folgender Überlegung: Fünfbeinige Kälber sind seltener als vierbeinige. Also fallen sie auf, auch wenn man sich beim Zusehen nicht anstrengt. Vierbeinige mögen bei angestrengtem Zusehen viel interessanter sein, weil sie das Wesen der Kälber besser als fünfbeinige zeigen. Aber das eben macht sie medial uninteressant. Sie verlangen Anstrengung bei Ihrem Empfangen.

Was hier umgangsgesprächlich ausgedrückt wurde, läßt sich auch zivilisiert sagen, aber eben: zivilisiertes Sprechen paßt nicht in mediale Röhren. Zivilisiert gesagt meint, das eben angeführte, daß Kommunikation und Information umgekehrt prozioniert sind. Je besser ich kommuniziere, desto weniger informiere ich. Medien sind Röhren für Kommunizieren kommunizierende Gefäße. Sie sollen nicht informieren. Aber etwas müssen sie doch, liegen sie denn nicht in der Informationsgesellschaft? Also kommunizieren sie fünfbeinige Kälber. Das informiert weniger als vierbeinige und kommuniziert sich leichter.

Erster Hauptsatz: Was nicht kommuniziert wird ist nicht und je mehr kommuniziert es ist, desto mehr ist es.

Zweiter Hauptsatz: Alles was kommuniziert ist, ist etwas wert und je mehr es kommuniziert wird, desto wertvoller ist es.

Dritter Hauptsatz: Wer kommunizieren will, darf wenig informieren.

Diese drei medialen Hauptsätze erlauben die hier gestellte Frage einer Antwort näher zu kommen "Die Wertemacher - Wer bestimmt, was wertvoll ist?"

Die Wertemacher sind die Medien. Und wer bestimmt was wertvoll ist, sind die drei oben angeführten kommunikologischen Prinzipien, auf denen sie beruhen.

Daraus ist leider folgender Schluß zu ziehen: Der eben gebotene Beitrag ist vollkommen wertlos. Außer selbstredend, Sie und ich würden einander zublinzeln in stummer Verschwörung: alle Leute um uns herum sind selbstverständlich Opfer der Mediengesellschaft. nur wir nicht.

Die Wertemacher - Wer bestimmt, was wertvoll ist?

(Vortrag beim Jugendforum '91, München, 18./19.10.)

Scheinbar sind Medien Röhren. Vorne stopft man Informationen rein, hinten kommen sie wieder raus und das heißt ja Medium, zwischen. Der Reinstopfer heißt Sender, der Rauszieher heißt Empfänger, und die Röhre vermittelt zwischen beiden. Aber das ist nur scheinbar. Tatsächlich haben die Medien zusätzliche Vorrichtungen, die ihnen vorne aufgesetzt, mitten hinein eingebaut und hinten beigefügt werden. Diese medialen Prothesen und Epithesen erst charakterisieren, was gegenwärtig mit dem Wort Mediengesellschaft gemeint ist. Mein Beitrag hier, wird sich auf eine einzige Medienprothese beschränken. Nämlich auf jenes Raster, das der oberen Rohröffnung aufsitzt und dem wir unsere Werte verdanken.

Die Funktion dieses ausgeklügelten Mundstücks soll vor Augen geführt werden. Die Umwelt ist voller Information, das heißt unwahrscheinlicher Situationen. Hier ein fünfbeiniges Kalb, dort einer, der seine Mutter zersägt und in Koffern als Bahnpakete versendet. Dort wieder ein Krieg im Herzen des schwarzesten Afrika oder des weißesten Europas. In diese brodelnde Informationssuppe tauchen die Medien alltäglich, allnächtlich, allstündlich, ja wenn es um Teletext geht, allsekündlich ein, um daraus wie Pipetten etwas zu saugen und dann an uns, an ihrem Rohrende wartenden Säuglinge, zu vermitteln. Demnach ist die Hauptfunktion der Medien wählen und die wichtigste an sie zu richtende Frage ist, warum eigentlich empfangen wir gerade das fünfbeinige Kalb und nicht den Muttermörder? Antwort: Weil im gegebenen Augenblick die Rasterprothese das Kalb höher als den Muttermord geschätzt hat.

Man kann auf zwei Methoden wählen, nach Kriterien oder blindlings. Das ist für den Empfänger nachträglich nicht mehr zu unterscheiden. Ob die Schätzung einer Botschaft nach einer vorgefaßten Werteskala oder intuitiv getroffen wurde, was heraus kommt ist immer wertvoll, denn wertvoll heißt ja übermittelt. Dasselbe läßt sich auch etwas formaler sagen. Für die traditionelle Kultur ist Wert, was sein soll. Der Vorteil der medialen im Vergleich zur traditionellen ist, daß man früher über Werte streiten konnte. Der eine sagt, dies sei ein wertvolles Kunstwerk, der andere, dies sei Schund. Der eine sagt, dies sei ein großer Mann, der andere, dies sei ein Trottel. In der Mediengesellschaft kann es nur Wertkonsens geben. Denn je öfter ein Bild durch die Medien geht, desto wertvoller ist es. Je öfter ein Mensch drin erscheint, desto bedeutender ist er. Und die Frage, wie die Medien wählen, ist im medialen Sinn metaphysisch.

Mein Beitrag wird diese metaphysische Frage stellen, schon weil ja der Einleitung zu diesen Fragen geschrieben steht, daß ich

