

Zeitschrift: Neue Wege : Beiträge zu Religion und Sozialismus
Herausgeber: Vereinigung Freundinnen und Freunde der Neuen Wege
Band: 89 (1995)
Heft: 7-8

Rubrik: Kolumne aus der Welt der Medien : Misere der Massen - Macht der Medien

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 09.03.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Misere der Massen – Macht der Medien

«...nehme Vorlieb und denk
an die, die noch vergnügt ist, darum,
weil der entzückende Tag uns anschien.»

Hölderlin, Hyperion-Fragment
aus der Wahnsinnszeit

Das Ereignis war, zeitgemäss, in den Medien, bevor es verifiziert, erst recht bevor es gedeutet war. «In den Medien» heisst, auch dies zeitgemäss, in den elektronischen Medien Fernsehen und Radio (nicht zufällig in geschichtlich umgekehrter, also zeitgemäss ungeschichtlicher Reihenfolge). Man hatte mit einer repräsentativen Stichprobe die Akteure gefragt, wie sie stimmen würden, und hochrechnen können: 57 Prozent würden für die Medienmacht Silvio Berlusconi stimmen. Und 56 Prozent taten es dann auch. Man kann nicht einmal behaupten, ein Prozent habe sich immerhin unberechenbar und eigenwillig verhalten – dieses eine Prozent Differenz *ist* unberechenbar, liegt in der Toleranz, sogar wenn Abweichung nicht toleriert würde.

Die Stimme der Publikumspixel

Niemand wird bestraft, der nicht so stimmt, wie er es dem Befrager vorher angibt – es bleibt ja auch allen verborgen, ausser dem allfälligen Abweichler selber. Aber offensichtlich ist der Akteur als Publikumspixel – als Leuchtpunkt im elektromagnetisch generierten Bildfeld der Masse Publikum – an *Konformisierung* gewohnt und ebenso bereit, das Stimmgeheimnis preiszugeben, wie er bereit ist, sich selber konform zu bleiben, also seine Deklaration wahrzumachen.

Wozu aber haben die Jasager mit dem Nein ja gesagt? Zur Freiheit, zur Demokratie, behauptete Berlusconi vieltausendfach in seinen Spots vor der Abstimmung. Nach

seinem Sieg – der schon als *sein* Sieg seine Aussage Lügen straft – bestätigte er, in der Staffage des Büros eines Staatspräsidenten und über sämtliche Fernsehsender, auch die der noch staatlichen RAI: «Der 11. Juni war ein grosser Tag für unsere Demokratie und unsere Freiheit. Ich danke jedem einzelnen Wähler, der nein gesagt hat zu einer willkürlichen und ungerechten Forderung.» Berlusconi verlas diese Sätze in der ihm eigenen emotionskargen, steif-lockeren, steril aufgeräumten Weise, die nicht nur bewusst zu der angeheizten Begeisterung in den Studios seiner drei landesweiten Fernsehketten kontrastiert, sondern auch das einzige Register ist, über das er – nebst dem Geld – verfügt.

Diktatur der Langeweile

Berlusconis Auftritte sind ausgesprochen langweilig. Nicht nur, wenn er abliest – die Rechte auf die Zeile fixiert, damit er sie wiederfindet, wenn er den Blick von der Kamera aufs Blatt zurückzieht –, auch wenn er in einem Interview frei, aber nicht minder phantasielos referiert. Für RAI I setzte er sich vor ein Fenster seiner Villa (für deren Kauf er wegen Steuerbetrugs vor Gericht zitiert wird), und während der Befrager, der nur via Bildschirm ihm gegenüber sass, sich im Studio hilflos gestikulierend bemühte, den Redefluss mit «ecco, Dottore Berlusconi» zu unterbrechen, um endlich eine Frage stellen zu können, sprach dieser unbeirrt von den schlaflosen Nächten, die er durchgestanden haben will,

um den Italienerinnen und Italienern das Fernsehen zu schenken, das sie verdienten, und davon, wozu er den Sieg nutzen will: von seiner Rückkehr zur politischen Macht. All dies in der sturen Monotonie amerikanischer Regierungssprecher. Offensichtlich suggeriert sie Zuverlässigkeit, Gelassenheit, Souveränität.

Wodurch aber fasziniert die *Einförmigkeit des lauten Dauervergnügens* auf den Berlusconi-Sendern (und, unter deren Konkurrenzdruck, auch auf denen der RAI, was Berlusconi stolz als Erfolg herausstreicht)? Warum durchschaut das Publikum nicht die Diktatur der Langeweile? Worin besteht der Gewinn, ein Pixel im medial geschaffenen zweidimensionalen Weltbild zu sein? Nur darin, wenigstens angesprochen zu werden, den persönlichen Dank nicht nur des «Cavalieri» Berlusconi zu erhalten, sondern auch all der Showmaster, Quizmaster und Moderatorinnen – den Dank dafür, sich eingesetzt zu haben, «dass die Freiheit weiterbestehe», den Dank dafür, an der rastlosen Aufgeregtheit am Bildschirm als Menschenrecht festhalten zu wollen? Nur darin, in der ganzen Alltagsmisere wenigstens einen Erholungsraum zu finden, auf dem man immer auch vorkommt: vertreten durch das Publikum im Studio, und vielleicht sogar einmal auch selber via Telefon?

Geld kommt vor Politik

Warum merkt das Publikum nicht, dass es dauernd angelogen wird? Es wird *nicht angesprochen, sondern visiert* – visiert als Konsument und Konformist. Es entscheidet sich weder für die Freiheit noch für die Demokratie, sondern für die Diktatur der Langeweile. Es stimmt nicht für das Weiterbestehen des Privatfernsehens, sondern dafür, dass es in Berlusconis Händen bleibt – und Berlusconi hat ja mit seinen Verkaufsverhandlungen längst bewiesen, dass es auch ohne seine Aktienmehrheit im gleichen Stil weitergehen wird.

Das Publikum stimmt überhaupt nicht für ein bestimmtes Fernsehen, sondern *für Berlusconis politisches Comeback*. Und wenn dieser in seiner Dankesadresse vor

allem von diesem Comeback spricht und sich dafür bereit erklärt, die Mehrheit seiner Anteile an seinen drei Ketten zu verkaufen, so beweist er damit nicht nur den politischen Hauptzweck seiner Abstimmungskampagne, sondern auch die Tatsache, dass er die Mehrheitsbeteiligung gar nicht braucht, um, mit oder ohne Wahlsieg im Herbst, seine Macht zu behalten. Er wird sich, so oder so, auch in der RAI wieder einmischen können. Schon in seiner kurzen Regierungszeit hat er sie politisch nach Möglichkeit kastriert. Wird er gewählt, wird er sie auf politischem Weg weiter in die Menge nehmen können; wird er aber nicht gewählt, so kann er sich in die teilprivatisierte RAI einkaufen.

Das meiste von alledem legt Berlusconi offen dar; der Rest lässt sich ohne überdurchschnittliche Denkschärfe aus seinen Worten schliessen. Vor allem dies: dass das Kernproblem nicht der gleichzeitige Besitz der politischen Macht kraft eines Amtes und der medialen Macht kraft des Geldes ist, sondern einzig der *Besitz der Geldmacht über die Medien*. Nicht einmal die Konzentration der Geldmacht in der Hand eines Einzelnen ist das Problem. Das Problem ist der Besitz der Geldmacht in den Händen Gleichgesinnter, ob sie nun in FIN-INVEST oder TIME-WARNER oder sonst einem Medienunternehmen die Fäden ziehen. Darum kann Berlusconi gelassen das linke Fussgelenk auf das rechte Knie ziehen und erklären, er stelle sich dem Volk zur Verfügung, wenn es ihn denn wolle – wolle es aber nicht, so sei ihm auch die Opposition recht. So oder so verfügt er über die Wähler, die sich zu Publikumspixeln haben machen lassen.

Warum? Nur darum, weil die Welt, in der sie leben, nicht mehr so ist, dass man vergnügt sein kann, «weil der entzückende Tag uns anschien»? Als Hölderlin dies schrieb, lebte er in einer Welt, in der nicht nur die äusseren, sondern auch seine inneren Lebensbedingungen alles andere als vergnüglich waren. Das Medium aber war die selber gesprochene Sprache, die eigenhändig geschriebene Schrift.

Hanspeter Gschwend