

# Der Original-Ton Eine Medienerzählung

Nikolaus Wegmann

*To know what was generally believed in all ages the way is  
to consult the liturgies.*

John Selden (1584-1654)

*What is said matches the way it feels.*

Robert Pinsky (1940)

Massenmedien haben keinen guten Ruf. Abwertungen kommen wie im Reflex. Man hält sie für Propaganda und Manipulation und macht sie für Verflachung und Banalisierung verantwortlich. Das alles verdichtet sich zur Gewissheit, dass die Massenmedien schlecht informieren und ihnen nicht zu trauen ist.<sup>1</sup> Doch wie immer bei einem in Topoi organisierten Wissen, gibt es auch eine zweite, gegenläufige Gewissheit. Und auch sie ist Teil des allgemeinen Wissens. Diese zweite Wahrheit besagt, dass es zu den Massenmedien keine Alternative gibt. »Was wir über unsere Gesellschaft, ja über die Welt, in der wir leben, wissen, wissen wir durch die Massenmedien.«<sup>2</sup> Ohne Fernsehen, so die lebenspraktische Variante zu dieser medientheoretischen Sentenz, kann man in unserer Gesellschaft nicht leben.

Die Realität der Massenmedien liegt in der Spannung zwischen diesen zwei Gewissheiten. Sie verteilen sich demnach nicht auf zwei Parteien, die sich je einer dieser kodifizierten Wahrheiten zuordnen und dann über das richtige Wissen streiten. Man schaltet vielmehr ein, sieht fern, liest Zeitung oder hört Rundfunk, *obwohl man weiß*, dass man von den Medien schlecht informiert wird. Das alles ist nicht Ausdruck eines gespaltenen Bewusstseins. Eher ist zu fragen, wieso wir, statt abzuschalten, so viel Zeit mit diesen Massenmedien verbringen. Warum lässt man sich auf diesen Zugang zur Welt ein, wenn man immer schon an der Qualität des massenmedialen *accessus* zweifelt?

I

Eine Antwort auf diese Frage liegt in der keineswegs schlichten Tatsache, dass die Medien *Geschichten erzählen*. Das ist ein Stück weit sofort plausibel.

Man denkt dann an solche Geschichten, die von »Menschen« erzählen, an »Stories« mit »human interest«, und an plots, die die Welt im »Hollywood-Format« darstellen. Laut den Selbstbeschreibungen der Medien sind dies Geschichten, die beim Konsumenten immer ankommen, und sie tun dies, obwohl in medienpädagogischer Absicht wieder und wieder darauf hingewiesen wird, dass solche Geschichten die wirkliche Wirklichkeit gar nicht erreichen und es besser sei, sich seines eigenen Verstandes zu bemühen. Weniger bekannt ist dagegen ein zweites Erzählgenre. Dabei ist es nicht minder weit verbreitet: Weder sind seine Narrative auf bestimmte Einzelmedien beschränkt noch sind sie gebunden an einen bestimmten Stil oder Schwierigkeitsgrad. Diese anderen Erzählungen erzählen weniger von Menschen als von Medien und sie können so *Medienerzählungen* heißen.<sup>3</sup>

Diese Erzählungen sind nicht das, was eine kritische Mediensoziologie »Ideologien der Massenmedien« nennt und als Rechtfertigung nimmt, um diese falschen Darstellungen mit einer richtigen, weil ideologiekritischen Sicht zu ersetzen. Groß ist auch der Abstand zu einer technischen Theorie der Medien, die ihre Darstellung der Welt der Medien auf ein mathematisches bzw. ingenieurwissenschaftliches Wissen gründet und die Medien daher auch nicht verstehen will, sondern sie als technische Apparaturen behandelt, über die man das Entscheidende nur erfährt, wenn man sie aufschraubt und ihr Inneres als Schaltanordnung freilegt.<sup>4</sup> Was die Option für den Begriff der Medienerzählung jedoch mit dieser technischen Sicht teilt, ist die Überzeugung, dass Medien definieren, was wirklich ist: Auch der Medienerzählung als narratives Wissen über die Medien wird hier unterstellt, dass sie die Wahrnehmung der Medienwelt strukturiert. Sie erreicht diesen unwahrscheinlichen Effekt nicht zuletzt, weil auch für sie gilt, was für alle *gut erzählten* Geschichten gilt: Man hört aufmerksam zu, bleibt dran und unterwirft sich ihrem Zauber auch dann, wenn sie einem schon bekannt vorkommt. Die Medienerzählung muss nicht immer neu sein. Schließlich ist sie weder eine Nachricht noch eine simple Information, und sie muss um ihrer Glaubwürdigkeit willen auch nicht konsistent sein. Das heißt nicht, dass es keine Einwände oder Zweifel geben kann. Doch die kognitive Kritik an einer Medienerzählung kommt schwer gegen den Sog einer Erzählung an, die nicht eine bloße Verpackung für ein exaktes wissenschaftliches Wissen ist und also auch nicht auf ihre Richtigkeit überprüft bzw. korrigiert werden kann. Die Medienerzählung, und darin könnte ihr Erfolg liegen, erzählt nur, *wie es zugeht in der Welt der Medien*.<sup>5</sup>

## II

Ein Beispiel für eine solche Medienerzählung, so die These für das Folgende, ist der Originalton als Insel der Gewissheit und des Vertrauens inmitten einer Welt, in der Kommunikation typischerweise misslingt. Das stellt zugleich klar, dass der Originalton kein substantielles Etwas ist, eine ursprüngliche Realität, die in ihrer angeblichen Authentizität nicht (mehr) Teil der Welt der Medien ist. Zum anderen ist er auch mehr als nur eine je konkrete Gegenständlichkeit, etwa eine als »Tonkonserve« aufgezeichnete Interviewstimme oder ein wörtlich wiedergegebenes Zitat.<sup>6</sup> Der Originalton interessiert hier vielmehr als Teil der medialen Kommunikation. Dazu braucht es eine dichte Beschreibung, die seinen Ort und seine Funktionen in der Welt der Medien bestimmt. Ausgangspunkt für diese Beschreibung ist daher kein spezieller Mechanismus der Aufzeichnung, etwa eine technische Innovation, die als Durchbruch in der Geschichte der Aufzeichnungsmedien das Phänomen eines originalen Tons allererst möglich machen soll, und die sich dann in die soziale Kommunikation hinein selbst forzeugt. Im Zentrum steht vielmehr eine in unendlich vielen Varianten gesellschaftsweit kursierende Erzählung, die den Originalton als eine Wirkung thematisiert, deren positive Macht so unbestreitbar wie schwer bestimmbar ist. Diese Wirkung eines originalen Tons auf einen Hörer ist das, was dieses »Medium« gegenüber allen anderen auszeichnet. Entsprechend zielt die Poetik dieses Narrativs auf die überzeugende Darstellung dieser besonderen Qualität. Kürzer, und näher zur Epistemologie des Erzählens: zwischen Begreifen und Erzählen besteht ein Zusammenhang.<sup>7</sup> Das Folgende zielt dann auch nicht auf eine Decouvrierung dieser Erzählung als einer bloßen Illusion im Sinne eines unzureichenden Verständnisses einer eigentlichen Realität des Originaltons. Erst in der konkreten Erzählung, so die »ontologische« Gegenthese, gewinnt dieses Medium seine kommunikative Realität.<sup>8</sup>

Bei einer solchen kulturalistischen Sicht des Phänomens ist man auf Einzelfälle verwiesen. *Den* Originalton als Kondensat einer begriffslogischen Entschlüsselung wird es nicht geben. Zum Originalton als Medienerzählung gibt es keine tiefere Wahrheit, auf die er als ein bloßes Oberflächenphänomen zurückgeführt werden kann. Wenn es ein allgemeine Wissen gibt, dann ist es ein Wissen, das in den vielen einzelnen Geschichten, in denen der Originalton kursiert, exempla für ein durchlaufendes Erzählmuster oder Erzählschema erkennt. Dieses allgemeine Wissen ist keines, das nur der Medienwissenschaft vorbehalten ist. Mustererkennung – (pattern recognition) praktiziert auch der, der beim Zuhören begreift, dass die Geschichte von einem originalen Ton eine Geschichte über Vertrauen und Gewissheit in der Welt der Medien ist.

## III

Die folgende Szene ist ein Fund aus den unüberschaubar vielen Geschichten über einen originalen Ton. Auch der Fundort, hier ist es ein Zeitungs-Feuilleton, ist eher zufällig. Der Text sticht nicht weiter hervor. Es ist kein irgendwie folgenreiches Dokument. Auch ist der Autor nicht berühmt. Er ist ein Redakteur im Dienst, der morgen über etwas ganz anderes schreiben wird. Die Szene selbst ist ein Ausschnitt aus dem Alltag öffentlicher Politik und Kultur. Es handelt sich um die Eröffnungsveranstaltung zu einer Tagung zu einem aktuellen Thema, hier: Europa und sein Verhältnis zu den USA. Ein Standardthema also. Der Artikel informiert über diese Veranstaltung und er ist dabei, so kann der Leser vermuten, in seiner Darstellung nahe an der Empirie eines Ereignisses, das man in seiner Durchschnittlichkeit schon zu Genüge kennt, gleich ob aus ähnlichen Darstellungen oder aus eigenem Erleben. Man weiß dann auch, dass das, was zu solchen Gelegenheiten stattfindet, den Regeln massenmedial kalkulierter Politik folgt. Medienberater und professionelle Öffentlichkeitsarbeit sind hier selbstverständlich.

Die Erzählung beginnt, indem genau dieser mediale Normalkontext aufgerufen wird.<sup>9</sup> So ist es auch an diesem Abend und an diesem Ort – diesmal ist es Duisburg – so, wie es immer ist: Wo die »Medien« sind, ist etwas los, doch was bei einem solchen »Medienereignis« stattfindet, ist, wie der erfahrene Mediennutzer weiß, nicht wirklich von Belang. Schon der Leadsatz des Artikels erinnert an das Inflationäre solcher Ereignisse: »Überall wird die EU-Erweiterung gefeiert«, also jetzt auch hier, in Duisburg. Und wie immer gibt es zu einem solchen Anlass Honoratiorenreden, und wie immer sind diese Auftritte als Teil der sogenannten Medienöffentlichkeit eigentlich nichtssagend und gleichförmig. Ob es nun »eine Oberbürgermeisterin« ist, »die brav ablas, was ein eifriger Referent ihr aufgeschrieben hat«, oder ein »Ministerpräsident, der vor allem [...] witzig sein und ankommen will«, es ist alles, wie es immer ist.

Doch all das ist nur der Teil der Geschichte, der erzählt werden muss, damit das wirkliche mediale Ereignis um so besser in Szene gesetzt werden kann. Mit einem Mal ist alles anders, obwohl doch auch das, was sich jetzt ereignet, in diesem Rahmen stattfindet. Dieser Einbruch einer anderen Qualität hat wenig damit zu tun, dass jetzt ein besonders prominenter Redner spricht. Hier ist es Altbundeskanzler Helmut Schmidt. Prominenz ist bei diesen Anlässen ja genau das, was man erwartet. Es sind auch nicht unbekannte oder besonders gedankenvolle Argumente, die den Unterschied machen. Dramatik bringt – und damit auch das, was überhaupt die Erzählung als solche motiviert und

dem Leser eine spannende Geschichte verspricht – sein Auftritt, genauer: es ist der Einsatz seiner Stimme als eines Mediums, das auf einmal alle Beschränktheiten aufhebt und das die Welt der Mediendemokratie und PR-Rhetorik als *dagegen* beschränkt und unwichtig erscheinen lässt. Mehr noch: den Originalton scheint es hier nur als diesen *Unterschied* im Feld der Medien zu geben.

»Der Bundeskanzler a.D. ist fünfundachtzig Jahre alt, und das Gehen ist ihm beschwerlich [...] Doch als er, weitgehend frei, zu reden beginnt, füllt genau die Stimme den Raum, die vor einem Vierteljahrhundert die bundesdeutsche Politik geprägt hat, und ruft die Erinnerung wach: hanseatisch, etwas überartikuliert und mit dieser leichten Reizung behaftet, in der das Bedürfnis, doch bitte verstanden zu werden, als kleine Ungeduld anschlägt.« Die Stimme kommt vor jedem thematischen Einsatz. Sie füllt den Raum, sie ist präsent und sie ist darin als ein wiedererkanntes *Original* eine besondere Qualität, der sich der Berichterstatter nicht entziehen kann oder will. Sie ist es, die den Reporter, der vielleicht nur über diese Veranstaltung informieren wollte, zu einem Erzähler macht, der *dabei gewesen* ist. Als Augenzeuge, besser: Ohrenzeuge kann er gar nicht anders als die präsentische Kraft der Schmidtschen Stimme (»Schmidt Schnauze«) zu bezeugen. Er gibt den Status eines bloßen Berichterstatters auf und wird statt dessen zum Erzähler, der ein weiteres Mal die Magie des Originaltons bezeugt. Gemessen an dem, was an diesem Abend auch noch geschieht, ist das, was erzählt wird besonders. Doch die Erzählung selbst ist nur wieder einmal mehr eine Variation der immer schon bekannten Medienerzählung von der Existenz eines originalen Tons als eines Mediums, das einen positiven Unterschied macht.

Tritt die Stimme im Modus eines Originaltons auf, meint dies mehr als nur die sprechende Stimme selbst. Zum akustischen Medium Originalton zählt, wie diese Referenz-Erzählung klarstellt, auch Gestik und Mimik.<sup>10</sup> Die Körperhetorik ist ein Verstärker, der aus einer bloßen Stimme einen Originalton macht. Originalton ist Körperstimme. Der Körper, seine schiere Physis bis hin zu Haltung und Auftreten, ist der erste Kontext: »Die einst schwarzen Haare sind weiß, doch der Habitus, in dem er den Kopf neigt, ist der bekannte.« Alles entscheidend an dieser besonderen Stimme ist ihre Wirkung. Der Originalton ist, wie gesagt, allererst an seiner Wirkung zu erkennen, und folglich muss die von ihm handelnde Medienerzählung diese so besondere Eigenschaft, die ja jetzt kein Leser selber hören kann, als *Präsentifikation* evident werden lassen. Einen wirklichen Originalton, so heißt es, hört man nicht ohne Anteilnahme. Er schlägt seine Zuhörer in Bann. In dem Augenblick, in dem er spricht und da ist, gibt es nichts mehr, was die Aufmerksamkeit von ihm

ablenkt. Er ist ein Präsenzmedium.<sup>11</sup> Es gibt keine Diskrepanz zwischen der akustischen Dimension und dem Körper, der Haltung, in der gesprochen wird, und dem, was gesagt wird. Diese als Ausnahme wahrgenommene *Stimmigkeit* wird gerade nicht einer antrainierten schauspielerischen Leistung zugeschrieben. Der Originalton ist als Ereignis echt, oder, wie es hier explizit heißt, er hat »Aura«. Aura meint hier weniger den Verweis in eine *difficile* Begriffsgeschichte, sondern ist vielmehr Teil einer allgemein bekannten Parallelsemantik von »Faszination« und »Faszinosum« als Bezeichnung für die *Realitätsgewissheit einer Wirklichkeit*: Nichts ist wirklicher als das Faszinierende, weil das Fasziniertsein als Modus der Rezeption mit höchster Aufmerksamkeit einhergeht.

Diese Stimme fasziniert, weil sie einerseits nah ist, und in dieser Nähe auf der Seite der Zuhörer ein gesteigertes Involviertsein entstehen lässt. Andererseits wird bei aller Nähe, in der diese Stimme zu sein scheint, sie letztlich dennoch nicht erreicht. Ihre Wirkung wird nicht in einem »einmaligen« Akt des schlichten Medien-Konsums verbraucht. Es bleibt bei einer unerreichbaren Nähe, die wiederum in einer Wirkung auf den Zuhörer kulminiert, in der er bereit ist, der Stimme freiwillig zu folgen: Ohne jeden Zweifel an ihrem Wahrheitsgehalt, scheint in diesem Moment des intensiven, anteilnehmenden Zuhörens auch die Bereitschaft gegeben, ihr Autorität zuzuerkennen: »Die Aura des *elder statesman*, die ihn umgibt, unterstreicht seine Autorität.«

Der Erzähler ist demnach gerade nicht der kühle Beobachter. Er nimmt all dies nur wahr, weil er *spürt*, wie die Zuhörer im Raum reagieren. Und er nimmt dies wahr, weil er selber unter dieser Stimme zu einem Teil des Publikums wird, das diese Stimme adressiert, ja kraft ihrer Wirkung zumindest für die Zeit, in der sie spricht, entstehen lässt: »Das Publikum in der vollbesetzten ehemaligen Kraftwerkzentrale des Hüttenwerkes in Meiderich spürt das sofort. In seinem heftigen Applaus überlagern Emotionen die Anerkennung.« Wird eine Stimme derart als Originalton akzeptiert, genauer: wenn die originale Stimme als ein ungeplantes und unerwartetes Ereignis aus den mehr oder minder zufällig Anwesenden ein Publikum macht, dann ist aus dem bloßen Hören ein Zuhören geworden.<sup>12</sup>

Und was sagt ein Redner, dessen Stimme als Originalton anerkannt wird? Was immer er im einzelnen zu einer konkreten Sache sagt oder nicht sagt, seiner Rede wird eine Bedeutung zugeschrieben, die keine der anderen Reden, die auch noch gehalten werden, erreichen kann. Die besondere Bedeutung kommt nicht aus einem Argument, sondern aus dem – so die Erzählung! – als Ereignis wahrgenommenen Abstand zu dem, wie man hier sonst spricht, und wie man es auch an diesem Abend in Duisburg eigentlich erwartet hat. Jetzt

spricht »ein Altbundeskanzler, der mit allem was er sagt, für seine Überzeugungen steht.« Es ist ein Unterschied, der als Wahrnehmung nicht verallgemeinert wird. Jedenfalls bietet die Erzählung, trotz ihrer Rahmung durch das Feuilleton, keine Abstraktion. Diese so ausführlich und dramatisch nach-erzählte Wahrnehmung fungiert als Fundament der Glaubwürdigkeit: (auch) ein Helmut Schmidt, so die Logik der Erzählung von einem originalen Ton, wirkt erst im Kontrast zur (schlechten) Welt der Massenmedien glaubwürdig. Anders gesagt: Die Erzählung vom originalen Ton dramatisiert die unmögliche Differenz zwischen massenmedialer und authentischer Kommunikation, und indem sie dies tut, schreibt sie in die Welt der Medien eine Unterscheidung zwischen Vertrauen und Unzuverlässigkeit ein: »So wird sein (d.i. H. Schmidt) Auftritt unversehens zu einer Demonstration über das politische Personal.« Die Wahrnehmung dieser Differenz, jetzt, hier, an diesem Abend und bei den hier sprechenden Rednern, befähigt zum klaren *Urteil*. Der originale Ton trägt in die Welt der Medien den wertenden Unterschied zwischen »falsch« und »wahr« ein: Wer ihn hören kann, der hat keinen Zweifel mehr, wem zu trauen ist und wem nicht.

Dabei ist die originale Stimme nicht das Vorgängige und Erste zu einer Welt, die von dieser *glaubwürdigen Form der Kommunikation* abgefallen ist.<sup>13</sup> Vielmehr ist davon auszugehen, dass die Behauptung eines Authentischen erst als nachträgliche Erfindung zu einer allgemein problematischen oder gar defizitären kommunikativen Situation Evidenz gewinnt.

Dazu mehr, und dies mit einer Anleihe aus der Theorie. Mit der Ausdifferenzierung einer Gesellschaft, die Sprache benutzt und Symbole verwendet, und dies ganz besonders in einer massenmedial organisierten Welt, entsteht, so Niklas Luhmann, »das Problem des Irrtums und der Täuschung, des unabsichtlichen und des absichtlichen Missbrauchs der Symbole«.<sup>14</sup> Entscheidend ist dabei jedoch, dass dieses Problem mehr ist als nur die Möglichkeit, dass Kommunikation gelegentlich missglückt. Wenn Kommunikation falsch laufen kann, dann heißt dies, dass dieses Fehlgehen »jederzeit passieren kann«, und somit das Problem einer irrenden Kommunikation auch »jederzeit präsent« ist.<sup>15</sup> Demnach ist die nicht ausschließbare Möglichkeit einer falschen Kommunikation ein Universalproblem; und man kann vermuten, dass es sich auch und gerade im allgegenwärtigen Misstrauen gegenüber massenmedialer Kommunikation zeigt. Trifft diese allgemeine Problemskizze zu, gibt es aus der laufenden Kommunikation heraus einen Bedarf an Vorkehrungen, die dieses Risiko eines fundamentalen Zweifelns über die Möglichkeiten der Kommunikation gering halten. Soll das Misstrauen nicht so groß werden, dass man tatsächlich abschaltet und sich aus der Welt der Massenmedien zu-

rückzieht bzw. ihnen nur noch als gänzlich unverbindliches Geschehen Aufmerksamkeit zuwendet, muss man entscheiden können, welcher Stimme man vertraut und welcher besser nicht. Der originale Ton, so die hier vorgeschlagene These, ist als Medienerzählung eine dieser Gegen-Erfindungen zur prinzipiellen Unzuverlässigkeit der Kommunikation.

## IV

Die Medienerzählung vom Originalton ist nicht die einzige Erzählung von einer durch Vertrauen und Gewissheit ausgezeichneten massenmedialen Kommunikation. Eine der bekanntesten Parallel-Geschichten ist die Utopie eines zwei-kanaligen Radios, wie sie u.a. die emanzipatorische Radiotheorie von Bertolt Brecht kanonisiert.<sup>16</sup> Hier ist es der »Rückkanal«, der es möglich machen soll, dass das starre Schema von (einem) Sender und (vielen) Empfängern aufgebrochen und symmetrisiert werden kann, auf dass sich der bloße Distributionsapparat in einen genuinen Kommunikationsapparat verwandelt. Und auch hier wird eine (technische) Besonderheit ins Prinzipielle gezogen, soll doch nach dieser *Ballade vom Rundfunk* nicht nur mehr oder anders, sondern authentischer und verlässlicher kommuniziert werden. Zweikanalrundfunk wie Originalton sind so beides Medien, von denen erzählt wird, dass sie eigentlich gar keine Massenmedien (mehr) sind, oder wenn doch, dann von solcher Art, dass sie in die Welt der Medien einen Unterschied bringen, der es erlaubt, den Beschränkungen massenmedialer Kommunikation zu entkommen. Doch anders als die technische Utopie, die als Zukunftsgeschichte noch immer auf ihre Verwirklichung wartet<sup>17</sup>, ist der Originalton eine Alltagsrealität. Denn so können wir wissen, dass wir *nur im Normalfall* schlecht informiert werden.



## Anmerkungen

- 1 Jörg Requate: Von der Gewißheit, falsch informiert zu werden, In: *Obsessionen. Beherrschende Gedanken im wissenschaftlichen Zeitalter*. Hrsg. v. Michael Jeismann. Frankfurt/M: Suhrkamp 1995. S. 272-292.
- 2 Sagt Niklas Luhmann als ersten Satz in seiner Monographie: *Die Realität der Massenmedien*. Opladen: Westdeutscher Verlag. 2. erw. Ausgabe 1996. S. 9.
- 3 Die Wichtigkeit des Erzählens wird in vorwiegend medien-technischen oder sozialwissenschaftlichen Beschreibungen der Massenmedien nicht immer anerkannt. Zwei Referenzen seien genannt: Norbert Bolz sieht im Geschichtenerzählen einen entscheidenden Faktor für die Attraktivität der Medien. Allerdings bleiben die von ihm beobachteten Geschichten im Kanon der bekannten plots and stories. Siehe zuletzt: Dirk Baecker, Norbert Bolz und Wolfgang Hagen: *Über das Tempo der Massenmedien und die Langsamkeit ihrer Beobachter*. In: *Warum haben Sie keinen Fernseher, Herr Luhmann? Letzte Gespräche mit N. Luhmann*. Hrsg. v. Alexander Kluge, Norbert Bolz und Wolfgang Hagen. Berlin: Kadmos 2004. S. 109-144. Bes. S. 129. Anders Michael Rutschky. Er gebraucht den Terminus »Medienerzählung« explizit und immer wieder. Er stellt die aktuelle Realität der Massenmedien so dar, als sei der Terminus für deren Beobachtung einfach unverzichtbar, auch ohne nähere begriffliche Explikation: Medien sind eine große »Erzählmaschinerie« und Mediennutzer »das Publikum der großen Medienerzählung«. Siehe M. Rutschky: *Die Nervosität des Gerhard S.* In: taz Nr. 7310 vom 16.3.2004. Seite 15. Auch dieser Versuch über die »Medienerzählung« sichtet (noch) nicht das detaillierte Wissen der Erzähltheorie.
- 4 Das alles ist - auch am Paradigma der akustischen Medien - nachzulesen bei Friedrich Kittler: *Das Ohr. Zur Geschichte der audiovisuellen Technologien*. Die Augenlust ist in diesem Sinn verdächtig. Interview mit Bion Steinborn und Christine von Eichel-Streiber. In: *Filmfaust*. Heft 73 (1989). S. 16-41. Hier S. 19.
- 5 Typisch für die Medienerzählung sind Formen der Wiederholung (Variation, Episode, Ritual): Es bleibt so viel konstant, um das jeweils Erzählte als Wiederholung einer Geschichte zu erkennen – und es wird so viel variiert, um einmal mehr die Aufmerksamkeit der Zuhörer zu sichern.
- 6 Der Originalton ist vielmehr eine Verhältnisbestimmung zwischen einer getreuen Wiedergabe im Sinne einer Quelle und einer dagegen als unzuverlässig wahrgenommenen Darstellung.
- 7 Das sagt der Mythos von der großen Erzählung ebenso wie die aktuelle Narrationstheorie. Kronzeuge für beide ist Walter Benjamin: *Der Erzähler. Betrachtungen zum Werk Nikolai Lesskows*, in: *W. Benjamin: Gesammelte Schriften*. Bd. II, 2. Frankfurt am Main 1977. S. 438-465.
- 8 Das heißt nicht, dass alle Medienwissenschaft nur noch Analyse von Medienerzählungen sein soll. Philologen könnte diese Perspektive jedoch locken, das Wissen ihrer Disziplin auch an diesem Ort auszutesten.
- 9 Es handelt sich um einen Text von Adreas Rossmann: *Der Stellvertreter*. Deutsche Szene: Helmut Schmidt setzt in Duisburg Akzente. In: *Frankfurter Allgemeine Zeitung* vom 26.4.2004. S. 33. Der gesamte Text ist nicht länger als eine Spalte. Die folgenden Zitate sind diesem Artikel entnommen.
- 10 Karl-Heinz Göttert: *Geschichte der Stimme*. München: Fink 1998.
- 11 Erhellend in der polemischen Gegenstellung zur interpretierenden Deutung: Hans Ulrich Gumbrecht: *Diesseits der Hermeneutik. Über die Produktion von Präsenz*. Frankfurt/M: Suhrkamp 2004.

- 12 Die Medienerzählung vom Originalton legt nahe, dass sie als eine glaubwürdige Form der Kommunikation von Manipulation und Verführung unterschieden ist. Dass dies eine zu einfache Sicht sein könnte, zeigt der Beitrag von Muriel Favre (in diesem Band) über den Gebrauch des Originaltons in der Medienpolitik der Nationalsozialisten.
- 13 Das Modell ist alt. So hat man etwa schon im 18. Jh. in den Texten der literarischen Empfindsamkeit den Sprung aus der Rhetorik in das Reich des Naiven behauptet - mit den Mitteln der Rhetorik.
- 14 Niklas Luhmann: Die Gesellschaft der Gesellschaft. 2 Bde. Frankfurt/M: Suhrkamp 1997. Bd. 1. S. 225.
- 15 Luhmanns Quelle, Roy Rappaport, formuliert diese Grundszene als eine dramatische Situation ohne Ausweg: »The Problem of falsehood is not merely that of falsehood itself, nor even of its direct effects, as devastating as they may be, but of the corrosive distrust bred by falsehood's mere possibility«. Roy A. Rappaport: Ecology, Meaning, and Religion. Richmond, CA 1979. S. 229 (zitiert nach N. Luhmann: Die Gesellschaft der Gesellschaft. Bd. 1. S. 225).
- 16 Hier die genauen Titel: Der Rundfunk als Kommunikationsapparat. Rede über die Funktion des Rundfunks (1932/33) und Vorschläge für den Intendanten des Rundfunks (1928/29). In: Bertolt Brecht: Werke. Bd. 21. Schriften I. Berlin u.a. 1989. S. 552-557 und S. 215-217.
- 17 Wahrscheinlicher ist wohl Enzensbergers Sicht der Dinge, wonach sich nicht wenige Utopien inzwischen verwirklicht haben, nur anders als gedacht. Am Beispiel: Demokratie sei längst erreicht, stehe doch heute jeder und jedes Fahrzeug unterschiedslos in demselben Stau.