

2 Japan und der Westen als differenzielle Einheit der Zivilisation

2.1 Japan und der Westen: Moderne als Einheit der Differenz

Schamgrenzen der Zivilisation:
Verpackung von Körper und Raum

Als die schwarzen Schiffe (*kurofune*) des amerikanischen Kommodore Perry 1853 vor Uraga auftauchen, erzwingen sie militärisch den politischen und ökonomischen Anschluß Japans an die westliche Zivilisation. Ihre Okzidentierung stößt hier an die pazifische Mauer, an ihre Grenze zur Wildnis zweiter Ordnung, ihre Grenze zur fernöstlichen Zivilisation, zum asiatischen, nie eroberten, isolierten Feudalstaat. Kurz nur überlegt die japanische Seite, dem Kommodore und seinen Offizieren Frauen zu schicken, um sie in ihrem aggressiven Anliegen zu besänftigen. Doch nach kurzem Ringen fällt in der Spitze der Gesellschaft eine andere Entscheidung: Japan wird sich die westliche Zivilisation zum Vorbild nehmen und sich technisch, politisch und sozial mit atemberaubender Geschwindigkeit modernisieren. In den 140 Jahren bis zum Platzen der japanischen bubble-economy wird eher Japan den Westen zivilisieren als umgekehrt: Die Insel wird immer neue kulturelle Rätsel aufgeben und Beschreibungsmuster provozieren. Festmachen läßt sich das am besten an den Japan-Diskursen, die aus seiner Gegenüberstellung mit dem Westen eine differenzielle Einheit der Zivilisation entwickeln.

Macht ist in Japan schon seit der Einigung des Landes durch Oda Nobunaga und Toyotomi Hideyoshi im Jahre 1590 zentralstaatlich verfaßt. Obwohl die überhandnehmende katholische Mission die Toku-

gawa-Regierung 1635 zur Isolation des Landes bewog, ist der Außenkontakt auf der Ebene des Handels 220 Jahre lang nicht abgebrochen. Die ostindische Kompanie, die erste Aktiengesellschaft der Welt, gegründet in den protestantischen Niederlanden, schlägt auf der künstlich aufgeschütteten Insel Deshima vor Nagasaki in jedem Jahr mehrere Schiffsladungen um. So gelangen nicht nur Waren, sondern auch westliche Wissenschaft und Medizin nach Japan. Als 1858 auf Druck der USA die (noch) „ungleichen Handelsverträge“ abgeschlossen werden, geht es aber nicht mehr nur um Kohle für Dampfschiffe auf ihrem Weg durch den Pazifik. Vielmehr wird die fremde Kultur und unbekannte Subjektivität dem „Selbstverständigungsdiskurs“, der „Meta-Erzählung“ (Lyotard) der Moderne einverleibt. Zwar ist die japanische Kultur in besonderem Maße rezeptiv: Sie hat bereits den Buddhismus aus Indien, die Schrift aus China, den Reisanbau aus Korea und die Waffentechnologie aus den westlichen Ländern integriert und all diesen fremdkulturellen Elemente im eigenen Kontext eine neue Färbung verpaßt. Nun aber sickern auch noch die Begriffe zur Konstruktion kultureller Identität nach Japan ein und generieren eine kulturelle Umschrift zweiter Ordnung, die Spuren am Körper hinterläßt.

Die Zivilisation bricht ein in die Vorstellungen von Gesundheit und Mode, von weiblicher Schönheit und von textiler Schichtung des Körpers und Raumes, Schamgrenzen geraten in Bewegung. Das öffentliche Gemeinschaftsbad in Yokohama und Osaka wird nach Beschwerden westlicher Besucher unterbunden. Mit der Meiji-Restauration und der Begeisterung für die westliche Medizin beginnt bei Geburten die Rückenlage die Sitz- oder Hocklage zu verdrängen. Nebenfrauen werden gesetzlich verboten. Äußerlich ist also der Einfluß westlicher Normen stark. Aber die importierten Regeln schlagen nicht wirklich auf die emotionale Tiefenschicht der japanischen Kultur durch. Shimada Shingo verdeutlicht das am japanischen Verhältnis von Sexualität und Scham.¹

In christlichen Kulturen sind Sexualität und Scham unmittelbar miteinander verknüpft. Sexualität impliziert Schuld und Sünde, sie öffentlich zu praktizieren, ist schamlos. In Japan jedoch steht sie nicht im moralischen Kontext, sondern impliziert – unbeschadet der Tabuisierung der weiblichen Menstruation – körperliches Wohlbefinden und Gesundheit. Scham resultiert daher in Japan nicht unmittelbar aus der Wahrnehmung von Nacktheit, sondern hat selbst zwei Ebenen (bzw. Schichten). Erstens ist die japanische Toleranz gegenüber Nacktheit selbst vom Ort der Nacktheit abhängig. So kann ein Vermieter seinen Mieter im eigenen Haus durchaus in Unterwäsche empfangen. Zweitens aber löst scham-

1 Shimada 1994: 181-188.

lose Nacktheit in der Öffentlichkeit, z.B. im heißen Bad (*sentô* oder *on-sen*), als Regelverletzung bei den Anwesenden, nicht beim nackten Ethnologen, Scham (zweiter Ordnung) aus. Diese Scham entspringt also keinem Bewußtsein individueller Schuld, sondern einer situativen Wahrnehmung der Regelverletzung durch andere.²

Wenn nicht das Verletzen fester Kleiderordnungen oder Verhaltensregeln, sondern erst der Kontext der Situation oder die Umstände eines Auftritts Schamgefühle hervorrufen, so ist die Definition, Beschriftung und Verpackung des Raumes von besonderer Bedeutung. Das traditionelle japanische Haus weist seinen Räumen keine klare Funktion zu, sondern ist flexibel geschichtet und umbaubar. Die Grenze zwischen Privatleben und Öffentlichkeit ist verschiebbar wie die japanischen Türen, welche das Haus in drei Schichten verpacken: *amado* (Regentüren) schützen gegen Taifune, die weißen *shôji* (Papierschiebetüren) begrenzen die Zimmer und die bemalten *fusuma* schmücken ihn weiter aus. Bis heute verfügt jede japanische Wohnung über ein Zimmer mit einem Fußboden aus *tatami* (Reisstrohmatten) mit einem niedrigen Tisch, an dem man knieend seinen Gästen den Tee serviert.

Schon die traditionelle japanische Stadt kennt keine identifizierende, klare Stadtmauer. Ihr Raum ist nicht auf ein politisches Zentrum hin strukturiert, sondern unübersichtlich, die Hausnummern sind nach Baujahr vergeben, die Adressen ohne Wegbeschreibung des Hausherrn kaum zu finden. Zwar wurde mit der Industrieausstellung von 1878 versucht, die Idee der Perspektive, der Sichtbarkeit der Stadt, nach Japan zu importieren. Aber auch der zwölfstöckige Turm von Asakusa, das erste Hochhaus Japans, das beim Erdbeben von 1923 zerstört wurde, oder der 1958 dem Pariser Eiffelturm nachempfundene, rote Fernsehturm Tokyo Tower sind lediglich Zitate der europäischen Raumordnung. Tokio ist bis heute eine Ansammlung von Dörfern. Seine *sakariba* (Vergnügungsviertel) an der Ringlinie Yamanote generieren keinen fixen politischen Raum, sondern historisch wandernde Orientierungspunkte der Zirkulation: Ginza war das Zentrum der 1920er Jahre, Shinjuku stieg während der Hochwachstumsphase der 1960er Jahre zum Zielpunkt der Migranten auf, Shibuya ist erst seit den 1980er Jahren der Treffpunkt der pendelnden Vorstadtkids.³ Während für die westliche Kultur die klare Differenz zwischen Öffentlichkeit und Privatsphäre grundlegend ist und ihr massenmediales Aufweichen zur Diagnose des Narzißmus berechtigt, wird die japanische Achsialisierung des Soziallebens über mehrere Begriffspaare umrissen.

2 Shimada 1994: 199-207.

3 Yoshimi 2002.

Privat/öffentlich versus *uchi/soto*,
honne/tatema, *ura/omote*, *giri/ninjō*

Der Psychologe Kimura Bin hat in Anlehnung an Herder und den japanischen Philosophen Watsuji Tetsurō versucht, die japanische Subjektivität im Klima und in der Natur der Inseln zu verankern. Weil die Japaner sich von Anfang an einer übermächtigen Natur mit Erdbeben, Vulkanen und Taifunen ausgeliefert sahen, mußten sie, anders als die Menschen im milden Klima Europas, eine duldende, einfühlsame, rezeptive Haltung zu ihrer Umwelt entwickeln. Mehr noch: sie waren für ihre tägliche Arbeit in der Agrargesellschaft elementar aufeinander angewiesen. Aus dieser Notwendigkeit heraus bildeten sich in Japan weiche psychische Strukturen aus, deren temporäre Muster in jeder Situation in der sozialen Kommunikation neu ausgehandelt werden müssen. So hat die japanische Sprache bekanntlich zahlreiche Personalpronomen sowie Prä- und Suffixe, die Geschlechterverhältnisse, soziale Hierarchien und Höflichkeitsgrade ausdrücken und nuancieren. Das japanische Wort für Mensch: *ningen*, ist selbst zusammengesetzt aus den Kanji (chinesischen Schriftzeichen) für „Mensch“ und „Zwischenraum“. Japan erlebt sich als den Naturgewalten schutzlos ausgesetzt und bringt wechselhafte, spontane, planlose Menschen hervor. Wichtiger als die westliche, zentralisierende Kategorie des freien, festen, individuellen Willens ist daher in Japan die der sozialen Reziprozität. Diese soziale Verpflichtung des Einzelnen (*giri*) im Rahmen der hierarchisch gegliederten Gesellschaft Japans läßt sich seinem subjektiven Gewissen, seiner Sittlichkeit (*ninjō*), begrifflich entgegensetzen.⁴

Dieser „Zwischenmenschlichkeit“ der Japaner entspringt eine kommunikative Kultur, welche den Konversationsstil stark am Empfänger ausrichtet. Das japanische Wort dafür: *omoiyari*, ist zu übersetzen mit „Empathie“, „Feingefühl“ oder „Mitleid“. Gruppen- oder Familienmitglieder reden daher untereinander völlig anders als mit Außenstehenden. Mit seiner wirklichen Meinung (*honne*) wird sich ein Japaner einem Fremden gegenüber zurückhalten, genauer: er wird an ihn denken und ihn deshalb nicht mit seinen eigenen Sorgen und Problemen belasten. Ihm gegenüber genügen Höflichkeiten und Floskeln (*tatema*). Meinungen und Urteile müssen im Rahmen bleiben, so daß beide Seiten das Gesicht wahren können. Die harten Diskussionen finden anderswo und mit anderen statt, nicht in der Öffentlichkeit. Auch Vertragsverhandlungen werden ungern in der formalen Atmosphäre des Büros geführt, sondern lieber in die ungezwungene Umgebung der *sakariba* verlegt.

4 Kimura 1995: 31-35. Shimada (2000: 115) kritisiert, daß Kimura ein blutsverwandtschaftliches Verhältnis zwischen allen Japanern unterstelle.

Hier, im vertrauten, informellen Innenbereich, kommen die wirklichen Meinungen (*honne*) zur Sprache. Die Vorstellung einer repräsentativen, klaren, offenen und öffentlichen Sprache ist der japanischen Psyche fremd. Sie wechselt mit dieser Schichtung des sozialen Raumes und Priorisierung von Kommunikation im vertrauten Kreis nicht nur die Wertigkeit von Öffentlichkeit und Privatsphäre, sondern bereichert sie auch um eine flexible, weiche, weibliche Tiefendimension.

Auch das Begriffspaar *uchi/soto* (innerhalb/außerhalb) gehört in diesen Zusammenhang. Das Wort *uchi* bezeichnet das eigene Haus bzw. seine Innenseite und kann daher auch für die erste Person Plural stehen. Der Begriff *soto* meint die Außenseite des Hauses. Die Dichotomie *omote/ura* (Vorderseite/Rückseite) ist im wesentlichen äquivalent. Die sichtbare Vorderseite (*omote*) generiert eine andere Kommunikation als die rückwärtige Seite (*ura*) des Hauses.⁵ Außen- und Innenbereich des Hauses lassen sich in erster Näherung als die traditionellen Sphären der Männer und der Frauen beschreiben. Das Wort *oku* ist zu übersetzen mit „Tiefe“ (oder „hinten“), *okusan* kann daher sowohl „Hausfrau“ als auch „Ihre Frau“ heißen. In der Tat hat die japanische Sprache bis heute kein Wort für „Ehefrau“, das mit dem Wort „Ehemann“ (*goshujin*) auf einer Stufe stünde. Infrage käme allenfalls das dem Englischen entlehnte *pâtonâ* (Partner). Die Brüche im japanischen Raum springen also auf die Psychen, Denkweisen und Weltbilder der Individuen über und verleiten dazu, den weichen Kontextualismus der fernöstlichen Insel der harten Identitätslogik der westlichen Kultur polar gegenüberzustellen.

Imperfekte Psyche, perfekte Funktion:

japanisches Dividuum (*kanjin*) und westliches Individuum (*kojin*)

Die japanische Niederlage im Zweiten Weltkrieg läutete erneut einen Modernisierungsschub ein. Das Schulsystem und der Volkssport Baseball wurden aus Amerika übernommen, und auch die moderne Wohnhausarchitektur hielt in Japan Einzug. Sogar die Institution des Badehauses geriet unter Druck. Dennoch hat sich die maternelle Prägung als Erklärungsmuster der japanischen Kultur gerade in den Jahren des wirtschaftlichen Aufbaus als resistent und nützlich erwiesen.

Der Arzt Kosawa Heisaku und sein Schüler Okonogi Keigo haben versucht, komplementär zum Ödipus-Komplex der westlichen Psychoanalyse einen japanischen Ajase-Komplex zu definieren. Dieses grob als Sehnsucht nach der Mutter umschriebene psychische Muster greift zurück auf den *amae*-Begriff von Doi Takeo und versucht zugleich, maso-

5 Shimada 1994: 126-132.

chistische Tendenzen in Japan aus der traumatischen Erfahrung der Trennung von der Mutter zu erklären. Tiefenpsychologisch betrachtet, gleicht das intensive Mutter-Kind-Verhältnis in Japan einer *sukinshippu* (vom englischen Wort skinship). Die Kleinkinder werden zumeist auf dem Rücken getragen und wachsen in einer Umgebung ohne Vater auf. Die Haltung der Mutter ist weitestgehend permissiv. Aber gerade weil sie unter den Taten ihres Kindes leidet, sie erduldet und ihm verzeiht, kann sie ihm ein spontanes Schuldgefühl einpflanzen und es an sich binden. Folgt man diesem Erklärungsmodell, so versucht das Kind später als Erwachsener, diese Schuld als Schuld gegenüber seiner Arbeitsgruppe abzutragen.⁶ So ist auch der japanische Firmenkrieger, der *sarariman*, eben nicht hart und durchsetzungsfähig, sondern schwach und unfähig, seinem Vorgesetzten zu widersprechen.

In der japanischen Gesellschaft bewegen sich noch heute Männer und Frauen meist in getrennten Welten. Die Büroarbeit der Männer und die Hausarbeit der Frauen sind räumlich, zeitlich und sozial weitgehend entkoppelt.⁷ Sogar dem Männertheater Nô steht seit 1912 das in Takarazuka gegründete gleichnamige Frauenrevuetheater gegenüber, das im Jahre 2001 mitten in Tokio ein neues Gebäude bezog. Diese getrennten Räume von Mann und Frau implizieren keine normative Einheit von Liebe, Ehe und Sexualität. Viele Ehemänner liefern noch immer brav ihr Geld zuhause ab und erhalten von ihrer Frau nur ein Taschengeld zum Pachinko-Spielen, Karaoke-Singen und Entspannen.⁸ Mädchen werden schon in ihrer Erziehung stark auf ihre Rolle als Hausfrau und Mutter verpflichtet und scheiden zumeist nach der Geburt des ersten Kindes aus dem Erwerbsleben aus. Die japanische Gesellschaft enttraditionalisiert sich nur langsam. Während das Gesetz die Gleichberechtigung formal garantiert, erschweren die steigende Arbeitslosigkeit und die rasante Alterung der Gesellschaft den Prozeß.

Der japanische Sozialpsychologe Hamaguchi Eshun entwickelte schließlich für die japanische, kontextuelle Fassung von Subjektivität den Begriff *kanjin*, indem er die Kanji für das japanische Wort Mensch (*ningen*) umdrehte, und setzte es dem japanischen Wort für Individuum (*kojin*) entgegen.⁹ Durch diese begriffliche Polarisierung von „individual“ und „contextual“ wurde das Verhältnis zwischen Japan und dem Westen umschreibbar in einen binären Schematismus der Systemtheorie. Peter Fuchs hat die japanische Psyche im Kontext funktionaler Differen-

6 Pörtner 1995. Kersten 1997: 76f. Okonogi 1990. Elschenbroich 1996: 21f.

7 Lenz/Mae 1997: 7-14. Weber 1997.

8 Duerr berichtet, daß japanische Männer in ihren schwachen Momenten keine Oben-ohne-Bars bevorzugen, sondern einen Kult der Vulva in Love-Hotels und Unten-Ohne-Bars pflegen. Duerr 1990: 235-243.

9 Hamaguchi 1990.

zierung als perfekte Imperfektion beschrieben. Indem die japanische Kultur die Semantik des Subjekts ausspart und den Einzelnen nicht isoliert, sondern in unterschiedlichen Kontexten immer wieder aufs neue sozialisiert, erzeugt sie ein Milieu psychischer Systeme, die sich ideal den Anforderungen unterschiedlicher Funktionssysteme anpassen.

„Die Notwendigkeit der Umstellung auf divduale Kommunikation (bei Entwicklung einer gleichsam daran unentwegt zweifelnden Semantik) unterscheidet den Anlauf der funktionalen Differenzierung in Europa vom Andocken Japans an diese (dann entwickelte) moderne Differenzierungsform. Die japanischen Einzelexemplare waren – auf Grund der dort entwickelten kommunikativen Strukturen – dividual, waren (und sind dem Vernehmen nach) ‚contextuals‘. Sie fügen sich nahtlos in die Polykontextualität der modernen Gesellschaft ein. Symptomatisch dafür ist die Hilflosigkeit, mit der in Japan selbst das gesucht wird, was es dort so noch nie gab: das Individuum und seine Einzigartigkeit. Man glaubt, in der Übernahme westlicher Beobachtungsroutinen, die Individuen bezeichnen, dem so Bezeichneten nicht nur einen semantischen, sondern einen Realitätswert zusprechen zu müssen, von dem her gesehen Japan defekt ist, wohingegen es, von den Erfordernissen funktionaler Differenzierung her, sich als perfekt erweist: Es präsentierte ein Tableau von nicht-idiosynkratischen (sich nicht singularisierenden) Bewußtseinen und stößt, traut man dem Hörensagen, erst dann auf Probleme, wenn es so sein will, wie westliche Unterscheidungen es nahelegen.“¹⁰

Kulturelle Fremdbeschreibung versus Autoskript der Zivilisation

Auch der Anschluß Japans an die Weltgesellschaft ist als (Export der) Umstellung von stratifikatorischer auf funktionale Differenzierung beschreibbar. Autor dieser Formulierung jedoch ist die Systemtheorie. Damit ergänzt sie lediglich eine lange Kette von Begriffstransfers, mit deren Hilfe wir seit seiner Öffnung seine kulturelle Identität zu erfassen versuchen. Shimada hat diesen Effekt auf allen Ebenen als „Erfindung Japans“ historisch durchgerechnet. Er zeigt anhand der Gegenüberstellung von westlichem Individuum und japanischem Kollektiv, von westlichem Monotheismus und japanischer Naturreligion, von westlichem Nationalstaat und japanischer Staatsreligion, wie Japan mithilfe entlehnter, fremder, übersetzter und integrierter Begriffe eine eigene Identität konstruierte und sich gerade damit dem Gesamtsystem der Zivilisation einfügte. Dem diplomatischen Öffnungsdruck aus dem Westen folgten Auslandsreisen japanischer Delegationen. In diesem abstrakten Prozeß des Austausches und der Angleichung sind Kultur und

10 Fuchs 1995: 73f.

System, sind Japan und der Westen nicht mehr zu unterscheiden.¹¹ Das (selbst-)konstruierte Japan gehört zum Programm der Moderne.

Indem die Systemtheorie Zivilisation und funktionale Differenzierung ineinanderschreibt, mündet die polare Gegenüberstellung von westlicher und japanischer Psyche in die deskriptive Einheit der modernen Weltgesellschaft. Von hier aus erübrigen sich Theorien der Kultur und der Liebe. Die systemtheoretische Umschrift des Bewußtseins von einem Subjekt mit materiellen Bedürfnissen zu einem psychischen System der Informationsverarbeitung findet ausgerechnet in Japan ihre weiße Schreibfläche mit weißem Kragen und weißer Weste. Die imperfekten Dividuen passen perfekt zum Dividuum par excellence, dem Geld. Alteuropäische Semantiken gehen über Bord und das Weltwährungssystem bestimmt das Thema. Sein Paradigma ist die Konvertibilität, es saugt alle kulturellen Differenzen auf. Man muß weder Karl Marx noch Fukuzawa Yukichi lesen, um bezahlen zu können.¹² Man muß sie nur in der Hand haben, sei es auf dem alten 100-Mark-Schein der DDR oder auf der neuen japanischen 10.000¥-Banknote.¹³ Die Individualität, die sich ziert, verschwimmt mit den Geldzeichen im Meer der Liquidität.

„Im *Wirtschaftssystem* der modernen Gesellschaft wird die mitlaufende Selbstreferenz durch kommunikative Verwendung von Geld realisiert. Die Quantifikation des Geldes macht dieses beliebig teilbar in Anpassung an jeden Teilungsbedarf. Dadurch wird das Geld universell verwendbar, wie kompakt auch immer Wirtschaftsgüter gegeben sein mögen. Es kann jede Wirtschaftsoperation ausdrücken, insbesondere auch bei unteilbaren Objekten, für die man sonst schwer ein passendes Gegenstück zum Tauschen finden könnte. Geld ist das Dividuum par excellence, das sich jeder In-dividualität anpassen kann.“¹⁴

- 11 Shimada weist dem japanischen Philosophen Maruyama Masao (1914-1996) eine Schlüsselrolle zu: „Der begriffliche Widerspruch im Werk Maruyamas spiegelt aber auch die historischen Konstellationen innerhalb Europas wider. Denn seine Vorstellung eines japanischen Volkes als der Grundlage der Nation entspricht dem deutschsprachigen Konzept der Kulturnation [...]. Und dies ist aufgrund der welthistorischen Situation durchaus plausibel, denn wie im Fall der deutschsprachigen Länder wurden die Industrialisierung und die Rationalisierung auch in Japan als ein Hereinbrechen der fremden Zivilisation in die eigene Sphäre empfunden. Es ist verständlich, daß die konzeptuelle Entgegensetzung, die im deutschsprachigen Raum kurz zuvor ausgearbeitet worden war, von einer anderen Kultur in einer vergleichbaren Situation willig übernommen und zum eigenen Selbstverständnis verarbeitet wurde.“ Shimada 2000: 33.
- 12 Fukuzawa verfaßte 1875 eine Art japanischer Zivilisationstheorie. Asien sollte sich gegen den Westen abgrenzen, dabei aber sollte Japan die Führungsrolle übernehmen. Shimada 2000: 220f.
- 13 Luhmann hat also an der Kasse die falsche Frage gestellt. Nicht das Preisschild interessiert, sondern das Design des Geldscheins. Meine Kassiererin kannte allerdings Nitobe Inazo auf dem 5.000¥-Schein auch nicht. Immerhin: Die Rückseite ziert der Berg Fuji. Das versteht jeder.
- 14 Luhmann 1984: 625.

Ist Japan zivilisiert? Ist das Reich der Zeichen autodeskriptiv? Kann eine Kultur sich mit westlichen Begriffen und chinesischen Zeichen selbst beschriften? Ist 1 eine Primzahl? Um die Indifferenz der Differenztheorie zu überwinden, müssen die Rechnungen vom und die richtigen Fragen auf den Tisch. Japan ist in den „Selbstverständigungsdiskurs“ der Zivilisation hüben und drüben feierlich aufgenommen. Wenn aber die Differenzen zwischen den Kulturen schrumpfen, taucht eine neue Frage auf: Wo wandern sie hin? Welche latente Geheimschrift offenbart das Autoskript der Zivilisation? Die Theorie muß daher an der Geschichte des „Dividuums par excellence“ im dualen Japan die systemtheoretische Probe aufs Exempel machen. Erst aus der wechselseitigen Verschränkung des Geldes als einheitliches Zeichen mit der dualen Psyche als kommunikativer Einheit wird das Autoskript der Ökonomie in Japan lesbar. Erst die Werbung entlarvt die einheitliche Indifferenz des dualen Systems und inszeniert paradox die unendliche Differenzierung der Individualität.

2.2 Gabe und Geld in Japan: Dividuum und Dividende

Geld, Schuld, Verpflichtung: Reziprozität statt Äquivalenz

Die soziologische Formel von Nakane Chie, die Japan als „vertikal strukturierte Gesellschaft“ (*tateshakai*) beschrieben hat, ist in letzter Zeit brüchig geworden. Die Kritik an ihrer Eindimensionalität kommt nicht nur aus Japanologenkreisen. Schon Kimura benutzt ein um 90° verschobenes Koordinatensystem. Für ihn prägt den abendländischen Menschen seine vertikale Beziehung zu Gott, den Japaner aber seine horizontale Beziehung zu den Mitmenschen.¹⁵ Zweifellos enttraditionalisiert sich auch Japan, geraten auch hier alte Gewohnheiten und stereotype Denkweisen unter Modernisierungsdruck. Doch die psychischen Muster, die im Rahmen der Theorie des Tausches und des Geldes für Japan relevant werden, sind keine äußerlichen Höflichkeitsregeln oder kognitiven Erwartungen, sondern tief in der japanischen Gefühlswelt, Mentalität und Höflichkeitssprache (*keigo*) verankert. Schon für die Verben „geben“ und „bekommen“ hält das Japanische in Abhängigkeit von der sozialen Beziehung der Akteure verschiedene Zeitworte bereit, die Höflichkeit, Respekt oder Bescheidenheit ausdrücken. Die Interaktion des Gebens ist in Japan von Haus aus keine gönnerhafte Geste, sondern eine vornehme Bitte. Das Geschenk wird verpackt, mit beiden Händen und mit einer Verbeugung überreicht.

15 Nakane 1985. Kimura 1995: 33.

Die psychoanalytische Theorie des Geldes ist den Dividuen fremd. Ihnen stellt sich daher weder die Frage nach seiner Unreinheit noch das Problem der Äquivalenz. Das Geld hat in Japan keine zersetzende Funktion, sondern erhöht die soziale Reziprozität. Deshalb ist die Kultur der Verpflichtung (*zôtôbunka*) auch dem Kalender der Inseln eingeschrieben. Zweimal im Jahr erhalten Verwandte, Bekannte, Nachbarn und Kollegen als Dank für gebotene Leistungen rituell Geschenke, nämlich in der Jahresmitte am 15. Juli (*chûgen*) und zum Jahresende (*oseibo*). Der Wert der Geschenke hängt dabei durchaus ab vom Ausmaß der erhaltenen Unterstützung. Manche ältere Japaner führen deshalb noch Buch über erhaltene und gegebene Geschenke und ihre Preise.¹⁶ Sogar Bargeld kann – frisch gedruckt und im Umschlag verpackt – zur Gabe werden. Im gleichen Kontext steht das System der halbjährlichen, im Einzelfall festgelegten Bonuszahlungen in den japanischen Firmen, das die Angestellten auf ihre Rollen im sozialen Gefüge verpflichtet. Auch die Angestellten selbst, die z.B. wegen einer Dienstreise fehlen, vergelten ihre Abwesenheit gern mit kleinen Geschenken für die Kollegen.¹⁷ Politische Führer verteilen am Ende eines jeden Jahres an ihre loyalen Mitarbeiter Geschenke, die *mochidai* heißen: Geld für Reiskuchen. Und wenn das neue Jahr begonnen hat, wird zuerst den Kindern die Logik der Verpflichtung nachhaltig vor Augen geführt. Auch sie erhalten ein bares Geldgeschenk, das *otoshidama*, von ihren Eltern und Verwandten.

Die positive Besetzung hierarchischer Beziehung steht in Einklang mit der Philosophie des Konfuzianismus. Für sie begründen sie kein Machtverhältnis, sondern das von Lehrer und Schüler. Bis heute bilden überall, wo Wissen vermittelt wird, asymmetrische, aber vertrauensvolle Beziehungen zwischen *sempai* und *kôhai* die Elemente der Interaktion und Organisation. Das Prinzip der gegenseitigen Verpflichtung bildet den Rahmen für das Lernen des Lernens, die Dankesschuld (*on*) ist dabei die verbindlichste Norm, die den Empfänger eines Gefallens langfristig zu Gegenleistungen und Loyalität anhängt. Das Prinzip gilt auch zwischen Gleichrangigen und Gleichaltrigen in abgeschwächter Form: *giri* verpflichtet die Mitglieder einer Gruppe zu gegenseitigem Respekt z.B. am Arbeitsplatz (*uchi*) sowie zu geschlossenem Auftreten nach außen hin (*soto*).¹⁸ In diesem dichtgeflochtenen Netzwerk konnten sich keine betriebsübergreifenden Gewerkschaften bilden.

Ohnehin ist die Grenze zwischen Arbeitsplatz und Privatleben in Japan – wie die zwischen Öffentlichkeit und Privatsphäre – unscharf. Bis heute arrangieren zahlreiche Firmen Verlobungstreffen (*omiai*) für ihre

16 Brumann 1998.

17 Shimada/Gabbani 1998.

18 Blechinger 1998: 82-86.

eingespannten Mitarbeiter. In den letzten Jahren gab es einen starken Trend zur Heirat im Ausland, weil die Hochzeitspaare sich nur dort der Verpflichtung zur Einladung aller Verwandten und Chefs entziehen können – und sogar noch Geld sparen. Auch nach der Hochzeit ist die gegenseitige Bescherung der Geschlechter nicht zu umgehen: Am Valentinstag, dem 14. Februar, erhalten die Männer Schokolade von ihren Frauen und Kolleginnen. Ein Kaufhaus soll diese Tradition nach dem Krieg eingeführt haben. Die Männer revanchieren sich dafür genau einen Monat später am white day.

Wie die Systemtheorie festgestellt hat, begünstigen die dividualen Psychen, die Ordnung des Dividuums par excellence. Das psychosoziale Milieu Japans transportiert die Semantik der verpflichtenden Zahlung nur noch tiefer in die Gesellschaft hinein als die westliche Vertragskultur. Die Partner betrachten sich nicht als Individuen, losgelöst von der Gesellschaft, sondern tauschen, geben und erhalten im Rahmen eines sozialen Netzes stets mehr als äquivalente Gegenwerte – und auch wirklich bedankt hat sich nur, wer es zweimal tut. Hier wird die ternäre Struktur des Geldes sichtbar: Es involviert auch die Umstehenden, weil sie alle die Legitimität des Geldes garantieren.¹⁹ Geschenkkultur, Verpackungskultur und Handel ergänzen sich. Auch ein Blick in die Geschichte des Geldes in Japan zeigt, daß sich ihm keine religiöse Ethik und kein philosophierendes Subjekt in den Weg gestellt hat.

Kulturelle Gemeinsamkeiten in der ökonomischen Kommunikation: Geld als sakrales Mittel der Säkularisierung

Die Frage nach der Rolle des Geldes in Japan überschreitet die Schamgrenze der Zivilisation. Niklas Luhmann hat auf den primär moralischen Schematismus des dialektischen Materialismus hingewiesen.²⁰ In der Tat läßt sich im Hinblick auf Marx' Identifizierung von Kapitalismus und Prostitution (Kapitel 1.2) und im Hinblick auf die psychoanalytische Grundformel zum Geld eine moralische Komponente seiner Argumentation nicht übersehen. Doch real sind in der modernen Gesellschaft nicht nur die Reichtümer, sondern auch die Gefühle ungleich verteilt: Armut beschämt überall, Reichtum nicht.²¹ Ethik und Moral bilden daher nicht unbedingt den Kern der Kritik der politischen Ökonomie. Vielmehr schuf gerade die Religion in Europa und Japan die organisatorische Basis, um das Geld als allgemeines Zahlungsmittel zu etablieren.

¹⁹ Paul 2002: 121.

²⁰ Luhmann 1988: 242.

²¹ Neckel 1991.

Im christlichen Mittelalter stieg die Kirche zum Vorläufer des modernen Staates auf. Im 11. und 12. Jahrhundert griff sie in das System der Gottesgabe ein, entwickelte den Ablasshandel und akkumulierte damit selbst Reichtum. Die Entdeckung der Perspektive Anfang des 15. Jahrhunderts leistete der Quantifizierung des Geldes Vorschub. Der Templerorden, der sich ihr widersetzte, wurde unterdrückt. Die Kirche entzog so den einzelnen Handel dem totalen Leistungssystem von Gabe und Geschenk à la Mauss. Dieser Handel bekam nun den Charakter eines individuellen Vertrages, und in der Folge konnte auch das Rechtssystem umgestellt werden. Die Zeugen und Verwandten wurden aus der Verhandlung ausgeschlossen, unpersönliche, schriftliche Regeln traten an ihre Stelle. Die Reformation schließlich überführte diese neue Vertragskultur in das diesseitige, säkulare Wirtschaftssystem. Im Protestantismus entfällt der Mittler zu Gott, damit wird der einzelne zum geschäftsfähigen, nur sich selbst und seinem Gewissen gegenüber verantwortlichen Individuum.

Wie heute noch zu beobachten, hat der schwunghafte Handel im Umfeld der Tempel die Verbreitung des Geldes beschleunigt. Anfang des 16. Jahrhunderts erlaubten die Shogune eine „Zettelbank“ in Ise, am shintoistischen Nationalheiligtum Japans. Der Handel mit Geschenken und Opfergaben, den die riesigen Pilgerströme auslösten, erforderte moderne Zahlungsmittel, deren Wert in Gold, Silber und Grundstücken abgesichert war. Nach Miyashita Koichi bedeutet das Wortes *harau* (bezahlen) ursprünglich: reinigen, eine Schuld durch Gaben an einen Gott abbüßen. Christoph Deutschmann resümiert:

„Manches spricht dafür, daß sich die Transformation des Geldes in eine säkulare Ersatzreligion in Japan noch rascher und ungehinderter vollziehen konnte als in Europa. Der Konflikt zwischen dem religiösen und dem profan-ökonomischen Heilskalkül scheint im japanischen Buddhismus und Shintoismus von vornherein geringer als im Christentum gewesen zu sein. Miyashita erwähnt in seiner schon zitierten Untersuchung, daß sich die buddhistischen Tempel schon in der Kamakura-Zeit selbst als Handelszentren und Darlehensinstitute betätigten. R. Bellah und in seinem Gefolge verschiedene japanische Autoren haben auf die Parallelen zwischen der diesseitsorientierten Wirtschaftsethik des asketischen Protestantismus und der verschiedener Sekten des japanischen Buddhismus (genannt werden immer wieder die Namen Suzuki Shōzan und Ishida Baigan) hingewiesen.“²²

22 Deutschmann 1998: 19.

Monetäre Grenzen des feudalen Japan in der Tokugawa-Zeit

Nach der Abschließung (*sakoku*) Japans 1639 schufen die Tokugawa-Shogune ein gesellschaftliches System höchster Stabilität. Seine zentralistische, feudale Ordnung kannte vier Statusgruppen, die bereits Toyotomi Hideyoshi (1536-1598) festgeschrieben hatte: Krieger (*shi*), Bauern (*nô*), Handwerker (*kô*) und Händler (*shô*). Die zentrale Macht der Shogune wurde zwar von der relativen Autonomie der Domänen konterkariert. Allerdings hielten die nationalen Herrscher ihre Lehensfürsten (*daimyô*) mit dem *sankinkôtai*-System unter Kontrolle. Es zwang die *daimyô*, einen Teil ihrer Familie stets als Geiseln in der Hauptstadt zu lassen und sich selbst alternierend in ihren Domänen und in der Hauptstadt aufzuhalten.²³

Aus diesem Grunde hatte der Adel der Tokugawa-Zeit einen immensen Geldbedarf, den die Agrargesellschaft auf Dauer nicht befriedigen konnte. Viele *daimyô* und *samurai* verschuldeten sich und gerieten in Abhängigkeit. Sie behielten allerdings das Recht auf willkürliche Selbstjustiz, was manche Handelshäuser in den Ruin trieb. Auch gab es Generalamnestien durch die Zentralregierung. Im Rahmen dieser feudalen Gewaltherrschaft konnte sich das Geld noch nicht als allgemeines Tauschmittel durchsetzen. Reis blieb bis zum Ende der Tokugawa-Zeit das wichtigste Zahlungsmittel für Pachten und Steuern. Zwar durfte das Daimiat Fukui schon im Jahre 1661 seine ersten eigenen Noten emittieren, auf Reisen in andere Daimiate mußte man aber mit Kupfermünzen zahlen. Auch im Alltag der Bevölkerung waren hauptsächlich Münzen aus Kupfer, Silber und Eisen in Gebrauch. Das Preisverhältnis zwischen diesen Metallen wurde bis 1868 regierungsamtlich festgesetzt. Berechnungsbasis war das *ryô*-Gewicht. Geldwechsel heißt bis heute *ryôgae*.

Während Edo (Tokio) das politische (und konsumtive) Zentrum des Landes war, war Osaka das Zentrum des Handels mit dem Silberland China. Die großen Wechselhäuser (*ryôgaeya*) gewährten sich untereinander Kredite und versorgten auch die Regierung mit frischem Geld. Diese Kredite wurden mit Reiswechseln (*komegitte*) abgesichert. Aus dem Handel mit diesen Reiswechseln entwickelten sich im 17. Jahrhundert die ersten Warentermingeschäfte in Japan. So wurde 1730 in Dôjima die erste Börse amtlich anerkannt und 1871 in eine moderne Warenbörse umgewandelt.²⁴ Auch im japanischen Feudalismus war also der Durchbruch vom Metallgeld zum Bankpapier schon angelegt.

23 Heise/Pörtner 1995: 238-250.

24 Schaede 1990.

Der ständige Geldbedarf des Adels und die geringe Emissionsdisziplin der Daimiate führten im 18. Jahrhundert zu einer nachhaltigen Inflation des japanischen Geldes. Zusehends wurde das Kupfer in den Münzen durch billiges Eisen ersetzt, mehrere Abwertungsschübe setzten ein. Vereinzelt kam es zu Aufständen und Plünderungen, die Bevölkerung wurde sensibel für die disziplinlose Geldpolitik des Adels. Diese frühen Skandale im feudalen Japan sind als innere Ursache des Zusammenbruchs des Shogunats zu lesen, das sich schließlich nach außen hin mit den schwarzen Schiffen aus Amerika konfrontiert sah.

Sekundäre Akkumulation in der Meiji-Zeit

Als Karl Marx im Londoner Exil seine Kapitalanalyse vollendete, öffnete sich Japan dem Welthandel. Im Zuge der Meiji-Restauration wurde 1868 wie zuvor in Rußland auch in Japan das Eigentum an Grund und Boden eingeführt, vier Jahre später auch eine neue Währung. Der Yen unterlag dem Dezimalsystem (100sen = 1¥) und wurde statt in Silber in Gold geprägt. Japan ging also de facto zum Goldstandard über, gleichzeitig mit Deutschland. Und während das Deutsche Reich aus seinem Krieg mit Frankreich 1870/71 Reparationen in Gold erhielt, zogen die Japaner ihren Nutzen aus ihrem gewonnenen Krieg gegen China 1894. Beide Länder folgten damit dem Beispiel des klassischen Industrielands England, dessen Goldwährung auch die Grundlage für Marx' Theorie lieferte. Die Bank von Japan, 1881 gegründet, mußte ab 1899 ihre Noten in Gold einlösen. Nur in China hielt sich die Silberwährung noch bis in die 30er Jahre des 20. Jahrhunderts.

Die neue Meiji-Verfassung von 1889 war der deutschen Reichsverfassung von 1871 nachempfunden, und auch die neuen ökonomischen Rechtsformen waren der westlichen Vertragskultur entlehnt. Das neue Handelsgesetz von 1893 schuf die Grundlage für Kapitalgesellschaften. Städtische Kaufleute konnten nun industrielle Konglomerate zusammenkaufen. Gleichzeitig fanden traditionelle Regeln und Werte Eingang in den modernen Geschäftsbetrieb. Zwar war die Metalldeckung des japanischen Yen von Anfang an großen Schwankungen unterworfen: Sie fiel insbesondere zur Finanzierung der Kriege gegen Rußland 1905 und gegen die asiatischen Länder 1940, sie stieg im Ersten Weltkrieg, als Japans Exportindustrie profitierte. Aber gerade diese Instabilitäten der Währung in Kriegszeiten begünstigte die Entstehung der großen Firmenkonglomerate und Finanzcliquen (*zaibatsu*), die sich bis über den Zweiten Weltkrieg retten sollten.

„Nach 1900 boten diese Familien, jetzt in Form der *zaibatsu*-Industriellen, das Bild des kultivierten Geldadels. Sie häuften Reichtum an, bauten Villen, sammelten Kunstschatze. Aber diese Gruppe von Reichen unterschied sich ganz deutlich von den sogenannten Neureichen, die im ersten Viertel des 20. Jahrhunderts auftraten. Kriegsgewinnler und Spekulanten nach dem Russisch-Japanischen Krieg von 1904/05 wurden erstmals als *narikin*, als ‚Neureiche‘, bezeichnet. Ihre große Zeit brach aber erst mit dem Ersten Weltkrieg an. Mit *narikin* verband man dann bald den rasch erworbenen Geldreichtum, aber auch Extravaganz, ausschweifenden Lebenswandel und Verschwendungssucht sowie Mangel an Kulturverständnis. Die Neureichen hatten auch keine Skrupel, ihr Geld in die Politik einzubringen.“²⁵

In der Zwischenkriegszeit boomte die Literatur, die zur Börsenspekulation anhielt. Der Schwarze Freitag hielt die Japaner nicht von ihrer Spielsucht ab. Die Gier nach individuellem Reichtum stand im Konflikt mit den Regeln des traditionellen *ie*-Systems, in dem Reichtum immer an ein Haus gebunden war. Während die *narikin* oft ihr erworbenes Vermögen schnell auch wieder verloren, investierten die *zaibatsu* es vorausschauend immer wieder in Immobilien und Grundstücke. Schon im 19. Jahrhundert hatten die Kaufmannsfamilien Mitsui und Mitsubishi die Meiji-Reformer großzügig unterstützt. Dabei war der Öffentlichkeit der Einfluß dieser *zaibatsu* bewußt. Spöttisch sprach man von der Mitsui-Partei (*seiyūkai*) und der Mitsubishi-Partei (*minseitō*). Ihr politisch-ökonomisches Interesse galt vor allem den Rohstoffen und Märkten der von Japan eroberten – und zu erobernden – Länder. Im Jahre 1914 kam die „Siemens-Affäre“ ans Licht. Vertreter der deutschen Firma hatten „Kommissionen“ an Marineoffiziere gezahlt, um Rüstungsaufträge zu erhalten. Doch damit nahm die Geschichte der politischen Korruption im Japan des 20. Jahrhunderts erst ihren Anfang.

Dividuum und Dividende:

Strukturelle Koppelung als strukturelle Korruption

Die Bestechung von Politikern ist auch nach dem verlorenen Weltkrieg aus dem politischen System Japans nicht wegzudenken. Bei den Protesten gegen die Verlängerung des japanisch-amerikanischen Sicherheitsvertrages 1960 stellte die *yakuza*, die japanische Mafia, den Konservativen Geld, Schlägertrupps und sogar Wählerstimmen zur Verfügung. Kishi Nobusuke, Nachfolger des berühmten Nachkriegspremiers Yoshida Shigeru, des „japanischen Adenauer“, peitschte den Vertrag im Alleingang durchs Parlament und trat zurück. 1976 wurde der ehemalige

25 Pauer 1990: 48 und 1998.

Regierungschef Tanaka Kakuei verhaftet. Er hatte von der Firma Lockheed zwei Millionen Dollar erhalten. In seiner Amtszeit kaufte die All Nippon Airways das Lockheed-Flugzeug Tristar. Der ehemalige Repräsentant von Lockheed in Japan, der notorische Rechtsradikale Kodama Yoshio, erhielt sogar sieben Millionen Dollar, die in der Regierungszeit Tanakas offenbar in einen Geheimfonds der LDP flossen.

Eine ganz neue Größenordnung der politischen Korruption eröffnete allerdings der Recruit-Cosmos-Skandal 1988. Im Juni wurde bekannt, daß der Medien- und Immobilienkonzern Recruit ausgewählten Vertretern aus Politik und Verwaltung Aktien seiner Immobilien-Tochter Recruit Cosmos zum Vorzugspreis überlassen hatte. Ein Dutzend LDP- und fünf Oppositionsabgeordnete griffen zu – die meisten natürlich mit einem Kredit der Recruit-Finanzierungsgesellschaft First Finance. Aber auch ehemalige Staatssekretäre, Arbeitgebervertreter und einflußreiche Journalisten standen auf der Liste des Recruit-Chefs Ezoe Hiromasa. Die Insidergeschäfte waren legal, die Gewinne daraus größtenteils steuerfrei.

Im Zuge der Ermittlungen offenbarten sich Ezoes Interessen, einerseits als Aufsteiger, Gönner und Partner in führenden Kreisen akzeptiert zu werden, andererseits aber auch konkrete Gesetze zu beeinflussen. Der Kreis der durch Aktiengeschenke Begünstigten erwies sich als so weitreichend, daß der politische Druck Regierungschef Takeshita Noboru im April 1989 zum Rücktritt zwang. Seine LDP verlor nach 38 Jahren ununterbrochener Regierungszeit (55er System) die Mehrheit im Unterhaus. Der Recruit-Skandal ist deshalb ein Meilenstein in der politischen Geschichte Japans. Erstmals machte eine Firma mit Aktien statt mit Geld ihren Einfluß geltend. Er belegt daher die Umstellung der japanischen Korruption von der Industrieförderung auf die staatliche Protektion der Finanzspekulation.

Die japanische Öffentlichkeit ist gegenüber politischer Korruption tolerant. Auch der Recruit-Cosmos-Skandal hat daran nichts geändert. Die LDP hat ihre Mehrheit im Unterhaus schon 1997 wiedererlangt. Die Parteien selbst finanzieren sich im wesentlichen aus „Spenden“ der Privatwirtschaft, und auch die Abgeordneten sind nicht nur individuell gewählt, sondern „erben“ in gut einem Fünftel der Fälle (1994) ihren Wahlkreis von ihren Vätern oder Schwiegervätern. Dabei greifen der Regionalismus des Wahlsystems, der ländliche Gebiete begünstigt, und der Finanzbedarf der Kandidaten im Wahlkampf ineinander. Gewonnen wird nach dem *sanban*-Prinzip: Der Sieger braucht eine lokale Hochburg (*jiban*), ein bekanntes Gesicht (*kanban*) und eine prallgefüllte Geldtasche (*kaban*).

Die japanische Politik ist fest in der Hand des „Eisernen Dreiecks“ aus Wirtschaft, Politik und Ministerialbürokratie. Als fixe Kanäle

der effektiven Kommunikation dienen *paipu* (vom englischen pipe) oder *kone* (von connection), die oft zurückreichen bis zur gemeinsamen Hochschulzeit der Beteiligten, zumeist an der renommierten Universität Tokio. Politiker werben auf Fund Raising-Parties nach amerikanischem Vorbild offen um das Geld der Firmen in ihrem Wahlkreis für ihren Wahlkampf. Auf nationaler Ebene verteilt die *keidanren* (*keizai dantai rengôkai*, Vereinigung der Wirtschaftsorganisationen) indirekt erhebliche Mittel an die LDP. Auch für ausscheidende Spitzenbeamte ist gesorgt: Wenn sie schon mit Anfang 50 in Pension gehen, wechseln sie oft als *amakudari* (vom Himmel Herabgestiegene) zu Privatunternehmen und nutzen weiterhin ihre persönlichen Kontakte bei der Vergabe öffentlicher Aufträge. Auftraggeber und Bieter treffen sich zur Preisabsprache (*dangô*), hebeln den Wettbewerb aus und teilen den Markt unter sich auf. Daß alle bescheid wissen und damit erpreßbar sind, stabilisiert das Eisenerne Dreieck zusätzlich.²⁶

Die Geschichte der Skandale in Japan geht weiter. Die Pleite des Wertpapierhauses Nomura 1997 war der letzte Höhepunkt. Gleichzeitig stehen die Weichen im internationalen Geldhandel auf Akkumulation und Fusion. Das japanische System des Austauschs zwischen Wirtschaft und Politik mag man daher beklagen. Es bietet aber auch die Chance, eine systemtheoretische Formel zu korrigieren – und die Aufdeckung des politischen Finanzskandals um die deutsche Regierung Kohl leistet dabei Hilfestellung. Die These der Systemtheorie, die strukturelle Koppelung zwischen Wirtschaft und Politik werde in erster Linie durch Steuern und Abgaben erreicht, läßt sich nicht empirisch untermauern.²⁷ Die Schwarzkonten sind der blindeste Fleck der Systemtheorie. *Gerade in der globalisierten Gesellschaft*, in der zahlreiche Unternehmen und Aktienbesitzer sich ihrer Besteuerung entziehen, *ist vielmehr die strukturelle Korruption der wichtigste Kommunikationskanal zwischen Politik und Wirtschaft*.²⁸ Damit gelingt es der modernen Gesellschaft, ihre interne Machtverfassung von der materiellen Ebene der physischen Gewalt auf die informative Ebene des bezifferbaren Geldbesitzes zu ver-

26 Zur Funktionsweise des Eisernen Dreiecks s. Blechinger 1998: 196-218. Sogar der Standardausdruck für Korruption in Japan wurde nach dem Krieg nachweisbar „neutralisiert“: Der Oberbegriff *seijioshoku* (politische Korruption) ersetzte in den 70er Jahren zusehends das ältere, noch moralisch anrühliche Wort *seijifuhi*. Er markiert also den Übergang zur normalisierten, tolerierten und strukturellen Korruption. A.a.O. 62.

27 Luhmann 1997: 781.

28 Die Soziologie darf hier nicht das Reflexionsniveau der Massenmedien unterbieten. Die Japan Times vom 20. Februar 2003 schreibt auf Seite 2: „Talks may focus on but won't solve fundraising scandals. [...] Yet lawmakers in the ruling camp seem to be reluctant to implement reforms. Prime Minister Junichiro Koizumi, president of the LDP, is no exception. „No matter how many laws you draw up, politicians will violate them.““

lagern. Das heißt im Umkehrschluß: Die Theorie darf sich nicht auf die kasuistische Beobachtungsroutine der Massenmedien herablassen, sondern muß auf das latente Rauschen in ihrem Beobachtungsmodus ein forensisches Team ansetzen.

2.3 Macht und Massenmedien, Beschreibung und Beschriftung – interkultureller Grenzgang zwischen System und Subjekt

Politische Verpackungskultur: das Autoskript des Leviathan

Die Massenmedien beobachten und kontrollieren nicht einfach, sondern verpacken das politische System. Sie stellen symbolisch seine Einheit auf informativer Ebene her, sie regulieren die Balance zwischen System und Subjekt kommunikativ. Sie entschärfen den politischen Diskurs, dämpfen ihn ab, verwandeln die Gewalt in Kommunikation und bestätigen damit den Triumph der Knappheit: Obwohl es Güter und Ereignisse im Überfluß gibt, sind Geld und Nachrichten immer knapp. Das demokratische Ritual der Mediendialektik macht den Zuschauern ihre Entmündigung auf Zeit schmackhaft. Das politische Funktionssystem legt sich eine aufwendige, regelmäßige Hülle zu, auf der die politischen Zeichen entlangfließen können. Sie bestehen eben nicht nur aus Nachrichten: BBC, CNN, ZDF, sondern auch aus Worthülsen, Festakten und repräsentativen Bauten. Deshalb wird auch der Reichstag in Berlin jeden Tag zum Objekt der Verpackungskunst.

Besser noch als im alten Europa ist diese mediale Schrift in der japanischen Verpackungskultur zu lesen. Schon Ende des 19. Jahrhunderts bemühte sich die Meiji-Regierung um die Revision der „ungleichen Verträge“ und den raschen Anschluß an zivilisierte Standards des Politischen. Sie errichtete 1883 das Rokumeikan, ein Gebäude für Feste und Empfänge im westlichen Stil, um die Fortschrittlichkeit des Landes zu demonstrieren. Im Jahre 1886 wurden dann die Berliner Architekten Hermann Ende und Wilhelm Böckmann mit dem Bau eines Parlamentsgebäudes samt Kuppel nach dem Vorbild des Reichstags in Berlin beauftragt. Realisiert wurde jedoch nur eine vereinfachte Version aus Holz, die 1891 niederbrannte. Die Deutschen bauten später auch den Tokioter Justizpalast und planten weitere Ministerien.²⁹ Doch während sich das politische System einen fortschrittlichen Anstrich gab, wurde das allgemeine Wahlrecht für Männer erst im Jahre 1925 eingeführt.

Das politische System Japans agierte also von Anfang an in relativer

²⁹ Heinze 1999.

Abgeschiedenheit von der Öffentlichkeit. Weder haben Stadtmauern aus „Fleisch und Stein“ (Sennett) einen politischen Entfaltungsraum aus seiner Feudalgesellschaft herausgeschnitten, noch haben Kirchen, Rathäuser oder Marktplätze das Volk ins Zentrum der Gesellschaft projiziert. Auch steht dem Privatleben am Stadtrand kein öffentliches Leben im Zentrum gegenüber. Öffentlichkeit und Privatleben sind in Japan nicht durch formale, kontextunabhängige Regeln polarisiert. Schon der Begriff „öffentlich“ ist gespalten: *ôyake* heißt „öffentlich“ (oder draußen auf der Straße) als Gegensatz zu „privat“, „persönlich“ (*kojinteki*), *kôkyôteki* heißt „öffentlich“ (oder staatlich) im Gegensatz zu „privatwirtschaftlich“ (*shiritsu*). Und aufgrund dieser Spaltung des Begriffs der Öffentlichkeit und der Schichtung des Raumes konnte in Japan keine Ideologie der Öffentlichkeit als Souverän des Staates Platz greifen.

Politische Entscheidungen fallen in Japan nicht nur unter Ausschluß der Öffentlichkeit, sondern unter Ausschluß der normativen Vorstellung öffentlicher Kontrolle. Für diese Art der Geheimgespräche gibt es einen eigenen Ausdruck: *dangô* (Geheimgespräche). Der erreichte Konsens (*gôï*) hat Bestand, und darauf kann sich die Öffentlichkeit verlassen. Zwar sind die Aussagen und Spots der Parteien und Politiker völlig unverbindlich, zwar stagniert die Wahlbeteiligung bei 63% (bei den Wahlen zum Unterhaus im Juni 2000), zwar blüht die politische Korruption. Aber die Öffentlichkeit hat dieser Machtverteilung und Einparteiendemokratie – ebenso wie die Frauen der Machtverschiebung zugunsten der Männer in den pristinen Gesellschaften – im entscheidenden Augenblick zugestimmt.³⁰ Die Thesen der Systemtheoretiker Luhmann und Fuchs: die Irreduzibilität des Sozialen und die japanische Dividualität, greifen hier exakt ineinander. Der Reiz, den die Massenmedien auf die Theorie ausüben, liegt daher in ihrer dezidierten Dysfunktionalität. Ihr diskursiver Spielraum weist über die selbstreferenziellen Zirkel der Systeme (und der Nachrichten) hinaus.

Vom Outsourcing der Öffentlichkeit zum Outing des Intimen – vom Verlust der Einheit der Welt zum Gewinn ihrer Medialität

Schon Marx hat gezeigt, wie das Prinzip des äquivalenten Tausches die Ware Arbeitskraft subsumiert und gerade dadurch die Gerechtigkeit des Tausches unterminiert. In der Informationsgesellschaft aber vollzieht

30 Das weiß sogar die Campari-Werbung, auf der neben der Flasche eine Frau in rot posiert. Ihr Text arbeitet mit der doppelten Bedeutung des Wortes *gôï*, das „Bespprechung“ oder „Konsens“ heißt, aber auch das Gegenteil von *sekuhara* (sexual harassment) meinen kann: einvernehmlichen Sex. カンパリは、合意の上で。Red Sensation. Campari.
Auf die Einigung (zwischen den Verhandlungspartnern)!! Red Sensation.

sich eine Enteignung zweiter Ordnung: Die Medialisierung des einheitlichen Weltbildes. In der Romantik wird dieser Verlust der Welt zum ersten Mal offenbar. Die Liebe zur Natur, zur Mutter und zur Geliebten erfährt eine Aufwertung, sie muß das Bedürfnis nach jener Einheit der Welt stillen, die real zerbrochen ist. Aber kann sie das? Saugt sich ihre romantische Idealisierung nicht vielmehr selbst an Medien der Kommunikation fest: Briefen, Romanen, Briefromanen? Und hat nicht eben jener Textstoff zugleich der Systemtheorie die Chance geboten, Liebe vom Bedürfnis des Subjekts zum Medium der Kommunikation zwischen psychischen Systemen umzuschreiben (Kapitel 1.3)? Und: Wie sollen sich Subjekte politisch vereinigen, die sich kaum in ihren intimen Beziehungen der Einheitlichkeit ihrer Welt rückversichern können? Wie interagieren Dividuen auf der Bühne der Öffentlichkeit?

Solange man die bürgerliche Gesellschaft alteuropäisch als eine Gesellschaft von selbstbewußten Subjekten beschreiben konnte, mußten auch die Massenmedien als ihr verlängerter Arm zur Kontrolle der politischen Machtausübung definiert werden. Folgt man dem Ideal der Medienethik und des investigativen, aufklärenden Journalismus, so finden sich z.B. im Hinblick auf den Watergate-Skandal sogar in den USA Wurzeln einer Semantik der „vierten Gewalt“.³¹ Aber gerade in Amerika hat sich mit dem Wahlkampf von 1980 das politische System radikal selbst seines Erscheinungsbildes in den Massenmedien angenommen. Mediaplanung und Public Relations sind in den Fernsehwahlkämpfen an die Stelle des Investigative Reporting getreten, meßbare Beliebtheits- und Bekanntheitsgrade von Politikern bestimmen das Barometer, professionell konstruierte Images von Produkten und Logos schieben sich über die klassische, neutrale Information.

Weder ist die Normativität von Moral und Ethik im System der Massenmedien durchzuhalten, noch erlauben sie einen summenkonstanten Transfer aufklärender Information. Seit der nationalen Debatte um den weißen Fleck auf dem Kleid der Praktikantin im Weißen Haus läßt sich auch umgekehrt argumentieren: Die Potentiale der Empörung sind gering, der Programmwechsel häufig, das Gedächtnis des Pub-

31 Redelfs 1996. Für die japanische Seite ergänzt Abe: „Das wichtigste und wirksamste Mittel gegen Korruption ist die öffentliche Meinung. Und um diese Meinung deutlich vertreten zu können, bedarf es wohl einer gründlichen Selbstreflexion in der Bevölkerung. Aufgrund der Erfahrungen in Japan möchte ich sagen, daß die Korruptionsaffären eines Landes tief in der Mentalitätsstruktur der Gesellschaft verwurzelt sind. Es ist evident, daß das Geschenk- und Gegengabesystem nicht abgeschafft werden kann. Wenn sich aber die Bevölkerung der Problematik des Geschenk- und Gegengabesystems bewußt ist, wird es nicht schwer sein, über den Geschenkaustausch zwischen der Wirtschaft und den Politikern eine strenge Aufsicht zu führen.“ Abe 1992: 247.

likums kurz, der ökonomische Druck auf das Medium selbst nicht zu hintergehen.³² Der Schematismus Wissen/Nichtwissen ist zu einfach, um den Zusammenhang zwischen Bewußtsein und System zu beschreiben. Mehr noch: In diesem neuen Mediensystem können gerade Skandale die Medienpräsenz erhöhen und den Bekanntheitsgrad steigern: Politiker müssen Stehvermögen haben. Die Grenze zwischen Kritik und Werbung zerfließt, beide verschmelzen im kommunikativen Brei der PR-Plattformen.³³ Kosequent definieren Merten/Westerbarkey PR als Konstruktion wünschenswerter Wirklichkeiten für die medialisierter Öffentlichkeit der postindustriellen Informationsgesellschaft:

„PR unternehmen kommunikative Anstrengungen aller Art zur Erzeugung und Verbreitung von Kommunikation, sie betreiben Dialog, um damit Dialoge anzustoßen. Diese Funktion stellt sie – verglichen mit anderen, professionellen Kommunikatoren in Journalismus und Werbung – a priori und definitiv auf eine hierarchisch höher angesiedelte Meta-Ebene, die von anderen Kommunikatoren gar nicht eingeholt werden kann: Sie sind *Meta-Kommunikatoren*, die entscheiden, was, wann, wo, wie und mit welcher gewünschten Wirkung kommuniziert werden soll. Dafür steht eine Fülle von Strategien zur Beeinflussung von Öffentlichkeit und von Teilöffentlichkeiten zur Verfügung: Neben der klassischen Werbung und dem Vertrieb eigener Medien vor allem die vorgeschaltete Ansprache von Journalisten, die Verfassung von Pressematerialien, das Abhalten von Pressekonferenzen, die Einbindung und Darstellung von Meinungsführern, Multiplikatoren und Trendsettern, Aktions-PR, Sponsoring und anderes mehr.“³⁴

Während in der feudalen Agrargesellschaft der Transport materieller Güter das wichtigste Problem war und in der Industriegesellschaft die Gewinnung von Energie, stößt die postmoderne Informationsgesellschaft auf die mediale, immaterielle Ebene vor. Sie „switcht“ von Warenproduktion und Äquivalenz auf Kommunikation und Differenz, ihre Systemlogik verfaßt die Macht neu. Nicht mehr Stände oder Klassen oder wahlberechtigte, männliche Bürger üben sie aus, sondern ein abstraktes politisches System, das sich im Rahmen funktionaler Differenzierung selbstreferenziell gegen seine Umwelt abschließt und von den unmittelbaren Zielen, Wünschen und Gedanken seiner Umwelt (und seiner Mitglieder) emanzipiert. Am Ende können Kandidaten Präsident werden, obwohl die Mehrheit der Wahlberechtigten nicht gewählt hat und die Mehrheit der Wähler einen anderen Bewerber.

32 Deutsche Zeitungsverlage z.B. erzielen mit dem bloßen Abdruck einiger Bingo-Zahlen auf der ersten Seite immense Steigerungen der Auflage.

33 Neckel 1989: 76.

34 Merten/Westerbarkey 1994: 209.

Wer sich heute beim Kaufen und Bezahlen den Codes der Scheckkarten, dem virtuellen Geld ohne materielles Äquivalent verschreibt, muß sich auch als Wähler für Programme entscheiden, deren Finanzquellen im dunkeln bleiben. Und selbst wenn eine Parteispende öffentlich zum Skandal wird, ist ihre massenmediale Verarbeitung längst Routine. War die bürgerlich-städtische Öffentlichkeit noch einheitlich definiert, so zerfällt die Öffentlichkeit heute in Teilbereiche, Subgroups, juristische, politologische und ökonomische Definitionen: Wähler, Kunden, Demonstranten, Meinungsforscher und Image-Berater, die den demoskopischen Spiegel halten. Das Internet wird diese Teil-Öffentlichkeiten weiter zersplittern. Das Subjekt Öffentlichkeit, das sich aus der Bleiwüste der Tageszeitung informiert und Werbung nicht mag, stirbt auf der Datenautobahn. An dieser Stelle greift die Systemtheorie mit ihrer These von der Uneinheitlichkeit der Welt zu.

Während sie triumphierend Emergenz und Autopoiese beobachten kann, laufen die Kosten dafür in der Subjekttheorie auf. Daß das psychische System in einer komplexen Welt lebt, ist selbstverständlich. Aber dem Subjekt bereitet sie Kopfzerbrechen. Zunehmend einer unpersönlichen Umgebung ausgesetzt und im urbanen und globalen Kontext von Medien umzingelt, ist es gezwungen, sich zusehends mit sich selbst zu beschäftigen. Logischerweise kombiniert daher Richard Sennett die Zerfallstheorien der Öffentlichkeit mit der Sozialpsychologie des Narzißmus.³⁵ Der massenmediale Diskurs ist selbst höchst personalisiert und intimisiert: Was die Leute am meisten interessiert, sind Leute. Dieses narzißtische Muster schlägt bis in die politischen Nachrichten durch. Statt politischer Ziele und Programme wird die Glaubwürdigkeit der Kandidaten und ihr Privatleben erörtert. Die Massenmedien lösen sich von ihrer ursprünglichen Funktion der politischen Kontrolle und investigativen Recherche und widmen sich in Teleromanzen und Talkshows den psychischen Mustern von auf sich selbst verwiesenen Individuen. Diese innere Zivilisierung der Gesellschaft überschreitet schließlich jede kommunikative Schamgrenze.³⁶ Wenn das Outing des Intimen an die Stelle der politischen Debatte tritt, ist das Outsourcing der Öffentlichkeit perfekt. Hier schließt die systemtheoretische These an, daß komplexe Funktionssysteme sich selbstreferenziell abschotten und die psychischen Systeme als bloße Umwelt oder Turbulenzquellen behandeln.

35 Sennett 1983, 1995. Das belegt auch der weltweite Siegeszug der TV-Serie „Dallas“. Nur in Japan fiel sie interessanterweise durch.

36 Das Buch zur Sendung eines der populärsten nächtlichen Hobbytherapeuten der deutschen Medienlandschaft trägt einen bezeichnenden Titel. Jürgen Domian: Jenseits der Scham. Köln 1998.

Mediendualismus zweiter Ordnung: Hausmacht und Außenhaut

Diese Klage über den Verlust der Einheit der Welt rückwärts lesen hieße: den Gewinn der medialen Einheit der Welt verbuchen. Mit anderen Worten: Die Massenmedien bergen die Möglichkeit zu einem medientheoretischen Grenzgang zwischen Subjekt und System. Zwar müssen die systemtheoretischen Ansätze zur Beschreibung der Massenmedien auch angesichts der Kommerzialisierung der Medienwelt immer wieder auf die Logik der Ökonomie und die Differenz von Zahlung und Nicht-Zahlung zurückgreifen:

„Weil Werbung in entscheidender Weise an die Ausdifferenzierung des Wirtschaftssystems gekoppelt ist und wie die Wirtschaft die ‚Sprache des Geldes‘ spricht, wird sie zum einen als eigenständiges Subsystem des Wirtschaftssystems modelliert (so bei Schmidt und Spieß 1996). Legt man dagegen den Hauptakzent der Beobachtung auf die Funktion ausdifferenzierter Sozialsysteme, der modernen Gesellschaft Informationen über sich selbst zu erlauben, dann bietet sich als Theorieentscheidung an, die Werbung als ein eigenständiges und autonomes gesellschaftliches Funktionssystem zu konzipieren (so bei Zurstiege 1998). Wie immer die theoretische Entscheidung ausfällt: Unbestritten ist in beiden Ansätzen, daß Werbung – ob als Produktwerbung oder als Sozialwerbung – nach ökonomischen Gesichtspunkten operiert. Werbung, für die nicht bezahlt wird, verfehlt die Systembedingungen des Werbesystems.“³⁷

Aber genau dieser Weg soll hier nicht beschritten werden. Vielmehr liegt die Theorieentscheidung dieser Arbeit darin, die Massenmedien samt Werbung als äußere Häute und Verpackungen der Systeme ihren inneren Kommunikationsmedien Macht und Geld gegenüberzustellen. Die Erkenntnis, daß auch Werbung (vom Auftraggeber) bezahlt werden muß, ist geschenkt. Theoretisch läßt sie sich aber gerade aufgrund ihrer kommunikativen Entropie auch als Geschenk begreifen.

Diese Chance ergibt sich strukturlogisch aus der Radikalisierung der Grundannahmen der Systemtheorie selbst. Denn sie führen im Falle der Massenmedien in ein Dilemma. Von außen besehen: Hätten sich die Systeme tatsächlich ganz von den Subjekten in ihrer Umwelt entkoppelt (Irreduzibilitätsthese), dann hätten sich die Massenmedien nicht ausdifferenzieren müssen. Die Gesellschaft wäre dann allein über Macht verfaßt, ohne jede Kontrolle oder Gegenmacht. Eine solche Annahme ist aber schon auf der untersten Ebene der Systembildung: für das intime Verhältnis der Geschlechter, abwegig. Von innen betrachtet: Gerade weil

37 Schmidt 1996: 234f.

es den Funktionssystemen gelungen ist, sich selbstreferenziell gegen Irritationen aus ihrer Umwelt abzuschließen, brauchen sie ein Autoskript, eine Verpackung, eine Schrift der Identität, um sich zu den Subjekten und ihrem Bewußtsein in Differenz zu setzen. Dann aber ist dieses Autoskript auch medientheoretisch zu entziffern.

Solange die Massenmedien lediglich als ein System unter vielen funktionieren, führt ihre Analyse selbstreferenziell ins Theoriesystem der Systemtheorie zurück. In diesem Fall bleibt ihre Besonderheit bescheiden: Sie können beobachten, aber nicht ihren Beobachtungsmodus reflektieren. Begreift man sie jedoch als äußere Schreibfläche der Funktionssysteme Politik und Ökonomie, erschließen sie eine theoretische Anschlußstelle. Indem die Massenmedien nicht nur als ein weiteres Funktionssystem unter anderen oder einfach als Teil des Wirtschaftssystems begriffen werden, eröffnen sie den theoretischen Spielraum fürs Subjekt, der ihm auch den Zugang zu den Systemen und ihrer Theorie freihält.

Wenn sich das Funktionssystem von den Idiosynkrasien der Subjekte emanzipiert, dann bezahlt es dafür einen kommunikativen Preis. Es kann den blinden Fleck seiner Autopoiese nicht intern kommunizieren und muß ihn daher externalisieren. Die verdrängte Grundbedingung der komplexen Systembildung schlägt nach außen durch. Luhmann hat daher vordergründig recht: Den Massenmedien selbst als System ist ihre Funktion nicht einsichtig.³⁸ Aber diese Aussage wirft einen subjekttheoretischen Schatten, denn für Subjekte gibt es keine solche kognitive Grenze. Will das System sich daher gegen die Subjekte stabilisieren, muß es ihrem Bewußtsein eine Latenz einschreiben. Diese Funktion erfüllen die Massenmedien im tagespolitischen Diskurs. Das Autoskript des Funktionssystem wird daher auch lesbar als Bewußtseinslatenz der Subjekte.

Die Theorie der Massenmedien als subtile Grenzmarkierung des politischen Systems gerät daher automatisch auch zu einem paradoxen Grenzgang der Theorie autopoietischer Systeme. Die massenmediale Inkommunikabilität der autopoietischen Geschlossenheit der Funktionssysteme artikuliert auf der latenten Schattenseite zugleich die Grenze der Funktionssysteme als Grenze subjektiver Handlungshorizonte. Die Massenmedien stabilisieren das Funktionssystem, eröffnen aber auch diskursive Spielräume nach beiden Seiten. Die Bewußtseinslatenz der Subjekte ist die Kommunikationslatenz der Systeme. Aber noch einmal: Während die Kommunikationslatenz der Systeme ihre Struktur schützt und (außer durch Luhmann selbst) inkommunikabel ist, schuldet sich die

38 Luhmann 1996: 188.

Bewußtseinslatenz der Subjekte äußeren, objektiven Faktoren, die sich nicht von selbst der Kommunikation entziehen.

Statt daher am Ideal des unbeschädigten Lebens und der Öffentlichkeit der Subjekte festzuhalten, muß die Medientheorie diese Latenzen in ihren Text integrieren: lesen. Sie muß Luhmanns Medientheorie hinter sich lassen und die *systeminternen* Kommunikationsmedien Macht und Geld ergänzen um die *systemexternen* politischen Massenmedien samt Werbung. Dann wird sich zeigen, ob die latente Kommunikation der Massenmedien, ihre Unfähigkeit, ihre eigenen Beobachtungsmuster zu reflektieren, nicht zu einer Kommunikation dieser Latenz herausfordert, die dem Protokollanten (nicht Autor) des Theoriesystems sanft den Griffel führen kann.

Kommunikationslatenz und Bewußtseinslatenz: Grenze zwischen Autopoiese und Autonomie

Der Verlust der Welt hat sich mit der fortschreitenden funktionalen Differenzierung der Gesellschaft potenziert. Die Einheit der Welt oder Gesellschaft ist in der systemtheoretischen Argumentation unerreichbar. Jedes System muß sie jeweils für sich selbst herstellen. Politik und Wirtschaft reproduzieren diese Einheit in ihren internen Codes: Zahlen und Entscheiden, Geld und Macht. Auch kommunizieren können die Systeme nicht mehr miteinander, sondern nur noch mit dem System der Kommunikation, das seine eigene Realität schafft.³⁹ Öffentlichkeit, in viele Teile zersplittert, ist nurmehr als Reflexion gesellschaftsinterner Systemgrenzen definierbar.

Diesem Verlust der Einheit der Welt steht jedoch der Gewinn ihrer Medialität gegenüber. „Was wir über unsere Gesellschaft, ja über die Welt, in der wir leben, wissen, wissen wir durch die Massenmedien“, sagt auch Luhmann.⁴⁰ Ohne dieses Wissen ist keine komplexe Gesellschaft zu betreiben. Gerade im Fall der Massenmedien treffen daher die kommunikative Machtgrenze des politischen Systems und seine massenmediale Grenze zur Öffentlichkeit aufeinander: Sie bilden den Hautkontakt zwischen System und Subjekt, Kommunikation und Bewußtsein. Luhmann nennt ihn Interpenetration: Der Operationsbereich einer Organisation übernimmt die Grenzen des Bewußtseins seiner Mitglieder, umgekehrt können diese operativen Grenzen eines Systems in das Bewußtsein eines beobachtenden, psychischen Systems hineinfallen. Das Bewußtsein kann demnach die Grenzen sozialer Systeme entweder tragen oder unterlaufen, gerade weil die psychischen keine sozialen

39 Fuchs 1992: 89-100. Fuchs 1993: 34-36.

40 Luhmann 1996: 9.

Systemgrenzen sind. Luhmann resümiert: „Das Gleiche gilt im umgekehrten Fall: Die Grenzen psychischer Systeme fallen in den Kommunikationsbereich sozialer Systeme. Kommunikation ist geradezu dazu gezwungen, sich laufend daran zu orientieren, was psychische Systeme in ihr Bewußtsein bereits aufgenommen haben und was nicht.“⁴¹

Für die Massenmedien potenziert sich daher das Problem des blinden Flecks. Sie sind in besonderem Maße auf Beobachtung spezialisiert und beobachten auch mit besonderer Aufmerksamkeit das Bewußtsein ihrer Rezipienten, um deren Aufmerksamkeit zu erlangen, die immer knapp ist. Aus subjekttheoretischer Sicht gibt es dagegen keinen Grund, den Massenmedien von vornherein die Fähigkeit abzusprechen, die das Wissenschaftssystem hat und die auch dort auf den kognitiven Fähigkeiten der Subjekte beruht. Vielmehr beruhen die kommunikativen Grenzen des Systems der Massenmedien auf den kognitiven Grenzen der Subjekte. Aus der Systemtheorie heraus läßt sich daher die Kommunikationslatenz der Massenmedien schlechterdings nicht erklären, sondern allenfalls beschreiben. Der Strukturschutz, über den die Systeme ihre Autopoiese sicherstellen, ist im Falle der Massenmedien Kommunikationslatenz und Bewußtseinslatenz zugleich.

Die Systemtheorie gerät daher im Falle der Massenmedien in ein fatales Dilemma. Entweder: Sie erklärt die Welt zum Text, zur Kommunikation ohne handelnde Autoren. Dann bewegt sich die Theorie durch den digitalen Raum der Software: Blindflug. Oder mit Baudrillard: „La guerre du golf n'a pas eu lieu.“ Aber das ist empirisch falsch, und auch die Computer-Kids landen über kurz oder lang auf dem harten Boden der Realität: Game over. Um im Text zu bleiben, werden die Übeltäter dem Rechtssystem überstellt und können sich dort wie de Sade als Literat betätigen.⁴² Oder: Die kommunikativ latent gehaltene Autopoiese muß auch im Bewußtsein der Subjekte eine Spur hinterlassen, eine Spur der latenten, unbewußten Kommunikation zwischen System und Subjekt. In diesem Falle aber dürfen die Massenmedien nicht als soziales System beschrieben werden, sondern sind als Autoskript der Systeme zu lesen. Die Theorie ist dann nicht mehr der universelle Autor des Kommunikationssystems Gesellschaft, sondern der lauschende Parasit eines histori-

41 Luhmann 1984: 295. Vgl. daher auch Fuchs 1993: 33-38.

42 Fälle virtuellen Wahns sind häufig und werden gerade von den Medien gerne zitiert, man denke nur an den Film „Matrix“. Am 23. Juli 1999 betätigte sich der 31jährige Nishizawa Yuji als Matthias Rust zweiter Ordnung. Er entführte einen Jumbo-Jet der ANA, setzte sich ans Steuer und wollte unter der Tokioter Rainbow-Bridge hindurchfliegen. Er habe am Simulator geübt und Selbstvertrauen, sagte er. Leider enden solche Fälle virtuellen Wahns oft tödlich, in diesem Falle starb der Pilot. Hinter dem Spiel steckt also eine reale Pathologie, die der unterkomplexen Beobachtung der Medien zumeist entgeht.

schen Rendezvous'. Damit ist die theoretische Grundannahme des vorliegenden Protokolls umrissen: Indem die Massenmedien sich *zwischen* System und Subjekt ansiedeln, lassen sie sich auch als Autoskript, als Schreibfläche, als Haut systemischer Identität verstehen.

Die Massenmedien, insbesondere die kommerziellen, lügen und manipulieren nicht, sondern spiegeln genau das Reflexionsniveau und die kognitiven Grenzen der Subjekte. Ihre Kommunikation ist tatsächlich eingebettet in die Lebenswelt, sie sind wie die Wissenschaft auf das Bewußtsein der Subjekte angewiesen und kulturabhängig. Doch die kognitiven Grenzen dieser Kommunikation sind Machtgrenzen. „Alles, was wir über die Welt wissen, wissen wir durch die Massenmedien“, meint Luhmann. Wichtig ist jedoch nur, was wir noch nicht wissen, was also zwischen den Zeilen der eingeblendeten Schriftzüge zu lesen ist. Hier weiß die Boulevardzeitung mehr als Luhmann: Interessant ist nur das, was irgendwer irgendwo vertuschen will. Das schließt den blinden Fleck von Wissenschaftlern ein. Während die „Pisa-Studie“ von dieser Bewußtseinslatenz nur die Spitze des Eisbergs sein dürfte und die weitere empirische Forschung an die Bildungs- und Wissenssoziologie zu delegieren ist, beschreitet diese Arbeit den medientheoretischen Weg.

Macht ist nicht einfach ein Medium der Kommunikation, sondern eine reale Grenze subjektiver Autonomie. Deshalb ist ihr Einschlag ins Geschlechterverhältnis in allen frühen Gesellschaften offenbar. Macht verschwindet aber nicht, wenn sie zum Medium der Kommunikation umgeschrieben wird. Politische und militärische Machtverteilung ist vielmehr auch in modernen Gesellschaften Bedingung und Grenze sozialer Evolution. Schärfer noch als in der Politik zeichnet sie sich jedoch in der Ökonomie ab als Differenz zwischen bloßer Reproduktion und Luxus. Zwar hat sich auch das Weltwirtschaftssystem in seiner systemtheoretischen Beschreibung um das Geld als Kern herum ausdifferenziert, das alle beruhigt und alle unterschreiben läßt. Aber auch dieses Funktionssystem kommt um seine Selbstbeschriftung nicht herum, will es sich gegen die unmittelbaren Bedürfnisse der Subjekte abgrenzen. Sein Massenmedium Werbung ist daher der ideale Gegenstand der soziologischen Medientheorie. Und nicht erst die Knappheit des Geldes, wie in materialistischen Argumentationen, beschädigen das Subjekt in seiner Autonomie, sondern schon die Latenz, die sich in seinen Körper einschreibt, wenn es den kommunikativen Gesellschaftsvertrag billigt. Die Einheit des Weltwirtschaftssystems verlangt eine zustimmende Unterschrift, die paradox erst an der Grenze zur Inkommunikabilität lesbar wird. In der Theorie des digitalen Geldes als diabolisch generalisiertes Kommunikationsmedium nehmen wir die Spur nach Japan wieder auf.

