

Jörg Becker

## **In Memoriam Herbert Irving Schiller (1919-2000) - Herbert I. Schiller starb achtzigjährig am 29.01.2000.**

Ursprünglich Ökonom, war er seit vielen Jahren Professor für Kommunikationsforschung an der University of California auf dem Campus von San Diego und hat die internationale Szene der international ausgerichteten Forschung wie kaum ein anderer beeinflusst, verändert, in Frage gestellt und provoziert. Zusammen mit dem 1992 verstorbenen kanadischen Medienökonom Professor Dallas Smythe (geb. 1907) und dem heute an der University of Illinois in Urbana-Champaign lehrenden Professor Thomas Guback bildeten diese drei kritischen Gesellschaftstheoretiker mit ihrem polit-ökonomischen Strukturansatz den „Stachel im Fleisch“ der langweiligen amerikanischen Mainstream-Forschung.

Wo die Telekom an die Börse geht, die Kommunikationswissenschaft aber über die neunte Variante eines two-step-flow of communication nachdenkt, wo das US-Justizministerium Microsoft als Monopolisten anklagt, die akademische Szene aber ganzheitlich-esoterisch-medial vor sich hin blubbert, wo schließlich in vielen Ländern Journalisten verfolgt und ermordet werden, der etablierten Forschung aber nur eine statistische Methodendiskussion einfällt, da hätte Herb stets mit der Frage nachgehakt: „In whose interest?“ Sozialwissenschaftler mit Herz und Seele beharrte er hartnäckig darauf, dass es bei Kommunikation und Medien zuallererst um die Frage nach gesellschaftlicher Macht ginge.

Mit dem Tod von Dallas Smythe und nun Herbert I. Schiller geht eine für die nordamerikanische akademische Tradition wichtige Denkschule zu Ende. Wurde ein Dallas Smythe in den frühen vierziger Jahren politisch deswegen verfolgt, weil er schon vor dem Kriegseintritt der USA vor dem deutschen Faschismus gewarnt und sich eine Anklage wegen „premature anti-fascist activities“ eingehandelt hatte, so waren es der deutsche Faschismus, die liberalen Erfahrungen mit dem sog. New Deal und der repressive Anti-Kommunismus der McCarthy-Zeit in den frühen fünfziger Jahren, die das politische und akademische Leben von beiden nachhaltig geprägt hatten.

Wie viele andere links-intellektuelle, metropolitane jüdische Amerikaner der Ostküste, so war auch Herbert I. Schiller direkt nach dem Krieg 1945 als junger Re-education-Offizier nach Berlin gekommen, freiwillig, begeistert, aktivierend für eine neu aufzubauende demokratische Gesellschaft in Deutschland. „Doch schon bald habe ich gemerkt, wohin der Zug ging. Es ging um eine amerikanische Markteroberung und eine Re-Etablierung der alten belasteten deutschen Elite - diesmal als Verbündete der USA. Verbittert und enttäuscht ging ich schon nach kurzer Zeit in die USA zurück.“ – Mehr als einmal hat Herb mir diese Berlin-Episode erzählt.

## Veröffentlichungen von Herbert I. Schiller in Deutschland

- Die Entwicklungsländer unter dem Einfluß kapitalistischer Medienproduktion, in: Aufermann, Jörg; Bohrmann, Hans und Sülzer, Rolf (Hg.): Gesellschaftliche Kommunikation und Information, Bd. 2, Frankfurt: Fischer-Athenäum 1973, S. 714-731.
- Die Bewußtseins-Manager. Medienindustrie der USA. Struktur und Einfluß, München: Hanser 1976.
- Werbung und internationale Kommunikation, in: Becker, Jörg (Hg.): Free Flow of Information? Informationen zur Neuen Internationalen Informationsordnung, Frankfurt: Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik 1979, S. 51-65.
- Computersysteme: Macht für wen und wozu?, in: Becker, Jörg; Harms, Jens und Metz-Mangold, Verena (Hrsg.): Informationstechnologie und internationale Politik, Bonn: Friedrich Ebert-Stiftung 1983, S. 57-69.
- Die Verteilung des Wissens. Information im Zeitalter der großen Konzerne, Vorwort von Jörg Becker, Frankfurt: Campus 1984.
- Die Kommerzialisierung der Kultur in den Vereinigten Staaten, in: Media Perspektiven, Nr. 10/1986, S. 659-672.
- Disney, Dallas und der elektronische Informationsfluß. Die weltweite Kommerzialisierung der Kultur, in: Media Perspektiven, Nr. 12/1988, S. 782-790.
- Mensch und Marktkommunikation, in: Messe Frankfurt (Hg.): Kommunikation 2000. Überlebt der Mensch die Medien? Nachwort von Jörg Becker, Frankfurt 1991, S. 74-78.
- My Graduate Education (1946-1948), Sponsored by the U.S. Military Government of Germany, in: Knut Hiekethier und Siegfried Zielinski (Hrsg.): Medien/Kultur. Schnittstellen zwischen Medienwissenschaft, Medienpraxis und gesellschaftlicher Kommunikation, Berlin: Spiess Verlag 1991, S. 23-30.
- Die militanten Vorreiter der digitalen Revolution. „Wired“ - eine Zeitschrift surft auf den Wellen des Zeitgeistes, in: Le Monde Diplomatique, Nov. 1996, S. 20-21.
- Die Kommerzialisierung von Information, in: Leggewie, Claus und Maar, Christa (Hg.): Internet und Politik. Von der Zuschauer- zur Beteiligungsdemokratie, Köln: Bollmann 1998, S. 134-141.
- Tendenzen des US-Imperialismus. Der Markt als Waffe, in: Le Monde Diplomatique, August 1998, S. 1 und 12-13.
- Im Reich der Ahnungslosen, in: Le Monde Diplomatique, Sept. 1999.
- Kultursponsoring in den USA, in: Media Perspektiven, Nr. 11/1999, S. 730-736.

Herbert I. Schillers Werk ist umfangreich, umfasst viele Aspekte dessen, was unter Kommunikation zu verstehen ist, und wurde in mehr als zwanzig Sprachen der Welt übersetzt. Ganz sicherlich sind seine Arbeiten außerhalb der USA wichtiger gewesen als zu Hause, insbesondere in Lateinamerika, Afrika und Asien. In seinen Arbeiten behandelte er so unterschiedliche Themen wie den Einfluss westlicher Werbung auf das Alltagsbewusstsein der Menschen in den Entwicklungsländern, die Militarisierung der amerikanischen Schulen durch das Pentagon und die CIA, die westliche Homogenisierung von Kulturen als Resultat der Tätigkeit westlicher Medienkonzerne, Manipulationsmechanismen der Unterhaltungsindustrie oder den technologischen Fetischismus beim Gebrauch von elektronischen Datenbanken und Internet.

Völlig unabhängig von seinen schriftlichen Veröffentlichungen war Herbert I. Schiller ein begnadeter Lehrer, Redner, Erzähler. Immer mit den Händen gestikulierend, oft ironisch lächelnd, flocht er in seine Vorträge Witze, Anekdoten und eigene Erfahrungen ein. Es war stets ein intellektueller Genuss, einem seiner frei vorgetragenen Vorträge zuzuhören, vorausgesetzt man konnte seine sanften Attacken auf die Merkwürdigkeiten im Kapitalismus goutieren. Hier ist eine seiner typischsten: „Konsum wird mit Demokratie gleichgesetzt. Aber welche Auswahl haben wir in der Demokratie? Im Supermarkt kann ich auf einem Gang zwischen 25 verschiedenen Sorten von Frühstücksmüsli wählen. Das ist ein enormer Vorteil: Ich kann gemahlene, pulverisierte, geschrotete Hafer und überhaupt alle Arten von Hafer bekommen. Aber - und ich unterschätze das keineswegs, ich liebe Hafer in allen diesen Formen - trotzdem muss man einen enormen Gedankensprung machen, wenn man glaubt, dass diese Art der Auswahl einem gleichzeitig die politische Wahl garantiert.“

Herbert I. Schiller war nie der große Autor von streng durchgegliederten wissenschaftlichen Monographien, sondern von Anfang ein Autor einzelner wissenschaftlicher Essays, die er dann nach einer Reihe von Jahren zu einem Buch zusammenfasste. Von solchen Büchern hat er allerdings eine Vielzahl vorgelegt. Ich denke an sein erstes „Mass Communications and American Empire“ (1969), dann an „The Mind Managers“ (1973) mit der verbesserten Neuauflage von 1992, „Communications and Cultural Domination“ (1976), „Who Knows: Information in the Age of the Fortune 500“ (1981), „Information and the Crisis Economy“ (1984), „Culture, Inc.“ (1989) und „Information Inequality“ (1996). Weiter Sammelbände legte er außerdem in Kooperation mit in- und ausländischen Kollegen vor, aus den USA besonders zusammen mit Edward S. Herman und Noam Chomsky.

Meine Freundschaft mit Herb geht auf eine Konferenz 1976 in England zurück, als er mich auf die faschistoide und anti-semitische Dissertation von Elisabeth Noelle-Neumann von 1940 aufmerksam machte. Wie auch dem neulich verstorbenen deutsch-jüdischen Kommunikationswissenschaftler Alphons Silbermann war Herbert I. Schiller die Mischung von strukturkonservativem Denken mit positivistischer Statistik à la Noelle-Neumann mehr als suspekt. Es waren einige Jahre in den 70-er und 80-er Jahren, in denen kritische Wissenschaftler wie Herbert I. Schiller und Dallas Smythe, James Halloran aus England, Armand Mattelart aus Frankreich, Luis Ramiro Beltrán aus Bolivien, Cees Hamelink aus den Niederlanden, Kaarle Nordenstreng aus Finnland, Mustapha Masmoudi aus Tunesien, Juan Somavia aus Chile oder Neville Jayaweera aus Ceylon es geschafft hatten, die internationale politische Hegemonie idealistischer, strukturkonservativer oder positivistischer Ansätze in der Kommunikationswissenschaft ansatzweise aufzubrechen. Genau in dieser Zeit meiner beginnenden Freundschaft mit Herb fällt dann auch das einzige ins Deutsche übersetzte (und von Dieter Prokop herausgegebene) Buch von Herbert I. Schiller, nämlich „Die Bewußtseinsmanager“ im Hanser-Verlag 1976.

Mehrfach haben Herb und ich uns dann in den USA und in Deutschland gegenseitig besucht. Wir redeten viel miteinander, kritisierten uns auch gegenseitig. Zu Herbs 65. Geburtstag gab ich sodann 1986 mit Göran Hedebro aus Schweden und Leena Paldán aus Finnland eine Festschrift heraus (Norwood, NJ: Ablex). Nach wie vor gilt dieses Buch mit seinen 26 Beiträgen von Wissenschaftlern aus 22 verschiedenen Ländern als gute Einführung in das Fachgebiet internationale Kommunikation an vielen nordamerikanischen Universitäten. Zweimal gelang es mir außerdem, Herbert in Deutschland wissenschaftlich präsent werden zu lassen. 1984 genehmigte mir der Ausschuss für entwicklungsbezogene Bildung und Publizistik (ABP) der Evangelischen Kirche Deutschlands das Geld für eine Übersetzung von

Herbs Buch „Who Knows?“ ins Deutsche. Mit einer Übersetzung des heutigen Italienkorrespondenten der TAZ, meinem alten Freund Werner Raith, erschien dann das Buch unter dem Titel „Die Verteilung des Wissens“ im Campus Verlag. Und wie froh war ich, als Herbert mich damals um ein Vorwort zu seinem Buch bat! Eine zweite Präsenz von Herbert I. Schiller in Deutschland war viel schöner und spannender. Die Messe Frankfurt hatte mich aus Anlass ihres 750-jährigen Jubiläums beauftragt, ein international besetztes Podium über die Zukunft der Medien zu organisieren.

Anders als politische Stiftungen, die oft nicht mehr als ihr eigenes Parteibuch im Kopf haben, können Kaufleute weltoffen und liberal sein. In diesem Kaufmannsgeist hatte mir die Messe in Frankfurt völlig freie Hand bei der Auswahl meiner Referenten für ihre Veranstaltung gelassen. Und so schaffte ich es 1990 am Tisch der Frankfurter Messe die drei kritischsten Geister und großen „Gurus“ aus den USA zum Thema Kommunikation und Information zu Wort kommen zu lassen: Joseph Weizenbaum, Neil Postman und eben Herbert I. Schiller. Die zuhörenden Banker und Manager, Unternehmer und Aufsichtsratsmitglieder wussten sehr wohl, über was Herb sprach: Die Macht der Medien. Normativ zogen sie andere Schlussfolgerungen aus seinen Analysen, aber sie verstanden ihn sehr wohl, sie, die die Macht der Medien in ihrem Sinn zu nutzen wissen.

Jüngere Kollegen und „Spätgeborene“ können von mir aus vieles überlesen von dem, was ich geschrieben habe. Wenn ich aber eine einzige kleine Lektüreempfehlung geben darf, dann Herbert I. Schillers Aufsatz „The Diplomacy of Cultural Domination and the Free Flow of Information“ (zuerst in „Le Monde Diplomatique“ im September 1975 und dann an mehreren Stellen nachgedruckt). Wo sich gegenwärtig in merkwürdiger Allianz NATO und Amnesty International, die G 7-Gipfel und der Hamburger Computer Chaos Club in ihrer Internet-Euphorie überbieten und ein Credo auf den freien Informationsfluss singen, da sind sie historisch und weltpolitisch-strukturell blind, um welche Freiheit es bei einem freien Informationsfluss eigentlich geht. Nur wo Freiheit geregelt wird, da kann sie blühen, so möchte ich Herb paraphrasieren. Und: Meinungsfreiheit darf nicht mit der Gewerbefreiheit eines Medienunternehmers gleichgesetzt werden.

Mein väterlicher Freund und Kollege Herbert I. Schiller ist tot.

Weder Herb noch ich mochten Kommunikation per E-Mail. Wir nutzten es nur aus instrumentellen Gründen. Sein letztes E-Mail an mich vom 18. September 1999 endete mit folgenden Sätzen: „In the meantime, keep your spirits high, and remember that pools of resistance are spreading, not disappearing. As our Spanish friends would say, a big 'abrazo'“.

Quelle: Zeitschrift für Kommunikationsökologie, Nr. 2/2000, S. 41-43.