

Inhalt

VORWORT _____	XV
EUROPA _____	1
DIE VERSUCHE DES HEINRICH HERTZ _____	3
Vorlauf _____	3
Preisfragen _____	4
Lodge, der Maxwellianer _____	5
Die Vor-→Entdecker← _____	6
Scheinbilder eines schlechten Gehörs _____	7
Absage _____	7
Scheinbilder _____	8
Exkurs: Das Ende der Naturlehre und die ›Neutralität‹ technischer Medien _____	9
<i>Unsichtbare Engel</i> _____	9
<i>Reale Messgeräte und Uhren</i> _____	10
<i>Die ›Neutralität‹ der Technischen Medien</i> _____	10
<i>Die blinde Taktik des Epistemischen Dings</i> _____	12
Rühmkorff und Resonator _____	12
Funken und Stimmgabeln _____	14
Reell ist, was an seiner Stelle klebt _____	15
Zur Geschichte des elektrischen Funkens. _____	16
Das Leidener Medium _____	16
Die Flügel des Geistes, Metaphysik der Teilchen _____	18
Oerstedt, Faraday _____	19
Maxwell _____	20
Ampère _____	20
Webers Zauberkreis _____	21
Noch einmal: Helmholtz' Preisaufgabe _____	21
Feddersens Fotofunken _____	22
Funkenselbstbelichtung _____	23
Funkenselbstvermessung _____	24
Das Aufmaß des Reellen _____	26
Funkenfund _____	26
<i>Zu stürmisch und zu unregelmäßig</i> _____	28

Weber oder Maxwell? _____	29
Die Unvorstellbarkeit des Medialen _____	31
Fotoeffekt _____	32
Vorsicht vor der gewöhnlichen Elektrizitätslehre _____	35
»Die Mechanik«, »in neuem Zusammenhange« _____	35
Die Schwingung als Zeichen _____	36
Die Oszillation des Reellen _____	37
 DAS AUFGEGLASSENES EXPERIMENTIERGERÄT _____	 41
»Radiant Matter« _____	41
»Strahlende Materie« oder »vierter Aggregatzustand«? _____	42
»These rays ... can pass into the brain« _____	44
Paris, Liverpool, Kronstadt, Bologna _____	46
Righi und Planck _____	47
Ontologische Reste _____	48
Der Kohärer _____	48
<i>Branly und Baraduc</i> _____	49
<i>»Les neurones jouant le rôle des grains métalliques«</i> _____	52
<i>Lodge's Kohärer-Augenexperiment</i> _____	53
Die Antenne _____	54
Marconi _____	54
Das Ohr als Kriegsgerät _____	55
Seekabel _____	56
Preece _____	57
Marconi Company _____	58
Poldhu _____	59
Die Radio-Röhre und der Gesang ohne Heimat _____	60
Der Edison »Effekt« _____	60
The Wireless Valve _____	61
Audion _____	63
Die Röhren und der Krieg _____	64
Kriegsfreiwillig _____	65
 KULTURINSTRUMENT RUNDfunk _____	 67
Bredow _____	67
»Funkerspuk« _____	67
»Die Eroberung des Äthers« _____	69
»Radio Big Business« _____	70

»Der Industrie ein neues Tätigkeitsfeld...«	71
Kulturinstrument	71
Das Äther-Paradigma	72
Kulturträger Rundfunk	73
<i>Staatssicherheit vor Publizistik</i>	74
Kein Massenmedium	75
Exkurs: Zum Verhältnis von	
Medien- und Wissensgeschichte	75
Die epistemologische Differenz	76
Begrenzte Epistemologien	77
Der Ausschluss des Politischen	77
Bildungstraditionen	78
Keine Öffentlichkeit	79
Der Radoruf	80
Doppelt ausgeschlossene Sozialdimension	81
<i>Karl Kraus</i>	82
<i>Tote Helden</i>	83
Radio-Attentismus	84
Radioitis!	86
Radiofurcht	87
<i>Anton Kuh</i>	87
<i>G. H. Mostar</i>	88
Shifter des »Du«	89
Absolute Radiokunst	89
Kurt Weill	90
<i>Der schwerste Fehler des politischen Lebens</i>	91
<i>Absoluter Film</i>	92
<i>Akustische Zeitlupe</i>	94
Busoni	94
<i>Cahill's Telharmonium</i>	96
Radio-Trautonium	97
Hallo Welle Erdball	99
HANS FLESCHE	103
»Zauberei auf dem Sender«,	103
Ernst Schoen	104
Störungen	105
Intendant	106

Grotesker Anfang	106
Das »arteigene« »mechanische Instrument«	107
Die Kunst der Apparatur	108
Der neue Mensch	109
Die Rundfunk-Reform	110
DIE VERSCHALTUNG DER MASSE	
UND DAS BEGEHREN DER STIMME	113
Goebbels: Radio-All-Macht	113
»Dort Hitler, Ich Reportage«	114
Die Übertragung der Gedanken	115
Parasozialität, Gleichschaltung	116
Die Stimme als körperlose Wesenheit	117
Funkwellen, der geistige Strom	118
<i>Heissenbüttel</i>	119
Kainz	120
Schöne Stimmen	121
Freud	122
Lodge	125
Schreber	129
Die Ambivalenz des Begehrens im Stimmenhören	132
Das Radio und die Psychose	136
Einheitsprogramm und Verschaltung	138
Ringsendung	141
USA	143
SEEKABEL, EDISON UND ELEKTRIFIZIERUNG	145
Seekabel	145
Faraday	146
Thomson	147
»The Joint Committee on Submarine Telegraphs«	149
Edison	150
Deafness	150
»The invented self« – Der Erfindererfinder	151
Die Blamage	153

Der »Edison Effekt« (Radoröhre) _____	154
Elektrifizierung _____	156
»ELECTRICITY will soon do everything«. _____	157
Looking Backward 2000 to 1887 _____	158
Giant Power Heidelberg Electric Belt _____	160
Elektrokution _____	161
DIE ENTSTEHUNG DES US-RADIOS	
AUS DEM GEISTE DES WECHSELSTROMS _____	163
Befehlsimpuls und Wellen-Phantasma _____	163
ErfinderErfinder in der Nachfolge der Gentleman _____	164
Nikola Tesla _____	165
<i>Crookes-Schüler</i> _____	166
<i>Teleportation</i> _____	167
<i>Mehrphasenmotor</i> _____	167
Westinghouse _____	169
Charles Proteus Steinmetz _____	170
<i>Sozialistischer Flüchtling</i> _____	171
<i>... plus Elektrifizierung</i> _____	172
»j« _____	173
Radio – Phantasma _____	175
Fessenden _____	176
Dunwoody _____	178
Das Phantasma und das Gesetz der Frequenz _____	179
Titanic _____	180
Carpathia _____	180
»All Titanic Passengers save« _____	181
»Radio Act« 1912 _____	182
Lusitania _____	183
1919, Navy-Bill _____	183
»Household Utility« _____	185
»BLUE MONDAY«, »SONG AND PATTERN« UND »JAZZ« _____	187
Radio ruft Radio _____	187
833 kHz, 618 kHz _____	188
Rufcodes _____	188

KDKA und die Präsidenten	191
Dr. Frank Conrad, Westinghouse	192
Präsidenten	193
<i>Harding</i>	193
<i>Coolidge</i>	193
<i>Hoover</i>	193
Mass Media	195
Nationale Korporativität	195
Die Dualität der Radiostimme	196
WJZ	196
Song ,n' Pattern	196
Jazz	197
The Great Migration	198
New Orleans	199
Intercourse	199
Täuschung	200
Race	200
Chicago	201
Paul Whiteman	202
Bing Crosby	203
Duke Ellington	204
DIE SERIALS	207
Amos »n« Andy	207
»Songbirds«	208
<i>Gosden</i>	208
<i>Correll</i>	208
<i>The Harmony Boys</i>	209
Radio-Comic	210
Gemessener Erfolg	211
Von Atlanta nach Harlem	212
Minstrel	214
Blackfacing – Blacktalking	214
Das Spiel der Betrogenen	215
<i>Protest</i>	216
<i>Das Ende</i>	217
Die oszillatorische Täuschung der medialen Stimme	218
Studiopublikum – die Codierung des Hörens	219
Soap	220

First Person Singular	221
March of the Time	221
Exkurs: Die Politik der Stimmen	222
Tom Heatherly Pear	223
Herta Herzog	223
Bühler	224
Loslösung der Stimme von der Person	225
Multi-ethnische Polyphonien	225
»Always Arriving, Never Arrived«	226
Linguistischer Slapstick	228
Die phatische Stimme	229
Halloween 1938	229
Charlie McCarthy	230
<i>Ventriloquismus, Phonetismus</i>	231
»Spirituelle Qualitäten«?	232
<i>Der ventriloquistische Spiegel</i>	234
<i>Das gespaltene Objekt des Begehrens</i>	236
<i>Nicht-Einstehen-Können für die Stimme</i>	237
Mercury Theatre On The Air	238
<i>Der literarische Ventriloquist</i>	239
Charlie McCarthy vs. »War of the World«	240
<i>Suggestibilität</i>	244
<i>Interferenz einer Katastrophe</i>	245
DIE DEEJAYS	247
Der Generationen-Riss in der Musik-Akzeptanz	247
»The Princeton Radio Research Project«	247
Ravag-Studie 1932	248
»Your Hit Parade«	249
»Lucky Strike« und »Lord & Thomas«	250
Das normalisierte »Du«	251
<i>Die Paradoxie der Normalisierung</i>	252
Journalistische Indifferenz	253
Alles »Ge-Stell(t)« – Ein Exkurs zu Heidegger	254
Simulation und Dissimulation	255
<i>Dissimulatives Hören</i>	256
Pathosakt der Akzeptanz	257
»The World's Largest Make Believe Ballroom«	258
FRC: »A fraud Upon the Listening People«	259

Vier Drehbühnen	260
»The Little Fellow Likes the Little Station«	261
»Not licensed for radio broadcast«	264
DeeJay-Talk	265
Der Mondhund	269
Record Rendezvous	270
Executive Order 9981	270
Die 7-Inch-Single	271
Rhythm & Blues	272
TV	273
WJW	274
Brüllen, Heulen, Hämmern	274
Erschauern	275
Rock »n« Roll	277
Das ventriloquistische Totemtier	279
»... etwas, das nicht den Geist, sondern die Seele massiert«	281
FORMAT-RADIO	283
Serielle Formatierung	283
Imperial-Ätherisch versus Korporativ-Sozialistisch	284
... noch nicht und nicht mehr ...	286
»Eine tote Menge lauter Einsen« – Radioforschung	286
Indikatoren der Stereotypie	288
»Plugging«	289
»Programm Analyzer«	289
»Radioversessenheit« und »psychologische Taubheit«	290
Kognitiv, affektiv, – konativ	291
Programm-Signale	293
Signalstrukturen: vorgehend, überlappend, verzögernd	293
Top Forty	295
Storz und McLendon	298
Management, Kryptografie und Historik	299
Kein journalistisches Medium	301
Die Omaha-Studie	303
»The composition hears for the listener« –	
Exkurs zu Adornos Pop-Theorie von 1941	305
Zerstreuung und Unaufmerksamkeit	306
Standardisierung	307

<i>Pseudo-Individualisierung</i>	308
<i>Vorweggehört, vorgekaut, vorverdaut</i>	309
<i>Unterhaltung als doppelseitiges Objekt</i>	309
<i>Die formatierte Individualisierung des Hits</i>	310
Das Radio als Objekt	311
Die (De-)Personalisierung des DeeJays	312
<i>Protest und Payola</i>	313
<i>Fiktion und Perversion</i>	314
<i>»Totemisms of DeeJay-Culture«</i>	
– <i>Ein Exkurs zur DeeJay-Stimme</i>	315
<i>Die Schatten der Sucht – »The Crying of Lot 49«</i>	316
Die Formel für ein aurales Objekt	318
<i>Konative Voraussetzungen</i>	319
<i>»Aurales« Objekt</i>	320
<i>»Informality«</i>	323
<i>Promotion – »to make people talk«</i>	323
<i>Ein Nicht-Zuhören, dem Nichts entgeht</i>	325
<i>»Radio is Sound«</i>	328
<i>Die Stundenuhr</i>	329
<i>»Music scheduling«</i>	330
<i>Hörer-Anrufungen – »Call-Ins«</i>	332
Programmierung von Selbstähnlichkeit	333
<i>Zeitliche Freiheitsgrade</i>	333
<i>Commercials</i>	334
Die Emergenz der Formate – Formatierung der Nation?	336
Die Säulen des »Top 40«	336
Drake und die »Baby Boomer«	337
FM	339
Underground-Radio	343
<i>Tom Donahue's »full-time album oriented FM radio station«</i>	343
<i>Anti-Announcer Announcer:</i>	
<i>Der Auftritt »natürlicher« Stimmen</i>	345
<i>Rausch</i>	347
<i>Die Fragen einer Generation</i>	349
<i>Electric Music for the Mind and Body</i>	351
<i>Electric Buddha Nirvana</i>	352
»Rock«- Musikindustrie	355
<i>Das »Underground«-Kapital</i>	355
<i>Boomer-Kaufkraft</i>	356
»Consultancy«: Die Radioberatung	357
<i>Platzbesetzung der Stimme</i>	359

<i>Radio- & Musikindustrie * 6</i>	359
<i>Populärmusik-Formatismus</i>	360
<i>»AOR«</i>	362
Ultimative Gegenwart:	
Cluster-Radio oder Radio aus dem Orbit?	364
<i>XM-Radio</i>	364
<i>›The keys that created each Radio revolution‹</i>	365
<i>Ausgeforschte Antizipation</i>	367
<i>›THE musical information source‹</i>	367
<i>Format-Überlappung</i>	368
<i>»Clear Channel« und die Format-Oligopole</i>	369
<i>Format-Babylon</i>	371
<i>Formate als Konsum-Milieu-Cluster</i>	372
<i>»Cluster Selling«</i>	374
<i>Radio-Reise nach Lubbock, Texas (via internet)</i>	375
<i>Radio als Konsumverstärker</i>	378
<i>Die orbitale Flucht in den Äther</i>	379
LITERATUR	382
ABBILDUNGEN	392
EDITORISCHE NOTIZ	393