

1.1 Kritische Medientheorien (Christian Schicha)

In: Stefan Weber (Hrsg.): Theorien der Medien, Konstanz 2003, S. 108-131

1.1.1 Kurzgeschichte der Kritischen Theorie

Einen zentralen Einfluss auf die kultur- und medienkritische Debatte hatte zunächst das von Walter Benjamin im Jahr 1936 verfasste Schlüsselwerk „Die Kunst im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit“. Dort wurde eine Theorie des Kunstwerks unter medialen Bedingungen entwickelt, die neben der Möglichkeit der Vervielfältigung künstlerischer Produkte auch auf die Wirkungsebene der Medieninhalte verwies. Der Aspekt der *Zerstreuung* (Benjamin 1979, 41) bei der Wirkung von Programmen auf die Zuschauer spielte eine zentrale Rolle. Benjamin stellte die Frage, ob die Rezipienten durch die damals aktuellen Wahrnehmungsformen und Inhalte immer noch in der Lage wären, kritische politische Urteile zu fällen oder ob propagandistische Inhalte dies verhinderten.¹

Diese Kerngedanken wurden später von den Vertretern der Kritischen Medientheorie erneut aufgegriffen. Der Philosoph Max Horkheimer fokussierte das Forschungsprogramm der Kritischen Theorie in den dreißiger Jahren auf das Projekt einer interdisziplinär zu erschließenden *materialistischen Gesellschaftstheorie*, die neben der ökonomischen Analyse der gesellschaftlichen Machtverhältnisse auch eine sozialpsychologische Untersuchung mit Blick auf eine kulturtheoretische Betrachtung der Wirkungsweise der Massenkultur umfasste.²

In der so genannten *Frankfurter Schule* am Institut für Sozialforschung der Universität Frankfurt am Main wurde diskutiert, „welche Ursachen sich für das Ausbleiben eines entwickelten

1 Benjamin entwickelte seine Ideen unter dem Eindruck der Propaganda des Faschismus und vertrat die Ideen eines „unorthodoxen Marxismus“ (Wiegerling 1998, 74).

2 Insgesamt verfügte die Kritische (Medien-)Theorie über eine kritisch-normative Orientierung und verfolgte demzufolge ein emanzipatorisches Erkenntnisinteresse (vgl. Waschkuhn 2000).

Klassenbewußtseins“ im Verständnis des Marxismus aufzeigen lassen. Der Begriff der *Manipulation* prägte die Debatte als „Sammelbezeichnung für alle Versuche, die bestehenden Produktionsverhältnisse zu stabilisieren“ (Jäckel 1999, 81). Dabei wurde von der gesellschaftlichen Diagnose ausgegangen, dass die breite Masse von den Herrschenden unterdrückt und ausgebeutet würde. Zunächst spielten die Wirkungen von Medien und Kommunikation bei der Analyse gesellschaftlicher Defizite eine untergeordnete Rolle. Mit dem technischen Fortschritt und dem zunehmendem Verbreitungsgrad der Medien kristallisierte sich die Frage heraus, welchen Anteil die Massenkultur an der als problematisch wahrgenommenen Verfestigung der gesellschaftlichen Verhältnisse einnimmt. Die stimulierende Wirkung der Massenmedien wurde negativ bewertet, da die Menschen insbesondere durch Unterhaltungsangebote von ihren tatsächlichen Bedürfnissen abgelenkt würden, nämlich sich kritisch mit den gesellschaftlichen Verhältnissen und ihrer eigenen Situation auseinander zu setzen. Populärkulturelle Inhalte würden schließlich dazu beitragen, dass die Gesellschaft entpolitisiert werde.

Die Kritische (Medien-)Theorie wurde maßgeblich von Max Horkheimer und Theodor W. Adorno durch das 1944 erschienene Werk „Dialektik der Aufklärung“ geprägt. Darüber hinaus hat Jürgen Habermas die Debatte u.a. in seiner Habilitationsschrift „Strukturwandel der Öffentlichkeit“ (1963) sowie mit den beiden Bänden der „Theorie des kommunikativen Handelns“ (1981) weiterentwickelt und modifiziert. Eine radikale Kulturkritik wurde von Hans Magnus Enzensberger vor allem in seinem „Baukasten zu einer Theorie der Medien“ (1970) entwickelt. Aktuelle kritische Medienanalysen haben vor allem Dieter Prokop (2000, 2001) und Richard Münch (1992, 1995, 1998) sowohl in Hinblick auf die Inhalte als auch auf die strukturellen Rahmenbedingungen der Medienentwicklung vorgelegt.

1.1.2 Grundbegriffe und Modelle der Kritischen Theorie

Zentrale Grundbegriffe der Kritischen Medientheorie werden aus den in der Kritischen Theorie vorherrschenden Kategorien gewonnen. Zunächst spielt die *Entfremdungsproblematik* eine zentrale Rolle, aus der ein *Verblendungszusammenhang* in Hinblick auf die manipulative Wirkungskraft von Massenmedien abgeleitet wird. Die grundlegende

Ideologiekritik einer „Dämonisierung der Kulturindustrie“ (Prokop 1985, 165) am *Manipulationspotenzial der Massenmedien* wird durch die These untermauert, dass sich durch die Medienrezeption unterhaltsamer Formate ein *falsches Bewusstsein* bei den Zuschauern herausbilde. Durch derartige Strategien werde eine *kritische Öffentlichkeit* verhindert, die sich ursprünglich an dem Modell einer diskursiven Kommunikationsgemeinschaft orientiert habe. Im Rahmen dieser radikalen Gesellschafts- und Medienkritik dominiere die „Konsumsphäre und Warenform unter Einschluss symbolischer Komponenten politischer Ökonomiedominanz und der bestehenden Herrschaftskultur“ (Waschkuhn 2000, 14), um von den tatsächlichen Bedürfnissen der Gesellschaft abzulenken. Die Entwicklung eines autonomen und mündigen Subjekts werde durch derartige Mechanismen verhindert. Die *Kulturkritik* besagt, dass eine Manipulation seitens der *Kulturindustrie* durch primär unterhaltsame Medieninhalte erfolge, die sich trivialkulturellen Mustern bediene. Dadurch werde die Bildung autonomer, selbstständig bewusst urteilender und sich frei entscheidender Individuen verhindert. Massenmedien seien Instanzen des *Massenbetrugs*, die die Träume und Sehnsüchte der Menschen durch kommerzielle Angebote zu befriedigen versuchen, jedoch faktisch zur *Entmündigung* der Konsumenten beitragen.

Diagnose Massenbetrug: Theodor W. Adorno/Max Horkheimer

Max Horkheimer und Theodor W. Adorno haben in einem interdisziplinären Rahmen ein wissenschaftliches Projekt begonnen, das auf eine kritisch-marxistisch orientierte Analyse moderner Gegenwartsgesellschaften rekurrierte. Die „Dialektik der Aufklärung“ gelangt in ihrer Auseinandersetzung mit den Massenmedien zu einer düsteren Prognose. Speziell in dem Kapitel über die Massenkulturindustrie prognostizieren die Autoren eine kulturelle und soziale Regression als Konsequenz einer industriellen Kulturproduktion, die gesellschaftliche Gegensätze und Orientierungslosigkeit durch die Produktion eines totalitär ausgerichteten Amusements zu verwischen versucht. Der Öffentlichkeit würden massenmedial vermittelte Vergnügungen verabreicht, die darüber hinwegtäuschen sollen, dass sie sich in einem *ausbeuterischen Systemzusammenhang* bewege. Diese These mündet schließlich in der im Untertitel des Kapitels pointiert gewählten Bezeichnung: *Aufklärung als Massenbetrug*. Das Kapitel über

die Kulturindustrie, das auf Adorno zurückgeht, jedoch von Horkheimer intensiv überarbeitet worden ist (vgl. Waschkuhn 2000, 28), kann als „eine einzige große Polemik gegen die moderne Unterhaltungsindustrie“ (Dörner 2000, 68) klassifiziert werden. Die Masse werde durch derartige Medienangebote getäuscht, da sie standardisierte Vergnügungen an die Rezipienten herantragen, die von ihren tatsächlichen Bedürfnissen ablenken und so eine relative Zufriedenheit im kapitalistischen System aufrecht erhalten.

Das Publikum werde durch derartige Einflüsse für 'dumm' verkauft. In der medial vermittelten Konsumwelt werde der Eindruck vermittelt, dass es eine Auswahl von Produkten und Angeboten gebe. Faktisch solle jedoch eine Nachfrage nach dem Immergleichen geweckt werden, um die Profite der Medienproduzenten zu sichern. „Kultur schlägt heute alles mit Ähnlichkeit“, war demzufolge eine der zentralen Thesen von Horkheimer und Adorno (2000, 128). In Film, Radio und Fernsehen würden die immer gleichen trivialen Inhalte ausgestrahlt, die nicht mehr als Kunst, sondern als 'Schund' klassifiziert werden können und aus ökonomischen Machtinteressen heraus platziert werden. Aus der *Entmündigung* des Konsumenten resultiere schließlich die Entmündigung des Staatsbürgers. Faktisch sei nur die ‚hohe Kunst‘ in der Lage, dem Rezipienten ein angemessenes Reflexionsangebot zu machen, aus dem eine kritische Grundhaltung gegenüber gesellschaftlichen Zwängen resultieren könne. Die Konsequenz der Kulturindustrie besteht jedoch in einer *Anti-Aufklärung*.

Die Konsumenten würden diese Form der Manipulation widerstandslos akzeptieren. Somit ergebe sich ein Zwangscharakter einer entfremdeten Gesellschaft. Technische Rationalität fungiere als Rationalität der Herrschaft. Durch die technische Verbreitung der Kulturindustrie sei eine Standardisierung und Serienproduktion möglich. Besonders kritisiert wurden Trivialformate wie Zeichentrickfilme, Schlager, Krimis und schließlich Werbung, deren Wirkung in Hinblick auf die zu Kunden degradierten Rezipienten bisweilen polemisch kommentiert wurde: „Donald Duck in den Cartoons wie die Unglücklichen in der Realität erhalten ihre Prügel, damit die Zuschauer sich an die eigenen gewöhnen.“ (Horkheimer/Adorno 2000, 147)

Empirisch sah Adorno die Auffassung von oberflächlichen und trivialen Inhalten mit dem Aufkommen des amerikanischen Fernsehens Anfang der fünfziger Jahre bestätigt. In dem Aufsatz „Prolog zum Fernsehen“ (Adorno 1963, 69 ff.) vertrat er die These, dass die Menschen

ständig den negativen Einflüssen der Kulturindustrie ausgesetzt seien. Darunter leide schließlich auch das Sprachniveau. „Fernsehen als Ideologie“ (Adorno 1963, 89) würde dazu führen, dass ein „internationales Klima des *Anti-Intellektualismus*“ (ebenda) erzeugt werde.

Der Bewusstseinsindustrie auf der Spur: Hans Magnus Enzensberger

Hans Magnus Enzensberger hat sich vor allem als vielseitiger Schriftsteller einen Namen gemacht.³ Zu Beginn der siebziger Jahre wurden von ihm zentrale Punkte der Kritischen Medientheorie von Horkheimer und Adorno aufgegriffen und weiterentwickelt. Er lehnte jedoch den Begriff „Kulturindustrie“ ab, da dieser die gesellschaftlichen Konsequenzen massenmedialer Inhalte verharmlose. Vielmehr existiere eine *Bewusstseinsindustrie*, die existierende Herrschaftsverhältnisse verfestigen solle (vgl. Dietschreit/Heinze-Dietschreit 1986, 49).

In seinem „Baukasten zu einer Theorie der Medien“ vertritt Enzensberger die Auffassung, dass aus der Entwicklung der elektronischen Medien ein „Schrittmacher der sozio-ökonomischen Entwicklung spätindustrieller Gesellschaften“ (Enzensberger 1970, 159) resultiere, der die Bewusstseinsindustrie der Gesellschaft maßgeblich präge. Der *Kapitalismus der Monopole* führe dazu, dass politische Themen zunehmend in den Hintergrund rücken. Aufgrund eines Trends zur Entpolitisierung werde die Mobilisierung der Bevölkerung verhindert. Der Verdacht, dass die Rezipienten durch die Medien manipuliert würden, sei nicht nur ein Herrschaftsproblem, sondern bereits durch den

3 Darüber hinaus hat er sich häufig in aktuelle politische Debatten eingeschaltet. Er galt als „Sprecher der Linken“ (Falkenstein 1977, 5) und hat häufig mit Stellungnahmen die Politik der Regierung kritisiert. So hat er sich 1958 im Aufruf der „Gruppe 47“ gegen die Wiederbewaffnung der Bundeswehr ebenso gestellt wie gegen das 1960 von Adenauer vorgesehene Modell einer Deutschland-Fernsehen GmbH. Sein politisches Engagement setzte sich durch seine Haltung gegen den Vietnam-Krieg fort. Neben seinen zahlreichen literarischen Schriften hat er sich vor allem 1965 durch die Gründung der Zeitschrift „Kursbuch“ einen Namen gemacht, die neben Gedichten und literarischen Kurzformen auch kontroverse politische Fragen in längeren Dossiers und Dokumenten thematisiert.

praktischen Umgang mit ihnen strukturell angelegt. Elementare Verfahren des medialen Produzierens, die neben der Wahl des verwendeten Mediums von der Aufnahme über den Schnitt bis hin zur Distribution ein Eingreifen erfordern, seien bereits dem Täuschungsverdacht ausgesetzt (vgl. Enzensberger 1970, 166). Der Manipulation sei jedoch nicht durch Zensur, sondern durch gesellschaftliche Kontrolle zu begegnen. Die *Beseitigung der kapitalistischen Verhältnisse* durch eine freie sozialistische Gesellschaft sei dabei eine notwendige, aber keine hinreichende Bedingung, um den Gegensatz zwischen Produzenten und Konsumenten aufzulösen, bemerkt Enzensberger.

Ohne die Thesen von Horkheimer und Adorno explizit zu nennen, widerspricht er deren Position, dass der Kapitalismus von „der Ausbeutung falscher Bedürfnisse“ (ebenda, 171) lebe. Von einem Konsumterror könne nicht ausgegangen werden. „Die Anziehungskraft des Massenkonsums beruht nicht auf dem Oktroi falscher, sondern auf der Verfälschung und Ausbeutung ganz realer und legitimer Bedürfnisse.“ (Ebenda, 171) Dabei würden durch das Sozialprestige vorgelebte Identifikationsmuster sowie der Fetischcharakter der Waren eine zentrale Rolle spielen, um die Wünsche und Sehnsüchte der Menschen zu befriedigen. Dennoch sieht er die Verheißungen der Medien als ambivalent an. Enzensberger (1970, 173) differenziert zwischen zwei Formen des Mediengebrauchs mit entsprechenden Chancen und Risiken:

<i>Repressiver Mediengebrauch</i>	<i>Emanzipatorischer Mediengebrauch</i>
Zentral gesteuertes Programm	Dezentrale Programme
Ein Sender, viele Empfänger	Jeder Empfänger ein potenzieller Sender
Immobilisierung isolierter Individuen	Mobilisierung der Massen
Passive Konsumhaltung	Interaktion der Teilnehmer (feed-back)
Entpolitisierungsprozess	Politischer Lernprozess
Produktion durch Spezialisten	Kollektive Produktion
Kontrolle durch Eigentümer oder Bürokraten	Gesellschaftliche Kontrolle durch Selbstorganisationen

Neben den skizzierten allgemeinen kulturkritischen Entwürfen hat Enzensberger konkrete Inhalte des "Spiegel" (vgl. Enzensberger 1957) oder der "Bild"-Zeitung (vgl. Enzensberger 1983) interpretiert. Ende der achtziger Jahre hat er sich selbst im "Spiegel" (Heft 20/1988; ebenfalls abgedruckt in Enzensberger 1988) mit der Manipulations-, Nachahmungs-, Simulations- und Verblödungsthese des Fernsehens kritisch auseinandergesetzt und gelangt zu der These, dass derartige mono-kausale Wirkungsmodelle – und dies kann auch als Kritik an der Konzeption von Horkheimer und Adorno interpretiert werden – „schwach auf der Brust“ (Enzensberger 1988, 146) seien. Zwar könne speziell das Fernsehen als „Brabbelmedium“ klassifiziert werden, das kaum den in der deutschen Rundfunkordnung, in vorliegenden Staatsverträgen, Rundfunkgesetzen und Richtlinien postulierten Normen des Programmauftrags mit Information und Bildung entspreche. Oft werde das Fernsehen nur zur Zerstreuung genutzt: „Man schaltet das Gerät ein, um abzuschalten.“ Es diene der „Gehirnwäsche“ und „Psychotherapie“, sei aber immer noch hilfreicher als die alternative Flucht in den Drogenkonsum, wie Enzensberger (1988, 155) in seiner Polemik gegen das Fernsehen abschließend konstatiert.

Kommunikative Rationalität: Jürgen Habermas

Jürgen Habermas avancierte 1964 zum ordentlichen Professor für Philosophie und Soziologie an der Universität Frankfurt am Main als Nachfolger von Max Horkheimer.⁴ Habermas vertritt in seiner Beschreibung und Analyse kultureller und politischer Prozesse eine weniger radikale Position als seine Vorgänger Horkheimer und Adorno, „sondern setzt seine Hoffnungen in eine behutsame Revision des Bestehenden, in die Öffnung neuer Diskursräume und die zwanglose Erörterung ethisch politischer Ziele“ (Brosda 2001, 55).

Seine *Theorie kommunikativer Rationalität* entspricht dem Idealbild eines *verständigungsorientierten Handelns*, das die Einlösung von problematisch gewordenen Geltungsansprüchen durch rationale Diskurse bewerkstelligen soll, die konsensorientiert verlaufen. An derartigen Argumentationsverfahren sollten möglichst alle Betroffenen teilnehmen

4 Habermas ist u.a. Träger des Adorno-Preises der Stadt Frankfurt am Main und hat am 14. Oktober 2001 den Friedenspreis des Deutschen Buchhandels erhalten.

können bzw. advokatorisch vertreten werden. Sofern diese Bedingungen erfüllt sind, kann sich ein deliberatives Modell von Öffentlichkeit herausbilden, das dem Anspruch einer kritischen Volkssouveränität entspricht. Zunächst vertrat Habermas die Auffassung, dass sich die bürgerliche Öffentlichkeit in einem Spannungsfeld zwischen Staat und Gesellschaft befinde, jedoch zunächst ein Bestandteil der herrschaftswiderständigen privaten Sozialsphäre bleibe. Dadurch, dass sich Staat und Gesellschaft wechselseitig durchdringen, entstehe eine Polarisierung zwischen Sozial- und Intimsphäre. Aus dem *kulturräsonierenden Publikum* entwickle sich durch den Einfluss der Massenmedien ein *kulturkonsumierendes Publikum*, das aufgrund der tendenziellen Verschränkung des Öffentlichen mit dem Privaten eine affirmative Integrationskultur mit einem weitestgehend unpolitischen Öffentlichkeitsbereich herausbildet. Ende der sechziger Jahre ist Habermas noch davon ausgegangen, dass die Informationsübermittlung und die Medieninhalte nicht dazu beitragen, „einer strukturellen Entpolitisierung der breiten Bevölkerung entgegenzuwirken.“ (Habermas 1981b, 246) Obwohl er die pauschale These einer gezielten Manipulation durch Massenmedien ablehnt, verweist er auf die Problematik, dass über politisch brisante Themen oftmals nicht angemessen berichtet wird.⁵ – Insgesamt ist Habermas den Thesen von Horkheimer und Adorno in Hinblick auf den totalen Verblendungszusammenhang von Massenmedien nicht gefolgt. In der 1990 erschienenen Neuauflage seiner zunächst 1963 veröffentlichten Habilitationsschrift hat er im veränderten Vorwort folgende Modifikation vorgenommen:

„Kurzum, meine Diagnose einer gradlinigen Entwicklung vom politisch aktiven zum privatistischen, vom kulturräsonierenden zum kulturkonsumierenden Publikum greift zu kurz. Die Resistenzfähigkeit und vor allem das kritische Potential eines in seinen kulturellen Gewohnheiten aus Klassenschranken hervortretenden, pluralistischen,

5 Derartige Aussagen wurden von Habermas aufgrund der Eindrücke im Rahmen der Berichterstattung über Themen wie die Notstandsgesetzgebung und den Vietnamkrieg artikuliert. In diesem Kontext habe es „Verzerrungseffekte“ (Habermas 1981b, 247) gegeben. Der Springer-Presse warf er – insbesondere durch die Berichterstattung in der „Bild“-Zeitung – „Manipulationen“ vor. Konkret forderte er Auflagen gegen Machtkonzentrationen auf dem Mediensektor durch Fusionsverbote und Auflagenbeschränkungen.

nach innen weit differenzierten Massenpublikums habe ich derzeit zu pessimistisch beurteilt. Mit dem ambivalenten Durchlässigwerden der Grenzen zwischen Trivial- und Hochkultur und einer neuen Intimität zwischen Kultur und Politik, die ebenso zweideutig ist und Information an Unterhaltung nicht bloß assimiliert, haben sich auch die Maßstäbe der Beurteilung selbst verändert.“ (Habermas 1990, 30)

Habermas plädiert insgesamt für einen differenzierten Blick auf das Phänomen der politischen Kultur, aus der sich eine kritische Öffentlichkeit herausbilde, die sich an der „Produktivkraft des Diskurses“ (Habermas 1990, 33) orientiere. Zugleich fordert er die Aufrechterhaltung einer politisch funktionierenden Öffentlichkeit, die sich als Gegenpol zu einer durch Massenmedien beherrschten Öffentlichkeit zu bewähren hat, um eine „vermachtete Arena“ (Habermas 1990, 43) zu vermeiden.

Habermas beschäftigt sich zudem kritisch mit den konkreten Macht- und Herrschaftsphänomenen im Rahmen von Medienprozessen. Dabei gehe es weniger um verständigungsorientiertes Handeln, sondern primär um...

„[...]die kommunikative Erzeugung legitimer Macht einerseits und andererseits [um] die manipulative Inanspruchnahme der Medienmacht zur Beschaffung von Massenloyalität, Nachfrage und 'compliance' gegenüber systemischen Imperativen.“ (Habermas 1990, 45).

Neben den strukturellen Rahmenbedingungen wird weiterhin auf die Selektionskriterien in den Medien auf der Inhaltsebene – etwa durch Nachrichtenfaktoren – eingegangen. Gerade im medienzentrierten Umfeld der aktuellen Öffentlichkeit haben sich – der inhaltsanalytischen Diagnose von Habermas zufolge – spezifische Spezialsprachen herausgebildet, die sich den Anforderungen der Sachzwänge in den Medien angepasst haben. Aufgrund der knappen Darstellung komplexer Sachverhalte falle es schwer, die Thematisierung gesamtgesellschaftlicher Problemlagen adäquat zu behandeln.

Auf massenmedial vermittelte Kommunikationsprozesse geht der Autor auch in seiner 1981 erschienenen zweibändigen Schrift „Theorie des kommunikativen Handelns“ ein, die bis heute (vgl. Habermas 2001) konzeptionell weiterentwickelt wird. Dabei wird auf die Differenz zwischen der „face to face“-Kommunikation und der technisch vermittelten Kommunikation in bezug auf die Bildung neuer

Öffentlichkeiten verwiesen. Massenmedien gelten bei Habermas als Kommunikationstechnologien, die die raumzeitliche Beschränkung von Sprechhandlungen aufheben und in eine virtuelle Öffentlichkeit überführen, die sich aus einem Netz pluraler Öffentlichkeiten zusammensetzt. Durch den Einzug der elektronischen Massenmedien hätten sich neue Öffentlichkeiten herausgebildet: Massenmedien...

„[...] lösen Kommunikationsvorgänge aus der Provinzialität raumzeitlich beschränkter Kontexte und lassen Öffentlichkeiten entstehen, indem sie die abstrakte Gleichzeitigkeit eines virtuell präsent gehaltenen Netzes von räumlich und zeitlich weit entfernten Kommunikationsinhalten herstellen und Botschaften für vielfältige Kontexte verfügbar halten.“ (Habermas 1981a, 573)

Die daraus resultierende Medienöffentlichkeit besitzt ein ambivalentes Potenzial. Einerseits kann durch die Medieninformationen die Form eines *emanzipatorischen Potenzials* (vgl. Enzensberger 1970, siehe oben) erwachsen, das dazu beitragen kann, kritische Geltungsansprüche auf Seiten der Rezipienten zu artikulieren; andererseits ist die Berichterstattung in den Sendeanstalten „[...] konkurrierenden Interessen ausgesetzt“, wodurch „[...] ökonomische, politisch-ideologische, professionelle und medienästhetische Gesichtspunkte“ dazu führen können, dass „[...] sich Massenmedien den Verpflichtungen, die ihnen aus ihrem journalistischen Auftrag erwachsen, normalerweise nicht konfliktfrei entziehen können“ (Habermas 1981a, 574) und die triviale Form der Unterhaltungskultur die politische Berichterstattung zunehmend einschränkt. Insofern bleibt die Option eines *autoritären Potenzials* immer gegeben, da durch die Kommunikationsstrukturen gegebenenfalls Macht- und Herrschaftsansprüche zum Ausdruck kommen. Diese Gedanken werden von Habermas in dem Werk „Faktizität und Geltung“ weiterentwickelt:

„Die politische Öffentlichkeit kann sich unter dieser Prämisse einen solchen Resonanzboden schon deshalb nicht bilden, weil sie zusammen mit dem Publikum der Staatsbürger an einen Machtcode angeschlossen ist und mit symbolischer Politik abgespeist wird.“ (Habermas 1992, 416 f.)

Die Umgangssprache verliere ihren Einfluss zugunsten der *Mediendiskurse*, die ihre eigenen 'Gesetze' aufweisen. Die Bildersprache auch durch das Medium Fernsehen erfordere neben der kommunikativen Kompetenz auch eine neue Form der visuellen Kompetenz, um die

entsprechenden visuellen Reize angemessen verarbeiten und bewerten zu können. Die Inszenierung und das damit verbundene 'Styling' würden in einem immer stärkeren Maße die Wahrnehmungs- und Kommunikationsfähigkeiten der Öffentlichkeit bestimmen. Dennoch plädiert Habermas auf einer abstrakten Idealebene dafür, die von ihm entwickelten Normen und Geltungsansprüche zwischenmenschlicher Diskurse auch als Maßstab für die Beurteilung der rationalen Qualität medialer Diskurse aufrecht zu erhalten.

1.1.3 Anwendungen in der Medienwissenschaft

Theoretische Anwendungen

Es gibt zahlreiche Anknüpfungspunkte der medienwissenschaftlichen Forschung im Anschluss an die Kritische Medientheorie. Als ein „geistesverwandter Medienkritiker“ (Wiegerling 1998, 116) kann Günther Anders bezeichnet werden, der in seiner Publikation „Die Antiquiertheit des Menschen. Über die Seele im Zeitalter der zweiten industriellen Revolution“ aus dem Jahr 1956 (vgl. Anders 1980) eine ontologische und erkenntnistheoretische Debatte über den Stellenwert von Funk und Fernsehen initiierte (→ Medienphilosophie-Cluster). Seine Medienanalyse ist im Gegensatz zu Adorno und Horkheimer jedoch wesentlich detaillierter. Anders geht davon aus, dass der Mensch durch die Herrschaft der Technik so stark dominiert wird, dass Massenmedien nicht nur Wirklichkeit erzeugen, sondern auch Erfahrungen prägen und das Verhalten der Rezipienten massiv beeinflussen. Fernsehprogramme seien durch ihren Warencharakter geprägt und sollen dazu beitragen, kommerziell motivierte Bedürfnisse beim Rezipienten zu erzeugen. Auch Anders steht in der Tradition einer allgemeinen Technologie- und Ökonomiekritik.⁶

6 Auch Wolfgang F. Haug (1971) liefert mit seiner „Kritik der Warenästhetik“ eine für die materialistisch-medienkritische Zentrierung grundlegende Analyse der Massenmedien, die er als Welt aus werbendem und unterhaltendem Schein, als eine das Leben und die Wahrnehmung des Menschen bis in die Intimität hinein bedingende Macht darstellt. Unterhaltung wird von ihm als gesellschaftlicher Zwangsmechanismus einer spätkapitalistischen Gesellschaft klassifiziert. – Kulturelle Verfallsszenarien werden in essayistischer Form auch von dem amerikanischen Medienkritiker

Der Medien-Kapitalismus: Dieter Prokop

Die Medienanalysen des Frankfurter Soziologen Dieter Prokop sind ebenfalls geprägt von den Grundgedanken der Kritischen Medientheorie. Sein Werk liefert einen Überblick über ein breites Spektrum von Problemen und Risiken im Zuge der aktuellen Medienentwicklung. Massenmedien interpretiert er als „populäre Inszenierungen aller Art“ (Prokop 2000, 11), die sowohl informieren als auch unterhalten können und darauf ausgerichtet seien, Einschaltquoten, Auflagen und Chartpositionen zu erzielen. Der *Medien-Kapitalismus* bestehe aus „supernationalen Konzernen“, die gewinnorientiert und nicht demokratisch agieren. Die Aufgabe der kritischen Medienforschung bestehe darin, das *Manipulationspotenzial* der Massenmedien aufzuzeigen, um die Interessen der „souveränen Staatsbürger“ (ebenda, 13) statt die der Werbeindustrie zu vertreten. Weiterhin werden die *Konzentrationsentwicklungen* durch die *Monopolbildung* auf dem Mediensektor problematisiert. Es wird bemängelt, dass eine kritische Öffentlichkeit zunehmend durch eine konsumierende Öffentlichkeit ersetzt werde. Der Bürger avanciere zum Konsumenten, der auch von den öffentlich-rechtlichen Programmachern in ein Korsett einer „MedienNutzerTypologie“ (ebenda, 77) gepresst werde, um als Zielgruppe für die Werbeindustrie optimal erfasst werden zu können.

Die Aufgabe der Kritischen Theorie und der kritischen Öffentlichkeit besteht Prokop zufolge darin, derartige Entwicklungen von allgemeinem Interesse in Anlehnung an Habermas durch *rationale Diskurse* zu verändern, indem die Chance zur realen Einflussnahme gegeben wird. – Weiterhin werden von Prokop aktuelle Entwicklungen der Digitalisierung über Multimedia bis hin zum Internet skizziert, wobei sich die Problematik eines „Medien-Oligopol-Kapitalismus“ (ebenda, 119) abzeichne, der den normativen Ansprüchen an eine Bildungsfunktion für mündige Bürger, der Förderung von Demokratie und der Aufklärung konträr gegenüberstehe. Der Autor benennt die Problematik, dass

Neil Postman in seinem populärwissenschaftlichen Band „Wir amüsieren uns zu Tode“ aus dem Jahr 1985 (vgl. Postman 1985) aufgegriffen. Er sieht die öffentliche Urteilsbildung aufgrund der kommerziell ausgerichteten Unterhaltungsprogramme gefährdet, da sie jedes Thema speziell im Fernsehen als Unterhaltung präsentieren. Damit sei die rationale Kompetenz der Zuschauer in Frage gestellt, wodurch sich negative Konsequenzen für die politische Diskurskultur abzeichnen (vgl. weiterführend auch Kottlorz 1998).

aufgrund der skizzierten Entwicklungen gegebenenfalls eine „kommerzielle Einschaltöffentlichkeit“ entstehe, die ab einem gewissen Punkt „keine demokratische Öffentlichkeit“ (ebenda, 145) mehr sein werde.

Dennoch ist seine Prognose hinsichtlich der Rezipienten-Mündigkeit nicht *nur* pessimistisch: In seiner Auseinandersetzung mit der Theorie der Kulturindustrie von Horkheimer und Adorno wendet sich Prokop nämlich gegen die „Ausblendung des Publikum-Verstandes“ (ebenda, 169). Das rationale bzw. vernünftige Publikum werde durch eine derart pauschale Diffamierung konsequent missachtet. Er bemängelt jedoch, dass die Rezipienten von den Programmachern in ihrer Rolle als Bürger nicht ernst genommen werden, sondern primär als Verbraucher von Programmen und Produkten fungieren, die Medieninhalte rezeptiv aufnehmen. Diesem Publikum den Öffentlichkeitscharakter völlig abzusprechen, hält Prokop hingegen für problematisch, denn „[...]es reagiert auf vielfältige Weise, es diskutiert das Gehörte und Gesehene, und es bildet sich ein Urteil, es wählt und kauft.“ (Ebenda, 203)

Prokops Anspruch zufolge besteht die Aufgabe der kritischen Medienforschung darin, die Menschen als rationale, vernünftige, kreative und politisch interessierte Individuen zu begreifen, die zum Teil triviale Kost über die Massenmedien serviert bekommen, aber dennoch zwischen fiktiven Programminhalten und sozialer Realität differenzieren können. Monokausale Erklärungsmuster der Medienwirkungsforschung für bestimmtes soziales Verhalten oder für bestimmte Rezeptionsgewohnheiten hält Prokop hingegen für nicht stichhaltig.

Insgesamt fungieren Massenmedien nach Auffassung des Frankfurter Hochschullehrers zwar kaum noch als Forum einer kritischen Öffentlichkeit, dessen Inhalte zu reflektierten Anschlussdiskursen bei den Rezipienten über politische und ökonomische Problemfelder führen; vielmehr habe die Qualität der Medienberichterstattung sukzessive abgenommen. Das Erfolgskriterium für Massenmedien aus der Perspektive der Macher liege weniger in der Informationsvermittlung, sondern in ihrer kommerziellen Ausrichtung mit Blick auf Einschaltquoten und Werbeeinnahmen. Entgegen der formulierten Verfallsthese über die Inhalte beim Leitmedium Fernsehen ist in der Analyse von Prokop dennoch keine *streng* kulturpessimistische Haltung vorzufinden. Vielmehr werden normative Kriterien und Standards an die

Medien gerichtet, die jedoch die Unterhaltungsbedürfnisse der Rezipienten ernst nehmen.

Dialektik der Kommunikationsgesellschaft: Richard Münch

Der Bamberger Soziologe Richard Münch orientiert sich im Anschluss an Habermas an den aktuellen Produktionsbedingungen gesellschaftlicher Diskurse und massenmedialer Kommunikation. Insbesondere die kommerziellen Rahmenbedingungen mit den daraus resultierenden Beschleunigungsvorgängen und Dramatisierungszwängen werden in seiner Bewertung von Medieninhalten und Produktionsbedingungen in Rechnung gestellt. Aus ihnen entsteht Münch zufolge die simplifizierende und unzureichende Darstellung komplexer politischer Zusammenhänge im Rahmen der Medienberichterstattung. Er bezieht in seine *Diskursanalyse* der aktuellen Medienwirklichkeit die strukturellen Entwicklungen im kommerziell orientierten Mediensystem und in den gesellschaftlichen Funktionssystemen ein. Münch verweist auf den Zusammenhang zwischen den Strukturen der – aus Macht, Strategie, Geld und Argumentation stets gemischten – Diskurse in den gesellschaftlichen Teilsystemen und den Medien auf der einen und deren Rückkopplung zu nichtöffentlichen Gesprächen auf der anderen Seite, in denen ohne strategische Darstellungszwänge der argumentative Gehalt der medial vermittelten Diskurse überprüft werden könne. Während sich die Diskurstheorie von Habermas in erster Linie mit *idealtypischen* Modellen und unhintergehbaren Voraussetzungen der Argumentation beschäftigt, um die normative Essenz diskursiver Verfahren systematisch herausarbeiten zu können, hält Münch dieses Verfahren für zu eindimensional, um die strukturellen Zusammenhänge des Mediensystems innerhalb der funktional ausdifferenzierten Gesellschaft (→ Systemtheorie-Cluster) adäquat erfassen zu können. Münch befürwortet zwar die Durchführung von Diskursen auf allen gesellschaftlichen Ebenen, zugleich betont er jedoch die notwendige Rückbindung dieser Diskurse an die ökonomischen, politischen und rechtlichen Rahmenbedingungen der modernen Gesellschaft. In seinem Entwurf zu einer Theorie der „*Dialektik der Kommunikationsgesellschaft*“ diagnostiziert Münch eine fortwährende Vermehrung, Beschleunigung und Verdichtung der Kommunikation. Es stellt sich die Frage, wie mit diesem Phänomen sinnvoll umgegangen werden kann: „Die moderne Gesellschaft wird in Zukunft ebenso

Strategien zur Bewältigung von Wortinflationen erarbeiten müssen, wie sie Strategien zur Bewältigung von Geldinflationen entwickelt hat.” (Münch 1995, 36)

Kommunikation avanciere in unserer Gesellschaft zum „zentralen strategischen Spiel“, das über Erfolg und Misserfolg von Individuen, Organisationen, gesellschaftlichen Gruppen und ganzen Gesellschaften entscheide (ebenda). Dabei komme es darauf an, medienspezifische Selbstinszenierungen und Darstellungen zu erkennen, um den Bezug zur 'Wirklichkeit' nicht zu verlieren:

„Je mehr sich der ökonomische Gebrauch der Sprache verselbständigt, je mehr sie in Werbung und Öffentlichkeitsarbeit aufgeht und nicht mehr an die erfahrene Wirklichkeit der anderen Lebensbereiche rückgebunden wird, um so weiter werden sich Sprache und Wirklichkeit voneinander entfernen und Wirklichkeitsbilder allein noch Trugbilder sein. Diesen Tendenzen zur Inflation der Worte kann nur entgegengewirkt werden, wenn es gelingt, Kopplungen zwischen der strategischen öffentlichen Kommunikation und dem nichtöffentlichen Gespräch ohne strategische Darstellungszwänge herzustellen. Darauf muß eine konsequente Kontrolle der inflationären Tendenzen der öffentlichen Kommunikation ausgerichtet sein.“ (Münch 1995, 101)

In seinem Kapitel über Massenkommunikation weist Münch (1992) darauf hin, dass die Rolle der massenmedial vermittelten Öffentlichkeit gemäß ihres eigenen Anspruchs auf die Förderung und Ermöglichung mündiger Bürgerschaft angelegt ist. Autoren und Künstler verlören jedoch durch die Verbreitung moderner Massenmedien mehr und mehr den direkten Kontakt zu den Rezipienten; direkte kommunikative Austauschprozesse fänden kaum noch statt. Münch verweist auf die Problematik, dass Kriterien der Wahrheit und Qualität in der massenmedialen Darstellung zunehmend in den Hintergrund rücken: „Die massenwirksame Darstellung wird wichtiger als der Inhalt, Vereinfachung und dramatisierende Verzerrung werden zu strategischen Mitteln der Erzeugung von Aufmerksamkeit.“ (Münch 1992, 215) Die extreme Beschleunigung und quantitative Zunahme massenmedialer Inhalte, ein „Wachstum der Kommunikation“ (Münch 1995, 78) führe – und das stellt seine positive Prognose dar – auch zur Chance der Befreiung von traditionellen Zwängen und Beschränkungen. Transparenz und Mündigkeit könnten auch durch Aufklärungsambitionen mit Hilfe der Massenmedien gefördert werden. Bezogen auf die derzeitige

Medienentwicklung ist die Prognose von Münch jedoch eher resignativ. An die Stelle der Verständigung, so seine Diagnose, tritt in der Praxis eher die Konfrontation mit publikumswirksamen Schlagworten in den Medien.

„Denn über Erfolg oder Mißerfolg politischer Maßnahmen entscheidet immer weniger die Richtigkeit der Maßnahme und immer mehr die Art ihrer öffentlichen Thematisierung. Politik wird von der Dramaturgie der öffentlichen Darstellung diktiert. Die öffentliche Inszenierung wird zum eigentlichen Erfolgskriterium der Politik.“ (Münch 1992, 95)

Im öffentlichen Diskurs, so Münch weiter, würden Darstellungszwänge regieren, bei denen die Akteure versuchen, sich möglichst in ein „rechtes Licht zu rücken“. Es werden in den Medien Sachverhalte in erster Linie „idealisiert, dramatisiert, mystifiziert, geglättet und harmonisiert“. Über Probleme und Missstände werde nur unzureichend informiert – das „Widerspenstige“ werde „unterdrückt“ (Münch 1995, 92).

Empirische Anwendungen

Es wird den Vertretern der Kritischen Medientheorie oft vorgeworfen, dass sie ein distanziertes Verhältnis zu den Methoden der empirischen Sozialforschung hätten.⁷ Der Einfluss der Kritischen Theorie ist innerhalb der Medienwirkungsforschung dennoch in Debatten um Fragen zwischen Sozialstruktur und Kultur zu beobachten. So differenziert McQuail (1994, 41 ff.) in seinem Lehrbuch „Mass Communication Theory“ zwischen einem *dominanten* und einem *alternativen Paradigma*. Während beim ersteren das Ideal einer liberaleren pluralistischen Gesellschaft im Mittelpunkt steht, das sich an den Gütekriterien der empirischen Sozialforschung orientiert, konzentriert sich das alternative Paradigma auf den Typ eines kritischen Gesellschaftsverständnisses, das Massenmedien als stabilisierendes Element moderner Industriegesellschaften klassifiziert und einen Ideologieverdacht gegenüber den Medieneinflüssen hegt.

⁷ So hat sich etwa Adorno im Rahmen einer Kontroverse mit dem Direktor des „Office of Radio Research“ geweigert, „sich zum Zwecke des Messens von Kultur bestimmter verdinglichter Methoden zu bedienen“ (Jäckel 1999, 84).

Bei der Forschungsrichtung des „*Cultural Studies Approach*“ (vgl. Hepp/Winter 1997; -> Cultural-Studies-Cluster) wird Kultur als die Summe symbolischer Ausdrucksformen einer Gesellschaft definiert. So fungiert z.B. das 'Leitmedium' Fernsehen als kulturelles Forum, das die Ausdrucksformen einer Gesellschaft reflektiert. Es kann „die verschiedenen Lebensauffassungen und Lebensstile der Gesellschaft thematisieren und damit öffentlich verhandelbar machen.“ (Mikos u.a. 2000, 51). Die entscheidende Differenz zum ursprünglichen Ansatz der Kritischen Medientheorie liegt Jäckel (1999, 85) zufolge darin, dass nicht eine „homogene Masse“ bei der Betrachtung des Zuschauerkreises vorausgesetzt wird. Vielmehr wird bei der Analyse versucht, „die jeweilige soziale Position des Rezipienten unter Bezugnahme auf seine lebensweltlichen Hintergründe zu verankern“ (ebenda).

Die pointierten Thesen Horkheimers und Adornos sind insbesondere innerhalb der aktuellen Debatte um die Angemessenheit unterhaltender und inszenierender Elemente im Kontext der Politikvermittlung aufgegriffen worden. Die Kritik an ihrer Position resultiert zum einen daraus, dass ihre Thesen nicht durch empirische Studien untermauert werden und insofern spekulativ sind. Zum anderen wird die behauptete völlige Gleichförmigkeit der unterhaltungskulturellen Produkte in Frage gestellt. Auch die unterschiedlichen Optionen der *Aneignung* von Medienprodukten würden von den Autoren der Frankfurter Schule nicht ins Kalkül gezogen. Zerstreuung werde nicht automatisch zum Massenbetrug, und Mediennutzer würden durch den Konsum von unterhaltsamen Medieninhalten nicht automatisch zu Marionetten eines unterdrückenden Herrschaftssystems (zu dieser Kritik an Adorno/Horkheimer vgl. zusammenfassend Dörner 2001, 78 ff.).

Dörner (2001) vertritt hingegen die Auffassung, dass die Kultur einer *Unterhaltungsöffentlichkeit* vielmehr einen Interdiskurs darstellen kann, der in sozial differenzierten Gesellschaften den Fragmentierungstendenzen entgegenwirken, Aufmerksamkeit erzeugen und demzufolge gesellschaftliches Agenda-Setting und eine massenmedial evozierte Anschlusskommunikation produzieren kann, bei der die Nutzer ihre medialen Erlebnisse in eine kommunikative und interaktive Praxis umsetzen können. Durch die Konsonanzbildung in Unterhaltungsöffentlichkeiten würden den Rezipienten Orientierungshilfen angeboten, bei denen u.a. Traditionsbestände durch die permanente Inszenierung politisch-kultureller Vorstellungswelten

sichtbar gemacht werden. Somit werde politische Identität in eindringlichen Symbolen emotional fassbar gemacht. Schließlich eröffnen Unterhaltungsöffentlichkeiten gemeinsame Kommunikationsräume, in denen soziale Integration vollzogen wird, um daraus politische Gemeinschaften mit gemeinsamen politischen Identitäten zu bilden. Dörner vertritt die Auffassung, dass durch innovative Unterhaltungsformate im Bereich der politischen Berichterstattung Politik sichtbar und emotional erfahrbar werde, Themen allgemein zugänglich gemacht werden und Wert- und Sinnfiguren geschaffen werden, die den Konsensbereich politischer Kultur entscheidend prägen und schließlich Modelle politischen Handelns durch Identifikationsangebote erzeugen können. Politische Informationen in einem unterhaltsamen Rahmen können durchaus eine angemessene Art der Politikvermittlung sein, wenn sie ihre Chance der Erreichung eines großen und dispersen Publikums nicht lediglich zur Unterhaltung, sondern auch zur Information über entsprechende Sachverhalte nutzen. *Unterhaltung kann dementsprechend auch eine affirmative integrierende Funktion für die Öffentlichkeit haben.* (Vgl. ausführlicher Dörner 2000)

Die von den Vertretern der Kritischen Medientheorie behauptete Nivellierung und Gleichförmigkeit sei empirisch ebenso wenig erwiesen wie die These, dass die Rezipienten von unterhaltenden Medieninhalten passiv oder gar abgestumpft seien. Unterhaltende Medienrezeption müsse nicht automatisch politischer Aktivität entgegenstehen. In *qualitativen Analysen politischer Informationssendungen* (vgl. Meyer/Ontrup/Schicha 2000; Schicha 2001) mit einem hohen Unterhaltungsgrad hat sich weiterhin gezeigt, dass Beiträge, die die Aufmerksamkeit der Zuschauer durch aktionsreiche, emotional ansprechende und visuell reizvolle Inszenierungsformen bündeln, durchaus eine Vielzahl an Hintergrundinformationen und Strukturen transportieren können, die ein der Komplexität der Sache angemessenes Bild verdichten und gegebenenfalls politische Anschlussdiskurse initiieren können. Insofern kann von einem Verblendungssystem selbst durch unterhaltsame Formen im Rahmen der massenmedialen Berichterstattung zumindest nicht pauschal gesprochen werden.

1.1.4 Kritik und Weiterentwicklung der Theorien

Die Kritische Medientheorie stellt ein heterogenes Forschungsfeld dar, das sich von einer normativen Öffentlichkeitskonzeption mit diskursiven Ansprüchen über eine generelle Gesellschafts- und Kulturkritik bis hin zu konkreten Medienphänomenen auf der Inhaltsebene – etwa im Unterhaltungskontext – ebenso nährt wie von den strukturellen Bedingungen der Medienwirkung. Aufgrund des breiten Themenspektrums und der bisweilen recht unsystematischen Herangehensweise an die dispersen Problematiken durch die Medienkritiker fällt es bisweilen nicht leicht, ihnen in ihren Argumentationslinien konsequent zu folgen. Vor allem der *Mangel an Empirie* und die *pauschal behauptete Wirkungsdimension* von Medieninhalten auf die Rezipienten-Ebene hält meines Erachtens einer systematischen Überprüfung der Thesen in vielen Fällen nicht stand. Monokausale Medienwirkungsmodelle scheinen mir ebenso wenig die Debatte substantiell voranzutreiben wie der rein kulturpessimistische Ansatz, Unterhaltungsprogramme *per se* als Trivialkultur und Verblendung zu diskreditieren, die eine kritische Öffentlichkeit von vornherein verhindern. Eine konkrete Einzelfallanalyse von Medienphänomenen und die Analyse einer von zahlreichen Faktoren abhängigen Wirkungsdimension kann durch pauschale Urteile der Medienkritiker nicht ersetzt werden.⁸

Die Eckpunkte der Kritischen Medientheorie sind demzufolge von zahlreichen Autoren selbst wiederum kritisch kommentiert worden.⁹ Eine

8 Ebenso zentral scheint mir die Prüfung der medienrechtlichen und kommunikationspolitischen Grundordnung des jeweiligen Mediensystems zu sein, durch das sich gegebenenfalls Konzentrationsentwicklungen herausbilden können.

9 Jürgen Habermas warf etwa Horkheimer und Adorno vor, in ihrer Kritischen Medientheorie mit „stilisierende[n] Übervereinfachungen“ (Habermas 1981a, 572) gearbeitet zu haben. Sie hätten weder die historische Dimension bei ihrer Analyse angemessen berücksichtigt noch die Unterschiede zwischen privaten und öffentlich-rechtlichen Programmstrukturen reflektiert. Ebenso wenig sei auf die Unterschiede bei der Programmgestaltung und den Rezeptionsgewohnheiten eingegangen worden. Ihr Ansatz sei durch eine gewisse „Überprägnanz“ (ebenda, 574) geprägt, der ein manipulatives Potenzial der Massenmedien voraussetzt und

Hauptkritik an den Thesen liegt darin, dass sowohl das Medienpublikum als auch die Medienangebote als weitestgehend *homogen* angesehen werden, wodurch sich wenig Raum für Differenzierung ergibt (vgl. Jäckel 1999, 82). – Diese weitergehende Differenzierung wurde jedoch zum Teil von Habermas, Münch und Prokop vorgenommen. Während sich Habermas in seiner differenzierten Analyse mit dem ambivalenten Potenzial der Massenmedien auseinandersetzt (das sogar Enzensberger trotz seiner ansonsten eher radikal-kritischen Medienanalyse einräumt), rückt Münch die ökonomischen und strukturellen Zwänge des Mediensystems in den Mittelpunkt seiner Analyse. Prokop zeigt hingegen an konkreten Feldern der Medienentwicklung die zunehmende Monopolisierung und konstruktive Kritik am manipulativen Potenzial der Inhalte auf.

Insofern hat die Kritische Theorie durchaus interessante Akzente gesetzt, die auch heute noch aufgegriffen werden können. Insbesondere die von Horkheimer und Adorno aufgestellte These, dass die vom Konsumenten wahrgenommene große Vielfalt in den Medien faktisch nur eine minimale Variation des Immergleichen darstellt, hat sich Mitte der

dabei die Verpflichtungen des journalistischen Programmauftrags ignoriert. Die Möglichkeit einer „kritischen Publizität“ (Habermas 1990, 357 ff.) bleibe vorhanden. Dennoch sei durch die Kommerzialisierung eine Entwicklung zu konstatieren, bei der Medienunternehmen verstärkt Einfluss nehmen. Dadurch etabliere sich „eine Medienmacht, die, manipulativ eingesetzt, dem Prinzip der Publizität seine Unschuld raubt“ (Habermas 1990, 28; vgl. weiterführend Holzer 1994).

Karl Popper, Hauptvertreter des Kritischen Rationalismus, formulierte eine vernichtende Einschätzung insbesondere gegenüber den Thesen Adornos. Popper bezeichnete seine Einstellung zu Adornos Thesen als „völlig negativ“. Dies begründete er damit, dass die Theorie der Frankfurter Schule „völlig abstrakt“ sei. Er warf Adorno „kulturellen Snobismus“ ebenso vor wie die Haltung einer „Kulturelite“. Faktisch, so Popper weiter, sei die Kritische Theorie „ohne Inhalte, sie liefert keine systematische Kritik. Man hört nur Klagen oder dunkle Cassandra-Rufe über die schlechten Zeiten, in denen wir leben und über die Verkommenheit der bürgerlichen Kultur.“ (Popper in Habermas/Bovenschen 1968, 130 ff.).

Ähnlich äußerte sich Ralf Dahrendorf, für den Adorno „ein moderner Kulturpessimist [...], sehr anti-industriell und antimodern eingestellt [...]“, sei (Dahrendorf in Habermas/Bovenschen 1968, 136).

achtziger Jahre mit der Zulassung der privat-kommerziellen Rundfunkanbieter in der Bundesrepublik Deutschland zum Teil bewahrheitet, obwohl inzwischen eine Reihe von kulturellen und politischen Programmen die deutsche Medienlandschaft auf dem Informationssektor bereichert haben. – Wie stichhaltig die jeweiligen Prognosen und Theorieentwürfe jedoch faktisch sind, wird erst in weiteren Studien systematisch herauszuarbeiten sein.¹⁰

Literaturverzeichnis

- Adorno, Theodor W. (1963): Eingriffe. Neun kritische Modelle. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Anders, Günther (1980): Die Antiquiertheit des Menschen. Über die Seele im Zeitalter der zweiten industriellen Revolution. Band 1. München: Beck. [Zuerst 1956]
- Benjamin, Walter (1979): Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit. Frankfurt am Main: Suhrkamp. [Zuerst 1936]
- Brosda, Carsten (2001): Wegbereiter und Wegbegleiter der bundesdeutschen Demokratie. Friedenspreis des Deutschen Buchhandels für Jürgen Habermas. In: Zeitschrift für Kommunikationsökologie, 2. Jahrgang, Heft 3, S. 53-57.
- Dietschreit, Frank/Heinze-Dietschreit, Barbara (1986): Hans Magnus Enzensberger. Stuttgart: Metzler.
- Dörner, Andreas (2000): Politische Kultur und Medienunterhaltung. Konstanz: UVK Medien.
- Dörner, Andreas (2001): Politainment. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Enzensberger, Hans Magnus (1957): Die Sprache des Spiegel. In: Glotz, Peter (Hg.) (1997): Baukasten zu einer Theorie der Medien. Kritische Diskurse zur Pressefreiheit. München: Rainer Fischer, S. 14-44.
- Enzensberger, Hans Magnus (1970): Baukasten zu einer Theorie der Medien. In: Kursbuch 20, 5. Jahrgang, S. 159-186.

10 Informationen über die aktuelle Ausrichtung des Arbeits- und Forschungsprogramms des Instituts für Sozialforschung in Frankfurt am Main, das sich derzeit u.a. mit „Paradoxien der kapitalistischen Modernisierung“ unter der Leitung des Direktors Axel Honneth beschäftigt, finden sich im Internet unter <<http://www.ifs.uni-frankfurt.de/institut/programm.htm>> sowie in der „Zeitschrift für kritische Theorie“ (vgl. etwa Mahnkopf 1998).

- Enzensberger, Hans Magnus (1983): Der Triumph der Bild-Zeitung oder Die Katastrophe der Pressefreiheit. In: Glotz, Peter (Hg.) (1997): Baukasten zu einer Theorie der Medien. Kritische Diskurse zur Pressefreiheit. München: Rainer Fischer, S. 133-144.
- Enzensberger, Hans Magnus (1988): Warum alle Klagen über das Fernsehen gegenstandslos sind. In: Glotz, Peter (Hg.) (1997): Baukasten zu einer Theorie der Medien. Kritische Diskurse zur Pressefreiheit. München: Rainer Fischer, S. 145-158.
- Falkenstein, Henning (1977): Hans Magnus Enzensberger. Berlin: Colloquium.
- Habermas, Jürgen (1981a): Theorie des kommunikativen Handelns. Band 2. Zur Kritik der funktionalistischen Vernunft. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Habermas, Jürgen (1981b): Werden wir richtig informiert – Antworten auf vier Fragen (1968). In: Habermas, Jürgen: Kleine politische Schriften. Frankfurt am Main: Suhrkamp, S. 245-248.
- Habermas, Jürgen (1990): Strukturwandel der Öffentlichkeit. Frankfurt am Main: Suhrkamp. [Zuerst 1962]
- Habermas, Jürgen (1992): Faktizität und Geltung. Beiträge zur Diskurstheorie des Rechts und des demokratischen Rechtsstaates. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Habermas, Jürgen (2001): Kommunikatives Handeln und detranszendentalisierte Vernunft. Stuttgart: Reclam.
- Habermas, Jürgen/Bovenschen, Silvia u.a. (1968): Gespräche mit Herbert Marcuse. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Haug, Wolfgang Fritz (1971): Kritik der Warenästhetik. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Hepp, Andreas/Winter, Rainer (Hg.) (1997): Kultur – Medien – Macht: Cultural Studies und Medienanalyse. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Holzer, Horst (1994): Medienkommunikation. Eine Einführung. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Horkheimer, Max/Adorno, Theodor W. (2000): Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente. Frankfurt am Main: Fischer. [Zuerst 1944]
- Jäckel, Michael (1999): Medienwirkungen. Ein Studienbuch zur Einführung. Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Kottlorz, Peter (1998): Wie frei macht Fernsehunterhaltung? Diskutiert an den Texten von Adorno/Horkheimer und Postman. In: Wunden,

- Wolfgang (Hg.): Freiheit und Medien. Frankfurt am Main: Gemeinschaftswerk der evangelischen Publizistik, S. 131-144.
- Mahnkopf, Claus-Steffen (1998): Kritische Gesellschaftstheorie ohne Kulturkritik? Einlassung zum Arbeitsprogramm des Instituts für Sozialforschung. In: Zeitschrift für kritische Theorie, 4. Jahrgang, Heft 7, S. 5-10.
- McQuail, Dennis (1994): Mass Communication Theory. An Introduction. Third Edition. London: Sage.
- Meyer, Thomas/Ontrup, Rüdiger/Schicha, Christian (2000): Die Inszenierung des Politischen. Zur Theatralität medialer Diskurse. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Mikos, Lothar u.a. (2000): Im Auge der Kamera. Das Fernsehereignis Big Brother. Berlin: Vistas.
- Münch, Richard (1992): Dialektik der Kommunikationsgesellschaft. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Münch, Richard (1995): Dynamik der Kommunikationsgesellschaft. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Münch, Richard (1998): Kulturkritik und Medien – Kulturkommunikation. In: Saxer, Ulrich (Hg.): Medien-Kulturkommunikation [Publizistik, Sonderheft 2/1998]. Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 55-66.
- Postman, Neil (1985): Wir amüsieren uns zu Tode. Urteilsbildung im Zeitalter der Unterhaltungsindustrie. Frankfurt am Main: Fischer.
- Prokop, Dieter (Hg.) (1985): Medienforschung. Band 3. Analysen, Kritiken, Ästhetik. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Prokop, Dieter (2000): Der Medien-Kapitalismus. Das Lexikon der neuen kritischen Medienforschung. Hamburg: VSA.
- Prokop, Dieter (2001): Der Kampf um die Medien. Das Geschichtsbuch der neuen kritischen Medienforschung. Hamburg: VSA.
- Schicha, Christian (2001): Öffentlichkeit unter Medienbedingungen. Zur Diskrepanz zwischen normativen Konzepten und der Praxis der Politikberichterstattung. In: Schicha, Christian/Brosda, Carsten (Hg.): Medienethik zwischen Theorie und Praxis. Münster: Lit, S. 173-194.
- Waschkuhn, Arno (2000): Kritische Theorie. Politikbegriffe und Grundprinzipien der Frankfurter Schule. München: Oldenbourg.
- Wiegerling, Klaus (1998): Medienethik. Stuttgart/Weimar: Metzler.

Kontrollfragen

1. Worin unterscheiden sich die Konzepte 'Kulturindustrie' und 'Bewusstseinsindustrie'?
2. Was versteht Richard Münch unter der "Dialektik der Kommunikationsgesellschaft"?
3. Stellen Sie die Theorie des kommunikativen Handelns von Jürgen Habermas in ihren Grundzügen dar!
4. Diskutieren Sie mögliche Argumentationslinien Kritischer Theorie angesichts aktueller Entwicklungen zum Trash- und Trivial-Fernsehen, etwa anhand der Frage, inwieweit Konzepte wie 'Manipulation' oder 'Massenbetrug' heute (nicht mehr oder wieder?) Sinn machen.
5. Vergleichen Sie die generelle Bewertung von Unterhaltung via Massenmedien in der Kritischen Theorie und bei den Cultural Studies.
6. Benennen Sie historische bzw. gesellschaftspolitische Gründe für eine sukzessive Abschwächung der radikalen Kulturkritik von Adorno/Horkheimer durch Enzensberger, Prokop, Habermas, Münch und schließlich die Cultural Studies und erwähnen Sie pro Theoretiker bzw. theoretischer Richtung einen zentralen Theorie-Baustein, der für diese Abschwächung der Radikal-Kritik bzw. für eine ambivalente(re) Einschätzung des Potenzials der Massenmedien steht.
7. Versuchen Sie argumentativ zu begründen, wie aus den Positionen von Habermas und Münch eine normative Forderung nach Qualität in den Medien abgeleitet werden kann und formulieren Sie in einem zweiten Schritt eine (Meta-)Kritik an ebendieser.