

Stefan Hoffmann

Marcus S. Kleiner: Grundlagentexte zur sozialwissenschaftlichen Medienkritik

2011

<https://doi.org/10.17192/ep2011.1.293>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Hoffmann, Stefan: Marcus S. Kleiner: Grundlagentexte zur sozialwissenschaftlichen Medienkritik. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen / Reviews*, Jg. 28 (2011), Nr. 1, S. 67–71. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep2011.1.293>.

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute, or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

Marcus S. Kleiner: Grundlagentexte zur sozialwissenschaftlichen Medienkritik

Wiesbaden: VS Verlag 2010, 752 S., ISBN 978-3-531-14371-2, € 49,95

Dieser telefonbuchstarke Reader mit Grundlagentexten sozialwissenschaftlicher Medienkritik ist – um es gleich vorweg zu sagen – eine gelungene Zusammenstellung von achtunddreißig zum Teil bekannten, zum Teil weniger geläufigen Texten, unter anderem von Theodor W. Adorno (selbstverständlich), Günther Anders, Jürgen Habermas, Oskar Negt, Alexander Kluge, Geert Lovink, Horst Holzer, Winfried Schulz, Lutz Hachmeister, Klaus Kreimeier, Raymond Williams, John Fiske, Helmut Schelsky, Karl Marx und Hans-Magnus Enzensberger. Der Herausgeber Marcus S. Kleiner führt kenntnisreich in die unterschiedlichen medienkritischen Positionen und Traditionen ein, wenn auch teilweise weniger mehr gewesen wäre. Das zugrundeliegende Verständnis von Medienkritik ist die „Konzeption einer gesellschaftskritischen Medientheorie“, in der „die sozialen Funktionen und Gebrauchsweisen von Medien“ (S.49) thematisiert werden: Beginnend mit Ansätzen zu den Begriffen der Öffentlichkeit und der öffentlichen Meinung bietet das Theoriekapitel des Bandes schwerpunktmäßig gesellschaftskritische und materialistische Medientheorien, fernsehkritische Positionen sowie medienkritische Texte der *Cultural Studies*. Sehr breiten Raum nehmen sodann vorwiegend aktuelle Texte über die „Institutionalisierung der Medienkritik“ und zur Lage der Fernsehkritik in Deutschland ein. Abschließend wird die aktuelle kritische Medienforschung beleuchtet. Alles in allem ein wirklich empfehlenswertes Buch für Studenten, Lehrer und alle, die sich einen fundierten Überblick verschaffen wollen.

Dennoch bleibt es nicht aus, dass eine im Grunde überaus verdienstvolle, umfangreiche Sammlung die eine oder andere Schwachstelle aufweist. Abgesehen davon, dass sich der Herausgeber ganz nonchalant selbst mit einem Text unter die Klassiker und Koryphäen mischt – ein Schritt, vor dem ihn die Lektorin offenkundig nicht deutlich genug gewarnt hat, genauso wenig, wie ihr die zahlreichen Rechtschreib- und Zeichensetzungsfehler aufgefallen sind – gibt es zwei schwerer wiegende Kritikpunkte:

In einer Zusammenstellung, die den medienkritischen und in ihrem Selbstverständnis dezidiert multikulturellen Ansätzen der *Cultural Studies* einen so breiten Raum – immerhin über einhundert Seiten – einräumt, verwundert die hegemonial anmutende und nicht weiter erklärte Beschränkung auf deutschsprachige, britische und angloamerikanische Quellen einigermaßen. Natürlich mag es hier und da lizenzrechtliche Hindernisse geben, und wer auswählen will und muss, kann nicht alle Interessen berücksichtigen. Trotzdem vermisst man zum Beispiel die wichtigsten Stimmen der französischsprachigen medienkritischen Tradition. So hätte sich, um nur einen Namen zu nennen, der ehemalige Soziologieprofessor Jean Baudrillard mit seinem fulminanten Essay „Requiem für die Medien“

aus dem Jahr 1972 ganz hervorragend in einem Reader sozialwissenschaftlicher Grundlagentexte gemacht, oder auch der gerade für die populärkulturelle Forschung der *Cultural Studies* so eminent wichtige Guy Debord („Die Gesellschaft des Spektakels“).

Durch nahezu vollständige Abwesenheit in diesem Band glänzt auch das ‚Andere‘ der gesellschaftskritischen Medientheorie, nämlich die technikanalytische Affirmation vor allem neuer Medien, die sich seit den späten siebziger Jahren gerade in Deutschland in Abgrenzung zur damals noch wirkungsmächtigen marxistischen Schule der Medienkritik formiert hat. Kleiner erwähnt zwar in seiner Einleitung einen Vertreter dieser Richtung, formuliert dort auch die entsprechende Alternative – Medienanalyse und Medienkritik entweder als „Technikanalyse“ oder als „Interdependenzgeflecht aus Gesellschafts- und Medientheorie“ (S.45) begriffen – und zeigt mit all seinen Ausführungen eigentlich auch sehr deutlich, wo seine Präferenzen liegen. Über diese zaghafte Erwähnung hinaus findet aber eine argumentative Auseinandersetzung mit den erklärten Gegenspielern einer Medienkritik als Gesellschaftstheorie leider nicht statt. Weder – um nur zwei Vertreter zu nennen – mit Friedrich Kittler, der sich damals im Fernsehen (nach meiner Erinnerung war es in den späten achtziger Jahren) als platinenschraubender Germanist porträtieren ließ, also quasi als Hermeneut mit dem LötKolben, noch mit Norbert Bolz, der, nicht ganz so subtil, in den neunziger Jahren sich nicht scheute, höchstpersönlich in einem Telekom-Werbespot aufzutreten.

Man kann sich hier nun die Frage stellen, warum man sich mit diesen und anderen, weniger schillernden technophilen Medienwissenschaftlern und Affirmateuren der schönen neuen Medienwelt überhaupt in einem Reader zur sozialwissenschaftlichen Medienkritik auseinandersetzen sollte. Nun, es wäre deutlicher geworden, woran die Institutionalisierung der Medienkritik, die Kleiner nachdrücklich und wortreich einfordert (S.745ff.), vorläufig scheitern wird. Um es wiederum mit einem zentralen Begriff der *Cultural Studies* zu sagen: an der akademischen Hegemonie der affirmativen und technikzentrierten Spielart der Medienanalyse. Dabei wäre es tatsächlich an der Zeit, „Medienkritik als universitäres Fach zu verankern“ und damit die Grundlage zu schaffen, „um einen kontinuierlichen wissenschaftlichen Diskurs zur Medienkritik zu ermöglichen und aus seiner Marginalisierung im Feld der Medienforschung herauszuführen.“ (S.748) Kleiner selbst gibt sich zwar skeptisch, ob dies in absehbarer Zeit gelingen wird – er hat aber auf jeden Fall seinen Teil dazu beigetragen.

Stefan Hoffmann (Mannheim)