

**Dieter Prokop: Das fast unmögliche Kunststück der Kritik.
Erkenntnistheoretische Probleme beim kritischen Umgang mit
Kulturindustrie**

Marburg: Tectum 2007 (Reihe Kulturanalysen, Bd.7), 218 S.,
ISBN 978-3-8288-9396-2, € 24,90

Wenn in den Kulturwissenschaften heute statt von Kulturindustrie vornehmlich von Populärkultur die Rede ist, wird damit zur Sprache gebracht, was Adorno ausdrücklich vermeiden wollte, nämlich „dass es sich um etwas wie spontan aus den Massen selbst aufsteigende Kultur handele, um die gegenwärtige Gestalt von Volkskunst.“ (*Résumé über Kulturindustrie* [Frankfurt a.M. 1997, S. 337]) Eine solche Revision hat ironischerweise Dieter Prokop selbst Anfang der 70er Jahre in seinem Aufsatz „Massenkultur und Spontaneität“ (Frankfurt a.M. 1974) vorgeschlagen. Wenngleich es sich bei diesem Entwurf um einen seinerseits an der kritischen Theorie Adornos orientierten Versuch handelte, die bisweilen verpönten Konsumenten als praktische Kritiker der Kulturindustrie ins Spiel zu bringen, hat Prokop der bald darauf einsetzenden Begeisterung für das ‚Populäre‘ unwillkürlich Vorschub geleistet. Desto energischer setzt er sich nun dagegen zur Wehr. Denn mit Kritik, meint Prokop, hätten nicht nur die Systemtheoretiker und Positivisten, die Kultur als funktionale Errungenschaft der modernen Sozialordnung reklamieren, sondern auch die erklärtermaßen progressiven Kulturwissenschaftler in aller

Regel nichts im Sinn.

Was ein Kritiker im Allgemeinen und einer der Kulturindustrie im Besonderen zu tun und zu lassen habe, das will Prokop mit diesem Buch erklären. Das fast unmögliche Kunststück der Kritik besteht, kurz zusammengefasst, darin, wie Münchhausen den Bären zu Tode zu hungern, ohne selbst dabei Hungers zu sterben (vgl. S.19); oder philosophisch ausgedrückt, zugleich „in und außer den Sachen“ zu sein (S.16). Das ist Adorno zufolge Bedingung „einer jeden Erkenntnis, die mehr sein will als entweder Feststellung oder Entwurf.“ (*Minima Moralia* [Frankfurt a.M. 1997, S. 83]) Adorno selbst jedoch habe, so Prokop, diese Einsicht beim Umgang mit Kulturindustrie gelinde missachtet und eine „Ontologie des falschen Zustandes“ (S.75) entworfen. Eine negative Dialektik müsse in Anbetracht der Sachen, die man als Produkte der Kulturindustrie oder, wenn man will, der Populärkultur oder der Massenmedien bezeichnen kann, erst noch entfaltet werden. Wie ein solches Kunststück zu bewerkstelligen sei, führt Prokop in zweifacher Hinsicht vor. Einerseits, indem er auf erkenntnistheoretischer Ebene demonstriert, inwiefern ‚Feststellung‘ (in den Sachen) und ‚Entwurf‘ (außer den Sachen) als Kritik jeweils unzulänglich bleiben. Andererseits, indem er selbst medienkritische Modelle anhand konkreter Gegenstände entwickelt. Am Beispiel etwa von Dschungel-Shows im Fernsehen versucht er sich an einer Medienkritik, die sich auf den Gegenstand einlässt, d.h. die Dramaturgie der Sendung analysiert und potenzielle Bedürfnisse des Publikums erörtert, und die zugleich gesellschaftliche Rahmenbedingungen reflektiert, ökonomische und politische Interessen berücksichtigt und vor diesem Hintergrund die Funktion der ‚Stars‘ untersucht. Auf wenigen Seiten präsentiert er den überzeugenden, wiewohl nicht besonders überraschenden Befund, dass die in diesen Shows ausgestellten Erniedrigungsphantasien einer „Sabotage des Utopischen“ (S.27) zuarbeiten.

Prokop postuliert einen Kritiker, der als denkendes und ebenso sensibles Subjekt bei der Sache ist; der sich den Anspruch auf Aufklärung und Wahrheit nicht als Anmaßung oder ‚alteuropäisches Denken‘ ausreden lässt. Im Zuge dessen führt er einen Rundumschlag gegen die scheinbar ziellose „Klassifikationswut“ (S.32) der Kommunikationswissenschaften sowie gegen allerlei affirmative Kulturtheorien (Habermas, Luhmann, Honneth usw.). Gemaßregelt werden nicht zuletzt die Vertreter der Cultural Studies, die sich zwar mit Leidenschaft in die Sachen hinein begeben, um dort nach progressiven Elementen zu fahnden oder einige Lesarten als solche zu privilegieren, indessen nicht mehr als eine bloße Meinung über ein Produkt kundtun. Die Argumente, die Prokop hier vorlegt, verdienen eine gründliche Auseinandersetzung – die ihnen jedoch vermutlich versagt bleiben wird. Denn auch wer ihnen einige Sympathie entgegenbringt, wird kaum umhinkönnen, ihre Präsentation als sonderbar zu bezeichnen. „Einige Universitätsprofessoren, die zuvor recht dröge schrieben“, so behauptet Prokop in Bezug auf Pierre Bourdieu, „leisten sich im Alter eine seltsame Kampf-Rhetorik [...]“ (S.67) Ein solches Urteil ließe sich platterdings auch auf den emeritierten Professor Prokop

beziehen, der es sich leisten kann, die dröge Diktion des Wissenschaftsbetriebs zu verachten. Das Resultat ist leider nur teilweise erfrischend, die Rhetorik mal leger, mal schulmeisterlich. Die legitime Forderung, Medienkritik solle „konventionelle Floskeln“ vermeiden und die Kritiker sollten selbst nicht verhehlen, dass sie „lebendige Menschen sind, die sich ein Urteil leisten“ (S.1), wäre weitaus sympathischer und überzeugender ausgefallen, wenn Prokop seinerseits Floskeln wie „Der Kritiker muss [...], er darf nicht [...]“ vermieden hätte. Auch der Leser hat schließlich Anspruch darauf, als mündiges Subjekt ernst genommen zu werden, auf dass es ihm nicht mit der Kulturwissenschaft ergeht wie mit der Kulturindustrie, von der Adorno vermutete, dass sie „am liebsten die Erwachsenen zu Elfjährigen machen“ (*Résumé über Kulturindustrie*, S. 344) möchte.

Christoph Hesse (Berlin)

Hinweise

Grampp, Sven, Kay Kirchmann, Marcus Sandl, Rudolf Schlögl, Eva Wiebel (Hg.): *Revolutionsmedien – Medienrevolutionen. Historische Kulturwissenschaft*. Bd.13. Konstanz 2008, 600 S., ISBN 978-3-86764-073-2

Rhomberg, Markus: *Politische Kommunikation. Eine Einführung für Politikwis-*

senschaftler. UTB M (Medium-Format). Bd.3143. Stuttgart 2008, 224 S., ISBN 978-3-8252-3143-9

Venus, Jochen: *Masken der Semiose. Zur Semiotik und Morphologie der Medien. Kaleidogramme*. Bd.37. Berlin 2008, 400 S., ISBN 978-3-86599-066-2