

Hartmut Weßler, Christiane Matzen, Otfried Jarren, Uwe Hasebrink (Hg.): Perspektiven der Medienkritik. Die gesellschaftliche Auseinandersetzung mit öffentlicher Kommunikation in der Mediengesellschaft. Dieter Roß zum 60. Geburtstag

Wiesbaden: Opladen 1997, 331 S., ISBN 3-531-12952-X, DM 58,-

Wenn 'Qualität von Qual kommt', wie Stephan Ruß-Mohl im vorliegenden Band sagt (S.219), scheint Kritik der Krise verwandt zu sein. Qualität wie Kritik mangelt es an Durchsetzungskraft. Schon die Karriere des Begriffs Kritik hin zur 'Ideologiekritik' sei 'unglücklich' gewesen, „weil er die Kritik selbst in den Ruch des Ideologischen brachte“ (Knut Hickethier, S.64). Getragen von der „Vision des universal informierten Menschen“ (ders. S.65), glaube der Fernsehkritiker „noch immer an die Fiktion dramaturgischer Einheiten“. Noch in der letzten Klamotte würden Spuren ästhetischer Vollkommenheit gesucht (vgl. Klaudia Brunst, S.119). Kein Wunder, daß das medienethisch derart zum kritisch- 'moralischen Helden' stilisierte Individuum (vgl. Bernhard Debatin, S.288) Kritik als „ein Suhlen im Vergeblichkeitsrausch“ praktiziert (Uwe Kammann, S.90).

Ohnehin wandeln sich die Medien rascher als das 'kritische Bewußtsein'. Medien werden zu Multimedien, die 'Mattscheibe' zum Bildschirm-Terminal und der Internet-Surfer, der 'selbst zur Suchmaschine mutiert' (vgl. Hartmut Weßler, S.21) findet sein kritisches Körnchen Wahrheit auch ohne kritischen 'Überbau'. Hans-Bernd Brosius konstatiert eine 'Irrationalität des Rezipientenverhaltens': Rezipienten verarbeiteten Informationen zusehends unvollständiger und heuristischer und erzielten dadurch eine Emergenz der Rationalität selbst (vgl. in: Christoph Neuberger, S.178). Demgegenüber erscheinen Fernsehkritiker geradezu 'antiquiert', weil sie eindimensional fernsehen'. „Statt mitzuleiden, schreiben wir mit“, so Klaudia Brunst (vgl. S.119). Das Bild, das sich die Fernsehkritik von Lesern, Hörern und Zuschauern mache, sei überwiegend das eines Opfers, das hilf- und wehrlos ausgeliefert sei. Ein Vertrauen in die Mündigkeit der Rezipienten suche man vergebens (vgl. Dieter Roß, S.41).

Die heutige Medien-Zeit aber scheint nicht aufgeklärt, sondern unterhalten werden zu wollen (vgl. Peter Hoff, S.101f). Der Tendenz, „Hauptsache, die Zuschauer

werden nicht gefordert“ (Manfred Dellling, S.108), seien auch die Medienkritiker nicht gefeit. Jüngere Fernsehkritiker, so Dellling, seien allzu glücklich, sie arbeiteten ahistorisch und liebten nur die Reize des Mediums, nicht aber seine Poesie (S.108f). Wenn Kritik aber dem Fakt den Effekt vorzieht, die Message als Massage feiert und auf Unübersichtlichkeiten mit Achselzucken reagiert, hat sie ihr Anliegen aufgegeben, etwas verändern zu wollen: „Die herkömmliche Medienkritik“, so Otfried Jarren, „droht bedeutungslos zu werden, weil es immer mehr Medien, immer mehr Angebote, immer mehr Macher und ein relativ flexibles Medien-nutzungsverhalten (Zapping) auf Seiten der Rezipienten gibt – und damit höchst unterschiedliche Vorstellungen über das, was Programme sind und sein sollen, wie man sie bewertet und nutzt. Den traditionellen Kritikern werden zwar nicht die Bewertungskriterien und Normen verloren gehen, doch es fragt sich, wen sie mit ihren Bewertungen zukünftig noch erreichen können“ (S.314). Im „Übergang von hierarchischer, politischer Machtausübung und Steuerung zu horizontal angelegten Verhandlungssystemen mit entsprechenden Kommunikationsformen“ (ders. S.325) sind „die vorherrschenden Blockierungen des Bewußtseins um so dringlicher zu überwinden“ (vgl. Bernd Schorb, S.276). Die knapp dreißig, nun als Dokumentation vorliegenden Beiträge der Wissenschaftler und Praktiker, die sich 1996 zu einem Hamburger Symposium einfanden, zeugen vom breiten Spektrum der medienkritischen Verantwortung: Es gilt, „ein wesentliches Feld der Gesellschaftskritik und der kulturellen Selbstverständigung“ zu verteidigen (vgl. Manfred Jenke, S.235).

Schon die inhaltliche Kritik aber steht vor komplexen Hürden, denn angesichts der Bilderfluten tendiere die Referenzfunktion der Bilder gleichzeitig gegen Null und gegen Unendlich: „Die Bilder sind, aber sie bilden nicht mehr ab“ (vgl. Klaus Kreimeier, S.58). So scheint verstärkt das Dahinter der Bilder analysiert werden zu müssen. Doch die „vermeintlich so bunte Welt der Medien werde grau, wenn es um ökonomische Verflechtungen oder politische Rundfunkgesetzdebatten geht“, die die Medienwelt zusammenhalten (vgl. Frank Thomsen, S.142): Wenn Redakteure der Idealstellung des eigenen Unternehmens dienen, dann sei Medienberichterstattung nicht Journalismus, sondern nicht-gekennzeichnete Öffentlichkeitsarbeit (vgl. Holger Kreitling, S.132f). „PR-Botschafter“ (Thomsen, S.141), die „ihre Meinungsmacht zielgerichtet gewinnmaximierend einsetzen“, sollten verpflichtet werden, Artikel über das eigene Haus zu kennzeichnen (ders. S.143f). Auch bedeute heute Kommunikation, daß „Information ein für den Markt gefertigtes Produkt ist“, es unterliege der „informationsproduzierenden Industrie der Kommunikationskonzerne“ (vgl. Bernd Schorb, S.276f.). Durch neue Technologie verlangten sie von den Nutzern einerseits Kompetenzen in neuen Rezeptionsformen, andererseits sprächen „vor allem die audiovisuellen Medien ihre Rezipienten immer deutlicher als Konsumenten an“ (vgl. Friedrich Krotz, S.251). Unter derartigen Bedingungen gerate der Medienkritiker zum Anlageberater, der die einträglichen Werte, in die zu investieren ist, empfiehlt (vgl. Peter Hoff, S.102). Da die medialen Dienstleistungsagenten den Kulturbürger zum Konsumenten verwandeln,

bedeute Medienkompetenz „Verbraucherkompetenz“ (vgl. Friedrich Krotz, S.251).

Um durch Medienkritik „die Stimme des Publikums zu stärken“ (Hartmut Weßler, S.24), „werden sich stärker institutionalisierte Formen der Selbstkontrolle nicht vermeiden lassen“ (Manfred Jenke, S.234f): Zur Konzentrationskontrolle, zur Mißbrauchsaufsicht, der Prüfung der Programmqualität und der Multimediaentwicklung wird von einer Reihe der Autoren eine „Stiftung Medientest“ gefordert – eine Lobby der „Mediennutzer, die sich nicht wie die Autofahrer oder die Verbraucher organisieren“ (vgl. Krotz, S.258). „Da rechtliche Maßnahmen von abnehmender Bedeutung sind, wird Information und Kommunikation als Steuerungsressource zukünftig eine wachsende Bedeutung zukommen“ (Otfried Jarren, S.317), die betreut sein will, wenn die Nutzer nicht Anhängsel der Vermittlungsapparate bleiben wollen. So gibt das Buch weitreichende Anregungen für die Kritik im medialen Umbruch, zeugt aber durch die Tatsache des gesellschaftlichen Notstands an kritischer Anteilnahme und an ‚kommunikativem Handeln‘ von der Hilflosigkeit der Engagierten.

Anstehende Symposien sollten anfragen, ob es den *Zuschauer und Rezipienten* überhaupt noch als Maßstab gibt: ob er nicht dem allseits aufgeweichten *Nutzer* gewichen ist, der orientierungstraumatisiert und zappend und surfend nurmehr blind die Tasten drückt. Eine „Stiftung Medientest“ hätte zudem den Datenschutz zu stärken (vgl. Friedrich Krotz, S.257) und zu klären, ob Informationen überhaupt noch ‚Mittel‘ sind, Relevanzen und ‚Unterschiede‘ zu setzen. „Wo es keine allgemeingültigen Regeln mehr aufzusagen gilt, kann“, wie Klaudia Brunst sagt, „die Fernsehkritik auch nicht mehr versagen“ (S.119) – die Kritik droht zum Universalplacebo zu avancieren: ‚Hat mit dem rapiden Medienwandel die Medienkritik kaum Schritt gehalten (vgl. Dieter Roß, S.40), so scheint sie heute spielerisch ‚wegdigitalisiert‘ werden zu können. Um so dringlicher sind denn auch die medienpädagogische und kritische „Erziehung zur Beeinflussung“ der Informationssysteme und die „Fähigkeit, die Medien zu dem Zweck zu nutzen, dem sie dienen sollen: der menschlichen Kommunikation“ (vgl. Bernd Schob, S.276ff).

Matthias Groll (Berlin)

Hinweise

Faulstich, Werner: Medien zwischen Herrschaft und Revolte. Die Medienkultur der frühen Neuzeit 1400-1700. Geschichte der Medien, Band 3. Göttingen 1998. Ca. 300 S.

Heywood, Ian / Barry Sandywell (Ed.): Interpreting Visual Culture. London 1998. 280 S.

Holtz-Bacha Christina / Helmut Scherer / Norbert Waldmann (Hg.): Wie die Medien die Welt erschaffen und wie die Menschen darin leben. Opladen/Wiesbaden 1998. 286 S.

Lash, Scott / John Urry: Die globale Kulturindustrie. Frankfurt/M. 1998. Ca. 380 S.

Mirzoeff, Nicholas (Ed.): The Visual Culture Reader. London 1998. 500 S.

Wiegerling, Klaus: Medienethik. Stuttgart 1998. Ca. 200 S.

Winston, Brian: Media Technology & Society: A History: From the Telegraph to the Internet. London 1998.