

Zur Einführung

Auf der Suche nach dem glücklichen Bewusstsein. Medien, Kritik und gesellschaftliche Praxis

Marcus S. Kleiner

Zwischen Ende der 1960er und Mitte der 1970er Jahren wird der Ansatz Adornos (vgl. Kap. 1.3.) sowie der *Tradition* gesellschaftskritischer Medientheorien in Deutschland aus der Perspektive einer *historisch-materialistischen Gesellschafts- und Medientheorie* weiterentwickelt, die ein im weiteren Sinne marxistisches Forschungsinteresse verfolgt, eine marxistische, materialistische bzw. sozialistische Medientheorie konzipieren will. Als *historisch-materialistische Medientheorie* bzw. Medienkritik kann eine *Kritische Medientheorie als historisch-materialistische Gesellschaftstheorie* bezeichnet werden. Hierbei ist, wie Baacke (1974b: 7) betont, der Ausgangspunkt der medienkritischen Reflexionen nicht die genuine Auseinandersetzung mit den Medien selbst sowie mit den Bedingungen der Medienproduktion und -rezeption, sondern diese Aspekte werden in den Kontext einer *historisch-materialistischen Gesellschaftstheorie* gestellt, das System der Massenkommunikation wird entsprechend als Bestandteil und Resultat der kapitalistischen Warenproduktion bzw. des staatsmonopolistischen Kapitalismus aufgefasst. Der für den Marxismus konstitutive gesellschaftliche Widerspruch zwischen Kapital und Arbeit wird in diesem Kontext auf den Medienbereich übertragen und den Medien entsprechend unterstellt, dass sie als Legitimationsinstanzen des Monopolkapitalismus fungieren. Baacke (ebd.) betont, dass hierbei stets versucht wird, „Theorie zur gesellschaftlichen Praxis ins Verhältnis zu setzen, die verstanden wird als antagonistisches Klassenhandeln.“

An diesem Ansatz wird deutlich, dass eine der Hauptkritiken *historisch-materialistischer Medientheorie/-kritik* an der Medienkritik von Adorno in dessen Praxisdistanzierung und seiner Zurückhaltung politischen Positionierungen gegenüber besteht, d.h. der Weigerung, mit seiner Theorie Handlungsanweisung zur Gestaltung einer gesellschaftlichen Praxis zu geben. Weiterhin wird an Adorno kritisiert, dass er die konkreten historischen Erfahrungen und Lebensbedingungen der Arbeiterklasse (sowie der Medienrezipienten) in seinen Studien aus dem Blick lässt. Andererseits ist für die Vertreter einer *historisch-materialistischen Medientheorie/-kritik* zentral, dass die Analyse der gesellschaftlichen Kommunikationsprozesse, des Mediensystems und der Medienprodukte nur aus einer gesamtgesellschaftlichen Perspektive, die auf Gestaltung gesellschaftlicher Wirklichkeit zielt und sich zudem als politische Arbeit versteht, möglich ist. Kommunikations- und Medienforschung dürfen, wenn sie deren gesellschaftliche Bedeutung konstruktiv ernst nehmen, aus dieser Perspektive nicht als ein rein funktionales, positivistisches Sammeln von Daten über die Felder Kommunikation und Medien verstanden werden. Fraglich hierbei bleibt, wie Dröge¹ (1974: 98ff.) hervorhebt, ob die Praxisvorgabe und der diskursive Allgemeinheitsanspruch der *historisch-materialistischen Medientheorie/-kritik* ein gesamtgesellschaftliches Bedürfnis widerspiegelt, um ausgehend hiervon, die postulierte gesell-

schaftliche Notwendigkeit zur umsetzen zu können.

Für Baacke (1974b: 16f.) sind *historisch-materialistischen Medientheorien* Kommunikations- und Medienrezeption; zweitens, die Konstruktions- und Medienrezeption; drittens, die Konstruktion von Öffentlichkeit (Kap. 1.1., 1.2.); viertens, die Bedeutung der Medienrezeption sowie kritische Inhaltsanalyse; schließlich, v.a. der öffentlich-rechtlichen Diskussion der Kreativpotentiale (Kap. 3.).

Das Anliegen einer *historisch-materialistischen Medientheorie* (1974b: 17f.) entsprechend programmatische Strategie: diese Stichworte sind wissenschaftlich für die Praxis der Medientheorie, die sich wohl gebrauchswert macht. ‚Gebrauchswert‘ in ihren euphorischen Charakter verändert, wie man das wohl erwarten kann, dass sie nicht Instrumente weniger organisierten Gesellschaft, Wirkungen und Befriedigungen allgemein, aber damit jeder ‚Bescheidene‘ und seine Gruppe zu artikulieren (1974b: 17).

Klaus Kreimeier fasst in seinem Aufsatz, der erstmals 1971 in *Kritik der Kulturindustrie* erschienen ist, die Grundlagen *historisch-materialistischer Medientheorie* thematisch zusammen. Die Überwindung bürgerlichen Denkens und gesellschaftlicher Produktion und Ausbeutung der Klassen konkret lebensweltliche und Praxis muss folglich für *Kreimeier* eine Ausbeutung der Medien durch sich nicht im Besitz ihrer legitimen Klassen befänden. In die profitorientierte Medienindustrien Verkörperung monopolistischer Wirtschaft, die autonome Meinungs-, Befreiung und die Medienrezeption verhindern. Vor diesem Hintergrund wesentlich auf eine politisch-ökonomische

schaftliche Notwendigkeit zur Veränderung der Medienwirklichkeiten in legitimer Weise umsetzen zu können.

Für Baacke (1974b: 16f.) sind es wesentlich sieben Themen, die den Diskurs der *historisch-materialistischen Medientheorie/-kritik* bestimmen: erstens, die Kritik an der empirischen Kommunikations- und Medienforschung, v.a. ihre beschreibende und Datensammelnde Ausrichtung; zweitens, die Kritik der politischen Ökonomie der Gesellschaft sowie der Medienproduktion; drittens, die umfassende Auseinandersetzung mit der medialen Konstruktion von Öffentlichkeit und den Möglichkeiten von Gegenöffentlichkeiten (vgl. Kap. 1.1., 1.2.); viertens, die Berücksichtigung der realen Erfahrungen der Bürger (hinsichtlich der Medienrezeption sowie ihrer gesellschaftlichen Situierung, die jene bedingt); fünftens, kritische Inhaltsanalyse; sechstens, eine Auseinandersetzung mit den Medienunternehmen, v.a. der öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten (vgl. Kap. 2.); und siebtens, die Diskussion der Kreativpotentiale und Freiheitsmomente in der Medienkulturindustrie (vgl. Kap. 3.).

Das Anliegen einer *historisch-materialistischen Medientheorie/-kritik* fasst Baacke (1974b: 17f.) entsprechend programmatisch zusammen: „Theorie und Praxis und die beide anleitende Strategie: diese Stichworte fassen noch einmal zusammen, was jetzt an der Zeit ist, wissenschaftlich *für* die Praxis und *mit* der Praxis abzuklären. Medienpolitik braucht Medientheorie, die sich wohl gefallen lassen muss, dass man auch eklektisch von ihr Gebrauch macht. ‚Gebrauchswert‘ erlangt sie nur, wenn sie auch zur Verfügung steht. [...] Die hochgespannten Erwartungen in den Massenmedien, insbesondere das Fernsehen, haben ihren euphorischen Charakter verloren. Die Medien haben die Welt bisher nicht radikal verändert, wie man das wohl erwartete. Dennoch bleiben sie Träger einer legitimen Utopie: dass sie nicht Instrumente weniger sein sollten, sondern in einer durch und durch arbeitsteilig organisierten Gesellschaft, Widersprüche und Konflikte, aber auch Erwartungen, Hoffnungen und Befriedigungen allgemein machen – nicht, damit jeder sie in ihrer Gesamtheit teile, aber damit jeder ‚Bescheid weiß‘ und die Möglichkeit hat, seine Erwartungen für sich und seine Gruppe zu artikulieren [Hervorhebung im Original – MSK]“ (vgl. Buselmeier 1974b: 17).

Klaus Kreimeier fasst in seinem Text, bei dem es sich um die gekürzte Version eines Aufsatzes, der erstmals 1971 in der *Sozialistischen Zeitschrift für Kunst und Gesellschaft* erschienen ist, die Grundlagen *historisch-materialistischer Medientheorie/-kritik* mit zehn Thesen programmatisch zusammen: *Materialistische Medientheorie* könne die praktische Überwindung bürgerlichen Denkens nicht einfach herbei schreiben, sondern die Verhältnisse gesellschaftlicher Produktion und Hegemonie müssten von den Massen bzw. den ausgebeuteten Klassen konkret lebensweltlich verändert werden. Das Verhältnis von Theorie und Praxis muss folglich für *Kreimeier* reformuliert werden. Medienhistorisch konstatiert *Kreimeier* eine Ausbeutung der Massen durch die Bourgeoisie qua Massenmedien, weil sie sich nicht im Besitz ihrer legitimen Eigentümer, der Massen, sondern in dem der herrschenden Klassen befänden. In diesem Kontext beschreibt *Kreimeier* Medien wesentlich als profitorientierte Medienindustrien und gewinnbringende Waren bzw. als „Instrument und Verkörperung monopolitischer Warendistribution“ sowie als „Medien der Konterrevolution“, die autonome Meinungs-, Bewusstseins- und Willensbildungsprozesse der Massen verhinderten. Vor diesem Hintergrund müsse sich die *materialistische Medientheorie/-kritik* wesentlich auf eine politisch-ökonomische Gesellschafts- und Medienanalyse fokussieren.

Bewusstsein.
axis

er Jahren wird der Ansatz Adornos (vgl. ...
cher Medientheorien in Deutschland aus
Gesellschafts- und Medientheorie weiter-
sches Forschungsinteresse verfolgt, eine
Medientheorie konzipieren will. Als *his-*
tenkritik kann eine *Kritische Medientheo-*
orie bezeichnet werden. Hierbei ist, wie
r medienkritischen Reflexionen nicht die
st sowie mit den Bedingungen der Medi-
ekte werden in den Kontext einer *histo-*
llt, das System der Massenkommunikati-
at der kapitalistischen Warenproduktion
efasst. Der für den Marxismus konstituti-
l und Arbeit wird in diesem Kontext auf
tsprechend unterstellt, dass sie als Legi-
tieren. Baacke (ebd.) betont, dass hierbei
en Praxis ins Verhältnis zu setzen, die
In.“

eine der Hauptkritiken *historisch-*
dienkritik von Adorno in dessen Praxis-
en Positionierungen gegenüber besteht,
sanweisung zur Gestaltung einer gesell-
Adorno kritisiert, dass er die konkreten
der Arbeiterklasse (sowie der Medienre-
Andererseits ist für die Vertreter einer
zentral, dass die Analyse der gesell-
ensystems und der Medienprodukte nur
auf Gestaltung gesellschaftlicher Wirk-
versteht, möglich ist. Kommunikations-
lschaftliche Bedeutung konstruktiv ernst
funktionales, positivistisches Sammeln
medien verstanden werden. Fraglich hier-
b die Praxisvorgabe und der diskursive
schon Medientheorie/-kritik ein gesamt-
sgehend hiervon, die postulierte gesell-

Damit eine *materialistische Medientheorie/-kritik* ihre emanzipatorischen und sozialrevolutionären Potentiale entfalten könne, müsse sie in Kooperation mit den Massen und ihrem jeweiligen Klassenbewusstsein entwickelt werden sowie einen eindeutigen „Klassenstandpunkt“ einnehmen. Bürgerliche Medientheorie sei hingegen „Usurpatoren-Ideologie: Herrschaftswissen“ (vgl. den Aufsatz von *Dröge* in diesem Kapitel).

Eine *materialistische Medientheorie/-kritik* plädiere, so *Kreimeier*, für eine Massenmedienkommunikation, die „nicht nur für die, sondern weitgehend durch die Volksmassen betrieben“ werde. Ziel hierbei sei die dialektische Einheit von Produktion, Distribution und Konsumtion, durch die die Trennung zwischen Produzent und Rezipient bzw. Sender und Empfänger aufgehoben würde. „Massenkommunikation im Kapitalismus ist“ hingegen, wie *Kreimeier* betont, „wesentlich präformiert und deformiert durch falsche Distribution“. Die Medienrezeption müsse, bedingt durch die „Diktatur des Profits“, um die es bei Medienproduktionen wesentlich gehe, „der Konsumtion von Waren“ angeglichen werden. Hiermit werde beabsichtigt, dass die Rezipienten sich die Wirklichkeit „nicht tätig und produktiv“ aneignen, „sondern sie mechanisch“ verzehrten. Als Fazit seiner Überlegungen hält *Kreimeier* (1971: 85) fest: „Nur im Klassenkampf werden die Massen auch ihre Medien erobern und nur im Aufbau einer sozialistischen Gesellschaft [...] [der] demokratischen Massenkommunikation zum Durchbruch verhelfen [...]. Aber die Klassenkämpfe können sich nur gleichzeitig mit dem Kampf um die Befreiung der Massenmedien entfalten, in dem es gilt, das Bewusstsein der Massen für ihre eigenen Waffen zu schärfen.“

Der dokumentierte Text von *Horst Holzer* stammt aus seiner 1974er-Studie *Kinder und Fernsehen*. In dieser Arbeit geht es *Holzer* darum, das Verhältnis von Kindern und Fernsehen in Deutschland grundsätzlich zu diskutieren. Hierbei thematisiert *Holzer* zunächst den gesellschaftlichen Stellenwert des Fernsehens, seine materielle Basis und politische Qualität sowie die herrschaftliche Funktion der Fernsehkommunikation – auf diese Aspekte fokussiert sich der abgedruckte Textausschnitt. Zudem erörtert *Holzer* die Wirkungen des Fernsehens auf den kindlichen Entwicklungsprozess bzw. die Sozialisation von Kindern. Ausgehend von diesen allgemein- und demokratietheoretischen sowie medienpolitischen Überlegungen widmet *Holzer* sich der Analyse einzelner Formate des Kinderfernsehens. Das Ziel seiner Studie besteht darin, aufzufordern, Medien, speziell das Fernsehen, als Hilfsmedium zu nutzen, durch das Kinder bei der Entfaltung von Produktivität, Kreativität und Solidarität unterstützt werden könnten, dem es aber auch möglich wäre, produktiv zur Identitätsfindung und zum Wirklichkeitsverstehen von Kindern beizutragen. Insofern dürften „die kindlichen Kommunikationsansprüche“ unter keinen Umständen „zum Angelpunkt kapitalherrschaftlicher Interessen“ gemacht werden.

Allerdings kann dieses Anliegen, in Anbetracht der gesellschaftlichen Situation in der Bundesrepublik Deutschland Ende der 1960er/Mitte der 1970er Jahre, kaum verwirklicht werden, weil das „Fernsehen als Organisation [...] – seinem öffentlich-rechtlichen Auftrag zuwider – das Abbild der die Gesellschaft der BRD bestimmenden *Kapitalherrschaft* [Hervorhebung im Original – MSK]“ ist, „als *herrschaftliche Agentur* einzel- und gesamtkapitalistischer Interesse fungiert [Hervorhebung im Original – MSK]“ und insofern primär eine ökonomische Funktion im Prozess kapitalistischer Warenzirkulation übernehme, obwohl die öffentlich-rechtliche Fernsehkommunikation scheinbar klassen- sowie wertneutral und kapitalistischen Verwertungszusammenhängen entzogen sei. *Holzers* Kritik richtet sich hierbei auf die privatwirtschaftlichen Abhängigkeiten im Medienbereich sowie dessen abschließliche Profitorientierung, ihre Auswirkungen auf den Prozess der Massenmedien-

kommunikation, die zunehmende I dienprodukte.

Der entscheidende Motor der betont, Warenwerbung, die das Z kapitalistischen Gesellschaftssystem beizutragen, also System- und Soz timationsbeschaffung für den Kapi „Die öffentlich-rechtliche, staatlich ökonomischen Funktion des Staates diesem Hintergrund weist *Holzer* zwei Bedeutung zu: einerseits verr rung; andererseits trage sie entsche nopolitischen Kapitalismus bei und

Nur durch die umfassende De munikation könne, wie *Holzer* beto dium einer sozialistischen Verände 1969, 1971a). Diese Forderung ist f setztes (Artikel 5) aus geboten, in c als demokratietheoretischem Subjek *Massenkommunikation und Demok dende Problem [...] lässt sich in die dien Presse, Rundfunk, Fernsehen f gesetz der Bundesrepublik Deutschl sich die vom Grundgesetz indirekt sächlichem Angebot verhalten [...] analysieren, den die Medieninhalte muss dann versucht werden, die sp und die von ihnen erzielten Wirkung Bundesrepublik zu erklären.“ Der / also keine eigensinnige Auseinander sowie deren bzw. dessen Produktion se wird hingegen von den funktion tendenziell auf die realisierte Chanc lich produzierten Potential von Leb des Leistungs- und Verteilungszus (Holzer 1971a: 91). *Holzer* geht dav lichen, dass sich eine Standortbestir mit der Massenmedienkommunikat ale Publikum als Gesamtbevölkerung erwartet *Holzer*, dass, gemäß seiner sichts ihrer öffentlichen Aufgabe, du lichkeit bzw. zur Verallgemeinerung autonome Meinungs-, Bewusstseins-*

Der Beitrag von *Franz Dröge* Aufsatzsammlung *Kritische Medie*

ihre emanzipatorischen und sozialrevolutionären Kooperation mit den Massen und ihrem Sinn sowie einen eindeutigen „Klassenstandpunkt“ entgegen. „Usurpatoren-Ideologie: Herrschaft des Kapitals“ (Kapitel).

plädiere, so *Kreimeier*, für eine Massenmedien- und weitgehend durch die Volksmassen vermittelte Einheit von Produktion, Distribution und Konsumtion. „Die öffentlich-rechtliche, staatlich organisierte Fernsehkommunikation ist Ausdruck dieser ökonomischen Funktion des Staates im Prozess der kapitalistischen Warenzirkulation.“ Vor diesem Hintergrund weist *Holzer* der Massenmedien- bzw. Fernsehkommunikation v.a. zwei Bedeutungen zu: einerseits vermittele sie eine umfassende Konsum- und Freizeitorientierung; andererseits trage sie entscheidend zur Stabilisierung und zum Ausbau des staatsmonopolistischen Kapitalismus bei und beeinflusse alle Gesellschaftsbereiche nachhaltig.

Nur durch die umfassende Demokratisierung des gesamten Systems der Massenkommunikation könne, wie *Holzer* betont, die Fernsehkommunikation hingegen zu einem Medium einer sozialistischen Veränderung der Gesellschaft werden (vgl. hierzu auch *Holzer* 1969, 1971a). Diese Forderung ist für *Holzer* vom demokratischen Anspruch des Grundgesetzes (Artikel 5) aus geboten, in dem auch die Vorstellung von einem mündigen Bürger als demokratietheoretischem Subjekt eingelassen ist. In der *Vorbemerkung* zur seiner Studie *Massenkommunikation und Demokratie* schreibt *Holzer* (1969: 5) hierzu: „Das entscheidende Problem [...] lässt sich in die Frage fassen: Welchen Beitrag leisten die Massenmedien Presse, Rundfunk, Fernsehen für eine demokratische Gesellschaft, wie sie das Grundgesetz der Bundesrepublik Deutschland beschreibt? [...] Einmal gilt es zu beschreiben, wie sich die vom Grundgesetz indirekt verlangten Qualitäten der Massenmedien zu deren tatsächlichem Angebot verhalten [...]. Zum anderen ist der Einfluss zu diskutieren und zu analysieren, den die Medieninhalte auf ihr Publikum nehmen [...]. Drittens schließlich muss dann versucht werden, die spezifischen Qualitäten der dargestellten Massenmedien und die von ihnen erzielten Wirkungen aus der besonderen politökonomischen Struktur der Bundesrepublik zu erklären.“ Der Ausgangspunkt von *Holzers* Medienanalysen/-kritik ist also keine eigensinnige Auseinandersetzung mit den Medien bzw. dem Medium Fernsehen sowie deren bzw. dessen Produktion, Distribution und Konsumtion. Sein Erkenntnisinteresse wird hingegen von den funktionalen Anforderungen der Demokratie bestimmt, „die tendenziell auf die realisierte Chancengleichheit aller bei der Partizipation am gesellschaftlich produzierten Potential von Lebensmöglichkeiten und bei der normativen Regulierung des Leistungs- und Verteilungszusammenhangs einer Gesellschaft hinauslaufen muss“ (*Holzer* 1971a: 91). *Holzer* geht davon aus, wie die vorausgehenden Überlegungen verdeutlichen, dass sich eine Standortbestimmung der Demokratie durch eine Auseinandersetzung mit der Massenmedienkommunikation durchführen lasse – gerade weil er das massenmediale Publikum als Gesamtbevölkerung der Bundesrepublik Deutschland bestimmt. Weiterhin erwartet *Holzer*, dass, gemäß seiner normativen Grundgesetzinterpretation, Medien angesichts ihrer öffentlichen Aufgabe, durch Information und Kritik zur Aufklärung der Öffentlichkeit bzw. zur Verallgemeinerung von Aufklärung beitragen müssten, von der ausgehend autonome Meinungs-, Bewusstseins- und Willensbildungsprozesse möglich wären.

Als Fazit seiner Überlegungen hält *Kreimeier* den Kampf der Massen auch ihre Medien erobern und demokratischen Massenkommunikation. „Aber die Klassenkämpfe können sich nur durch die Massenmedien entfalten, in dem es gilt, die Klassenkämpfe zu schärfen.“

Der Beitrag von *Franz Dröge* stammt aus seiner 1974er-Studie *Kinderfernsehen*. Darin thematisiert *Holzer* das Verhältnis von Kindern und Fernsehen. Hierbei thematisiert *Holzer* die materielle Basis und politischen der Fernsehkommunikation – auf diese hin zu analysieren. Zudem erörtert *Holzer* die Wirkungsprozesse bzw. die Sozialisation von Kindern. Die Analyse einzelner Formate des Kinderfernsehens, Medien, speziell das Fernsehen, die in der Entfaltung von Produktivität, Kreativität, und insofern es aber auch möglich wäre, produktiv stehen von Kindern beizutragen. Insofern „keine“ unter keinen Umständen „zum Angelassen“ werden.

Die entscheidende Motor der Fernsehkommunikation sei daher einerseits, wie *Holzer* betont, Warenwerbung, die das Ziel verfolge, zum Ausbau sowie zur Stabilisierung des kapitalistischen Gesellschaftssystems bzw. des staatsmonopolistischen Herrschaftssystems beizutragen, also System- und Sozialintegration sowie Herrschaftssicherung des und Legitimationsbeschaffung für den Kapitalismus als gesellschaftliches Grundverhältnis betriebe:

„Die öffentlich-rechtliche, staatlich organisierte Fernsehkommunikation ist Ausdruck dieser ökonomischen Funktion des Staates im Prozess der kapitalistischen Warenzirkulation.“ Vor diesem Hintergrund weist *Holzer* der Massenmedien- bzw. Fernsehkommunikation v.a. zwei Bedeutungen zu: einerseits vermittele sie eine umfassende Konsum- und Freizeitorientierung; andererseits trage sie entscheidend zur Stabilisierung und zum Ausbau des staatsmonopolistischen Kapitalismus bei und beeinflusse alle Gesellschaftsbereiche nachhaltig.

Nur durch die umfassende Demokratisierung des gesamten Systems der Massenkommunikation könne, wie *Holzer* betont, die Fernsehkommunikation hingegen zu einem Medium einer sozialistischen Veränderung der Gesellschaft werden (vgl. hierzu auch *Holzer* 1969, 1971a). Diese Forderung ist für *Holzer* vom demokratischen Anspruch des Grundgesetzes (Artikel 5) aus geboten, in dem auch die Vorstellung von einem mündigen Bürger als demokratietheoretischem Subjekt eingelassen ist. In der *Vorbemerkung* zur seiner Studie *Massenkommunikation und Demokratie* schreibt *Holzer* (1969: 5) hierzu: „Das entscheidende Problem [...] lässt sich in die Frage fassen: Welchen Beitrag leisten die Massenmedien Presse, Rundfunk, Fernsehen für eine demokratische Gesellschaft, wie sie das Grundgesetz der Bundesrepublik Deutschland beschreibt? [...] Einmal gilt es zu beschreiben, wie sich die vom Grundgesetz indirekt verlangten Qualitäten der Massenmedien zu deren tatsächlichem Angebot verhalten [...]. Zum anderen ist der Einfluss zu diskutieren und zu analysieren, den die Medieninhalte auf ihr Publikum nehmen [...]. Drittens schließlich muss dann versucht werden, die spezifischen Qualitäten der dargestellten Massenmedien und die von ihnen erzielten Wirkungen aus der besonderen politökonomischen Struktur der Bundesrepublik zu erklären.“ Der Ausgangspunkt von *Holzers* Medienanalysen/-kritik ist also keine eigensinnige Auseinandersetzung mit den Medien bzw. dem Medium Fernsehen sowie deren bzw. dessen Produktion, Distribution und Konsumtion. Sein Erkenntnisinteresse wird hingegen von den funktionalen Anforderungen der Demokratie bestimmt, „die tendenziell auf die realisierte Chancengleichheit aller bei der Partizipation am gesellschaftlich produzierten Potential von Lebensmöglichkeiten und bei der normativen Regulierung des Leistungs- und Verteilungszusammenhangs einer Gesellschaft hinauslaufen muss“ (*Holzer* 1971a: 91). *Holzer* geht davon aus, wie die vorausgehenden Überlegungen verdeutlichen, dass sich eine Standortbestimmung der Demokratie durch eine Auseinandersetzung mit der Massenmedienkommunikation durchführen lasse – gerade weil er das massenmediale Publikum als Gesamtbevölkerung der Bundesrepublik Deutschland bestimmt. Weiterhin erwartet *Holzer*, dass, gemäß seiner normativen Grundgesetzinterpretation, Medien angesichts ihrer öffentlichen Aufgabe, durch Information und Kritik zur Aufklärung der Öffentlichkeit bzw. zur Verallgemeinerung von Aufklärung beitragen müssten, von der ausgehend autonome Meinungs-, Bewusstseins- und Willensbildungsprozesse möglich wären.

Der Beitrag von *Franz Dröge* stammt aus der von Baacke 1974 herausgegebenen Aufsatzsammlung *Kritische Medientheorien* und diskutiert den Zusammenhang von

Medien und gesellschaftlichem Bewusstsein in zwei Schritten. Zunächst skizziert er sein Verständnis einer *Kritischen Medientheorie*, die für Dröge v.a. im Kontext von Medienpädagogik, Medienkompetenzförderung sowie als Reflexionsinstanz der Möglichkeiten und Grenzen der Mediennutzung durch die Arbeiterklasse von Bedeutung sei. Hierbei müsse sich die Medientheoriebildung stets ihre eigenen Konstitutionsbedingungen, also ihren Praxiszusammenhang, vergegenwärtigen. Im Falle einer *Kritischen Medientheorie*, die von den Anforderungen sozialistischer Politik geleitet werde, sei dies der „Erfahrungszusammenhang des Proletariats“, der sich im Rahmen der gesellschaftlichen Produktion des menschlichen Lebens konstituiere. *Kritische Medientheorie* müsse in diesem Kontext, so Dröge, die „Genesis“ von gesellschaftlichen Bewusstseinsbildungsprozesse sowie deren (Vor) Bedingungen analysieren und zwar mit Fokus auf die Rolle der Massenmedien, v.a. des Fernsehens, als Reproduktionsinstanzen von Klassenverhältnissen, die sich, wie es für kapitalistische Gesellschaftsformationen typisch sei, immer im „Widerspruch von Blockierung und Befreiung gesellschaftlicher Totalitätserfahrung“ befänden. Eine Kritische Medientheorie müsse, wie Dröge betont, diesen Widerspruch herausarbeiten und fallanalytisch konkretisieren bzw. veranschaulichen, um zwischen subjektiven und objektiven Klasseninteressen zu vermitteln. Anknüpfungspunkt hierfür sei die Frage nach der „Kommunikation der Massen im Selbstorganisationsprozess proletarischer Interessen“, das Ziel die Konstitution *proletarischer Öffentlichkeit*. Weiterhin könne eine *Kritische Medientheorie* einen Beitrag leisten, um „die Erfahrungen der publizistischen Produzenten über ihre Arbeitsbedingungen“ verstehbar zu machen.

Das Erkenntnisinteresse an einer Medienbegriffsdefinition resultiert für Dröge, dies ist der zweite Fokus seiner Überlegungen, aus „der Frage nach der Entstehung (bzw. den Mechanismen der Verhinderung) von Klassenbewusstsein“. Medien sind für Dröge Besonderungen „kapitalistischer Produktion: Produktion spezifischer Ideologie und spezifischen Verkehrsverhältnissen“, also zunächst und zumeist Waren – dies gelte letztlich auch für das öffentlich-rechtliche Fernsehen. Zudem beschreibt er sie als Hintergrundwirklichkeiten gesellschaftlicher Erfahrungsprozesse sowie deren Interpretation, nicht zuletzt als Sozialisationsagenturen. Gesellschaftliche Ideologievermittlung sowie die medial-kommunikative Reproduktion von Klassenverhältnissen seien, wie Dröge hervorhebt, „an die Gebrauchswertseite“ der Medien, also an den die scheinbare Bedürfnisbefriedigung, die der Medienkonsum verspricht, gebunden.

Medien als gesellschaftliche Agenturen der Ideologieproduktion und -distribution sowie zur Aufrechterhaltung von Klassenverhältnissen, funktionieren nach folgenden Prinzipien, wie Dröge am Beispiel des Fernsehens veranschaulicht: zum einen durch den Schein der Egalität, d.h. alle können scheinbar die gleichen Medien nutzen, bekämen dieselben Inhalte geboten, die vermeintlich von allgemeinem Interesse seien, und müssten alle das gleiche für die gleichen Medienwaren zahlen. Andererseits werde eine scheinbar große Vielfalt unterschiedliche Programme produziert, die auf die Interessen der Mediennutzer eingehe. Weiterhin fungierten Medien als Ordnungsinstanzen einer chaotischen Welt, die das Fremde (etwa gesellschaftliche Zustände oder Sitten anderer Länder) stets nach den Kategorien des Eigenen (z.B. den mediale suggerierten Werte der deutschen TV-Gesellschaft) beurteilten. Mit dem Begriff der „*Informationstotalisierung* [Hervorhebung im Original – MSK]“, der immer zugleich auch eine „*Informationsmanipulierung*“ impliziere, hebt Dröge eine weitere Medienfunktion hervor: Die medial vermittelten Faktenbe-

stände bzw. Informationen würden Kontexte herausgenommen, gleichförmiger dadurch homogenisiert. Letzter Medienproduzenten gebunden gesellschaftlicher Totalität beanspruchen.

Insofern sei es unter den gegebenen Umständen die Vermittlung authentischer Aussagen ermöglichen, den gesellschaftlichen und Bewusstseinskonstitution aufzubrechen. Medien einerseits „als *Konsumtionskraft* zugeordnet [Hervorhebung im Original] den Vermittlung zwischen Individuen

Medien- und Kritikbegriff

Die Autoren dieses Kapitels verwenden die Medien drei konstitutive Zusammenhänge von Wirtschaft, Klassen- und Herrschaftsgesellschaft und der politischen Kommunikation, die Medien und der Alltagspraxis des Publikaums ergeben: Medien werden produziert in der Gesellschaft, die ausschließlich auf die Produktion, Distribution und Konsumtion von Waren beruht. Diese Zuschreibungen kulturellen und individuellen Wirklichkeitsprozessen (vgl. Kap. 1.1., 1.2.), alpsychologischer Begriff, sondern als sozialwissenschaftlicher Begriff, betont, dass Medien einerseits das Gebotnis, Ideologien und Machtverhältnisse, andererseits hauptsächlich Instrumente der Ideologiekritik sind. Dies wird im Kontext *historisch-materialistischer* Ideologiekritik, der Verfestigung der Bevölkerung durch Medien, die von Presse- und Gewerbefreiheit, der Verfestigung der Gefahren der Medienkonzentration, der Bedeutung als Waren und Ideologiekritik, der Medienkonzentration und Werkzeuge zur Herstellung sowie zudem zur Ermächtigung der beherrschenden Klassen. Medien, ihre Produktion, Distribution und Konsumtion des staatsmonopolistischen Kapitalismus, werden *kritiken* aus einer radikal-demokratischen Perspektive abgelehnt. Medien als Mittel zur Emanzipation

n zwei Schritten. Zunächst skizziert er sein
 e, die für *Dröge* v.a. im Kontext von
 ng sowie als Reflexionsinstanz der
 ng durch die Arbeiterklasse von Bedeutung
 ientheoriebildung stets ihre eigenen
 asammenhang, vergegenwärtigen. Im Falle
 anforderungen sozialistischer Politik geleitet
 g des Proletariats“, der sich im Rahmen der
 hlichen Lebens konstituiere. *Kritische*
Dröge, die „Genesis“ von gesellschaftlichen
 or) Bedingungen analysieren und zwar mit
 des Fernsehens, als Reproduktionsinstanzen
 ür kapitalistische Gesellschaftsformationen
 ockierung und Befreiung gesellschaftlicher
 Medientheorie müsse, wie *Dröge* betont,
 fallanalytisch konkretisieren bzw.
 n und objektiven Klasseninteressen zu
 rage nach der „Kommunikation der Massen
 Interessen“, das Ziel die Konstitution
 eine *Kritische Medientheorie* einen Beitrag
 ublichstischen Produzenten über ihre

egriffsdefinition resultiert für *Dröge*, dies ist
 r Frage nach der Entstehung (bzw. den Me-
 usstsein“. Medien sind für *Dröge* Besonde-
 n spezifischer Ideologie und spezifischen
 eist Waren – dies gelte letztlich auch für das
 reibt er sie als Hintergrundwirklichkeiten
 en Interpretation, nicht zuletzt als Sozialisa-
 mittlung sowie die medial-kommunikative
 wie *Dröge* hervorhebt, „an die Gebrauchs-
 are Bedürfnisbefriedigung, die der Medien-

r Ideologieproduktion und -distribution so-
 issen, funktionieren nach folgenden Prinzi-
 ranschaulicht: zum einen durch den Schein
 eichen Medien nutzen, bekämen dieselben
 nem Interesse seien, und müssten alle das
 Andererseits werde eine scheinbar große
 t, die auf die Interessen der Mediennutzer
 ungsinstanzen einer chaotischen Welt, die
 der Sitten anderer Länder) stets nach den
 suggerierten Werte der deutschen TV-
 „*Informationstotalisierung* [Hervorhebung
 h eine „*Informationsmanipulierung*“ impli-
 hervor: Die medial vermittelten Faktenbe-

stände bzw. Informationen würden aus den spezifischen Bedeutungszusammenhängen ihrer
 Kontexte herausgenommen, gleichwichtig gemacht und die Erfahrungshorizonte der Emp-
 fänger dadurch homogenisiert. Letztlich sei die Wirklichkeit der Medien konstitutiv an die
 der Medienproduzenten gebunden und könne daher keinen Anspruch auf Repräsentation
 gesellschaftlicher Totalität beanspruchen.

Insofern sei es unter den gegebenen Medienbedingungen nicht möglich, durch Medien
 die Vermittlung authentischer Ausdrucksmöglichkeiten der Erfahrungen des Proletariats zu
 ermöglichen, den gesellschaftlichen Blockierungszusammenhang authentischer Erfahrung
 und Bewusstseinskonstitution aufzulösen. Zudem sei es die gegenwärtige Funktion der
 Medien einerseits „als *Konsumtion von Unterhaltungsware der Regeneration der Arbeits-*
kraft zugeordnet [Hervorhebung im Original – MSK]“ zu sein, andererseits zur orientieren-
 den Vermittlung zwischen Individuum und Gesellschaft beizutragen.

Medien- und Kritikbegriff

Die Autoren dieses Kapitels verwenden alle keinen eigenständigen Medienbegriff, sondern
 weisen den Medien drei konstitutive soziale Funktionen zu, die sich aus ihren Analysen des
 Zusammenhangs von Wirtschaft, Gesellschaft und Massenmedienkommunikation; von
 Klassengesellschaft und Herrschaftszusammenhang; der Demokratie sichernden Relevanz
 der politischen Kommunikation; der Organisationsformen und Funktionsbereiche der Me-
 dien und der Alltagspraxis des Publikums, dessen Mediengebrauch sowie Bindung an die
 Medien ergeben: Medien werden primär als Waren bzw. Ausdruck der kapitalistischen
 Gesellschaft, die ausschließlich auf Profitmaximierung aus sind, und als Ideologieträger
 aufgefasst, die zur Produktion, Distribution, Kommunikation gesellschaftlicher Hegemonie
 beitragen. Diese Zuschreibungen kulminieren in der These von der umfassenden medialen
 Manipulation, im Sinne einer *Bewusstseinsindustrie* und als Begriff für den Warencharakter
 der Medien, von Öffentlichkeit und öffentlicher Meinung sowie von sozialen, politischen,
 kulturellen und individuellen Wirklichkeiten, aber auch von Meinungs- und Willensbil-
 dungsprozessen (vgl. Kap. 1.1., 1.2., 1.3.). Manipulation wird allerdings nicht als individu-
 alpsychologischer Begriff, sondern als gesellschaftlicher aufgefasst. Hiermit wird weiterhin
 betont, dass Medien einerseits das Gesellschaftssystem mit seinen Wert- und Normvorstel-
 lungen, Ideologien und Machtverhältnissen usw. stabilisieren sowie das Medien anderer-
 seits hauptsächlich Instrumente der Kapitalmacht sind. Neben dem Manipulationsvorwurf
 wird im Kontext *historisch-materialistischer Medientheorien* häufig auch von der Entpoliti-
 sierung der Bevölkerung durch Medien-Unterhaltung gesprochen sowie auf die Widersprü-
 che von Presse- und Gewerbefreiheit (vgl. Kap. 1.1.) hingewiesen, nicht zuletzt intensiv die
 Gefahren der Medienkonzentration diskutiert. Medien können aber auch, diesseits ihrer
 Bedeutung als Waren und Ideologieträger, zumindest potentiell, als Mittel zur Emanzipati-
 on und Werkzeuge zur Herstellung sowie Sicherung von Demokratie verstanden werden,
 zudem zur Ermächtigung der beherrschten Klassen beitragen.

Medien, ihre Produktion, Distribution und Rezeption werden, unter den Bedingungen
 des staatsmonopolistischen Kapitalismus, von *historisch-materialistischen Medientheorien/-*
kritiken aus einer radikaldemokratischen und sozialistischen Perspektive kritisiert bzw.
 abgelehnt. Medien als Mittel zur Emanzipation und Ermächtigung müssen in den Dienst der

Arbeiterklasse gestellt, d.h. zu Mitteln des Klassenkampfes werden. Die Maßstäbe der Medienkritik ergeben sich in Korrespondenz zu den zuvor beschriebenen Medien-Zuschreibungen und Erwartungen an die klassenkämpferische Mediennutzung.

Anmerkungen

- 1 Alle Namen der Autoren, der in diesem Kapitel dokumentierten Grundlagentexte, werden kursiv gesetzt, um sie besser hervorzuheben und von den anderen diskutierten Autoren ab zu grenzen. Die nicht durch Literaturverweise gekennzeichneten Zitate stammen, falls nicht anders angegeben, aus den im Folgenden abgedruckten *Grundlagentexten*.

Grundlagentexte

- Baacke, Dieter (Hrsg.) (1974a): Kritische Medientheorien. Konzepte und Kommentare. München.
- Baacke, Dieter (1974b): Theorie, Praxis, Strategie: Zur Einführung in die Diskussion. In: Ders. (Hrsg.): Kritische Medientheorien. Konzepte und Kommentare. München, 7-19.
- Baacke, Dieter (1977): Produktanalysen und Rezipienten, oder: Kritische Medien-Analyse, bis heute für sich geblieben. In: Prokop, Dieter (Hrsg.): Massenkommunikationsforschung. Bd. 3: Produktanalysen. Frankfurt/M., 34-52.
- Bisky, Lothar (1976): Zur Kritik der bürgerlichen Massenkommunikationsforschung. Berlin.
- Dahlmüller, Götz/Hund, Wulf D./Kommer, Helmut (1973): Kritik des Fernsehens. Handbuch gegen Manipulation. Darmstadt/Neuwied.
- Dröge, Franz (1967): Publizistik und Vorurteil. Münster.
- Dröge, Franz (1972): Wissen ohne Bewusstsein. Materialien zur Medienanalyse der BRD. Frankfurt/M.
- Dröge, Franz (1974): Medien und gesellschaftliches Bewusstsein. In: Baacke, Dieter (Hrsg.): Kritische Medientheorien. Konzepte und Kommentare. München, 74-106. [Originaltitel. Die Literaturangabe bezieht sich auf die Erstveröffentlichung.]
- Haug, Wolfgang F. (1971): Kritik der Warenästhetik. Frankfurt/M.
- Haug, Wolfgang F. (Hrsg.) (1975): Warenästhetik. Beiträge zur Diskussion, Weiterentwicklung und Vermittlung ihrer Kritik. Frankfurt/M.
- Holzer, Horst (1967): Massenkommunikation und Demokratie in der Bundesrepublik Deutschland. Opladen.
- Holzer, Horst (1971a): Gescheiterte Aufklärung? Politik, Ökonomie und Kommunikation in der Bundesrepublik Deutschland. München.
- Holzer, Horst (1971b): Politik in Massenmedien. Zum Antagonismus von Presse- und Gewerbefreiheit. In: Zoll, Ralf (Hrsg.): Manipulation der Meinungsbildung. Zum Problem hergestellter Öffentlichkeit. Opladen, 68-108.
- Holzer, Horst (1973): Kommunikationssoziologie. Hamburg.
- Holzer, Horst (1974a): Materielle Basis, politische Qualität und herrschaftliche Funktion der Fernsehkommunikation. In: Baacke, Dieter (Hrsg.): Kritische Medientheorien. Konzepte und Kommentare. München, 107-125. [Der Beitragstitel übernimmt den Titel des Kapitels 1 der Erstveröffentlichung: Horst Holzer (1974): Kinder und Fernsehen. Materialien zu einem öffentlich-rechtlichen Dressurakt, München, 15-27, 150-153. (Auszüge aus den Kapiteln 1 („Materielle Basis, politische Qualität und herrschaftliche Funktion der Fernsehkommunikation“) und 5 („Was tun? Hinweise auf Alternativen“))]
- Holzer, Horst (1974b): Kinder und Fernsehen. Materialien zu einem öffentlich-rechtlichen Dressurakt. München.
- Holzer, Horst (1975): Theorie des Fernsehens. Fernseh-Kommunikation in der Bundesrepublik Deutschland. Hamburg.
- Holzer, Horst/Schmid, Joseph (1972): Alternativen. In: Prokop, Dieter (Hrsg.): Massenkommunikationsforschung. Bd. 1: Produktion. Frankfurt/M., 129-135.
- Hund, Wulf D. (1970): Kommunikation in der Gesellschaft. Demokratische Willensbildung oder manipulierte Meinung. Frankfurt/M.
- Hund, Wulf D. (1971): Kommunikation – Manipulation. Einige Notizen zur gesellschaftlichen Herstellung, Verteilung und Konsumtion von Nachrichten im Kapitalismus. In: Ästhetik und Kommunikation. Beiträge zur politischen Erziehung, 100-101.

- Hund, Wulf D. (1976): Ware Nachricht und Funktion. Darmstadt.
- Kreimeier, Klaus (1971): Grundsätzliche Überlegungen zur Sozialistischen Zeitschrift für Kunst und Literatur. [Originaltitel. Die Literaturangabe bezieht sich auf die Originalangabe.]
- Michel, Detlef (1973): Manipulationstheorie für Kunst und Gesellschaft 18/19.
- Prokop, Dieter (1974): Massenkultur und Kommunikation im Spätkapitalismus.

(Ich danke den Autoren und Verlag

Weiterführende Literatur

- Buselmeier, Michael (Hrsg.) (1974a): Das Problem der Medienkritik. Darmstadt/Neuwied.
- Buselmeier, Michael (1974a): Einleitung. In: Kritische Medienkritik. Darmstadt/Neuwied.
- Dröge, Franz (2002): Horst Holzer (1971): der Bundesrepublik Deutschland. München, 74-106. (Hrsg.): Schlüsselwerke für die Kommunikationswissenschaft. Tübingen, 122-149.
- Holzer, Horst (1980): Medien in der BRD. Eine kritische Analyse. Tübingen.
- Holzer, Horst (1994): Eine vergessene Theorie der medialistischen Gesellschaftswissenschaften. Tübingen, 221.
- Hund, Wulf H./Kirchhoff-Hund, Bärbel (1974): Funktion der Medien. Grundbegriffe und Methoden. München, 200.
- Kleiner, Marcus S./Niemand, Jörg-Uwe (2000): Medienpolitik. Ein Handbuch. München, 200.
- Media, Culture & Society (1983): After the Media. London.
- Modelmog, Ilse/Dröge, Franz (1974): Kritik von Boulboulle und Nievers in der Erziehung 18, 60-69.
- Müller-Doohm, Stefan (1974): Medienanalyse. Politökonomie der Massenmedien. In: 50-59.
- Prokop, Dieter (1979): Faszination und Langeweile. München.
- Prokop, Dieter (2003): Mit Adorno gegen Adorno. München.
- Robes, Jochen (1990): Die vergessene Theorie der Medien. Zur Rekonstruktion des theoretischen gesellschaftlichen Ansatzes. Stuttgart.
- Scharf, Wilfried (2002): Franz Dröge (unter der Leitung von Franz Dröge) zur Medienanalyse der Bundesrepublik Deutschland. Wiesbaden, 120-122.
- Zoll, Ralf (Hrsg.) (1972a): Manipulation der Meinungsbildung. Opladen, 68-108.

senkampfes werden. Die Maßstäbe der Me- zu den zuvor beschriebenen Medien- kämpferische Mediennutzung.

kumentierten Grundlagentexte, werden kursiv gesetzt, skutierten Autoren ab zu grenzen. Die nicht durch Lite- s nicht anders angegeben, aus den im Folgenden abge-

Konzepte und Kommentare. München. führung in die Diskussion. In: Ders. (Hrsg.): Kritische Medien, 7-19.

oder: Kritische Medien-Analyse, bis heute für sich unifikationsforschung. Bd. 3: Produktanalysen. Frank-

ommunikationsforschung. Berlin. Kritik des Fernsehens. Handbuch gegen Manipulation.

zur Medienanalyse der BRD. Frankfurt/M. stsein. In: Baacke, Dieter (Hrsg.): Kritische Medien- 06.

: Erstveröffentlichung.] furt/M.

e zur Diskussion, Weiterentwicklung und Vermittlung

tie in der Bundesrepublik Deutschland. Opladen. Ökonomie und Kommunikation in der Bundesrepublik

agonismus von Presse- und Gewerbefreiheit. In: Zoll, im Problem hergestellter Öffentlichkeit. Opladen, 68-

und herrschaftliche Funktion der Fernsehkommunikation. Konzepte und Kommentare. München, 107-125.

der Erstveröffentlichung: Horst Holzer (1974): Kinder lichen Dressurakt, München, 15-27, 150-153. (Auszü- Qualität und herrschaftliche Funktion der Fernsehkom- iven“)]

u einem öffentlich-rechtlichen Dressurakt. München. Kommunikation in der Bundesrepublik Deutschland.

op, Dieter (Hrsg.): Massenkommunikationsforschung.

aft. Demokratische Willensbildung oder manipulierte

inige Notizen zur gesellschaftlichen Herstellung, Ver- ismus. In: Ästhetik und Kommunikation. Beiträge zur

Hund, Wulf D. (1976): Ware Nachricht und Informationsfetisch. Zur Theorie der gesellschaftlichen Kommunika- tion. Darmstadt.

Kreimeier, Klaus (1971): Grundsätzliche Überlegungen zu einer materialistischen Theorie der Massenmedien. In: Sozialistische Zeitschrift für Kunst und Gesellschaft 7, 61-85. [Originaltitel. Die Literaturangabe bezieht sich auf die Erstveröffentlichung.]

Michel, Detlef (1973): Manipulationstheorien und Massenfeindlichkeit. In: Sozialistische Zeitschrift für Kunst und Gesellschaft 18/19, 141-184.

Prokop, Dieter (1974): Massenkultur und Spontaneität. Zur veränderten Warenform der Massenkommunikation im Spätkapitalismus. Frankfurt/M.

(Ich danke den Autoren und Verlagen für die Genehmigung Der Abdruckrechte.)

Weiterführende Literatur

Buselmeier, Michael (Hrsg.) (1974a): Das glückliche Bewusstsein. Anleitungen zur materialistischen Medienkritik. Darmstadt/Neuwied.

Buselmeier, Michael (1974a): Einleitung. In: Ders. (Hrsg.): Das glückliche Bewusstsein. Anleitungen zur materialistischen Medienkritik. Darmstadt/Neuwied, 7-17.

Dröge, Franz (2002): Horst Holzer (1971): Gescheiterte Aufklärung? Politik, Ökonomie und Kommunikation in der Bundesrepublik Deutschland. München: R. Piper. 268 Seiten. In: Holtz-Bacha, Christina/Kutsch, Arnulf (Hrsg.): Schlüsselwerke für die Kommunikationswissenschaft, Wiesbaden, 206-208.

Dröge, Franz/Weißborn, Rainer/Haft, Henning (1969): Wirkungen der Massenkommunikation. Münster.

Faulstich, Werner (1991): Gesellschaftskritische Medientheorien. In: Medientheorien. Einführung und Überblick. Tübingen, 122-149.

Holzer, Horst (1980): Medien in der BRD. Entwicklungen 1970-1980. Köln.

Holzer, Horst (1994): Eine ‚vergessene Theorie‘ gesellschaftlicher Kommunikation? (Bezugspunkt: Historisch-materialistische Gesellschaftswissenschaft). In: Medienkommunikation. Eine Einführung. Opladen, 185-221.

Hund, Wulf H./Kirchhoff-Hund, Bärbel (1980): Soziologie der Kommunikation. Arbeitsbuch zur Struktur und Funktion der Medien. Grundbegriffe und exemplarische Analysen. Reinbek.

Kleiner, Marcus S./Nieland, Jörg-Uwe (2008): Marx, Karl. In: Hachmeister, Lutz (Hrsg.): Grundlagen der Medienpolitik. Ein Handbuch. München, 248-251.

Media, Culture & Society (1983): After the Frankfurt School.

Modelmog, Ilse/Dröge, Franz (1974): Kommunikation und gesellschaftliche Wirklichkeit. Eine Antwort auf die Kritik von Boulboulé und Nievers in Heft 14. In: Ästhetik und Kommunikation. Beiträge zur politischen Erziehung 18, 60-69.

Müller-Doohm, Stefan (1974): Medienanalyse zwischen Systemimmanenz und Ökonomismus. Zu Horst Holzers Politökonomie der Massenmedien. In: Ästhetik und Kommunikation. Beiträge zur politischen Erziehung 18, 50-59.

Prokop, Dieter (1979): Faszination und Langeweile. Die populären Medien. Stuttgart.

Prokop, Dieter (2003): Mit Adorno gegen Adorno. Negative Dialektik der Kulturindustrie. Hamburg.

Robes, Jochen (1990): Die vergessene Theorie: Historischer Materialismus und gesellschaftliche Kommunikation. Zur Rekonstruktion des theoretischen Gehalts und der historischen Entwicklung eines kommunikationswissenschaftlichen Ansatzes. Stuttgart.

Scharf, Wilfried (2002): Franz Dröge (unter Mitarbeit von Ilse Modelmog): Wissen ohne Bewusstsein. Materialien zur Medienanalyse der Bundesrepublik Deutschland. Frankfurt am Main: Athenäum Fischer Taschenbuch Verlag. 212 Seiten. In: Holtz-Bacha, Christina/Kutsch, Arnulf (Hrsg.): Schlüsselwerke für die Kommunikationswissenschaft. Wiesbaden, 120-122.

Zoll, Ralf (Hrsg.) (1972a): Manipulation der Meinungsbildung. Zum Problem hergestellter Öffentlichkeit. Opladen.

- Zoll, Ralf (1972b): Einleitung. In: Ders. (Hrsg.): Manipulation der Meinungsbildung. Zum Problem hergestellter Öffentlichkeit. Opladen, 9-26.
- Zoll, Ralf/Hennig, Eike (1970): Massenmedien und Meinungsbildung. Angebot, Reichweite, Nutzung und Inhalte der Medien in der BRD. München.

Grundlagentexte

Grundsätzliche Überlegungen zu Massenmedien (1971)

Klaus Kreimeier

„Ideen, hält Marx den Junghegelianern über die Ideen des alten Weltzustandes I der Ideen bedarf es der Menschen, welche

„Materialistische“ Medientheorie Kunsttheorien – wortreich zur „U hat sich bereits selbst entwaffn Keuschheit, bis sie zu Markte get dung“ ihrer Ideen ungerührt hin, Den Widerspruch aber artikuliert geben mag: sie wünscht ihn stets riellen Gewalt, die die Massen a Verhältnisse der gesellschaftlich Gewalt – dient materialistische T lernt von ihnen. Sie kommandiert

1. Bürgerliche Medientheorie: T

Mit der Erfindung und gleichzeitig Bourgeoisie die ausgeplünderten M darunter Eigenbrötler, Autodidakt den Kinematografen, die Radio-, sich die optischen Industrien des I und Japans; sie fanden immense A talverwertung, steigender Mehrwer begründete neue Industrien: Illusio und seine praktische Konsequenz schickten. Die Kolonialbourgeoisie des Ersten Weltkriegs den Film, die Satelliten das Fernsehen in ihren I das Auftreten des Industrieproletar Anspruch, führende Klasse zu sein schen Rolle entrissen und den Arse

Marcus S. Kleiner (Hrsg.)

Grundlagentexte zur sozialwissen- schaftlichen Medienkritik



Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der
Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über
<<http://dnb.d-nb.de>> abrufbar.

Inhalt

Vorwort

Einleitung...

Marcus S. Klein
Medien, Gesell:

1. Theorien

1.1. *Öffentl
Meinun
Gemei.*

Zur Ei
*Inform
Journa*

Karl M
Presse,

Albert
*Die m
durch*

Ferdin
Kritik

Carl B
Presse

1.2. *Öffentl
Öffentl*

Helmu
Gedan

1. Auflage 2010

Alle Rechte vorbehalten

© VS Verlag für Sozialwissenschaften | Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH 2010

Lektorat: Barbara Emig-Roller

VS Verlag für Sozialwissenschaften ist eine Marke von Springer Fachmedien.

Springer Fachmedien ist Teil der Fachverlagsgruppe Springer Science+Business Media.

www.vs-verlag.de



Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Umschlaggestaltung: KünkelLopka Medienentwicklung, Heidelberg

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Printed in Germany

ISBN 978-3-531-14371-2