



Marcus S. Kleiner (Hrsg.):

Grundlagentexte zur sozialwissenschaftlichen Medienkritik. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften/Springer Fachmedien 2010. 752 Seiten, 49,95 Euro

Sozialwissenschaftliche Medienkritik

Medienkritik – so die (bezweifelbare) Prämisse des zuletzt in Siegen lehrenden Herausgebers und Autors – befindet sich in einer „Dauerkrise“ (S. 18 passim); sie sei wirkungs- und gesellschaftlich bedeutungslos, antiquiert und ohnmächtig. Anhand einer Fülle von wissenschaftlichen und publizistischen Indikatoren, die er in einer umfangreichen, unübersichtlichen Einleitung eindrucksvoll darstellt, will er sein Verdikt belegen (obwohl allein schon die viele Literatur, wozu auch seine eigene Arbeit von 2006 zählt, das gegenteilige Urteil indizieren könnte). Diesem Dilemma will er mit diesem voluminösen Reader abhelfen, mit ausführlichen Einführungen zu jedem Kapitel und mit 37 grundlegenden Originaltexten, die von Karl Marx (1842) bis zu Kleiner selbst (!) (2009) 167 Jahre medienbezogene Diskursgeschichte repräsentieren. Dabei beschränkt sich der Herausgeber „nur“ auf sozialwissenschaftliche Medienkritik, da er Medienkritik als Gesellschaftstheorie und -kritik verstanden wissen will (weshalb etwa psychologische Ansätze außen vor bleiben). Ohne Frage steckt da viel Arbeit drin. Doch so kategorisch er andere Definitionen und Funktionsverständnisse kritisiert, auch ihm gelingt keine konzise Bestimmung des Gegenstands- und Aufgabenfeldes (wie er am Ende der Einleitung einräumen muss): Ist Medienkritik „nur“ kasuistische Produkt- und Phänomenanalyse oder fundamentale Struktur- und Systemkritik (wozu der Autor neigt), um die Extreme zu markieren? Das bleibt offen, obwohl er „eine verbindliche

Ordnung nach Prinzipien“ einfordert (S. 53) und den „inflationären Gebrauch des Begriffs Medienkritik“ (S. 54) beklagt. Andere Reader zur Medienkritik bzw. -analyse, die Kleiner aufführt, sind da konsequenter. In mehrere kategoriale Kapitel teilt er die Originaltexte ein, über deren Auswahl man – wie immer bei solchen Zusammenstellungen – diskutieren kann: zunächst zu „Öffentlichkeit als gesellschaftlichem Auftrag“ (S. 89 ff.), dann zur Medienkulturindustrie und zu kritischen Medientheorien sowie „fernsehkritischen Einzelpositionen“. Es folgen Texte der Cultural Studies, zur Institutionalisierung von Medienkritik, zur Lage der Fernsehkritik sowie über aktuelle gesellschaftskritische Medientheorien. Schon diese Übersicht legt nahe, dass es bei der Textauswahl einer evidenten Systematik und Stringenz mangelte. Aber kaum jemand wird den dicken Band von vorne bis hinten durcharbeiten, sondern eher gezielt den einen oder anderen Text aussuchen. Der Herausgeber erwähnt eingangs, dass urheberrechtliche Probleme nicht unerheblich waren. Doch auffälliger ist, dass sich die Auswahl weitgehend auf Texte der traditionellen Medien, dabei besonders des Fernsehens, bezieht und die jüngeren, digitalen Entwicklungen am Ende nur sporadisch berücksichtigt werden. Viermal Theodor W. Adorno hintereinander ist doch etwas viel, zumal diese Texte schon häufig dokumentiert sind und eben das (kommerzielle, amerikanische) Fernsehen der 1950er-Jahre avisieren. Danach folgen noch etliche Vertreter aus der materialistisch-kritischen Phase wie Franz Dröge, Horst Holzer, Klaus Kreimeier, die heute nur noch Insidern ver-

traut sind. Aber solche Gewichtung suggeriert auch, dass es seither kaum mehr Substantielles und Prägnantes gegeben hat, Kleiner will außer bei sich selbst nur noch „Criticainment“ erkennen (S. 655). Wenn der Band zudem Lehrbuch sein soll, hätten die (Un)Kenntnisse von heutigen Studierenden bedacht werden müssen: Daher wären jeweils ein paar Hinweise zu Biografie, Arbeitsbereichen und gesellschaftspolitischer Position sowie zum theoretischen und zeithistorischen Kontext des Originalwerks gewiss hilfreich gewesen. In den Kapiteleinführungen fehlen sie großenteils. Wenn nach Marx' Ausführungen zur Pressefreiheit beispielsweise Ferdinand Tönnies' (1922) und Carl Brinkmanns (1930) Thesen zur öffentlichen Meinung platziert sind, dann sind dazu Erläuterungen nötig, ebenso wie zu der Positionierung von Helmut Schelsky (1963) neben Jürgen Habermas (1962). Traditionsbildung für ein bislang (vorgeblich) traditionsloses Sujet will Kleiner mit diesen „Grundlagentexten“ betreiben; darüber hinaus regt er in seinem „Ausblick“ viele weitere Initiativen an, um „Medienkritikkompetenz“ (S. 747) bei allen Medienbeteiligten und -interessierten zu fördern. Solche Vorhaben sind ohne Frage zu begrüßen, zumal dann, wenn sie mit weniger überheblichem und selbstbezogenem Gestus auskommen.

Prof. Dr. Hans-Dieter Kübler