

Kunstuniversität Linz

Einführung in die Medientheorie

LV-Leitung: Ass.-Prof. Dr.phil. Angela Koch

Über die Gefahr der Verdummung und Irreführung durch die Massenmedien

David Lang

Matr.-Nr (bei Kunstuniversität): m1275161

Bachelor-Studium am Institut für Kunstwissenschaft und Philosophie, 7. Semester

Katholisch-Theologische Privatuniversität Linz

(KTU Matr.-Nr. p20110724)

david.lang@ktu-linz.ac.at

Wie wirken Medien auf die Massen und auf uns als Einzelne? Täglich sind wir mit Presse, Fernsehen oder Internet konfrontiert. Welche Gefahren bergen die Massenmedien in sich? Auf welche bedenkenswerten Umstände und Entwicklungen konnten Philosophen und Medientheoretiker in der Vergangenheit hinweisen?

Theodor W. Adorno warnt in einer Abhandlung vor den Machenschaften einer so von ihm bezeichneten „Kulturindustrie“.¹ Dieser gehe es in ihrer Tätigkeit nicht um Kultur oder Kunst als solches, und schon gar nicht um den Menschen an sich. Einziges Bestreben der Kulturindustrie wäre der Profit, welcher sich aus der finanziellen Verwertbarkeit von Inhalten ungeachtet ihres qualitativen Gehalts ergibt. So stellt diese Industrie mit ihren künstlerisch hauptsächlich minderwertigen Produkten eine Scheinwelt her, in der Konflikte und Probleme der menschlichen Existenz auf eine völlig unrealistische Art und Weise gelöst werden. Dieser Massenbetrug führe laut Adorno auch zu einer Verdummung der Menschen, die diese Unterhaltung konsumieren.

Nun könnte man einwenden, dass es nun eben das Wesen der Geschichte sei, Dinge zu erzählen, die so nicht stattgefunden haben, aber stattfinden hätten können. Der Philosoph Hans Blumenberg brachte die Bedeutung der Geschichte und des Mythos wie folgt auf den Punkt: „Geschichten werden erzählt, um etwas zu vertreiben. Im harmlosesten, aber nicht unwichtigsten Fall: die Zeit. Sonst, und schwerwiegend: die Furcht“². Seitdem der Mensch über ein intentionales Bewusstsein verfügt, nimmt er sich mit Geschichten die Angst vor der rauen Wirklichkeit. Könnte man also manches, was Adorno der Kulturindustrie vorwirft, auch der sogenannten hochwertigen Kunst vorwerfen? Denn gerade die Poesie erfindet doch auch Konflikte und deren Lösung, die so direkt nicht in der Wirklichkeit geschehen sind. Allerdings regt hochwertige Kunst zum Denken an, sie fordert den Rezipienten intellektuell, anstatt ihn zu berieseln und ihm etwas vorzugaukeln. Intellektuellem Widerstand gegen das „industrielle“ Vorgaukeln wird gerne damit begegnet, dass diese Formen der seichten Unterhaltung

1 Vgl. ADORNO, Theodor W., Résumé über Kulturindustrie, in: Ders. (Hg.), Ohne Leitbild, Parva Aesthetika, Frankfurt/Main 1967. S. 60-70. ff

2 BLUMENBERG, Hans, in: LIESSMANN, Konrad Paul, Vom Nutzen und Nachteil des Denkens für das Leben. Vorlesung zur Einführung in die Philosophie 1, Wien 1998, S.46.

schließlich auch für eine gewisse Ordnung in der Gesellschaft sorgen würden. „Du sollst dich fügen“³ - mit diesen Worten beschrieb Adorno den Kategorischen Imperativ dieses Massenbetrugs. Dem gegenübergestellt muss festgehalten werden, dass hochwertige Kunst Widerstände wecken kann, weshalb es vielen Machthabern der Weltgeschichte wichtig war, auf die Entstehung jeglicher Kunst unter ihrem Herrschaftsbereich Einfluss zu nehmen.

Aus heutiger Sicht muss vieles, was Adorno im Jahre 1967 skizzierte, als erfüllte Prophezeiung betrachtet werden. Wenn gegenwärtig Millionen junger Menschen in Europa keiner Ausbildung und Beschäftigung nachgehen, womit verbringen sie ihre Zeit? Was bewirkt, dass sie sich nicht gegen eine Wirtschaftspolitik auflehnen, welche offenbar ihren Bedürfnissen zu wenig Beachtung schenkt? Hängt es womöglich damit zusammen, dass durch Television, Internet, Smartphone und Spielkonsole diese jungen Menschen in eine Scheinwelt geführt werden, in der sie letztendlich auch „ruhig“ gehalten werden? Hat die Kulturindustrie deren Widerstand gebrochen? Wenn Adorno meint, dass die Kulturindustrie eine Art Anti-Aufklärung betreibe, könnte man sich kurz einen Leitspruch der Aufklärung in Erinnerung rufen: „Sapere aude! Habe Mut, dich deines eigenen Verstandes zu bedienen!“⁴. Durch die Kulturindustrie wird diese Fragestellung umgangen: Kunst und Kultur ist das, was diese Industrie bereits präsentiert, sie konstruiert Kunst und Künstler zu ebendiesen.

Eine solche Anti-Aufklärung ist auch im Nachrichtenwesen auszumachen. So verfügt eine Nachrichtensendung im Fernsehen über eine im Vorhinein festgelegte Dauer, wie zum Beispiel bei der „Tagesschau“ in der ARD, mit der täglichen Sendezeit um 20 Uhr. Diese Sendung dauert in der Regel exakt 15 Minuten. Bei besonderen Vorkommnissen erweitern Sendeanstalten gerne ihre Berichterstattung durch eine Zusatzsendung unmittelbar im Anschluss an die reguläre Nachrichtensendung. Bei Direktübertragungen von Sportveranstaltungen werden Nachrichten in Spiel- oder Wettbewerbspausen verkürzt dargeboten. Wenn eine Nachrichtensendung nur wenige Minuten dauert, hat

3 ADORNO, S. 67

4 KANT, Immanuel, in: Beantwortung der Frage: Was ist Aufklärung?, in: Horst D. Brandt (Hg.): Immanuel Kant, Was ist Aufklärung?, Ausgewählte kleine Schriften. Hamburg 1999, S. 20.

das immer mit der Programmplanung zu tun, aber nicht mit dem Umstand, dass es nichts mehr zu berichten gäbe. Denn, es gibt immer Nachrichten. Sogenannte Nachrichtensender senden täglich 24 Stunden. Auch für periodische Druckschriften gilt: Es gibt nie nichts zu berichten. Es gibt immer etwas zu drucken. Während sich also im zwischenmenschlichen Bereich Menschen so lange Neuigkeiten erzählen, bis es nichts mehr zu erzählen gibt, und dann das Thema wechseln, berichten Nachrichtenmedien permanent in der dafür vorgesehenen Zeit. Doch worüber wird berichtet? Ist es das, was die TV-Zuseher interessiert oder das, was sie zu interessieren hat? Wer entscheidet, was warum und wann berichtet wird? Wer bestimmt, was von öffentlichem Interesse ist?

Jürgen Habermas hat darauf hingewiesen, dass schon beim Erscheinen der ersten Zeitungen im 17. Jahrhundert eine Selektierung der Informationen stattfand.⁵ Während die geschriebenen Privatkorrespondenzen zwischen dem Großbürgertum oder Adeligen ausführlich über wichtige Ereignisse berichteten, wurde nur ein kleiner Teil dieses, aufgrund des zunehmenden Warenverkehrs bereits vorhandenen, Nachrichtenstroms auch in den Zeitungen gedruckt. Da auch das Interesse an diesen gedruckten, eher belanglosen Nachrichten größer wurde, wurden diese selbst zu Waren und damit auch zum Gegenstand geschäftlicher Tätigkeit. In Anlehnung an die Argumentation Adornos könnte man die Darlegung Habermas' folgendermaßen beschreiben: Den Lesern der Zeitungen wurde vorgegaukelt, dass sie von nun an gut informiert wären. Ein Blick in die Welt der Nachrichtenmedien der Gegenwart zeigt, dass es sich bei der Verbreitung von Nachrichten und Informationen um Geschäftsmodelle handelt, die in erster Linie dem Markt verpflichtet sind und bestenfalls danach, falls überhaupt, der Wahrheitsfindung.

Es gilt daher, sich im Sinne der Aufklärung des eigenen Verstandes zu bedienen, um nicht durch die Machenschaften der selbsternannten Welt-Erklärungs-Monopolisten in Kulturindustrie und Nachrichtenwesen betrogen zu werden. Denn die daraus folgende Verdummung wiegt doppelt schwer: Selbst würde sie einem ja nicht auffallen!

⁵ Vgl. HABERMAS, Jürgen, Zur Genese der bürgerlichen Öffentlichkeit, in: Ders., Strukturwandel der Öffentlichkeit, Frankfurt/Main 1990, S. 69-85. ff