

Kritik und Gegenkritik

Adorno und die Kritik

Hans Weingartner (Die fetten Jahre sind vorbei, 2004)

Free Rainer - Dein Fernseher lügt (2007), engl: Reclaim your brain

Diedrichsens Kritik <http://www.filmzentrale.com/rezis/freerainerdd.htm>

Hans Weingartner ist mit dem Film Die fetten Jahre sind vorbei (2004) bekannt geworden. Er hat sich damit zum Sprecher einer Generation von Kritikern gemacht, die - wie die Protagonisten im Film - ihre Kritik nicht militant vortragen, die moralisch aber nicht dogmatisch sind, sondern spielerisch. Während Die fetten Jahre sind vorbei darin eher originell ist, ist die Kritik an der Fernsehkultur in dem Nachfolgefilm Free Rainer - Dein Fernseher lügt (2007) eher ein Allgemeinplatz. Die Hauptfigur Rainer Kättner (gespielt von Moritz Bleibtreu) ist ein zynischer Erfolgsmensch. Die Shows, die er erfindet sind biopolitischer Mist *Hol Dir das Superbaby*, ein „bahnbrechendes Format“, in dem Kandidatinnen Partner danach aussuchen, wie schnell sich deren Sperma bewegt. „Leben, das ist Unterhaltung“ wird in der Gala gesagt. Die Macher sind kaputt und aggressiv.

Anspieltipps (minutenangaben)

0-12 die Gala, 0-18Albtraumgala, 0-25 Konversion, 0-26 falsche zeugin bos 0-33 maiwald + zapping 1-1-30 casting der arbeitslosen 1-8-00 unterschichtantibashing 1-32-00 soap war schlecht, schlechte quote aber nach 6 monaten liebten sie es (widerspruch) 1-35 vox populi ironisch

Der Film ist ein Beispiel für eine sehr gängige Form der Kritik (Fernsehen wird immer kommerzieller und zynischer), die aber selber zu kritisieren wäre, da sie ungenau ist (die Entwicklung des Fernsehens ist komplexer, die Einführung des Privatfernsehens hat nicht zu der erwarteten Entwicklung geführt und das Fernsehen pornografischer oder brutaler gemacht).

Geschichte der Frankfurter Schule

Kracauer, Benjamin

Vernunftkritik, Kritik und Demokratie, Ideologie und Konformismus

Studentenbewegung

Die beiden Texte

Prolog zum Fernsehen, 1953

Fernsehen, sagt Adorno, lässt sich nicht isoliert betrachten. Adorno startet mit einer merkwürdigen Konstruktion: das TV treibe die Tendenz der Kulturindustrie weiter, „die gesamte sinnliche Welt in einem alle Organe erreichenden Abbild noch einmal zu haben, dem traumlosen Traum, nähert man sich durchs Fernsehen und vermag zugleich ins Duplikat der Welt unauffällig einzuschmuggeln, was immer man für der realen zuträglich hält. Die Lücke, welche der Privatexistenz vor der Kulturindustrie noch geblieben war, solange diese die Dimension des Sichtbaren nicht allgegenwärtig verstopft. So wie man ausserhalb der Arbeitszeit kaum mehr einen Schritt tun kann, ohne über eine Kundgebung der Kulturindustrie zu stolpern, so sind deren Medien derart ineinander gepasst, dass keine Besonnung mehr zwischen ihnen Atem schöpfen und dessen innerwerden kann, dass ihre Welt nicht die Welt ist.“ (69f)

„Erst das Zusammenspiel all der aufeinander abgestimmten und dennoch nach Technik und Effekt voneinander abweichenden Verfahren macht das Klima der Kulturindustrie aus. Daher fällt es den Soziologen auch so schwer zu sagen, what television does to people.“ (70)

„Eher werden die Menschen ans Unvermeidliche fixiert als verändert. Vermutlich macht das Fernsehen sie nochmal zu dem, was sie ohnehin sind. Das entspräche der wirtschaftlich begründeten Gesamttendenz der gegenwärtigen Gesellschaft, in ihren Bewusstseinsformen nicht länger über sich selber, den status quo hinauszugehen, sondern diesen unablässig zu bekräftigen und, wo er etwa bedroht dünkt, wiederherzustellen. Der Druck, unter dem die Menschen leben, ist derart angewachsen, dass sie ihn nicht ertragen, wenn ihnen nicht die prekären Leistungen der Anpassung, die sie einmal vollbracht haben, immer aufs neue vorgemacht und in ihnen selber wiederholt würden.“ (70)

Kleinheit, vielleicht lassen sich die Bilder auf Wände projizieren. (71), die Figuren können nicht ernst genommen werden, Spielzeug. „Manches davon mag dem Zuschauer Vergnügen bereiten, er empfindet sie als Eigentum, über das er verfügt, und fühlt sich ihnen überlegen.

„Aber solche Missverhältnisse durchsetzen alle Produkte der Kulturindustrie und gemahnen an den Trug des verdoppelten Lebens.“ (71)

„Heimkino(s). Auch sie wird eine Tendenz der gesamten Kulturindustrie verstärken: die zur Herabsetzung der Distanz von Produkt und Betrachter, im wörtlichen und übertragenen Sinn. Sie ist wiederum ökonomisch vorgezeichnet. Was die Kulturindustrie liefert, empfiehlt sich allein schon durch die in Amerika eingestandene Reklamefunktion als Ware, als Kunst für den Konsumenten; wahrscheinlich in geradem Verhältnis zu dem Mass, in dem sie durch Zentralisierung und Standardisierung dem Konsumenten aufgezwungen ist. (...) als eine Gefälligkeit (...) Sie sollen seinem grauen Alltag Glanz spenden und doch ihm selber wesentlich gleichen: sie sind so vorweg vergeblich. Was anders wäre, ist unerträglich, weil es an das erinnert, was ihm versagt ist. Alles erscheint, als gehöre es ihm, weil er selber sich nicht gehört. er muss sich nicht einmal mehr fortbewegen, um ins Kino zu kommen (...) Die bedrohlich erkaltete Welt kommt zutraulich zu ihm, als wäre sie ihm auf den Leib geschrieben: er verachtet sich in ihr. Distanzlosigkeit, die Parodie auf Brüderlichkeit und Solidarität, hat dem neuen Medium sicherlich zu seiner unbeschreiblichen Popularität mit verholfen.“ (72f)

„Die Grenze zwischen Realität und Gebilde wird fürs Bewusstsein herab gemildert. Das Gebilde wird für ein Stück Realität, eine Art Wohnungszubehör genommen, das man mit dem Apparat sich gekauft hat, dessen Besitz ohnehin unter Kindern das Prestige erhöht. Schwerlich ist es zu weit hergeholt, dass umgekehrt die Realität durch die Fernsehbrille angeschaut, dass der unterschobene Sinn des Alltags auf diesen zurück gespiegelt wird.“ (73f)

Dass Fernsehen das Niveau herabmildert, kommt Adorno komisch vor, es liege sicherlich nicht an ihren Inhalten (74) Es liegt weniger am Was sondern am Wie. Zitat „Jene fatale Nähe...“

„Während fraglos das Gehör in vieler Hinsicht 'archaischer' ist als der alert auf die Dingwelt eingeschworene Gesichtssinn, ist doch die Bildersprache, die der Vermittlung des Begriffs enträt, primitiver als die der Worte. Der Sprache aber werden die Menschen durchs Fernsehen noch mehr entwöhnt, als sie es auf der ganzen Erde heute schon sind.“ (75)

„...sinnleere Freizeit totzuschlagen..“ (76)

Psychologe G. Legmann, „Sexuelles durch die Darstellung entsexualisierter Roheit und

Gewalttat ersetzt wird.“ (76)

„Das Vertrackte des Zusammenhangs, das den Irrglauben befördert, der Herren eigener Geist sei der der Zeit, liegt nun aber darin, dass auch jene Manipulationen, welche das Publikum nach den Forderungen eines dem Bestehenden angepassten Verhalten zurechttutten, sich immer auf Momente im Bewusstseins- und Unterbewusstseinslebens der Konsumenten berufen können und mit einem Schein von Recht diesen die Schuld aufbürden.“ ((77f)

Stereotypenvergleich; die Commedia del arte aber sei nicht mit dem Leben zu verwechseln. „Die Stereotypen des Fernsehens dagegen gleichen äußerlich, bis auf Tonfall und Dialekt, Hinz und Kunst, während sie doch Parolen wie die, dass alle Ausländer verdächtig sind oder dass der Erfolg das Höchste sei, was man vom Leben zu erwarten habe, nicht nur propagieren, sondern durchs bloße Gehabe ihrer Helden als gottgewollt und ein für alle Mal etabliert ausgeben, ehe nur die Moral gezogen wird, die zuweilen sogar das Umgekehrte besagt.“ (79)

„...Richtig wünschen ist die schwerste Kunst von allem... so erblickt der, dem der Genius der Naturbeherrschung gewährt, das Ferne zu sehen, einzig das Gewohnte, bereichert um die Lüge, es wäre verschieden, die es aufspreizt zum falschen Sinn seines Daseins. Sein Traum von Allmacht wird wahr als vollendete Ohnmacht.“ (80)

Fernsehen als Ideologie (1953)

Form (Präsentationsweise) von Inhalt nicht zu unterscheiden, aber aus schlechten Gründen.

Die Fernsehspiele sind kürzer als Filme, das kommt „der Stereotypie und ideologischen Starrheit zugute, welche die Industrie über dies mit der Rücksicht auf ein jugendliches oder infantiles Publikum verteidigt.“ (82) „Die Ähnlichkeit mit den Filmen bezeugt die Einheit der Kulturindustrie; wo man sie anpackt, ist fast gleichgültig.“

Film kennt keine Vielschichtigkeit wie die Kunst (83). Deren Verfallsform wird instrumentalisiert als verschiedene „psychologisch übereinandergelagerte Schichten“, die im Zuschauer vorausgesetzt werden, mit dem Ziel, der „Verstärkung des Konformismus im Zuschauer und der Befestigung des status quo.“ „versteckte Botschaften, messages..“ (84)

1 - Heldin, Lehrerin, die arm ist und sich zum Essen einladen lässt.

2 - Frau, die ein Testament ihrer Katze macht

3 - Dantes Inferno

Sie lernen, Verbrechen sei normal. Dazu trägt bei, dass die Zehnpfennigromantik geheimnisvoller Untaten sich verbindet mit der pedantischen Nachahmung aller Requisiten des äußeren Lebens; wie nur der Vorgang des Wählens einer Telefonnummer von dem tatsächlich geübten ab, so empfinde die Station entrüstete Briefe aus dem Publikum, das doch bereit ist, die Fiktion, an jeder Ecke lauere ein Mörder, mit Behagen sich gefallen zu lassen. Den Pseudorealismus, den das Schema vorsieht, erfüllt das empirische Leben mit einem falschen Sinn, dessen Trug der Zuschauer schwer durchschauen kann.“ (86)

Die Lieblingsmaxime des Fernsehens ist, dass das hübsche Mädchen immer recht hat.“ (87)

„Der Pseudorealismus des Spiels ist nicht so so einfacher Art, dass die Konterbande wie die Selbstverständlichkeit des Verbrechens ins Bewusstsein des Publikums geschmuggelt würde. Pseudorealistisch ist vielmehr die inwendige Konstruktion der Handlung. Der psychologische Prozess der vor Augen gestellt wird, ist erschwindelt - phony. mit einem Wort, für das es schlechterdings kein deutsches Äquivalent gibt.“ (91)

„Denn dass nichts von ihren Erzeugnissen ernst, alles bloss Ware und Unterhaltung sei, schreckt die Kulturindustrie nicht. Sie hat daraus längst ein Stück der eigenen Ideologie gemacht. Unter den analysierten Manuskripten finden sich nicht wenige, die mit dem Bewusstsein spielen, Kitsch zu sein, und dem unnaiveren Betrachter zuzublinzeln, sie glaubten sich selber nicht, sie seien selber nicht so dumm; ihn gewissermaßen ins Vertrauen ziehen, indem sie seiner intellektuellen Eitelkeit schmeicheln. Aber eine Schandtat wird dadurch nicht besser, dass sie sich als solche deklariert, und so muss man schon dem Unfug die Ehre antun, die er sich selbst verweigert, und ihn bei dem Wort nehmen, das in die Zuhörer einsickert.“ (95)

„Es liesse sich eine Art von Impfung des Publikums gegen die vom Fernsehen verbreitete Ideologie und die ihr verwandten denken.“ (97)

Kritik und Gegenkritik

Kritik des Spektakels bei der Situationistischen Internationale (Paris) bis zu anderen Subkulturen wie der Punks

Die Situation in Frankreich nach dem 2. Weltkrieg unterscheidet sich von der Situation in Deutschland. Die Gesellschaft hatte zwei Erfahrungen von Versagen hinter sich: sie wurde im Blitzkrieg von Deutschland überfallen, aber eben auch besiegt. Und weiterhin war die Gesellschaft nicht in der Lage, sich gegen die Nazi-Okkupation zu wehren oder sich der Mitarbeit - der Kollaboration -- zu versagen. Nach dem Krieg wurde der Übervater General De Gaulle Staatspräsident und führte es in eine merkwürdige Befriedigung.

In den 60er Jahren kommt es in Frankreich, vor allem in Paris zu Unruhen. Diese nehmen ein riesiges Ausmass an als sich die Studentenstreiks mit einem allgemeinen Generalstreik in den Fabriken verbinden. Das Land ist lahm gelegt. Die Regierung De Gaulles steht kurz davor, abzudanken. Ein Umsturz ist denkbar. Aber wer ist da, der die Macht ergreifen will? Das sind keine Kader, keine Partei. Das ist ein unzufriedener Teil der Bevölkerung, nicht nur in Frankreich. Studenten, Schüler, Lehrlinge, also vor allem die sogenannte Jugend, die mittlerweile zu einer festen Größe geworden ist. Es sind aber auch Teile der >alten< proletarischen Opposition, die in Frankreich offenbar weniger als in anderen Ländern, noch nicht als zukünftiger Mittelstand befriedigt ist.

Der Pariser Mai 68 wird zum Erkennungszeichen für die gesamten Unruhen in Europa und USA. Er steht für Jugendkultur, Protest gegen veraltete Zustände, für sexuelle Rebellion. Oder für die Modernisierung einer veralteten Gesellschaft.

Das Fernsehen, obwohl ein modernes Medium und selber noch jung, wird nicht zum Träger dieser Bewegung. Bis auf wenige Ausnahmen berichtet es nur darüber. Sein wesentlichster Träger - sein Medium -- ist die Popmusik. Aber ist die Popmusik keine Ware, ist sie Ausdruck eines Jugendprotestes, oder ist sie die Ware schlechthin, die zukünftige Ware, die Ware der Zukunft, die Zukunft als Ware?

Die Jugendkulturen sind auch deshalb Antagonisten zum Fernsehen, weil sie das Wohnzimmer verlassen, weil ihre Kleidung nicht hinein passt, ihre Haare, ihr Sozial- und Sexualverhalten. Sie verlassen das Haus und gehen wieder nach draussen, in Konzerte,

Teach-Ins, Sit-Ins.

Guy Debord veröffentlicht 1967 das Buch *Die Gesellschaft des Spektakels*. Es wird ein grosser Erfolg zu seiner Zeit und wird auch später zu einer Art Bibel der Medienkritik. Debord ist Mitglied einer Art Künstlergruppe, der Situationistischen Internationale, die klein, aber europaweit bereits seit 1952 agiert. Während der Studentenunruhen werden sie berühmt, ihre Slogans prägen das Strassenbild.

Die Texte der Situationisten ebenso wie Debords Buch versuchen eine radikale Kritik an den gesellschaftlichen Verhältnissen. Sie lehnen alles ab. Es bleibt nichts gutes übrig. Es gibt für sie kein richtiges Leben im Falschen.

Ihre Kritik richtet sich auf eine neue Phase des Kapitalismus. Die marxistische Kritik an den Warenverhältnissen wird auf neue Verhältnisse umgeschrieben, nämlich auf das Spektakel-Werden aller Waren und das Ware-Werden aller Bilder.

Der Kulturtheoretiker Greil Marcus verbindet in seinem Buch *Lipstick Traces* die Situationisten mit der Punk-Bewegung der späten 70er Jahre.

Das Thema der Jugendkulturen ist interessant, weil es eine Praxis ist, das Wohnzimmer zu verlassen, den Medienraum, weil es ein Weg ist, Gemeinschaft zu bilden.

Die Negation (des Lebens)

Die Veröffentlichungen der Situationistischen Internationale teilen mit der These von der Kulturindustrie im Rahmen der Frankfurter Schule einen tiefgehende Kritik am Alltagsleben. Vor allem bei ersteren geht die Kritik so weit, dass sie diesem Leben geradezu die Eigenschaft abspricht, Leben zu sein. Das ist eine erstaunliche Position, die, auch wenn sie immer leicht mit Beispielen anschaulich zu machen ist, nicht ohne Paradoxie auskommt. Mit scheint sie aber weder einfacher Ausweis von Radikalität zu sein, noch aber einfach nur strategisch oder polemisch zu sein, sondern tatsächlich in das Herz eines Problems zu stossen, das sie aber gerade nicht zu lösen in der Lage ist, sondern eher zu verstellen.

Für die Situationisten spielt sich ihre Kritik an den Verhältnissen am Begriff von Leben ab, allerdings über den Umweg des „Spektakels“: für politische Theoretiker wie Antonio Negri und Michael Hardt auch heute noch die „vielleicht beste Artikulation des zeitgenössischen Bewusstseins vom Triumph des Kapitals“⁸. Debord, der 1967 mit *La Société du spectacle* den theoretischen Haupttext der Situationisten veröffentlicht, definiert das Spektakel als „Negation des Lebens“, die aber, so setzt er den Satz fort, „sichtbar geworden ist.“⁹ Das 'Leben' ist damit – wenn auch ex-negativo -- zentrale Kategorie. Debords Politikbegriff ist aber auch insofern an das 'konkrete' Leben gebunden, als er auch individuelle und damit für ihn gesellschaftliche Verhaltensweisen politisiert, also kritisiert. Debord attackiert den Konsum des Spektakels: „Je mehr er zuschaut, umso weniger lebt er; je mehr er akzeptiert, sich in den herrschenden Bildern des Bedürfnisses wieder zu erkennen, desto weniger versteht er seine eigene Existenz und seine eigene Begierde. Die Äußerlichkeit des Spektakels im Verhältnis zum tätigen Menschen erscheint darin, dass seine eigenen Gesten nicht mehr ihm gehören, sondern einem anderen, der sie ihm vorführt.“¹⁰

Das ist Entfremdungskritik wie sie sich schon beim frühen Marx findet, bei Georg Lukacs und die die undogmatische Linke von 1968 prägte¹¹. Das Konzept der Entfremdung ist aber keineswegs unumstritten und Vieles fordert zur Gegenlektüre auf: wieso setzt Debord voraus, es sei ein Ziel, die „eigenen Gesten“ mögen einem selbst gehören? Kann man ‚mehr‘ oder weniger ‚leben‘? Debord kennt die Skrupel nicht, die Adorno beispielsweise aufbrachte, um die Beschädigung des eigenen Lebens als Infragestellung der eigenen Kompetenz einzuschreiben, das Falsche überhaupt benennen zu können, um es dann „bestimmt zu negieren“.

Das Spektakel ist für Debord keine „Übertreibung einer Welt des Schauens, (kein ..) Produkt der Techniken der Massenverbreitung von Bildern“, sondern „konkrete Verkehrung des Lebens“. Dennoch sind es die Bilder, die „sich von jedem Aspekt des Lebens abgetrennt haben“¹² und die dazu führen, dass Bild/Spektakel und Leben so in

8 Michael Hardt, Antonio Negri, *Empire- die neue Weltordnung*, Frankfurt/NY 2003, S. 61

9 Guy Debord, *Die Gesellschaft des Spektakels*, S.7

10 Debord § 30, S.???

11 Adorno schreibt schon 1951: „Am Absterben der Erfahrung trägt Schuld nicht zum letzten, dass die Dinge unterm Gesetz ihrer reinen Zweckmäßigkeit eine Form annehmen, die den Umgang mit ihnen auf bloße Handhabung beschränkt, ohne einen Überschuss, sei's an Freiheit des Verhaltens, sei's an Selbständigkeit des Dinges zu dulden, der als Erfahrungskern überlebt, weil er nicht verzehrt wird vom Augenblick der Aktion.“ (TWA, Aphorismus 19, aus *Minima Moralia*, 1951)

12Guy Debord, *Die Gesellschaft des Spektakels*, Berlin ???, S. 13f

einen Gegensatz getrieben werden.

Das Skandalöse der situationistischen Haltung besteht darin, bestimmten Lebens- und Konsumformen jedes Recht abzusprechen, überhaupt Leben zu sein. Alles ist Spektakel, falsches Leben und wer etwas anderes darin zu entdecken glaubt, ist schon so weit manipuliert, dass ihm oder ihr nicht mehr zu helfen ist. Diese Kritikfigur, die für jede Art Dogmatismus typisch ist, wird von den Situationist/innen auch gegen andere Filmemacher eingesetzt, besonders interessant gegen Godard, aber auch gegen Charlie Chaplin.

An der Übergriffigkeit eines solchen Urteils sind aber zwei Dinge interessant, egal, wie man sich zu ihrem Urteil verhält: 1. dass es sich um eine Kritik handelt, die ultimativ genau das negiert, was vielleicht den Kern des industriellen Regimes im 20. Jahrhundert darstellt, nämlich die zunehmende Zugänglichkeit zu (moderaten) Luxusgütern. Die Küchen und Autos und Kameras und vorgefabrizierten Urlaubsziele und vor allem die Medienvielfalt werden als elementare Befriedigungsformen ausgegeben, aber von der Gesellschaft auch angenommen. Es scheint keineswegs übertrieben, in genau diesen „paraphernalia of western junk culture“, wie Daniel C. Dennett sie nennt, die „Überlegenheit“ des Westens in der Auseinandersetzung mit dem System sowjetischen Zuschnitts während des Kalten Krieges zu sehen. Egal also, ob man Konsumartikel zwischen Auto, H&M, Madonna und Club Méditerranée schätzt oder nicht, diese western junk culture, mit ihr steht gesellschaftlich sehr viel, wenn nicht alles auf dem Spiel. Denn neben seiner Funktion, die (reale oder suggerierte) Entgeltung für Arbeit, das ganze System der kapitalistischen Gratifikation, darzustellen, ist sie auch noch zum Kern postfordistischer Produktivität geworden.

Zum anderen aber liegt in der Verwerfung der Lebensqualität unter Industrie-Standards, wie sie von den Situationisten bis zur Frankfurter Schule entwickelt wurden, eben überhaupt die Sorge um Qualität (versus Unqualität) der Lebensformen und noch dazu in seiner politisch zugespitztesten Form. An die Stelle der Forderung nach gleichen Rechten, nach der Abschaffung der Ausbeutung der Arbeitskraft einer Klasse durch eine andere tritt nun das Zombie-Werden einer neuen Universalproletariats.

Kritik und Gegenkritik

Auftritt McLuhan in Woody Allens Film Annie Hall (1977, dt.: Der Stadtneurotiker)

Walter Benjamin

With telephone and TV it is not so much the message as the sender that is "sent."

We look at the present through a rear-view mirror. We march backwards into the future.

The car has become the carapace, the protective and aggressive shell, of urban and suburban man.

People don't actually read newspapers. They step into them every morning like a hot bath.

The road is our major architectural form.

Today the business of business is becoming the constant invention of new business.

News, far more than art, is artifact.

When you are on the phone or on the air, you have no body.

Tomorrow is our permanent address.

All advertising advertises advertising.

The answers are always inside the problem, not outside.

"Camp" is popular because it gives people a sense of reality to see a replay of their lives.

This information is top security. When you have read it, destroy yourself.

When a thing is current, it creates currency.

Food for the mind is like food for the body: the inputs are never the same as the outputs.

The future of the book is the blurb.

A road is a flattened-out wheel, rolled up in the belly of an airplane.

At the speed of light, policies and political parties yield place to charismatic images.

"I may be wrong, but I'm never in doubt."

—Copyright © 1986, McLuhan Associates, Ltd.

Der kanadische Literaturwissenschaftler Marshall McLuhan ist die sicherlich schillerndste Figur dessen, was man später Medientheorie nennen wird. In den 60er Jahren ist er eine wirklich Berühmtheit, das Wesen der Medien hat er sicherlich verstanden, er weiss sich mit Slogans und knackigen, wenn auch bis heute umstrittenen Slogans ins Medienlicht zu stellen.

Dabei ist McLuhan eher ein Kauz. Er studiert in England während des Kriegs englische Literatur, vor allem den New Criticism. Diese Theorie untersucht Literatur weniger auf ihre Inhalte hin, sondern auf ihre lautlichen Qualitäten. Auf Rhythmus und Wortklang. Das ist insofern interessant, als es sich um eine Methode handelt, eher technologieferne Dinge zu behandeln und doch in McLuhans wichtigster Form THE MEDIUM IS THE MESSAGE, wieder erscheint.

Die Schriftkultur, die durch die Erfindung der Gutenbergpresse in der Mitte des 15. Jahrhunderts in die Wege geleitet wurde, brachte die Dominanz der visuellen Kultur über die Hör- und mündliche Kultur mit sich.

„In diesem Abschnitt stellt [Ivins] nicht nur die tiefe Verwurzelung von gleichförmigen, regelmäßigen Gewohnheiten fest, sondern zeigt viel wichtiger die visuelle Homogenisierung der Erfahrung der gedruckten Kultur und die Verdrängung des Hörens und anderer sinnlicher Wahrnehmungen. [...] Die Technik und die sozialen Effekte der Typographie veranlassen uns dazu, Zwischenspiele nicht zu bemerken, und wie es war, "formalen" Ursachen, sowohl in unsern Inneren als auch in unseren äußeren Leben fernzuhalten. Der Druck existiert durch die feststehende Trennung der Funktionen und pflegt eine Mentalität, die allen bis auf eine trennende und aufteilende oder spezialisierte Betrachtung widersteht.“

Das Hauptkonzept von McLuhans Argumentation (die später in Das Medium ist die Message vervollständigt wurde) ist, dass neue Technologien (wie Schriftsysteme, Druckmaschinen und Sprachen) eine Anziehungskraft auf das Bewusstsein ausüben, das sich umgekehrt auf die soziale Organisation auswirkt. Die Drucktechnologie ändert unsere Wahrnehmungsgewohnheiten, die sich wiederum auf soziales Verhalten auswirkt. Nach McLuhan ermöglichte und verursachte die Erfindung der Drucktechnik viele der prägenden Entwicklungen der Moderne in der westlichen Welt, etwa Individualismus, Demokratie, Protestantismus, Kapitalismus und Nationalismus.

global village/ Das globale Dorf

In den frühen 1960er Jahren schrieb McLuhan, dass die visuelle, individualistische Druckkultur bald durch eine sogenannte *elektronische gegenseitige Abhängigkeit* abgelöst werden würde, sobald die elektronischen Medien die visuelle Kultur durch die Hör- und Sprechkultur ablösen würden. In dieser Periode würde die Menschheit vom Individualismus und der Trennung abrücken und eine kollektive Identität auf *Stammesbasis* annehmen. McLuhan bezeichnete diese Sozialstruktur als globales Dorf.

„Anstatt zu einer großen Alexandrinischen Bibliothek zu werden ist die Welt zu einem Computer geworden, einem elektronischen Gehirn, genau wie kindliche *Science Fiction*. Wie unsere Sinne außer uns getreten sind, kommt der *Große Bruder* hinein. Wenn wir uns dieser Dynamik nicht bewusst sind verfallen wir plötzlich in eine Phase panischer Ängste, genau wie in einer kleinen Welt mit Stammestrommeln, totaler Abhängigkeit und überlagernder Koexistenz. [...] Furcht ist der Normalzustand jeder mündlichen Gesellschaft, da in ihr alles alles zugleich betrifft. [...] In unserem langen Bemühen, für die westliche Welt ein bisschen Einheit von Sensibilität und Denken zurückzubekommen, sind wir nicht mehr vorbereitet worden, die Konsequenzen eines Stammes zu akzeptieren, als wir bereit waren, die Fragmentierung der menschlichen Psyche durch die Druckkultur [hinzunehmen].“

Der Schlüssel zu McLuhans Argument ist die Idee, dass Technologie keine Moral in sich

Obwohl das Internet dreißig Jahre nach der Veröffentlichung von *Die Gutenberg Galaxis* erfunden wurde prägte und popularisierte McLuhan den Begriff Surfen, um eine schnelle, irreguläre und multidirektionale Bewegung durch Dokumente oder Wissen zu bezeichnen.

Understanding Media (1964)

McLuhans bekanntestes Werk ist eine prägende Studie der Medientheorie. McLuhan schlug darin unter dem Slogan *Das Medium ist die Botschaft* vor, dass nicht der durch Medien übertragene Inhalt, sondern das Medium selbst der Gegenstand

wissenschaftlicher Untersuchung sein sollte. McLuhan nahm an, dass nicht der übertragene Inhalt eines Mediums, sondern die Charakteristiken eines Mediums sich auf die Gesellschaft, in der das Medium auftritt, auswirken. Seine Argumentation illustrierte McLuhan am Beispiel einer Glühbirne. Eine Glühbirne hat keinen Inhalt in der Art einer Zeitung, sie ist ein Medium, das soziale Effekte bewirkt, da sie es ermöglicht, Räume in der Dunkelheit zu schaffen, die andernfalls verborgen wären. Er beschreibt die Glühbirne als Medium ohne Inhalt. McLuhan konstatiert, dass *eine Glühbirne allein durch ihre Anwesenheit eine Umgebung schafft*. Er nahm an, dass der Inhalt eines Mediums nur einen geringen Einfluss auf die Gesellschaft habe, dass die Auswirkung auf die Gesellschaft nahezu gleich wäre, wenn ein Fernsehsender Kinderprogramme oder gewalthaltige Sendungen ausstrahlen würde. Er stellte fest, dass alle Medien den Konsumenten in einer charakteristischen Weise in Anspruch nehmen. Ein Abschnitt eines Buches kann nach Belieben wieder gelesen werden, ein Film muss jedoch in seiner ganzen Länge wiederholt werden, damit ein einzelner Abschnitt wieder gesehen werden kann.

"hot" und "cold" Media

Im ersten Teil von *Understanding Media* stellte McLuhan fest, dass verschiedene Medien vom Konsumenten unterschiedlich hohe Teilnahmegrade verlangen. Einige Medien, zum Beispiel der Film beanspruchen einen einzigen Sinn, in diesem Fall der Sehsinn, in solch einer Art und Weise, dass der Zuseher sich nicht mit dem Ausfüllen eines einzigen Bildes beschäftigen muss. McLuhan setzt diesen *kalte Medien* entgegen. Kalte Medien, z.B. das Fernsehen verlangen vom Konsumenten mehr Anstrengung, um die Bedeutung zu bestimmen. Comics, ein anderes kaltes Medium verlangen demgemäß vom Leser hohe Anstrengungen, um die minimalen grafischen Details zu vervollständigen. Demgemäß ist ein Film *heiß*, da er einen Sinn intensiv mit Informationen versorgt, ein Comic ist kalt, da er nur schwache Informationen liefert, und vom Leser dementsprechend einen hohen Aufwand verbunden mit größerer Arbeitsintensität benötigt, um die Informationen zu vervollständigen.

Meistens, jedoch nicht immer beteiligen heiße Medien den Konsumenten hochgradig ohne erheblichen Stimulus. Zum Beispiel benötigt gedrucktes visuellen Raum und visuelle Sinne, kann den Konsumenten jedoch vereinnahmen. Heiße Medien begünstigen

analytische Präzision, Quantitative Analyse und sequentielles Ordnen, da sie sequentiell, linear und logisch sind. Sie stellen einen Sinn (zum Beispiel den Seh- oder Hörsinn) über die anderen. Aus diesem Grund zählen auch Radio, Film, Text und Photographie als *heiße Medien*.

Kalte Medien sind in der Regel solche, die den Konsumenten trotz hohem Stimulus wenig beteiligen. Sie erfordern mehr aktive Bemühung des Nutzers, etwa das Entschlüsseln abstrakter Muster und das gleichzeitige Verständnis aller Inhalte. In diesem Sinne bezeichnet McLuhan das Fernsehen, Seminare und Comics als *kalte Medien*. McLuhan gab an, dass der Begriff *kaltes Medium* dem Jazz und der Popmusik entstammt und in diesem Kontext *distanziert*.

The Medium is the Message: An Inventory of Effects (1967)

Das 1967 veröffentlichte Buch *The Medium is the Message: An Inventory of Effects* (dt.: *Das Medium ist die Message: Eine Bestandsaufnahme der Auswirkungen*) war McLuhans meistverkauftes Werk, von dem annähernd eine Million Exemplare verkauft wurde. Durch Quentin Fiore veranlasst, adaptierte McLuhan nach einem Druckfehler den Begriff *Message*, um die Effekte eines Mediums, das das menschliche Sensorium *massiert* zu beschreiben. Laut dem McLuhan Biographen W. Terrence Gordon hatte *McLuhan zu dem Veröffentlichungszeitpunkt 1967 erkannt, dass sein Slogan ["Das Medium ist die Botschaft"] ein Klischee geworden war und nutzte die Gelegenheit, um es auf den Komposthaufen der Sprache zu werfen um es zu recyceln und wiederzuverwerten. Aber der neue Titel ist mehr als ein Ausdruck von McLuhans unstillbarem Geschmack für Pointen, mehr als eine gute Verschmelzung von Selbstverspottung und Selbststrettung - und der Untertitel lautet Eine Bestandsaufnahme der Auswirkungen, was die im ursprünglichen Slogan komprimierte Lehre unterlegt* De facto war der Titel ursprünglich die Folge eines Druckfehlers. Als das Buch vom Schriftsetzer zurückkam lautete der Titel anstelle des ursprünglich beabsichtigten *The Medium is the Message (Das Medium ist die Botschaft)* auf *The Medium is the Massage (Das Medium ist die Massage)*. Der Schriftsetzer hatte das e mit dem a verwechselt. Als McLuhan die Schreibweise sah rief er aus: *Lasst es so! Es ist großartig und genau richtig.*

Fiore, zu dieser Zeit ein bekannter Graphiker und Kommunikationsberater, begann, die Illustration der Effekte, die von Jerome Agel kompiliert wurde. Auf den ersten Seiten des Buches platzierte er eine Struktur, in der ein Bild, das die Effekte der Medien zeigt, mit

einer Textzusammenfassung auf der gegenüberliegenden Seite gezeigt wird. Der Leser wechselt wiederholt analytische Muster: vom "Lesen" typographischen Druckes zum "scannen" photographischer Vervielfältigungen - womit er McLuhans zentrales Argument bestärkte, dass jedes Medium das menschliche Sensorium unterschiedlich massiert oder beeinflusst.

In *Das Medium ist die Massage* bereite McLuhan das im Vorwort von *Die Gutenberg Galaxis* erschienene Argument wieder auf, dass Medien Erweiterungen unserer menschlichen Sinne, des Körpers und des Geistes sind.

„Heute ist Fernsehen das wichtigste der elektronischen Medien, weil es in beinahe jeden Haushalt eindringt und dabei das Zentralnervensystem jedes Zuschauers ausweitet, indem es den gesamten Sinnapparat durcheinanderbringt und mit einer ultimativen Botschaft neu formt. Vor allem das Fernsehen ist dafür verantwortlich, dass die Vorrangstellung der Visualität zu Ende geht, die für alle mechanischen Technologien charakteristisch war - auch wenn all anderen elektronischen Medien dabei zusätzlich eine Rolle gespielt haben.“ (McLuhan, Playboy Interview, in: Absolut McLuhan, S. 19)
Dere Betrachter wird zum Brennpunkt des Fernsehgeräts (20)