

BARBARA BECKER, JOSEF WEHNER (Hg.)
Kulturindustrie reviewed.
Ansätze zur kritischen Reflexion der Mediengesellschaft

[transcript]

Bibliografische Information der Deutschen Bibliothek

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation
in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte
bibliografische Daten sind im Internet über
<http://dnb.ddb.de> abrufbar.

© 2006 transcript Verlag, Bielefeld

Die Verwertung der Texte und Bilder ist ohne Zustimmung des
Verlages urheberrechtswidrig und strafbar. Das gilt auch für
Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und für
die Verarbeitung mit elektronischen Systemen.

Umschlaggestaltung & Innenlayout:

Kordula Röckenhaus, Bielefeld

Lektorat & Satz: Josef Wehner

Druck: Majuskel Medienproduktion GmbH, Wetzlar

ISBN 3-89942-430-1

Gedruckt auf alterungsbeständigem Papier mit chlorfrei
gebleichtem Zellstoff.

Besuchen Sie uns im Internet:

<http://www.transcript-verlag.de>

Bitte fordern Sie unser Gesamtverzeichnis

und andere Broschüren an unter:

info@transcript-verlag.de

INHALT

Vorwort

9

TEIL 1: THEORIE UND KRITIK DER MEDIEN

Medienanalyse als Beobachtung und als Kritik

TILMANN SUTTER

13

**Massenmedien und Moderne.
Rekonstruktion einer Kontroverse**

JOSEF WEHNER

33

**Kommunikation, Kontingenz, Kritik. Kommunikativer
Verweisungsüberschuss in strukturrekonstruktiver Perspektive**

ULRICH WENZEL

67

**Zur Archäologie der Mediennutzung.
Zum Zusammenhang von Wissen, Macht und Medien**

IRMELA SCHNEIDER

83

TEIL 2: MEDIEN UND KRITISCHE PRAXIS

**Fotografie als Medium der Kritik. Probleme und Möglichkeiten
der Sozialdokumentarischen Fotografie**

BARBARA BECKER

103

**Die Überwachungstechnik als Herausforderung
der Kritischen Theorie und Praxis**

LUTZ ELLRICH

127

**Diskurs und Praxis:
Zur Institutionalisierung von Medienkritik in Deutschland**

MARCUS S. KLEINER/JÖRG-UWE NIELAND

143

Drei Arten der Fernsehkritik

ANGELA KEPPLER

183

TEIL 3: KRITIK DER MEDIEN IN DEN MEDIEN

**Godard for ever.
Dekonstruktion des Medienspektakels**

RAINER WINTER

193

**»Zu schön, um wahr zu sein«.
Bildkritik des Fernsehens**

RALF ADELMANN

215

**Kritik der Medien als Unterhaltung.
Harald Schmidt als moderner Hofnarr?**

JO REICHERTZ

227

TEIL 4: MEDIEN, ÖFFENTLICHKEIT UND KRITIK

**Cultural Studies und das Konzept der »mobilen Privatisierung«
im Spiegel der Medien- und Öffentlichkeitskritik**

UDO GÖTTLICH

251

**Die Utopie der Aufklärung als »List der Geschichte«.
Zur Notwendigkeit und Möglichkeit von Medienkritik**

ESTHER KAMBER/KURT IMHOFF

267

Hinweise zu den Autorinnen und Autoren

289

GODARD FOR EVER.¹ DEKONSTRUKTION DES MEDIENSPEKTAKELS

RAINER WINTER

Jean-Luc Godard ist für viele der wichtigste Künstler im Bereich des Films, da er seit seinen Anfängen die Gegenwart des Kinos repräsentiert. Seit über 50 Jahren steht sein Name für Innovation, Inspiration und Provokation im Ausschöpfen und der Entfaltung der Möglichkeiten des Mediums. Wie Alain Bergala schreibt. »None better than Godard« (nach Bellour 2004: 11). Manche sprechen von einer Zeit des Films vor und nach Godard. Es gibt begeisterte Godard-Seher, aber auch leidenschaftliche Gegner. Dabei besteht sein Werk nicht nur aus Spielfilmen, einer Fernsehserie und Videoproduktionen, sondern auch aus Filmkritiken, die er bereits in seinen Zwanzigern verfasste, aus Essays, Interviews und Reden. Godard kommentiert nicht nur seine filmischen Arbeiten, er schreibt über die Geschichte des Films und ist ebenso ein vehementer Kritiker des Films wie der kapitalistischen Gesellschaft. Seine Kritik am kommerziellen Hollywood-Kino, das er als ein Kino des Spektakels be- greift, ist sehr scharf. So wirft er ihm u.a. vor, dass »es zu verbergen ver- sucht, was mit den Leuten los ist« (Theweleit 1995: 25).

Insbesondere in seiner explizit radikalen Periode von 1968 bis 1978 nutzte er filmische Möglichkeiten, um ein politisches Kino zu realisieren. Die Ausnahmesituation des Mai 1968, die damit verbundenen Wünsche und Hoffnungen, werden für ihn zu einem Schlüsselerlebnis. Er wendet sich von der rein ästhetisch orientierten Cinéphilie ab, die ihn mit der Nouvelle Vague verbindet, verzichtet auf die Produktionsbedingungen, die ihm als bekanntem Regisseur zur Verfügung stehen würden, und be- zeichnet seine bis dahin gedrehten Filme, die sich an populäre Genre an- lehnen, als *bourgeoise*, gar *fascistoide* Produkte (vgl. MacCabe 2003: 179-238). Dagegen sollten Film und Politik zu einer Einheit verschmel-

¹ So hieß eine viertägige internationale Konferenz im Juni 2001 an der Tate Modern in London, in der Spezialisten aus unterschiedlichen Disziplinen (Film-, Literatur-, Musikwissenschaft, Geschichte, Philosophie, Feminismus, Cultural Studies) das fünfzigjährige Schaffen von Godard kommentierten (vgl. Temple/Williams/Witt 2004)

zen. Ästhetische Fragen sind von nun an immer auch in moralisch-politische Problematiken eingebunden.

Bis heute betreibt Godard in seinen medialen Arbeiten eine Kritik der (Massen-)Medien, dekonstruiert deren Medienspektakel und entwirft mit filmischen Mitteln (utopische) Alternativen zur bestehenden Gesellschaft. Nach seiner Auffassung bilden Filme nicht Wirklichkeiten ab bzw. reproduzieren sie, sondern sie schaffen eigene Wirklichkeiten. Folglich, geht es für Godard darum, deren Konstruktionsprinzipien, das jeweilige Verhältnis von Bild und Ton, zu bestimmen. Dabei untersucht er nicht nur Bilder, er begreift sie auch als eine Metaebene. Godard ist in den kinematographischen Schöpfungen auf der Suche nach Momenten des Widerstands (Büttner 1999: 14f.).

1995 erhielt er den Adorno-Preis der Stadt Frankfurt, mit Adorno verbinden ihn seine vielseitigen künstlerischen und intellektuellen Talente, eine ungebrochene Radikalität in der Auseinandersetzung mit gesellschaftlichen Missständen und Widersprüchen sowie eine Ablehnung resignativen Denkens. Adornos (und Horkheimers) Medienkritik wird mir deshalb im folgenden als Einstieg dienen, um Godards Werk im Kontext von Frankfurter Schule und Cultural Studies zu positionieren. Es geht mir darum, auf Gemeinsamkeiten, Affinitäten und Unterschiede in diesen gesellschaftskritischen Projekten hinzuweisen und zu zeigen, wie sie fruchtbar aufeinander bezogen werden können.

Adorno steht wie Godard den Produkten der Kulturindustrie äußerst kritisch gegenüber. Seine Kritik kommt von »außen«, ist distanzierend, manchmal elitär. Anders als Adorno, der vor allem dem Buch und der Musik zugeneigt war, kennt Godard aber die Produkte der audiovisuellen Kulturindustrie genau, weiß, wie sie funktionieren, wie sie umfunktioniert werden können und warum man eine Leidenschaft für sie entwickeln kann. Godard zeigt, wie das Kino die Geschichte vorwegnehmen und welche Entwürfe einer Gegengesellschaft es enthalten kann. Adorno hat für das Radio gearbeitet, Godard für das Fernsehen, indem er eine TVideopolitik (vgl. James/Zeyfang 2003) entfaltet hat, auch wenn es in *Numéro deux* (1975) heißt »Schalte den Fernseher ein, und du wirst zum Komplizen«.

Godard lässt sich auf die im Sinne Adornos »niederen Formen des Vergnügens« ein. Er gibt für eine gewisse Zeit das Kino auf und damit auch die Rezeptionssituation, in der sich Zuschauer unter idealen Bedingungen konzentriert, bewusst und intensiv mit Filmen auseinandersetzen. Wie der Filmkritiker und Wegbegleiter von Godard Serge Daney (2000: 268) treffend bemerkte, wird das Publikum im Kino gezähmt, indem es stillgelegt wird: »Reglos verharrende Leute wurden auf die Beweglichkeit der Welt aufmerksam, auf jede Form von Beweglichkeit, auf die der

Fiktionen [...] ebenso wie der Körper [...], der Materie oder des Verstandes [...]«.

Die Veralltäglichung des Fernsehens und die Dominanz der Werbung haben aber im Laufe des 20. Jahrhunderts zu einer Umkehrung dieses Verhältnisses geführt. Wir haben gelernt, den Fernseher zu ignorieren, ihn als Hintergrundsmedium zu nutzen, während der Rezeption unterschiedlichen Aktivitäten nachzugehen. Die Werbung, die auf vorgefertigte und starre Bilder zurückgreift, bestimmt Kino, Fernsehen und unsere Alltagsästhetik. »Wir sind also bewegungslos vor vorbeiziehenden Bildern verharret und neigen heute dazu, unsererseits an immer weniger beweglichen Bildern vorbeizuziehen« (Daney 2000: 269).

In einer Situation, in der das Kino nur ein Medium unter anderen ist und von Fernsehen und Werbung bedrängt wird, lässt Godard sich intensiv auf die Sehbedingungen in privaten Haushalten ein, die in der Perspektive von Adorno durch Zerstreuung, Ablenkung und »Banausentum« gekennzeichnet sind, freilich nur, um die Erwartungen von Fernsehzuschauern zu enttäuschen, indem er ihnen das »vorsetzt, was er/sie typischerweise nicht sehen möchte« (Beech 2003: 32). Godards Arbeiten sind anti-populistisch orientiert, erschüttern traditionelle Seherwartungen und intervenieren in den Bereich des Populären. Um Godards Position als Medien- und Gesellschaftskritiker genauer zu bestimmen, liegt es deshalb nahe, sie auch im Kontext von Cultural Studies zu diskutieren, die die Populärkultur zu einem wichtigen Forschungsthema gemacht haben (Göttlich/Winter 1999; Winter 2001) und eine kritische, vor allem ideologiekritisch orientierte Medienpädagogik entwickelt haben, die auch an Positionen der Frankfurter Schule anknüpft (Winter 2004). Die zunehmende Etablierung von Cultural Studies hat manche Interpreten in intensiven und umkämpften Debatten zu der Einschätzung geführt, dass die Populärkultur zur Rivalin der Kunst geworden sei, was allerdings nicht automatisch bedeutet, dass sie mit Nicht-Kunst gleichzusetzen sei, wie Adorno meinte. Diese Auffassung eines Konkurrenzverhältnisses entspricht aber nicht der transdisziplinären Perspektive von Cultural Studies, die in ihrem Bemühen, die wichtige Bedeutung des Populären herauszustellen, keinesfalls die Hochkultur ablehnen, sie allerdings vernachlässigt haben. »Cultural studies means taking popular culture seriously and without condescension, but it should not lead to a flip-flopping of value, such that studying the popular becomes a sign of political righteousness, whereas high art is placed on the side of conservatism and reaction« (Felski 2005: 40).

Vor diesem Hintergrund möchte ich die Position Godards betrachten, der als philosophischer Filmemacher die Grenzen zwischen Populär- und Hochkultur überschreitet und in Auseinandersetzung mit den ästheti-

schen Möglichkeiten des Films eine Pädagogik entwickelt, die über Ideologiekritik hinausgeht, trotz Fernsehen sich einen Glauben an die widerständige und emanzipatorische Kraft von Bildern, in denen sich filmisches Denken kondensiert, bewahrt und politische Wirkungen entfalten möchte.

Zunächst werde ich also kurz an die Kritikposition von Adorno/Horkheimer in ihrem berühmten Theorem der Kulturindustrie erinnern (1). Anschließend bestimme ich die Position der Medien- und Gesellschaftskritik in den Cultural Studies näher, indem ich John Fiskes Analyse von »media events« und Douglas Kellners Untersuchung der zeitgenössischen Medienspektakel diskutiere. Es wird deutlich werden, welche Unterschiede zu Adorno/Horkheimer bestehen und welche Anknüpfungspunkte es gibt (2). Schließlich diskutiere ich Godards Medienarbeit als eine Dekonstruktion des Spektakels, untersuche Beispiele seines Vorgehens, vor allem in seiner explizit politischen Phase, und betrachte seine Pädagogik des Bildes (3). Abschließend zeige ich, wie in neueren Arbeiten zur interpretativen Ethnographie im Rahmen von Cultural Studies ähnliche Impulse wie bei Godard entfaltet werden (4).

1. Die kritische Theorie der Kulturindustrie

Die Theorie der Kulturindustrie ist das wichtigste Beispiel für die weit verbreitete negative Einschätzung der Rolle der Massenmedien und ihres Einflusses auf die Kultur in der modernen Gesellschaft. Theoretisch elaborierter und stringenter als viele ihrer Nachfolger versuchen Adorno und Horkheimer (1969) zu zeigen, dass die Massenmedien als soziale Kontrollinstrumente zur Integration der Konsumenten beitragen, die das ihnen offerierte Vergnügen mit einer Manipulation ihres Bewusstseins und wegen der standardisierten Warenproduktion kultureller Formen mit der Verkümmern ihrer Einbildungskraft, ihres unabhängigen Denkens und schließlich dem Verlust ihrer Individualität begleichen müssen. »Die Kulturindustrien mobilisieren Unterstützung für die bestehende Gesellschaft von unten, stiften im Sinne von Gramsci einen Konsens und liefern den sozialen »Kitt«, der die Individuen an die bestehende Ordnung bindet« (Kellner 1982: 485).

Unter Kulturindustrie² verstehen Horkheimer und Adorno die gesellschaftlich verfügbaren und der Unterhaltung dienenden Reproduktionstechnologien, die mit der im späten 19. Jahrhundert entstandenen Vergnügungsindustrie im 20. Jahrhundert zu einem System verschmelzen,

2 Zum Konzept der Kulturindustrie vgl. die instruktive Studie von Steinert (1998).

das durch Standardisierung und Serienproduktion von Kulturprodukten gekennzeichnet ist. Diese sind kapitalistischen Produktionsprozessen unterworfen, werden zu Waren, die den Gesetzen des Marktes unterliegen. Sie besitzen, so die Autoren, nicht die ästhetischen Eigenschaften, die die authentische Kunst auszeichnen und die deren Logik von der des gesellschaftlichen Systems radikal trennen. Mit ihrer Abhängigkeit von den Gesetzen des Markts haben die Artefakte der Kulturindustrie, so die Auffassung, nämlich die für den Ausdruck von Leiden, Widerspruch und einer Idee des guten Lebens notwendige Distanz verloren. Sie seien von den Elementen, die der jeweiligen gesellschaftlichen Wirklichkeit kritisch gegenüber stehen, gereinigt.

Ausgehend von den Genrefilmen und Seifenopern im Radio aus den 30er und 40er Jahren zeigen Adorno und Horkheimer, dass die Standardisierung der Kulturprodukte zu einer Einebnung der Differenzen bei gleichzeitiger Etablierung von konventionalisierten Formeln und Stereotypen geführt habe. Es entstehe eine für Waren typische Uniformität, die sich an den Handlungsabläufen, den Themen und den Charakteren ablesen lasse. Auf diese Weise sei die Produktion der Kulturindustrie durch eine monolithische, nur oberflächlich variierende Warenproduktion gekennzeichnet, die Kreativität sowohl auf Seiten der Produktion als auch der Rezeption geradezu ausschließe. Denn Kulturwaren ermöglichen, so Adorno und Horkheimer, bei der Rezeption nicht die Erfahrung ästhetischer Distanz, vielmehr würden sie den Rezipienten zu einer Identifikation mit der Wirklichkeit animieren, von dieser abweichende Vorstellungen und gegen sie opponierende Gefühle würden in den Produkten der Kulturindustrie und nachfolgend – quasi automatisch – vom Zuschauer selbst zensiert.

»Die Verkümmern der Vorstellungskraft und Spontaneität des Kulturkonsumenten heute braucht nicht auf psychologische Mechanismen erst reduziert werden. Die Produkte selber, allen voran das charakteristischste, der Tonfilm, lähmen ihrer objektiven Beschaffenheit nach jene Fähigkeiten. Sie sind so angelegt, dass ihre adäquate Auffassung zwar Promptheit, Beobachtungsgabe, Versiertheit erheischt, dass sie aber die denkende Aktivität des Betrachters geradezu verbieten, wenn er nicht die vorbeihuschenden Fakten versäumen will« (Horkheimer/Adorno 1969: 114).

Da jede Kulturware lediglich ein Modell des Systems sei, würden die Konsumenten unweigerlich an das System und dessen Erfordernisse gebunden. Während Kunst zur Entideologisierung und Entmythologisierung gesellschaftlicher Verhältnisse beitrage, sei die Kulturindustrie mit Ideologien und Mythologien gesättigt, die die bestehende Gesellschaft

legitimieren und Individualität liquidieren würden, was z.B. in den vernichtenden Urteilen von Adorno über den Jazz deutlich wird, der seine Rezipienten angeblich zu masochistischer Passivität und blind autoritärer Aggression als Kompensation verdamme.

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass die Kulturindustrie nach Horkheimer und Adorno als eine industriell organisierte und verfahrenende Massenkultur manipulativ und bewusstseinsbesetzend wirkt. In ihren Analysen erscheint sie als ein planvoll gelenkter Apparat, der gesellschaftliche Macht durch die Entindividualisierung des einzelnen Bewusstseins reproduziert (Kipfer 1999: 50). Dabei wird die Dynamik des kulturindustriellen Prozesses durch seine kapitalistisch-industrielle Verfasstheit erklärt. Die Gesellschaft erscheint als hermetisch geschlossene Totalität. Rettung ist nur von individueller Differenz zu erwarten. Nur einzelne, sei es als Kritiker oder als Künstler, können das falsche Ganze aufsprengen und individuelle Andersheit realisieren, die als Rettung erscheint.

Viele der Arbeiten von Godard lassen sich in diesem Sinne interpretieren. Wie Adorno ist auch er vom Konzept der Genieästhetik³ beeinflusst, dass ein einzelner realisieren könne, was für die Allgemeinheit relevant sei.⁴ Der negativen Totalität, dem falschen Ganzen, stehen die individuelle Erkenntnis und Praxis gegenüber, die die falsche Totalität auf den Begriff bringen und ihr mit individueller Differenz begegnen. Sowohl das Theorem der Kulturindustrie als auch Adornos normative Theorie der Gesellschaft erscheinen aus verschiedenen Gründen heute nicht mehr überzeugend. So führen die sozialen Differenzierungsprozesse zum einen dazu, dass die Gesellschaft nicht mehr als eine in sich geschlossene negative Totalität gedacht werden kann. Zum anderen haben Ausdifferenzierung und Enttraditionalisierung zu einer Freisetzung von Individualität geführt (Beck 1986), die ambivalenten Charakter hat. Die Konzeption einer Unterdrückung von Individualität scheint auf den ersten Blick irreführend zu sein, gleichwohl ist diese gefährdet (Kipfer 1999).

Noch problematischer erscheint die Vorstellung, dass alle kulturellen Erfahrungen und Praktiken einheitlich seien und quasi-zentral organisiert würden. Es fällt einem Dr. Mabuse, der Spieler (1921/1922) von Fritz Lang ein, mit dem Adorno im amerikanischen Exil befreundet war (vgl. Aurich et al. 2001: 403-410). Mabuse gelingt es, alles zu organisieren und zu lenken. Er sitzt in einem Kontrollraum und hat eine »Armee von Augen«, die ihn unterstützt. Langs und Adornos Konzeptionen wären

3 Für Raymond Bellour (2004: 11) ist Godard der letzte Romantiker: »The final incarnation of the Jena School of Romanticism«.

4 Allerdings arbeitet er als Filmmacher in der Regel nicht alleine, sondern mit anderen zusammen.

ohne die Vorahnung bzw. Existenz des Faschismus nicht entstanden. Wenn wir unsere gegenwärtigen Gesellschaften betrachten, so sind die medialen Texte und die kulturellen Aktivitäten aber keineswegs so homogen und werden auch nicht zentral organisiert.

Im Bereich der Kulturtheorie und der Medienanalyse waren es vor allem die Cultural Studies, die zu einer Neueinschätzung der Massenkultur und der Position des Kritikers geführt haben, wobei ich nun nicht, wie es leider oft gemacht wird, der Theorie des angeblich absoluten Verblendungszusammenhangs und dem als elitär gescholtenen Kritiker Adorno die Theorie des aktiven Rezipienten und den Populärkultur genießenden Wissenschaftler à la John Fiske entgegenstellen möchte. Vielmehr möchte ich auch Kontinuitäten zwischen Frankfurter Schule und Cultural Studies berücksichtigen. Beide Theorietraditionen sind z.B. interdisziplinär angelegt und bemühen sich um kritische Analysen der Medienwelt. Hierzu möchte ich exemplarisch auf die Konzeption des »media event« bzw. des Medienspektakels eingehen und auf die Kritikposition von Cultural Studies.

2. Cultural Studies und die kritische Analyse von Medienereignissen

In seinem späten Buch *Media Matters* (1994) stellt John Fiske spektakuläre Medienereignisse in den USA, wie den O.J. Simpson-Fall, das Rodney King-Video und seine Folgen oder die alltägliche Videoüberwachung in »shopping malls« ins Zentrum seiner Betrachtungen. Seine Untersuchungen lassen sich wie die von Godard als eine Kritik des Spektakels begreifen. In der Interpretation von Cultural Studies⁵ schaffen Medien symbolische Karten der Welt, versuchen, den Bereich des »Wahren« zu definieren, und üben Macht über diejenigen aus, die diese Bedeutungsrahmen anwenden, um mit ihrem alltäglichen Leben zurechtzukommen.⁶ Bei der Analyse der Mediendiskurse der USA geht Fiske von der sozialen Diversifikation, der Multidiskursivität und Multikulturalität westlicher Gesellschaften aus. Er möchte einerseits die diskursiven Auseinandersetzungen aufdecken, in denen mediale Diskurse als Resultate artikulativer Praxis Personen, Gruppen oder Wissensformen unterdrücken, marginalisieren und ausschließen, also die soziale Einbettung des Wissens und der Kultur in den Kontext der alltäglichen Lebenspraxis und in soziale Interessenskämpfe. Andererseits will Fiske den Kampf der

5 Die am CCCS entstandene Gemeinschaftsarbeit »Policing the Crisis« (Hall et al. 1978) ist hierfür das elaborierteste Beispiel.

6 Vgl. hierzu Stuart Halls eindringliche Analyse »Das Spektakel des »Anderen«« (Hall 2004).

Subordinierten, der Ausgegrenzten, der Minderheiten und der Randgruppen gegen die Einschränkungen durch die disziplinierende und normalisierende Macht analysieren und zeigen, wie sie sich um Zugang zu den Technologien der sozialen Zirkulation bemühen, damit sie auf ihre Interessen aufmerksam machen und für eine transparentere Gesellschaft kämpfen können. Die dekonstruktive Medienanalyse mündet hier in alternative und kritische Formen von Medienarbeit und Medienaktivismus.⁷

Da Wirklichkeit nur diskursiv artikulierbar ist, gibt es eine Kontinuität zwischen Ereignissen und Diskursen. Mediale Repräsentationen sind daher nicht Diskurse über Ereignisse, vielmehr sind sie Diskursereignisse bzw. Medienereignisse (Fiske 1994: 4), die immer Spuren von anderen, konkurrierenden Diskursen beinhalten. Insbesondere spektakuläre Medienereignisse, die ein Maximum an Visibilität mit einem Maximum an sozialer Turbulenz, die sonst oft im Verborgenen bleibt, verbinden, ermöglichen Interventionen verschiedener sozialer Formationen. Fiske zeigt, wie diese zum Ort sozialer Auseinandersetzungen werden, in denen sich Machtbeziehungen durch Diskurse und Gegendiskurse, durch Wissen und Gegen-Wissen verschieben. So lassen sich z.B. die Berichterstattung und die öffentliche Diskussion über die Ereignisse in Los Angeles nach dem Rodney King-Prozess Anfang der 90er Jahre als Auseinandersetzung rekonstruieren, der mittels diskursiver Mittel unterschiedliche Bedeutungen zugeschrieben wurden, die jeweils partikularen sozialen Interessen dienen.⁸ Für viele der Ghetto-Bewohner ruhten die Kämpfe, die sich im Anschluss an die Medienereignisse entfalteten, auf ihrer konkret erfahrenen Repression und Erniedrigung in einem spezifischen historischen und sozialen Kontext. Ihre Darstellung in den Medien ist ein diskursiver Konflikt um die Bedeutung dieser Ereignisse. Waren sie bloße Plünderungen, ein Aufruhr, eine Rebellion oder gar eine Revolution?

An dieser Stelle wird deutlich, wie eng Fiske Michel Foucault (1976) folgt, für den Erfahrung, Wissen und damit auch »Wahrheit« in Machtverhältnisse eingebettet sind und sich nur perspektivisch bestimmen lassen. Er strebt keinen radikalen Relativismus an, der Wahrheitsansprüche per se ablehnt oder Theorie auf Interpretationen bzw. Beschreibungen reduziert, wie dies z.B. Richard Rorty (1989) vorführt. Auch wenn Wissen in Machtbeziehungen gewonnen wird, kann es eine gewisse formale Autonomie erreichen, wie z.B. das psychiatrische Wissen. »Wahrheit

7 In der Zwischenzeit ist das Internet zum bevorzugten Ort des kritischen Medienaktivismus geworden (vgl. Kahn/Kellner 2003; McCaughey/Ayers 2003).

8 Auch die Berichterstattung über die Katastrophe von New Orleans lässt sich auf diese Weise analysieren und würde interessante Einblicke in die verschiedenen interessensgeleiteten Perspektiven geben.

und Methode« sollen in einer von Foucault geprägten Soziologie nicht aufgegeben werden, aber ihr politischer Charakter, die Verknüpfung von Wissen und Wahrheit mit Macht, soll anerkannt werden, damit Wissen auch zur Subversion gegenwärtiger Machtverhältnisse eingesetzt werden kann. Entscheidend werden die Fragen, welche Zwänge und Einschränkungen die Gegenwart bestimmen und wie sie überwunden werden können. Die Aufgabe der Medienkritik, die gleichzeitig eine Kritik gesellschaftlicher Machtverhältnisse darstellt, ist, diese Zwänge zu diagnostizieren und neue Möglichkeiten aufzuzeigen.

Auch Douglas Kellner (Kellner 2003; Winter 2005) zeigt in seinen neueren Arbeiten, wie mediale Spektakel das politische und soziale Leben der Gegenwart zunehmend formen. Guy Debord (1996; orig. 1967)⁹ folgend, definiert er sie als jene Phänomene, welche die heutigen zentralen Werte und Einstellungen westlicher Gesellschaft verkörpern, Individuen in ihre Lebensweisen einweisen, und die gesellschaftlichen Kontroversen, Auseinandersetzungen, aber auch deren Möglichkeiten der Konfliktlösung dramatisieren. Erfahrung und Alltag werden folglich durch die Spektakel der Medienkultur und der Konsumgesellschaft geformt und vermittelt. Kellner schlägt vor, die Pluralität und Heterogenität der unterschiedlichen Spektakel der Gegenwart zu bestimmen, und – ähnlich wie Fiske – das Spektakel als umkämpftes Terrain zu sehen. Dementsprechend bemüht er sich, die Widersprüche innerhalb dominanter Spektakel offen zu legen und zu zeigen, wie sie unterschiedliche Bedeutungen, Interpretationen und Effekte verursachen. Er verknüpft Cultural Studies mit einer an der Frankfurter Schule orientierten diagnostischen Kritik und möchte zeigen, was Schlüsselbeispiele von medialen Spektakeln über die aktuellen gesellschaftlichen Bedingungen aussagen.

»Ich versuche also zu unterscheiden, was die Medienkultur über gegenwärtige Gesellschaften enthüllt [...]. Während ich mich daher beim Lesen von kulturellen Texten mit der Repräsentationspolitik und Ideologiekritik beschäftige, gehe ich auch über die Texte hinaus, um den Kontext zu hinterfragen, in dem sie produziert und rezipiert werden. Meine Untersuchungen rufen deshalb den sozialen Kontext und die Geschichte auf den Plan, um dabei zu helfen, die Texte der Medien-Spektakel zu lesen und kulturelle Texte zur Erläuterung des sozialen und kulturellen Milieus der Gegenwart einzusetzen« (Kellner 2005a: 213).

Hierbei folgt er der Dialektik von Text und Kontext, die von Walter Benjamin und T.W. Adorno in ihrer Vorstellung von kulturellen Texten als

9 Eine systematische Darstellung der Arbeiten Debords und der Situationistischen Internationale liefern Baumeister/Negator (2005).

Hieroglyphen oder Prismen entwickelt wurde, die eine Quelle diskursiver Auseinandersetzungen der aktuellen Zeit darstellen. Die Interpretation der Spektakel populärer Texte der Medienkultur hilft dabei, Einblicke in aktuelle und im Entstehen begriffene soziale Realitäten, Prozesse und Trends zu sehen. »Populäre Texte vergrößern die Aufmerksamkeit und Vorstellungskraft eines riesigen Publikums und sind daher Barometer aktuellen Geschmacks, aktueller Hoffungen, Ängste und Fantasien« (Kellner 2005a: 214).

Hierzu untersucht Kellner ganz unterschiedliche Medienspektakel: vom Reality-TV über Michael Jordan bis zu *Akte X* (vgl. Winter 2005). Seine Medienkritik verbindet er mit einer Medienpädagogik, die den Zuschauern die Kompetenzen vermitteln soll, mediale Texte kritisch zu lesen und zu analysieren. Sie sollen lernen, wie Medien eine Version von Wirklichkeit präsentieren und auch, was man durch ihre Analyse über die soziale Wirklichkeit lernen kann (vgl. Kellner 2005b).

Kellner verknüpft also Analyseverfahren der Frankfurter Schule mit Positionen der Cultural Studies. Heraus kommt dabei eine Ideologiekritik, die nicht von einer totalen Manipulation ausgeht und stattdessen Medienkritik mit Medienpädagogik und radikaler Medienpolitik verbindet. In den Medien reproduzieren sich die Widersprüche und Konflikte der Gesellschaft, der gesellschaftliche Wandel, und es finden sich in ihnen subversive, oppositionelle und utopische Elemente. Die Nähe zu Godard ist hier offensichtlich, denn viele seiner Arbeiten lassen sich als eine Kritik an der Gesellschaft des Spektakels, an den Inszenierungen von Hollywood-Filmen und Fernsehsendungen begreifen. Auch Godard möchte in seinen Medienarbeiten Einblicke in aktuelle gesellschaftliche Prozesse geben. Im Folgenden werde ich diese Perspektive vertiefen, indem ich exemplarisch auf einige seiner Werke eingehe.¹⁰

3. Godards Dekonstruktion des Spektakels der Medien

Seit 1968 sind Godards Arbeiten, die sich vom Spektakel der Medien distanzieren, explizit einer Dekonstruktion der kinematographischen Sprache Hollywoods verpflichtet. Er analysiert Bilder und Repräsentationssysteme, führt selbstreflexive Elemente in die Medienarbeit ein und untersucht die Konstitution von Subjektivität. Diese kritische Einstellung zeigte sich aber schon zuvor. Während er sich in seinen frühen Arbeiten vom populären Genrekino Hollywoods und der amerikanischen Populär-

¹⁰ Für einen Überblick zu seinen Arbeiten vgl. die lesenswerte Biographie von Colin McCabe »Godard. A Portrait of the Artist at 70« (2003).

kultur hat faszinieren lassen und sich in seinen Genreversuchen an sie anlehnt, werden bereits in *Une femme mariée* (1964), *Masculin-Féminin* (1966) und *Made in USA* (1966) populäre Bilder selbst tragende Bestandteile der Narrationen. Seine Protagonisten gewinnen ihre Subjektivität durch Auseinandersetzungen mit den Bildern der Werbung und der populären Kultur (wie der Popmusik). Ähnlich wie die Pop Art der 60er Jahre versucht Godard, deren Einfluss auf das Alltagsleben und die Alltagsästhetik zu bestimmen (Sheikh 2003).

So ist *Une femme mariée* in der Art von Werbespots fotografiert, gleichzeitig aber eine kritische Analyse des Einflusses der Werbung. Wir folgen der Hauptfigur Charlotte durch ihren Tag. Sie trifft abwechselnd ihren Geliebten und ihren Ehemann. Zentrales Thema des Films ist die neue Konsumwelt der 60er Jahre. Charlotte, die schön sein möchte, vertieft sich intensiv in Frauenzeitschriften, die hauptsächlich Werbung für Dessous und Lippenstifte enthalten, und schwärmt von BHs. Die bereits in *A Bout de Souffle* (1960) benutzte Ikonographie des Konsumkapitalismus wird in diesem Film zu einem strukturierenden Prinzip, das sowohl die Erzählung als auch den Fluss der Bilder segmentiert. Zudem hören sich die Dialoge nicht so an, als könnten sie sich im Alltag ereignen. Godard benutzt formelle und informelle Interviewtechniken. Das Ergebnis sind Äußerungen, die zum Teil Werbeslogans oder den Experten in den Medien gleichen. Hier beginnt der Einfluss der Brechtschen Ästhetik auf Godards Arbeiten, aber ebenso zu den *Mythen des Alltags* (1957, dt. 1964) von Roland Barthes, einem der wichtigsten Förderer Brechts in Frankreich, lassen sich Verbindungen herstellen. In diesem Buch analysiert er, wie in der Nachkriegs-Konsumgesellschaft die bürgerliche Welt ohne Bezug zur Vergangenheit des Krieges medial als natürliche Welt inszeniert wird. Auch im Film wird gezeigt, wie Geschichte, was im Subtext der Auschwitz-Prozesse und in den eingestreuten Céline-Zitaten deutlich wird, verleugnet wird.

Mittels soziologischer sowie semiotischer Methoden und politischer Kritik analysierte Godard in seiner weiteren Arbeit die Strukturen der Repräsentation im Hollywoodkino und in der Konsumgesellschaft. Gleichzeitig versuchte er, deren explizite politische Ideologien aufzuzeigen. »Godard entfernte sich nicht nur vom narrativen Kino, um sich dem »minimalen« Kino zu nähern, sondern auch vom Spektakel-Kino, um es durch ein Kino als politisch-kritisches Medium zu ersetzen« (Sheikh 2003: 130). In Debords kraftvoller Fortführung des Marxismus *Die Gesellschaft des Spektakels* (1996, orig. 1967) ersetzt das Bild die Ware als zentrale Beziehung. »Das Spektakel ist nicht ein Ganzes von Bildern, sondern ein durch Bilder vermitteltes gesellschaftliches Verhältnis zwischen Personen« (Debord 1996: 14).

Godard ist deshalb der Auffassung, dass ein politisches Kino das Kino als Spektakel reflektieren und sich davon lösen muss. So zeigt sein Film *Weekend* (1967) in langen Einstellungen und Totalen Spektakel, scheint diese aber auch zu transzendieren.

Sein Interesse gilt auch immer mehr dokumentarischen Formaten, die scheinbar die Realität repräsentieren. Sein bereits erwähnter Film *One Plus One* (1968) stellt z.B. eine Dokufiktion aus heterogenen miteinander verknüpften Elementen und Ideen dar. Dokumentarische Studioaufnahmen der Rolling Stones bei Proben für ihr *Beggars Banquet*-Album werden mit Aufnahmen von Black Power-Aktivistinnen auf einem Schrottplatz, von Lesungen aus Mein Kampf in einem pornographischen Buchladen und von einem Interview mit einer Frau namens Eve Democracy (Anne Wiazemsky) verbunden. Sheikh (2003: 130) stellt in Bezug auf die Rolling Stones fest:

»Sind diese Aufnahmen der probenden Rolling Stones eine Repräsentation der Revolution als Work-in-progress oder ein Exposé der zynischen, gut geplanten Inszenierung eines Popsongs? Bezeichnenderweise ist *One Plus One* nur Prozess oder vielleicht sogar nur Praxis, denn wir sehen die Stones, wie sie sorgfältig und langsam an der Fertigstellung von *Sympathy for the Devil* arbeiten, aber wir hören die Melodie nie in seiner fertigen Version«.

Sheikh (ebd.) kommt zu dem Schluss, dass Godard zeigen möchte, dass nicht nur die Aufnahme des Songs, sondern auch die Revolution ein »work-in-progress« sei. Eine wirkliche Überwindung der konsumistischen Haltung im Umgang mit Bildern kann Godard aber erst durch seine radikalen Arbeiten für das Fernsehen¹¹ realisieren, die mit dem Prinzip der Narrativität gänzlich brechen. MacCabe (2003: 216) fasst zusammen, was die fünf Filme der kollektiv organisierten Dziga Vertov-Periode in seinem Schaffen auszeichnet:

»All the films are in some simple sense unwatchable - the premiss of each is that the image is unable to provide the knowledge that it claims; that the camera is not a neutral recorder of reality but an essential element in the reality that is being represented. They constantly demonstrate the reality of the camera, most importantly through an emphasis on the sound, which does not work merely as the invisible complement of the image but as an autonomous element«.

¹¹ Ironischerweise repräsentiert im Film gerade das Fernsehen den Bereich des Fälschens und der Lüge, was auch Hollywood-Produktionen wie *Network* (1976), *Broadcast News* (1987) oder *Truman Show* (1998) zeigen.

So ist bereits seine erste Arbeit in diesem Kontext *Le Gai Savoir* (1968), die keine Rücksicht auf das Fernsehpublikum nimmt und nie ausgestrahlt wurde, ein essayistischer Film über Bilder, Ideologie, ZuschauerInnen und Macht. Der Held folgt einem 3-Jahres-Plan, der in gewisser Weise Godards eigenes Schaffen reflektiert. »Im ersten Jahr werden Bilder, Töne und Experimente gesammelt. Im zweiten Jahr kritisieren wir alles, dekomponieren, reduzieren, ersetzen es und setzen es neu zusammen. Im dritten Jahr versuchen wir uns an einigen Modellen wiedergeborener Filme« (nach Sheikh 2003: 132).

Eigentlich hat das Fernsehen den Kinofilm zum allgemeinen Kulturgut gemacht. Interessanterweise versucht Godard nun das Fernsehen zu nutzen, um die Sprache und die Macht des Kinos zu reflektieren und zu dekonstruieren. Er stellt gewohnte Übereinstimmungen zwischen Bild und Ton in Frage, problematisiert die Rahmen, die für die Konstruktion von Filmwirklichkeiten charakteristisch sind und zeigt die kinematographischen Gebrauchswesen von Bildern und Tönen auf. Mit den Techniken der Fragmentierung und Segmentierung möchte Godard die Logik des Spektakels unterlaufen. Er möchte nicht Ereignisse für die Kamera reproduzieren, Filmkunst, die im Sinne Debords einen gesellschaftlich anerkannten »Ewigkeitswert« symbolisiert, sondern Ereignisse hervorbringen, die ohne die Kamera nicht existieren würden.

Dabei ist er von Anfang an fasziniert von der Interaktion zwischen Leben und Kunst, Leben und Repräsentation, Ich-Identität und sozialer Identität. Früh lehnt er den phänomenologischen Ansatz von André Bazin (2004) ab, der davon ausgeht, dass die Filmwirklichkeit sich asymptotisch der im Alltag wahrgenommenen Wirklichkeit annähert. Stattdessen ist Godard in Bezug auf das Kino der Auffassung: »Die Kunst ist nicht die Reflexion der Wirklichkeit, sondern die Wirklichkeit dieser Reflexion« (Godard nach Büttner 1999: 10).

Er möchte dokumentieren, wie Ereignisse für die Kamera produziert werden. Da fiktionale Filme für Godard durch und durch ideologisch sind, sind sie kein neutrales Medium, um Wirklichkeit zu vermitteln. Dies bedeutet nun nicht, dass er den Anspruch des Dokumentarfilms teilt, »wahrer« als ein Fiktionsfilm zu sein. Er zeigt auch an dokumentarischen Techniken, wie sie funktionieren und Wirklichkeitseffekte produzieren.

Beispielsweise nutzt er in *Tout Va Bien* (1972) das Interview, unterläuft aber die mit ihm verbundene ideologische Annahme, dass es einen direkten Zugang zur Wahrheit darstelle und der Interviewte eine faire Chance habe, seine Meinungen und Ideen auszudrücken. So geben alle Hauptpersonen Statements ab. Als der Firmenchef und der Gewerkschaftsfunktionär, gefilmt in langen Einstellungen, sich darstellen, sind

weder die Fragen zu hören, noch weiß man, wer sie stellt. Den ganzen Film über ist man sich der Präsenz der Kamera bewusst. Die Fabrik selbst erweckt den Eindruck eines Theatersets. Die beiden Hauptfiguren, Jane Fonda und Yves Montand, unterscheiden sich als Charaktere nicht stark von ihren öffentlichen Rollen als politische Aktivistinnen. Durch die an Bertolt Brecht orientierten Techniken, die Distanz und Engagement bewirken sollen, gelingt es dem Film überzeugend, die Unzufriedenheit mit der Arbeit in Fabriken und im Bereich der audiovisuellen Medien zu vermitteln. Auch dieser Film war aber ein Misserfolg, da er kein Publikum fand und zudem bei der Kritik nicht ankam.

»As for the Dziga Vertov films, they were made for an audience that didn't exist at the time, and it is hard to imagine them finding a real one now. Their politics seem grotesque, if not offensive, but it is difficult to think of a more comprehensive critique of the audiovisual world of information, a world whose dominance is far greater now than when they were made« (MacCabe 2003: 237).

Godard setzt den Bildern, die einer am Markt orientierten Profitlogik folgen, eine Pädagogik entgegen, die die gesellschaftlich vorgegebenen und dominanten Rahmen der Bildwahrnehmung ablehnt. Jenseits der Vorgaben industrieller Filmproduktion möchte er den Zuschauer lehren, Bilder sehen zu lernen. In den zusammen mit Anne-Marie Miéville entstandenen Arbeiten *Ici et Ailleurs* (1970-1974) entwickelt er eine filmische Pädagogik des Bildes, die das Anderswo mit dem Hier verbindet und das Ereignis dieser Bewegung ins Zentrum rückt. »Godard bietet den Betrachtern seines Films nicht allein eine ideale Angriffsfläche, um selbst sehen zu lernen. Er führt die Anstrengungen eines genauen Sehens in actu vor, stellt den Vorgang des Wendens der Bilder und ihrer Loslösung aus vorgefassten Kontexten aus« (Büttner 1999: 79).

Er dekonstruiert virtuelle Klischees, verkettet Bilder neu, folgt einer Logik des UND, wie Gilles Deleuze¹² feststellt, und fordert zu einem aktiven Sehen und Hören auf, das die Grenzen der Wahrnehmung und die unüberschreitbare Differenz von Ton und Bild sichtbar machen möchte.

Im Vergleich zu Adorno belegt Godard Bilder also keineswegs mit einem Tabu, sondern zeigt, wie sie funktionieren und versucht, sie anders funktionieren zu lassen. Die theoretische Kritik, die er in Interviews, Essays und Reden äußert, verbindet er mit einer durch die mediale Arbeit

12 In einem Interview mit *Cahiers du Cinéma* zu *Six fois deux* (1976) stellt Deleuze fest. »Die Verwendung des UND bei Godard ist das Wesentliche. Das ist wichtig, weil sich unser ganzes Denken sich eher nach dem Verb ›sein‹ richtet, nach dem IST« (Deleuze 1993: 67).

mit Film, Fernsehen und Video artikulierten Kritik, die gleichzeitig eine Gesellschaftskritik ist. Er trifft sich mit den Cultural Studies, die in ihren Analysen mediale Texte und ihre ideologische Verfasstheit dekonstruieren, soziale Kritik artikulieren sowie die Medienkompetenz der ZuschauerInnen und ihre Handlungsfähigkeit steigern möchten. Allerdings findet sich bei den Cultural Studies keine Pädagogik des Bildes, wie Godard sie entwickelt hat, die dessen Möglichkeiten auslotet und vom emanzipatorischen Potential des Sehens überzeugt ist. Dies hängt damit zusammen, dass bisher bei der Analyse von (in der Regel) populären Filmen die Bestimmung von Lesarten und deren (politischer) Effektivität in sozialen Kontexten dominierte. Eine systematische Auseinandersetzung mit dem Werk Godards könnte im Rahmen von Cultural Studies jedoch die oft einseitige Konzentration auf den Bereich des Konsums überwinden und die Seite der Produktion von Bildern angemessener berücksichtigen. Godard kümmert sich in seinen Arbeiten nicht um die Grenzen zwischen Hoch- und Populärkultur. Auch für die Cultural Studies wäre es sinnvoll, souverän mit dieser lange Zeit sehr wichtigen gesellschaftlichen Grenzziehung umzugehen und alle Formen der Kultur zu analysieren und alternative Weisen der Wirklichkeitskonstruktion erkunden.

Sowohl Godard als auch die Cultural Studies problematisieren aber traditionelle Formen der Wirklichkeitsdarstellung und suchen nach neuen Wegen eines produktiven Umgangs mit sozialen Wirklichkeiten. Abschließend möchte ich dies am methodologischen Ansatz der interpretativen Ethnographie zeigen, der im Kontext von Cultural Studies und qualitativer Sozialforschung in den letzten Jahren in den USA entwickelt wurde.

4. Interpretative Ethnographie in der »cinematic society«

Die interpretative oder auch »neue« Ethnographie ist ein Ansatz in der qualitativen Sozialforschung, der von einer kritischen Analyse der Spektakel und narrativen Strukturen des Hollywood-Films und seiner Auswirkungen auf die Gesellschaft ausgeht. Angesichts dessen, dass alltägliche an medialen Praktiken gemessen werden und im Sinne Debords und Baudrillards (1982) das Spektakel dominiert bzw. das Simulakrum, die endlose mediale Reproduktion des Realen, die »eigentliche Wahrheit« darstellt, wird in der interpretativen Ethnographie der ethnographische Realismus dekonstruiert und damit auch die Konzeption von Wahrheit, die Aussagen daran misst, dass sie Ereignisse in der realen Welt angemessen wiedergibt. Diese erweist sich als Konstruktion bzw. historische

Fiktion, wie z.B. die feministische Kritikerin und Filmemacherin Trinh in der Tradition von Godard hervorhebt:

»The belief that there can exist such a thing as an outside foreign to the inside, an objective, unmediated reality about which one can have knowledge once and for all, has been repeatedly challenged by feminist critics [...] realism as one form of representation defined by a specific attitude toward reality is widely validated to perpetuate the illusion of a stable world« (Trinh 1991: 164).

Eine hier anschließende Kritik lautet, dass der ethnographische Realismus von vornherein durch die Darstellungsformen und narrativen Strategien der Massenmedien geprägt sei und den soziologischen Diskurs in der Figur des Geschichtenerzählers mit einem notwendigen empirischen Gerüst versorge. In der zeitgenössischen Medienkultur ist jedoch eine Dekonstruktion der Opposition zwischen Fakten- und Fiktions-Diskursen erforderlich, was Godard, aber auch Erving Goffman (1977) in seinen ethnographischen Studien der eigenen Kultur bereits vorführten. Hierzu muss vor allem die Funktion von Erzählungen im Alltag und im soziologischen Diskurs bestimmt werden. Wie Charles Lemert (1997) pointiert und provokativ feststellt, besteht die Soziologie – und ähnliches gilt für die qualitative Sozialforschung – zum Teil aus Geschichten von Menschen, die sie über ihre Erfahrungen und Erlebnisse im sozialen Leben erzählen.

Die interpretative Ethnographie entlarvt den realistischen Ethnographen als Voyeur, der in den Dispositiven der Überwachungsgesellschaft vorgeben kann, »authentische« Darstellungen gelebter Erfahrungen wiederzugeben (Denzin 1995). Des Weiteren erkennt sie die narrativen Strukturen in Alltag und Wissenschaft an, arbeitet sie heraus und experimentiert mit ihnen. Ereignisse, Erfahrungen und Erlebnisse existieren nicht unabhängig von ihren Repräsentationen, sondern können in ihnen Gestalt, Geschlossenheit und Kohärenz gewinnen. Deshalb kann, so die Auffassung der neueren qualitativen Forschung, gelebte Erfahrung nicht direkt wiedergegeben werden, sondern im Untersuchungsprozess und im Text, den der Wissenschaftler schreibt, wird sie in gewisser Weise erst geschaffen, was sich mit Godards Analyse der Rolle der Kamera bei der Schaffung von Filmwirklichkeiten deckt. Eine qualitative Medienforschung, die sich der interpretativen Ethnographie bedient, wird deshalb die narrativen Prozesse in Medien und Alltag ins Zentrum rücken, um der Perspektive der Informanten möglichst gerecht zu werden.

Gelebte Erfahrungen sind durch soziale, institutionelle und mediale Diskurse vermittelt. Deshalb sollten im Forschungsprozess die erlebten

Wirklichkeiten auch sozial und medial kontextualisiert werden. Nur auf diese Weise kann die Textur gelebter Wirklichkeiten in der »cinematic society« die Perspektive der Untersuchten freigeben. Ein weiterer hiermit zusammenhängender Aspekt der interpretativen Ethnographie ist ihre Selbstreflexivität. Da davon ausgegangen wird, dass es keine unvoreingenommene Forschung geben kann, kommt der Reflexivität die Funktion zu, für eigene Vorannahmen zu sensibilisieren, sich der eigenen sozialen Verankerung bewusst zu werden und offen für andere Perspektiven auf die untersuchten Welten zu sein. Das Selbst des Forschers¹³, seine sozialen und moralischen Verpflichtungen, seine Auffassungen werden kritisch reflektiert, um der Perspektive des Anderen gerecht zu werden. Dabei impliziert Selbstreflexivität aber nicht, dass ein »wahreres« Wissen der Welt möglich ist (Haraway 1997: 16).

Für unseren Zusammenhang kommt der interpretativen Ethnographie aber auch deshalb große Bedeutung zu, weil sie die Methodendiskussion im Kontext der »cinematic society« führt, sich also fragt, welche Methoden in einer durch Spektakel geprägten Mediengesellschaft sinnvoll sind. So empfiehlt Norman Denzin z.B. die Methode des reflexiven Interviews (2003: 57-76) für die »cinematic society«, auf die ich kurz eingehen möchte, um die Parallelen und Affinitäten zu Godard noch deutlicher herauszuarbeiten. Denzin (2003: 57ff) stellt zunächst fest, dass wir in einer Second-hand-Welt von Bedeutungen leben, die durch die Medien der postmodernen Gesellschaft vermittelt werden. Die Kultur ist eine visuell dominierte Medienkultur, in der dramaturgische Inszenierungen und durch die Medien geprägte Erzählungen die Oberhand gewonnen haben. Das reflexive Interview soll nun eine Möglichkeit sein, dem Zustand Rechnung zu tragen, dass Subjektivität immer mehr durch Geschichten vermittelt wird, die durch Interviews produziert worden sind. »The reflexive interview is simultaneously a site for conversation, a discursive method, and a communicative format that produces knowledge about the self and its place in the cinematic society – the society that knows itself through the reflective gaze of the cinematic apparatus« (Denzin 2003: 58).

Das Interview ist eine Bekenntnispraktik, die zu einer öffentlichen Form der Unterhaltung geworden ist. Das Stellen von Fragen, die Anforderung, eine Geschichte zu erzählen, bringt situierte Erzählungen des

13 Auch hier gibt es eine Parallele zu Godard, auf die ich hinweisen möchte. Seine Filme sind in der Regel stark autobiographisch geprägt. So stellt Theweleit (1995: 25) fest: »Zeigen, was mit den Leuten los ist, war immer sein Begehrt. Dies geht, wie in einer Psychoanalyse nur, wenn man nicht verheimlicht, was mit einem selber los ist. Godards Filme taten das nie. Dadurch haben sie die Eigenschaft, sich fortzusetzen in die Wohnorte und Lebensabläufe derer hinein, die sie sehen«.

Selbst hervor. Denzin unterscheidet dann zwischen verschiedenen Formen des Interviews, die dem Interviewer unterschiedliche Positionen zuweisen. Im »objektiv neutralen« Format benutzt er einen strukturierten oder semi-strukturierten Leitfaden, um zu Informationen zu gelangen. Die Geschichte, die erzählt wird, wird von ihm, so seine Auffassung, nicht beeinflusst. Im Entertainment- bzw. investigierenden Format versucht der Interviewer, mit unterschiedlichen Methoden an eine Geschichte zu kommen, die er gewinnbringend verkaufen kann. Im auf Mitarbeit angelegten, aktiven Format treten die Identitäten von Interviewer und Interviewten in den Hintergrund. Eine Konversation entsteht, und eine Geschichte wird zusammen erzählt. Das von Denzin präferierte Format ist das reflexive Interview, das von einer dialogischen Beziehung getragen wird.

»In this relationship, a tiny drama is played out. Each person becomes a party to the utterances of the other. Together, the two speakers create a small dialogic world of unique meaning and experience. In this interaction, each speaker struggles to understand the thought of the other, reading and paying attention to such matters as intonation, facial gestures, and word selection« (Denzin 2003: 67).

Am Beispiel von Filmen veranschaulicht er dann die unterschiedlichen Interviewformate. Dabei kommt Trinh's Film *Surname Viet Given Name Nam* (1989) eine Schlüsselrolle zu, weil er den Gebrauch von »objektiv neutralen« Interviews in Dokumentarfilmen, die nicht dialogisch angelegt sind, kritisch vorführt. In Dokumentarfilmen ist der Filmemacher/Interviewer ein Beobachter, der über seine Erfahrungen und Erlebnisse mit Menschen in einer realen Welt berichtet. Die ästhetischen Strategien des dokumentarischen Interviews, das auch wesentliches Element von Fernsehnachrichten und -reportagen ist, vermitteln dem Zuschauer den Eindruck, dass er unmittelbaren Zugang zur Wirklichkeit habe (Trinh 1991: 40). Trinh's Film dagegen ist dialogisch angelegt, die Grenzen zwischen Tatsache und Fiktion verwischen. Ebenso entpuppen sich Bedeutungen als politische Konstruktionen. Wie Godard spielt die Regisseurin mit der Rahmenstruktur von Filmen und ihren Konstruktionen von Wirklichkeiten, um vielfältige Erfahrungen zu ermöglichen. Im Anschluss an Trinh fordert Denzin deshalb eine Intensivierung von Reflexivität:

»I want to cultivate a method of patient listening, a reflexive method of looking, hearing, and asking that is dialogic and respectful. This method will take account of my place as a constructor of meaning in this dialogic rela-

tionship [...]. I will use the reflexive interview as a tool for intervention [...]. I will use it as a method for uncovering structures of oppression in the life worlds of the persons I am interviewing« (Denzin 2003: 75).

Das Forschen in der »cinematic society« erfordert neue Methoden, um deren Ideologien und Mythen zu dekodieren, eine gemeinsame Konstruktion von Bedeutungen zu erlauben und eine Politik des Möglichen zu schaffen.

Schluss

Mein Beitrag sollte zeigen, dass es Affinitäten und Parallelen in der Medienkritik von Godard, der Frankfurter Schule und den Cultural Studies gibt. In allen drei Traditionen ist sie in eine Gesellschaftskritik eingebunden. Während Adorno sich von den audiovisuellen Medien abwendet und auf die negative Dialektik setzt, vertiefen sich Godard und neuere Ansätze der Cultural Studies wie die interpretative Ethnographie in die Analyse audiovisueller Techniken und Strukturen sowie in die Dekonstruktion der durch sie geschaffenen Welten. Sie zeigen den Prozess- und Produktionscharakter gesellschaftlicher Wirklichkeiten auf und forschen nach Möglichkeiten, sie zu verändern. In beiden Traditionen geht es darum, die Medienkompetenz der Zuschauer zu steigern und ihre Wahrnehmungs-, Erfahrungs- und Handlungsmöglichkeiten zu erweitern. Godards souveräner und dekonstruierender Umgang mit der Tradition des Films enthält erhellende und weiterführende Einsichten für die zu erneuernde Methodendiskussion einer Medien- und Kommunikationssoziologie bereit, die Medienkritik mit Gesellschaftskritik verbinden möchte.

Literatur

- Aurich, Rolf/Jacobsen, Wolfgang/Schnauber, Cornelius (Hg.) (2001): Fritz Lang. Leben und Werk. Bilder und Dokumente, Berlin: Jovis Verlag.
- Barthes, Roland (1964): *Mythen des Alltags*, Frankfurt/M.: Suhrkamp (orig. 1957).
- Baudrillard, Jean (1982): *Der symbolische Tausch und der Tod*, München: Matthes & Seitz.

- Baumeister, Biene/Negator, Zwi (2005): Situationistische Revolutions-
theorie. Eine Aneignung. Vol. I: Enchiridion, Stuttgart: Schmetter-
ling Verlag.
- Bazin, André (2004): Was ist Film? Berlin: Alexander Verlag.
- Beck, Ulrich (1986): Die Risikogesellschaft. Auf dem Weg in eine an-
dere Moderne, Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Beech, David (2003): »Godard – ein Banause?«. In: James Ga-
reth/Florian Zeyfang (Hg.), I said I love. That is the promise. Die
TVideopolitik von Jean-Luc Godard, Berlin: b_books, S. 30-59.
- Bellour, Raymond (2004). »For Ever Divided«. In: Michael Tem-
ple/James Williams/Michael Witt (Hg.), For Ever Godard, London:
Black Dog Publishing, S. 11.
- Büttner, Elisabeth (1999): Projektion. Montage. Politik. Die Praxis der
Ideen von Jean-Luc Godard und Gilles Deleuze, Wien: Synema.
- Dancy, Serge (2000): Von der Welt ins Bild. Augenzeugenberichte eines
Cinephilen, Berlin: Vorwerk.
- Debord, Guy (1996): Die Gesellschaft des Spektakels, Berlin: Edition
Tiamat (orig. 1967).
- Deleuze, Gilles (1993): »Drei Fragen zu six fois deux« (Godard). In:
ders., Unterhandlungen 1972-1990, Frankfurt/M.: Suhrkamp, S. 57-
69.
- Denzin, Norman K. (1995): The Cinematic Society. The Voyeur's Gaze,
London/Thousand Oaks/New Delhi: Sage.
- Denzin, Norman K. (2003): »The Cinematic Society and the Reflexive
Interview«. In: ders. (Hg.), Performance Ethnography. Critical Peda-
gogy and the Politics of Culture, London/Thousand Oaks/New Delhi:
Sage, S. 57-76.
- Felski, Rita (2005): »The Role of Aesthetics in Cultural Studies«. In:
Michael Bérubé (Hg.), The Aesthetics of Cultural Studies, Lon-
don/New York: Routledge, S. 28-43.
- Fiske, John (1994): Media Matters. Everyday Culture and Political
Change, Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Foucault, Michel (1976): Überwachen und Strafen. Die Geburt des Ge-
fängnisses, Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Gareth, James/Zeyfang, Florian (Hg.) (2003): I said I love. That is the
promise. Die TVideopolitik von Jean-Luc Godard. Berlin: b_
books.
- Göttlich, Udo/Winter, Rainer (Hg.) (1999): Politik des Vergnügens. Zur
Diskussion der Populärkultur in den Cultural Studies, Köln: Herbert
von Halem Verlag.
- Goffmann, Erving (1977): Rahmen-Analyse. Ein Versuch über die Or-
ganisation von Alltagserfahrungen, Frankfurt/M.: Suhrkamp.

- Haraway, Donna (1997): Modest_Witnesses@Second_Millennium, Lon-
don/New York: Routledge.
- Hall, Stuart (2004): »Das Spektakel des Anderen«. In: ders., Ideologie,
Identität, Repräsentation. Ausgewählte Schriften 4 (hg. von Juha
Koivisto und Andreas Merkens), Berlin/Hamburg: Argument, S. 108-
166.
- Hall, Stuart/Critcher, Chas/Jefferson, Tony/Clarke, John/Roberts, Brian
(1978): Policing the Crisis, London: Macmillan.
- Horkheimer, Max/Adorno, Theodor W. (1969): Dialektik der Aufklä-
rung. Frankfurt/M.: S. Fischer (orig. 1947).
- Kahn, Richard/Kellner, Douglas (2003): »Internet Subcultures and Op-
pistional Politics«. In: David Muggleton/Rupert Weinzierl (Hg.), The
Post-Subcultures Reader, Oxford/New York: Berg, S. 299-314.
- Kellner, Douglas (1982): »Kulturindustrie und Massenkommunikation«. In:
Wolfgang Bonß/Axel Honneth (Hg.), Sozialforschung als Kritik.
Zum sozialwissenschaftlichen Potential der Kritischen Theorie,
Frankfurt/M.: Suhrkamp, S. 482-515.
- Kellner, Douglas (2003): Media Spectacle, London/New York: Rout-
ledge.
- Kellner, Douglas (2005a): »Der Triumph des Medienspektakels«. In:
Rainer Winter (Hg.), Medienkultur, Kritik und Demokratie. Der
Douglas Kellner Reader, Köln: Herbert von Halem, S. 187-241.
- Kellner, Douglas (2005b): »Neue Medien, neue Kompetenzen: Zur Be-
deutung von Bildung im 21. Jahrhundert«. In: Rainer Winter (Hg.),
Medienkultur, Kritik und Demokratie. Der Douglas Kellner Reader,
Köln: Herbert von Halem, S. 274-305.
- Kipfer, Daniel (1999): Individualität nach Adorno, Tübingen: Francke
Verlag.
- Lemert, Charles (1997): Postmodernism Is Not What You Think, Mal-
den, MA: Blackwell Publishers.
- Maccabe, Colin (2003): Godard. A Portrait of the Artist at 70, London:
Bloomsbury.
- Mccaughey, Martha/Ayers, Michael D. (Hg.) (2003): Cyberactivism.
Online Activism in Theory and Practice, London/New York: Rout-
ledge.
- Rorty, Richard (1989): Kontingenz, Ironie und Solidarität, Frankfurt/M.:
Suhrkamp.
- Sheikh, Simon (2003): »Nummer Eins und Nummer Zwei und der Null-
punkt: Jean-Luc Godard zwischen Film, Video und Kunst«. In:
James Gareth/Florian Zeyfang (Hg.), I said I love. That is the pro-
mise. Die TVideopolitik von Jean-Luc Godard. Berlin: b_
books, S. 124-165.

- Steinert, Heinz (1998): Kulturindustrie, Münster: Westfälisches Dampfboot.
- Temple, Michael/Williams, James S./Witt, Michael (Hg.) (2004): For Ever Godard, London: Black Dog Publishing.
- Theweleit, Klaus (1995): One+One, Berlin: Brinkmann & Bose.
- Trinh T., Minh-ha (1991): When the Moon Waxes Red: Representation, Gender and Cultural Politics, New York: Routledge.
- Winter, Rainer (2001): Die Kunst des Eigensinns. Cultural Studies als Kritik der Macht. Weilerswist: Velbrück Wissenschaft.
- Winter, Rainer (2004): »Critical Pedagogy«. In: George Ritzer (Hg.), Encyclopaedia of Social Theory, Vol. 1. London: Sage, S. 163-167.
- Winter, Rainer (Hg.) (2005): Medienkultur, Kritik und Demokratie. Der Douglas Kellner Reader, Köln: Herbert von Halem.

»ZU SCHÖN, UM WAHR ZU SEIN«.

BILDKRITIK DES FERNSEHENS

RALF ADELMANN

Das Fernsehen in den Mittelpunkt von Überlegungen zur Bildkritik zu stellen, ist auf den ersten Blick nicht weiter ungewöhnlich. In der Fernsehgeschichte bot sein visueller Anteil immer wieder die Angriffsfläche für die Kritik am televisuellen Medium. Fernsehbildern wurde häufig jene suggestive Kraft unterstellt, die für die negativen Folgen wie Sucht, Manipulation und ›Verdummung‹ verantwortlich ist.¹ Eine andere Seite der frühen Bildkritik findet sich beispielsweise bei Marshall McLuhan in einer Aussage, die im Licht seiner Medientheorie eine positive Eigenschaft des Mediums Fernsehen hervorhebt: »Das Fernsehbild ist visuell gesehen datenarm« (McLuhan 1964/1992: 357). Im Vergleich zu Fotografie und Film sieht McLuhan die Stärke des Fernsehbildes auf Seiten der Rezipienten: Durch die ›Datenarmut‹ seiner Bilder werden die Zuschauer gezwungen, ein aktives Verhältnis zum Medium aufzubauen. Dadurch ist das Fernsehen »vor allem eine Erweiterung des Tastsinns« (McLuhan 1964/1992: 378). Diese überraschende Verbindung von Taktilität und Fernsehen eröffnet die Möglichkeit einer aktiven und – im wahrsten Sinne des Wortes – begreifenden Rolle des Zuschauers. Fällt diese ›Datenarmut‹ weg, verliert sich ein wichtiges Abgrenzungskriterium des Fernsehens zu anderen Medien.

Ausgehend von diesen Mediendefinitionen bei McLuhan erscheint es nach einer technikhistorischen Zäsur wie der momentanen Digitalisierung des Fernsehens durchaus sinnvoll, sich erneut zu fragen, wie sich das Medium geändert hat und wie sich Bildkritik im Sinne neuer Aktivierungsformen im Fernsehen wieder findet. In diesem Sinne wird Bildkri-

¹ Bei Adorno, dessen differenzierte Haltung zum frühen Fernsehen ansonsten bemerkenswert ist, kann man zur ›Verdummung‹ folgendes lesen: »Die Lücke, welche der Privatexistenz vor der Kulturindustrie noch geblieben war, solange diese die *Dimension des Sichtbaren* [Herv. R.A.] nicht allgegenwärtig beherrschte, wird verstopft« (Adorno 1963: 69). Diese ›Verstopfung‹ führt nach Adorno dann zu einer Verwechslung zwischen sozialer Wirklichkeit und Fernsehwirklichkeit. »Das verstärkt die Rückbildung [beim Fernsehzuschauer; R.A.]: die Situation verdummt [...]« (Adorno 1963: 75).