

# Die Bewusstseinsindustrie. Theoretische und methodische Dimensionen

Prof. Dr. Jörg Becker

Vortrag auf dem 7. Brannenburger Forum für nachhaltige Entwicklung  
im Verdi-Bildungszentrum Haus Brannenburg, 30. August 2017

# Produktion von Information = Produktion von materiellen Gütern?

- Alexis de Tocqueville (1835) Literatur*industrie*
- Theodor W. Adorno und Max Horkheimer (1944) Kultur*industrie*
- Horence Powdermaker (1950) Hollywood als Traum*fabrik*
- Fritz Machlup (1962) Wissens*industrie*
- Hans-Magnus Enzensberger (1964) Bewußtseins*industrie*

# Kritische Theorie - Max Horkheimer und Theodor W. Adorno (1944)

- Das Individuum wird von der Kulturindustrie auf die Konsumentenrolle reduziert.
- Die Kulturindustrie speist die Konsumenten mit oberflächlichen Nichtigkeiten ab.
- Aufklärung als Massenbetrug

# Antispringerkampagne



1966, Israel National Photo Collection, Photography department - Government Press Office, [wikimedia.org](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Antispringer.jpg)

- Bild-Zeitung als Manipulationsmaschine
- Zeitungsmonopol (80% der westdeutschen Presse gehören dem Springer-Verlag)
- SDS
  - „Enteignet Springer!“
  - „demokratische Kontrolle der Presse“
  - „Boykott der Springer-Zeitungen“
- 1. Februar 1968: Springer-Tribunal in Berlin

# Attacken gegen Kritische Theorie und Manipulationstheorien linker Studenten mit positivem Verweis auf positivistische/US-amerikanische Empirie

- SPD: Peter Glotz (1969): „Verpöbelungsideologien“
- CDU-affin: Elisabeth Noelle-Neumann (2006): „Adorno [polemisierte] in seinen Texten, ohne seine Behauptungen belegen zu können.“
- Marktforscher: Otto W. Haseloff (1969): Die Linke stempelt Medienrezipienten als „extrem naiv, suggestibel und unintelligent“ ab.

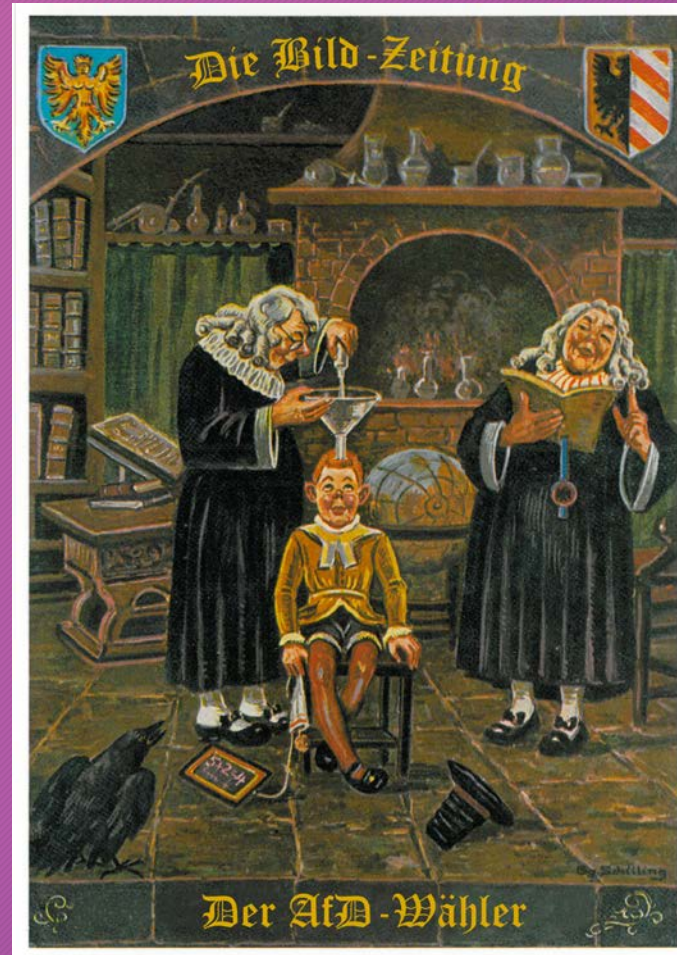


1988, Engelbert Reineke, wikimedia.org



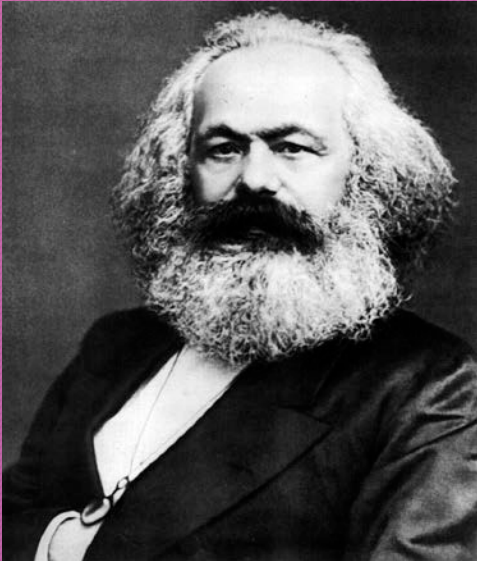
1962, Rolf Unterberg, wikimedia.org

# Linke Manipulationstheorie?



Ansichtskarte Nürnberger Trichter/Mechanische Karte Farblitho ca. 1905

# Ökonomische Grundlagen: Medien (1)



John Jabez Edwin Mayall -  
International Institute of Social  
History in Amsterdam, Netherlands

Karl Marx (1842): „Die erste Freiheit der Presse besteht darin, kein Gewerbe zu sein.“

# Ökonomische Grundlagen: Medien (2)

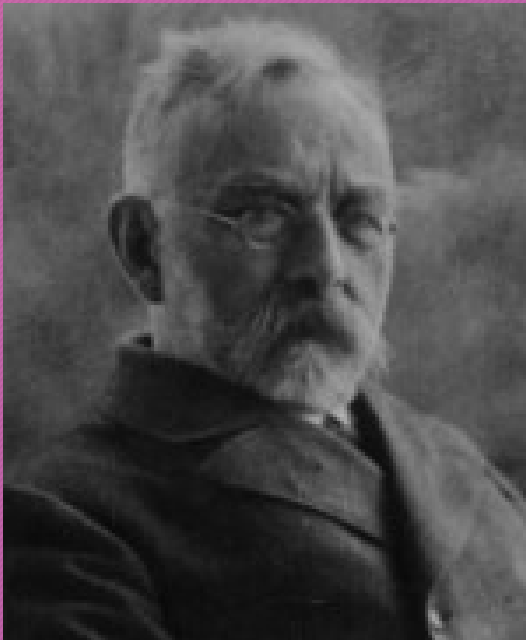


1905 Rudolf Dührkoop -  
Hamburgische Männer und Frauen  
am Anfang des XX. Jahrhunderts,  
Hamburg

Hermann Dietz (1910): „Das Verflachen und Verblässen ist eine der wichtigsten Voraussetzungen des großgewerblichen, fabrikartigen oder warenhausmäßigen Zeitungsbetriebs. [...] Von einer gewissen Grenze ab wird ein vielgelesenes Blatt mit Notwendigkeit schlecht, weil es nicht mehr an die Wichtigkeit der Dinge, ja nicht einmal mehr an die Wünsche und der Bedürfnisse der Leser, sondern lediglich an die Inserenten und an die Papierpreise denkt.“



# Ökonomische Grundlagen: Medien (3)



Universitätsarchiv Leipzig, N01455

Karl Bücher (1926): „Die Redaktion ist für die kapitalistische Erwerbsunternehmung nicht weiter als ein lästiger Kostenbestandteil, der gebraucht wird, um die Annoncen vor die Augen von Menschen zu bringen, auf die sie wirken können [...] Also ist die Zeitung ein Erwerbsunternehmen, das Annoncenraum als Ware erzeugt, die nur durch einen redaktionellen Teil verkäuflich wird.“

# Ökonomische Grundlagen: Werbung

Paul A. Baran und Paul M. Sweezy (1973): „Die Funktion der Werbung und heute vielleicht ihre Hauptfunktion ist es [...], im Interesse der Produzenten und Verkäufer von Konsumgütern einen unnachgiebigen Krieg gegen das Sparen und für den Konsum zu führen. Und diese Aufgabe kann sie am besten erledigen, indem sie Änderungen in der Mode verursacht, neue Bedürfnisse schafft, neue Maßstäbe für den gesellschaftlichen Status setzt, neue Besitzformen erzwingt.“

# Chomskys Propagandamodell (1974) mit 5 Filtern

1. Medienbesitz basiert auf Großkapital.
2. Werbeinnahmen bestimmen Inhalte.
3. Regierungen und Großkonzerne bestimmen Inhalte.
4. Regierungen verfügen über eigene Kommunikationskanäle.
5. Ideologie des Antikommunismus

## *Kritik:*

- nicht falsch, aber sehr simple Gesellschaftsanalyse
- in der Kommunikationsforschung nicht operationalisierbar



2015, Cancillería del Ecuador, Flickr

# Definition von Zeitung

Ein Zeitungsverlag ist ein kapitalistisches Unternehmen, das die Rezipienten seiner Medienprodukte an die Werbung treibende Industrie verkauft (Einzelhandel, Aldi, Lidl, Obi, Kleinanzeigen usw.). Um seine Rezipienten dazu zu motivieren, Werbung zu rezipieren, bietet ihnen der Verlag kostenlose journalistische Inhalte an.

- Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern (IVW): Zeitungsauflagen
- Institut für Demoskopie, Allensbach (AWA): Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse
- Gesellschaft für Konsumforschung, Nürnberg (GfK): TV-Einschaltquoten
- Arbeitsgemeinschaft Online Forschung (AGOF): Reichweiten im Internet
- Public Relations-Agenturen
- Werbeagenturen
- Media-Agenturen

# Werbung: Calwer Zeitung von 1848

7

**Außeramtliche Gegenstände.**

**C a l w.**  
Der Unterzeichnete hat aus Auftrag seiner Nichte eine gefestigte zweifach verlichene Pfandfchein mit 300 fl. rro. 16. April 1847 C. M. Calw) gegen baare Geld gleich oder in 4 Wochen auszulösen.  
J. Christof Naschold.

**Stuttgart.**  
**Kaisten-, Stiefel- und Walkhölzer-Empfehlung.**  
Alle Sorten schön gearbeitete Käste, Stiefel und Walkhölzer, sind zu haben, auch werden Bestellungen darauf angenommen, und schnell angeführt, in der Kaisten-Niederlage Marktstraße No. 8.

**C a l w.**  
Nächsten  
Mittwoch den 12. Jan.  
Morgens 8 Uhr  
wird im Gasthof zum Kreuzbrunnen eine Fahrniß-Versteigerung gegen baare Bezahlung abgehalten, wobei verkammt:  
1/2 Duzend silberne Kaffe-Küffel, Teller, ein Tuchmantel, mehrere Marrazen, Bettgewand und Leinwand, Küchengeschirre, besonders von Zinn, Schreinwerk, worunter mehrere Kisten, Kammern, ein moderner Sopha mit Messing, ein Knecht, zwei gefüllte Besten, Kaffee- und Baugeschirre und allgemeiner Hausrath.  
Calw. Nächsten Sonntag sowie die ganze Woche über sind feine Längentischeln zu haben bei  
Mathias Walter.

**S i r s a u.**  
In der Sehnstweiser dahier werden am  
Montag den 10. Jan.  
Morgens 9 Uhr  
gegen baare Bezahlung im öffentlichen Aufsteich verkauft:  
ca. 600 Stuck Dinkel und Ha-

berstrob,  
einige Scheffel Dinkel Durchschlag und  
etwas Geschüttel,  
wofür die Liebhaber eingeladen werden.  
**Der von Doktor Hamilton**  
Professor der Chemie in London  
erfundene  
**Haarbalsam**  
ist noch nicht allgemein so bekannt, wie solcher wegen seiner guten Eigenschaften es zu sein verdient.  
Was den feinsten Kräutern gezogen, enthält derselbe vermöge seiner zweckmäßigen Zusammenfügung keine mineralische, wie überhaupt keine dem Haare schädliche Bestandtheile; und sollte dieser Balsam allen andern Haarwuchsfördernden Mitteln vorgezogen werden.  
Derselbe ist besonders denjenigen zu empfehlen, welche Pomade nicht sehr lieben, indem der Hamilton'sche Balsam, alle 8 Tage mehrere Tropfen auf der kahlen Hand verreiben, denselben neben Glanz zugleich vorzüglichste Geschmeidigkeit giebt, und werden alle diejenigen die sich dieses vorzüglichen Parfüms bedienen, später nie mehr Lust bekommen, statt diesem wieder Pomade zu benutzen.  
Weil entfernt, diesen Balsam als Universalmittel gegen alle Kopfschmerzen und Glatzen anzunehmen zu wollen, (wie derlei Anzeigen so häufig in den Zeitungen verkommen) wird der Besuch mit einem einzigen Bläschen schon den gewünschten Nutzen außer allen Zweifel stellen. Um jedoch die Anschaffung zu erleichtern und Jedermann möglich zu machen, sind verguldetes, haarnachbeförderndes ganz unschädliches Mittel kaufen zu können, so sind folgende Preise festgesetzt:  
1 Bläschen hinreichend auf ein halbes Jahr, 15 kr.  
1 Bläschen hinreichend auf ein Jahr, 30 kr.  
1 Bläson zu Präsenten sich eignend 48 kr.  
und befindet sich die alleinige Nie-

berlage für Calw und Umgegend bei  
**H. Gindlin**  
in der Fledergasse.  
**W i l d b a d.**  
(Weinverkauf).  
38 Eimer rein gehaltene 1846er Weine vom Jans und Ausland im Preise zu 70 fl. — 100 fl. so wie 10 Eimer 1844er und 1845er Nefars Wein zu 44 fl. — 55 fl. per Eimer biere zum Verkauf aus, und sind von demselben täglich Proben zu haben.  
**H. Koppier.**  
**L i e b e n z e l l.**  
Gutes Dablersches Bier ist wieder zu haben bei  
**G. W. Liesching**  
i. obern Bad.  
**U l t h e n g a t t.**  
Es ist eine Kette gefunden worden zwischen Stiefelbein und Misenhant; der Eigentüme kann sie abholen gegen Kostenerzatz bei  
Kobler, Metzger.  
**C a l w.**  
Heute Wiederkehr mit Gesang im badischen Hof.  
**C a l w.**  
Zu vermieten auf nächst Lichtmess oder Oergil: das obere Logis für eine stille Haushaltung bei  
Schmidt, Härber.  
**C a l w.**  
(Dankagung).  
Für die vielen Wohlthaten, die meinem seligen Schwiegervater, J. Helfferich erwiesen wurden, so wie für die Leichenbegleitung sage ich im Namen sämmtlicher Hinterbliebenen meinen herzlichsten Dank.  
Siedler Stiefel.  
**C a l w.**  
Herr Salzenfeder Schlatterer hat zur Kleinkinderschulpflege 5 fl. 24 kr. übergeben, mit der Bemerkung, daß diese Gabe anstatt der früher üblichen, deuer aber unterlassenen Ausheilung von kleinen Kindern

# Gatekeeper als Filter (Top-Down-Modell, Hierarchien)

- transnationale Medienkonzerne
- Wort- und Bild-Nachrichtenagenturen
- Chefredakteur (innere Pressefreiheit, Redaktionsstatuten)
- Arbeitsrecht und Journalismus (Beispiel Springer-Verlag)
- individuelle Selbstzensur

# Ideologiekritik als Methode

- Karl Marx: materialistische Sozialphilosophie
- Karl Marx: Ideologie als „notwendig falsches Bewusstsein“
- Theodor W. Adorno (1957): positivistische Empirie ist Verdoppelung von Ideologie
- Deswegen ist kritische Kommunikationsforschung keine Medienforschung, sondern Gesellschaftsanalyse.

# Diskursanalyse als Methode

- Wilhelm Humboldt: idealistische Sprachphilosophie
- Ideologie = dogmatische Ideen
- linguistische Empirie
- Deswegen sind Diskurstheorie und germanistische Medienforschung als Teil der Geistes- und Ideengeschichte machtblind und ungeeignet für eine Gesellschaftsanalyse.



# Medien und Gesellschaft: Beispiel Kinder

- In schweigenden Familien erhöht TV-Konsum das Schweigen.
- In kommunikativen Familien erhöht TV-Konsum die Kommunikation.
- Wer als Kind überbehütet erzogen wurde und deswegen keine Frustrationstoleranz entwickeln konnte, neigt zu intensiver Nutzung von social media mit deren Möglichkeit zu sofortiger Lusterfüllung.
- Wichtigstes Ziel von Medienerziehung ist nicht Medienkompetenz, sondern Autonomie und soziale Kompetenz. Erziehung ist insofern Teil einer angewandten Gesellschaftsanalyse.

# Soziale Aneignung von Medien

- Es gibt keinen Aneignungsprozess ohne Berücksichtigung des sozialen Umfelds des Rezipienten. Der Rezipient ist nie eine black box. Allerdings ist der Rezipient strukturell schwächer als der Medienproduzent.
- Zwei-Stufen-Fluss der Kommunikation (Paul Lazarsfeld)
- Vermeidung kognitiver Dissonanzen (Leon Festinger)
- Verstärkung präkommunikativer Meinungen
- selektive Wahrnehmung
- Die Informationsreichen werden immer reicher, die Informationsarmen immer ärmer. (Phillip J. Tichenor u. a.)

# Freiräume der sozialen Medienaneignung durch autonome Nutzer

- Realitätsvergleich
- zwischen den Zeilen lesen
- gegen den Strich lesen
- entlarven
- auslachen, Humor als Herrschaftskritik

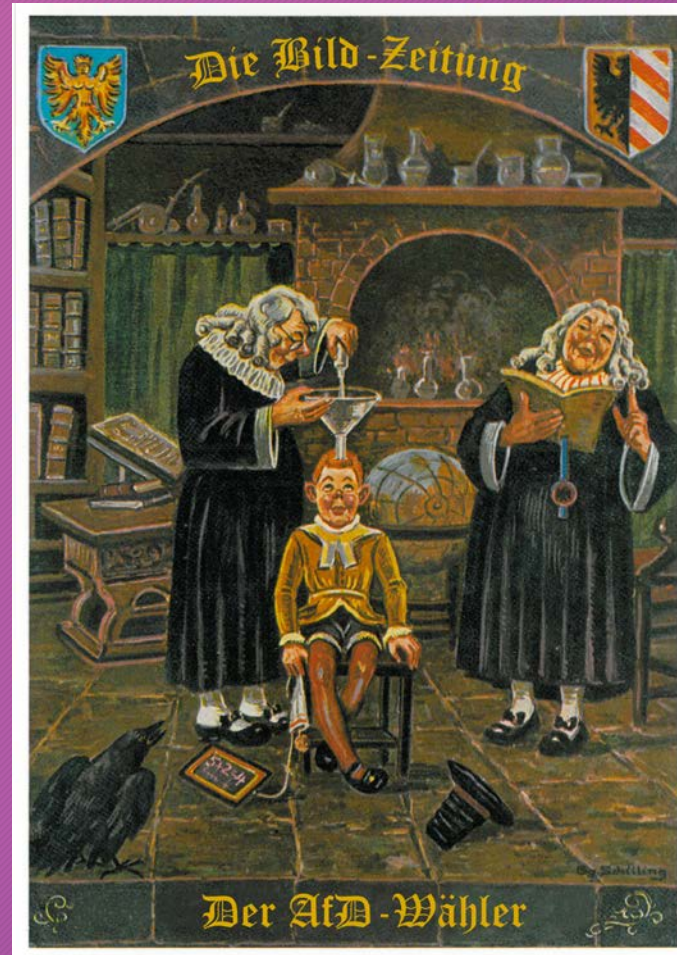
# Die Ambivalenz von Medienprodukten in ihrer sozialen Aneignung

- Unterhaltung und Politik müssen keine Gegensätze sein. (Bertolt Brecht)
- Das Politische liegt im Unpolitischen. (Siegfried Kracauer)
- Auch bürgerlicher Kitsch enthält Anteile an sozialer, progressiver Utopie. (Ernst Bloch)
- Popkultur kann subversive und widerständige Elemente enthalten (Stuart Hall).
- Kommunikationsguerilla (z.B. Camouflage, Verfremdung, Entwendung, Schockwerbung) „Ist die beste Subversion nicht die, Codes zu entstellen, statt sie zu zerstören?“ (Roland Barthes)
- Der Bild-Zeitungsleser ist schlauer als die Bild-Zeitung. (Hans-Magnus Enzensberger)
- Der kulturelle Untergrund verwandelt sich in den mainstream (Alternativzeitung Pflasterstrand von Daniel Cohn Bendit) – das Staatsfeuilleton einer Zeitung lässt kulturelle, nicht aber ökonomische Widersprüche zu (FAZ).

# Manipulation?

- Ja - selbstverständlich! Aber Unterschied zwischen
- intentionaler Manipulation und struktureller Manipulation.
- Es gibt in der Sozialwissenschaft keine widerspruchsfreie Verbindung zwischen einem Akteurs- und einem Strukturansatz.

# Linke Manipulationstheorie?



Ansichtskarte Nürnberger Trichter/Mechanische Karte Farblitho ca. 1905

Vielen Dank für ihre Aufmerksamkeit!