

## Grundlagen der Kommunikations- und Medientheorie

Gerald Steinhardt

SS 2003

<http://www.media.tuwien.ac.at/g.steinhardt>

### Hinweis

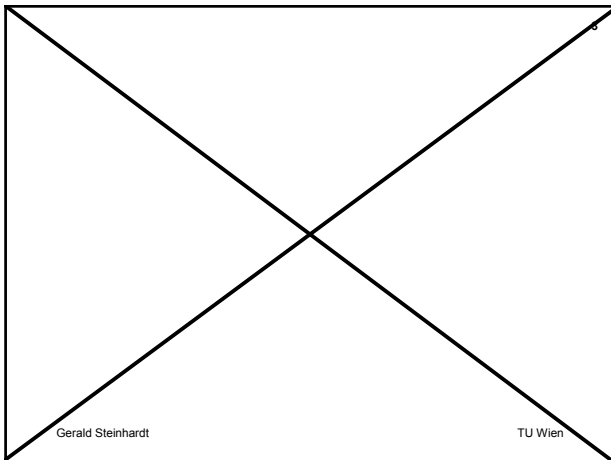
Diese Folien stellen didaktisches Material dar, das in der Vorlesung unterstützend zur Veranschaulichung eingesetzt wurde.

Sie sind keine vollständige Darstellung des Inhalts der Vorlesungseinheit, sondern beinhalten die wichtigsten Aspekte schlagwortartig in verkürzter Form (d.h. ohne ausführliche Argumentation und ergänzende Erläuterung).

Daher können die Folien weder den Besuch der Vorlesung ersetzen noch geben sie den Prüfungsstoff vollständig wieder.

Gerald Steinhardt

TU Wien



### Aktuelles Beispiel

#### USA

Demokratie  
friedlich

Leben + Entfaltung  
gut

#### Irak

Diktatur  
besitzt Massenvernichtungs-  
waffen

Tod + Unterdrückung  
böse

Gerald Steinhardt

TU Wien

5

**Wolfowitz:** keine akute Bedrohung durch irakische Massenvernichtungswaffen

Paul Wolfowitz

- stellvertretender US-Verteidigungsminister und
- neokonservativer Vordenker des Irakkriegs

gibt jetzt zu:

**Es gab keine akute Bedrohung durch irakische Massenvernichtungswaffen**

Gerald Steinhardt

TU Wien

6

**Medien - Funktion 3**

Elektronische Medien

ermöglichen die Bildung von Öffentlichkeit =

Voraussetzung für

- in lebensweltliche Kontexte eingebundenes verständnisorientiertes Handeln und für
- sprachliche Konsensbildungsprozesse

Gerald Steinhardt

TU Wien

7

**Kulturindustrie** (Adorno/Horkheimer)

Massenmedien und Massenkultur im weitesten Sinn

- Standardisierung der Produkte der Massenmedien
- Rationalisierung der Verbreitungstechniken

Gerald Steinhardt

TU Wien

8

**Kulturindustrie - Medienverbund**

Medienverbund - multimediale Sequenzen:

- Zusammenwachsen kultureller Ausdrucksformen und In-Dienst-Nahme für ökonomische Verwertung
- Angebot der immer gleichen Inhalte in ähnlicher Form mit leichten Variationen

Radio - Fernsehen - Computerspiele - Journale - Moden

Gefahr:

- Vorstrukturierung der Erfahrung und Wahrnehmung
- „Matrizen“ im Sinne vorfabrizierter Erfahrung

Gerald Steinhardt

TU Wien

9

### Funktion von Massenmedien

- Personalisierung gesellschaftlicher Tatbestände
  - ⇒ Kompensation von
    - Abstraktheit, Anonymität, Dichte und Unübersichtlichkeit im Alltagsleben
    - Mangel an Mitbestimmungs- und Selbstbestimmungsmöglichkeiten
- Intimisierung und Privatisierung öffentlich relevanter Angelegenheiten
  - ⇒ suggeriert
    - persönliches Beteiligt-Sein
    - direkte Kontrolle

Gerald Steinhardt

TU Wien

10

### Funktion von Massenmedien

- illusionäre Verdoppelung der Wirklichkeit
  - nicht so sehr ideologische Inhaltsvermittlung;  
sondern:
  - **vorfindliche gesellschaftliche Erscheinungswelt wird im Medium täuschend echt und verwirrend als Bild direkt reproduziert**
  - ⇒ **entzogen der sprachlichen Kritik**

Gerald Steinhardt

TU Wien

11

### Funktion von Massenmedien

- Unterhaltung ⇒ kritiklose Verinnerlichung des Status quo
- Konflikte ⇒ Möglichkeit einer konformen Bewältigung eigener Probleme
- Verfestigende Konfliktregelung
- Vorgaukelung einer illustren Konsumwelt
- ⇒ eigene gesellschaftliche Lage akzeptabel zu finden

Gerald Steinhardt

TU Wien

12

### Kulturindustrie

Kulturelle Ausdrucksformen

- werden absorbiert und
- zu einem Element sozialer Kontrolle umfunktioniert

bedient sich der Kultur, um standardisierte Lebenswelten zu erzeugen (entlang Konsum), die den bestehenden gesellschaftlichen Bedingungen und ökonomischen Kalkülen entsprechen  
Bsp: soziale Ungleichheiten werden harmonisiert und ausgeblendet

Gerald Steinhardt

TU Wien

13

## Kulturindustrie

kulturelle Produktion und Rezeption reduziert auf

- wenige konventionalisierte Formeln
- Stereotype
- standardisierte Produkte

Folgen:

- manipulierte Passivität
- erhöhter Konformismus
- Verlust von Autonomie und Individualität

Gerald Steinhardt

TU Wien

14

## Kulturindustrie

Unterschied zu

- Hochkultur
- Massenkultur / Volkskultur

Gerald Steinhardt

TU Wien

15

## Traditionelle elektronische Massenmedien

- Einseitigkeit der Kommunikation („Unidirektionalität“)
- Öffentlichkeit der Aussagen
- „dispersed“ Publikum
- transportieren „hegemoniale“ Bedeutungen
- Zugangschancen eingeschränkt (wegen zunehmender Kommerzialisierung, steigendem Kapitalaufwand und wachsendem Organisationsgrad)

Gerald Steinhardt

TU Wien