

4. MEDIENKULTUR VERSTEHEN: SKIZZEN EINER KRITISCH-KULTURALISTISCHEN KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT

4.1 DER FORSCHUNGSKATALOG EINER KRITISCHEN KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT

„Unter Berücksichtigung des derzeitigen kulturellen, sozialen, ökonomischen und medialen Wandels muss sich die Kommunikationswissenschaft heute neu definieren und verorten, also neu erfinden [...].“
(Krotz 2003a, S. 22)

4.1.1 Kontextualisierung neuerer kritischer Forschungsansätze

Eine rege Publikationstätigkeit und die immer selbstverständlichere interdisziplinäre Praxis kommunikationswissenschaftlichen Forschens zeugen von einem *cultural turn* der Kommunikationswissenschaft, der ihren sozialwissenschaftlich-empirischen Kern ergänzen könnte. Wenn auch nicht alles, was mit dieser Welle über uns hineinschwappt, neu und originell ist, so kann es doch zur Re-Evaluierung und Integration bestehender Forschungsansätze herangezogen werden. In dem Maße, in dem unsere westlichen Industrie- und Konsumkulturen zu Mediengesellschaften werden, wandeln sich unsere Kulturen zu Medienkulturen. So steht unsere Disziplin als Wissenschaft von der Kommunikation automatisch im Zentrum der Reflexion dieses Wandels. Ein schwieriges Unterfangen, scheint es doch fast hoffnungslos, mit dem raschen Strom an kulturellen und sozialen Wandlungserscheinungen mithalten zu wollen.

Aktuell sichtbare und doch langfristig wirksame Trends wie Mediatisierung gesellschaftlicher Kommunikation, Ökonomisierung bzw. Kommerzialisierung der Medienlandschaft, Globalisierung ökonomisch-kultureller Entwicklungen, Integration in supranationale Strukturen und andere Makrotrends stellen alle Sozialwissenschaften, und insbesondere die Kommunikationswissenschaft, vor neue Herausforderungen.

Konzipieren wir gesellschaftliche Kommunikation im makroperspektivischen Zusammenhang „Gesamtgesellschaft“, müssen wir die vorhandenen Instrumentarien insbesondere im Hinblick auf Fragen von Macht- und Herrschaftsprozessen überarbeiten. Die Behandlung „der wechselseitigen Durchdringung von Naturbeherrschung, sozialer Herrschaft und Selbstbeherrschung“ im Lichte der „Funktion und Rolle der Medien in diesem Prozess“ (Göttlich 1996, S. 304) kann somit belebt und unter den Vorzeichen kritischer Kulturkonzepte erweitert werden. Eine Synthese der kritischen Traditionen¹ wie oben vorbereitet (siehe Kapitel 3) kann helfen, bestehende Limitierungen innerhalb der Medien- und Kommunikationsforschung zu überwinden und zugleich die Aporien der Kritischen Theorie sowie den unkritischen „Populismus“ so mancher Kulturstudie zu überkommen.

Wie bereits ausführlich besprochen, bedarf es darüber hinaus einer neuen konzeptionellen Ausgestaltung des Verhältnisses von Kunst und Gesellschaft bzw. von der künstlerischen und kommerziellen Kulturproduktion.² Für eine zeitgenössische Kritische Theorie der Medien ist es nicht mehr *die Kunst* (als Zufluchtsstätte des Geistes vor den Verwertungsinteressen der Medien als Industrie, welche vor allem den Vorgaben des Ökonomischen zu folgen hat), es ist die *soziale Praxis* der medialen Kommunikation (auf Produktions-, Distributions-, und Rezeptionsebene), innerhalb derer die Lösung für das Problem des *Status Quo* der Massenkultur gesucht werden muss. Anders gesagt: In einer kontrafaktischen, idealen Situation sollten alle Mitglieder einer Gesellschaft die Möglichkeit haben, gleichberechtigt öffentlich zu kommunizieren. Anstelle einer industriell-rationellen Vernunft zu folgen, diene die Medientechnik der Ermöglichung und Ermächtigung solcher pluralistischen und freiheitlichen Äußerungen. Eigentumsverhältnisse und somit Verfügungsgewalt werden kontrastiert mit dem Ideal des gemeinschaftlichen Kommunizierens über die Medien, die so zu Instanzen der Emanzipation werden sollen. Die Kritik der Medien wandelt sich weg von der engen Auffassung der Massenmedien als vornehmliche Verwalter des Publikums. Die Medien bergen in der neueren kritischen Theorie nun auch das demokratische Potenzial, Wandlungsprozesse von innerhalb der Kulturindustrie anzustoßen.³ Hierin münden auch neuere Ansätze einer eman-

1 Weder die Kritische Theorie noch die Cultural Studies dürfen als homogen gefasst werden: beide sind besser als Überbegriffe für verwandte Konzepte zu verstehen, die sich diskursiv gegenüberstehen (z.B. die Fassung der Massenkultproblematik bei Adorno, Benjamin und Löwenthal, bzw. die „cultural populism“-Debatte in- und außerhalb der Cultural Studies; vgl. Kap. 7.2).

2 Wobei hier auf die Debatte der Authentizität bzw. Ästhetik künstlerischen Schaffens bzw. der Restautonomie derselben hier nicht eingegangen werden kann.

3 Als paradigmatisch für diese erneuerte Position innerhalb der kritischen Medientheorie gilt wohl Enzensberger (1997/1970). Allerdings zeigt er sich – wiederum stellvertretend – alsbald desillusioniert von den Realitäten der sich weiterhin rasant entwickelnden und diversifizierenden Massenkommunikation und ihrer je-

zipatorischen Medienpädagogik, die über die Vermittlung von Nutzungskompetenz, Wissen über die Produktionsbedingungen und die Schulung einer kritischen Rezeption den Menschen im stetig anwachsenden Fluss von medialen Kommunikationen unterstützen wollen (vgl. Winter R. 2004).

Auf gesellschaftstheoretischer Ebene erlaubt die historische Qualität eines solchen kritischen Projektes, Kulturwandel unter den Vorzeichen medialen Wandels verstehen zu lernen, und diese Erfahrung emanzipatorisch nutzbar zu machen. Die Analyse der Massenkommunikation entlang der historischen Entwicklungslinien von Medien- und Gesellschaftsgeschichte hilft zu analysieren, wie ökonomische und technologische Entwicklungen mit organisations- und interessenbedingten Veränderungen interagieren (vgl. Göttlich 1996, S. 263). Kommunikation ist in diesem Verständnis dann nicht allein der (neutrale, oft technisch gefasste) Transport von Information, auch nicht die stringente und unproblematische Vermittlung von Bedeutung, sondern *kulturelle Aktivität* und *soziale Produktivkraft*.⁴ So erretet man den Produktionsbegriff aus seiner Beschränkung auf das Ökonomische. Insbesondere Williams' Konzept des *cultural materialism* bietet die Chance einer Integration von Theoriebeständen für eine Kritik der Medien(kultur) auch unter sich verändernden Bedingungen und ist somit adaptions- und ausbaufähig. Solcherart konzipiert bleibt auch eine Kommunikationswissenschaft, die einen umfassenden Kulturbegriff integriert, trotzdem Sozialwissenschaft. In eine solche kritische Kommunikationswissenschaft (welche in weiterer Folge skizziert werden soll),

„[...] können die Elemente einer Medienkritik als Momente kultureller Praxis eingebracht werden, die sich eben nicht nur auf eine Kritik der inhaltlichen Seiten des Medienangebotes und dessen möglicher Wirkung beziehen, sondern auch auf die Möglichkeiten von Kontrolle, Partizipation und Einflussnahme der Zuschauer bei der Nutzung und Fortentwicklung gesellschaftlicher Kommunikationssysteme eingehen.“ (Göttlich 1996, S. 24)

weils neuesten technischen Errungenschaften (z.B. vom Fernsehen; 1988). Vgl. auch die großen Hoffnungen die man in den sog. Rückkanal investierte, der zu einem genuin interaktiven Massenkommunikationsprozess hätte führen sollen. Heute, da die technischen Möglichkeiten einer solchen Einbindung der RezipientInnen vermehrt gegeben sind, herrschen, zumindest das Fernsehen betreffend, noch immer die lächerlichen, (pseudo-)interaktiven Optionen vergangener Dekaden vor: Wunschfilm-Abstimmungen und Call-In Quizshows.

- 4 Die Grundthese der Kommunikation als Praxis der Produktion lautet, „dass alle Tätigkeiten, die einen Text gegenwärtig machen, zu den Bedingungen seiner Produktion gerechnet werden können.“ (Göttlich 1996, S. 264) Auch abseits der intensiven Rezeption linguistischer und semiologischer Ansätze für die Theoretisierung des Rezeptionsprozesses durch die Cultural Studies ist hier schon die „neue“ Wichtigkeit des aktiven Rezeptionsprozesses angelegt.

4.1.2 Erweiterungsfelder der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Die Initiativen für eine Ausweitung der kommunikationswissenschaftlichen Forschung müssen sich dabei nicht primär auf deren Gegenstandsbereich (gesellschaftliche Kommunikation) und die enthaltenen Untersuchungsobjekte (Medien und ihre Strukturen, die zentralen Momente des Massenkommunikationsprozesses) richten. Vor allem sind es Bemühungen um theoretische Integration, Forschungsnormativa und einen differenzierten Begriffsapparat, die helfen sollen, die einzelnen Phänomene mehrdimensional und integrativ zu erfassen. Eine solche Erweiterung legt auch Williams nahe (vgl. 1977, S. 49f), aus dessen Katalog sich eine verstärkte Makroorientierung einerseits (Verbindung Kommunikationsentwicklung-Gesellschaftswandel) und eine Verbreiterung des Kommunikationsbegriffes andererseits (zur Erfassung dessen ritueller und bedeutungsspezifischer Produktivität) ableiten lassen:

Tabelle 3: Kritische Kommunikationsforschung nach Williams

- Untersuchung der Wirkungen (der Medien als) kulturelle Organisationen
- Beobachtung kulturelle Formationen die noch keine manifeste institutionelle Gestalt angenommen haben (als Indikatoren des Wandels, M.A.)
- Klärung der Beziehungen zwischen einer spezifischen Distributionsweise in ihrem Zusammenhang mit der Beschaffenheit des Publikums
- Studium der besonderen Form der jeweiligen kulturellen Produktion

Auch der zweite zuvor diskutierte theoretische Beitrag von Löwenthal legt dessen literatursoziologische Erfahrung auf einen empirischen Forschungskatalog für die Kommunikationsforschung um, der vier zentrale Forschungsgebiete umfasst (vgl. Göttlich 1996, S. 129):

Tabelle 4: Kritische Kommunikationsforschung nach Löwenthal

- Funktionsanalyse des Inhalts (Text, Inhalt, Aussageforschung; M.A.)
- Analyse der Haltung des Schriftstellers/Künstlers (Kommunikatorforschung, Produktanalyse; M.A.)
- Analyse der Vermittlung und Bedeutung des Kulturerbes in massenkulturellen Erzeugnissen (Kontextualisierung, Kulturgenese; M.A.)
- Analyse der Frage nach Rolle und Einfluss der gesellschaftlichen Situation auf die Kultur und ihre Produkte (Gesellschaftssystem, Produktions- u. Machtbedingungen; M.A.)

Zusammen mit den danach gemeinsam mit Adorno verfassten Thesen zum Verhältnis von kritischer Gesellschaftstheorie und empirischer For-

sung ergibt sich für die Auseinandersetzung mit der Massenkommunikation aus Sicht einer kritischen Perspektive die Frage nach der Rolle der Medien innerhalb des „Gesamtprozesses der Gesellschaft“, in welchem die „objektiven Elemente eines gesellschaftlichen Ganzen“ vor dem Hintergrund eines historisch spezifischen „Kontexts von Bedürfnissen und Reizen (und ihrer) gesellschaftliche(n) Vermittlung“ (Löwenthal 1980a, S. 23) produziert und reproduziert werden.⁵ Damit wäre auch die ebenso prominente wie verkürzte, vor allem aber unbefriedigend geklärte Frage nach der Wirkung der Medien zu überarbeiten und neu zu konzipieren (vgl. dazu die pointierte Kritik von Gauntlett 1998). Als „Metawirkung“, d.h. als Medienwirkung auf kulturell-gesellschaftlicher Ebene, sollte man nun nicht mehr, wie in der klassischen Wirkungsforschung, auf bestimmte, punktuelle Medienangebote abzielen, sondern auf „die Wirkungen, die das Medium selbst schon vor aller individueller Rezeption von Medienangeboten ausübt“ (Schmidt/Zurstiege 2000, S. 172). Damit ist aber nicht nur eine medientechnische Fokussierung gemeint (wie z.B. prominent bei McLuhan, vgl. 2003/1964), welche nach Auswirkungen der technisch-apparativen Prädispositionen der Apparatur auf die Wahrnehmungskonstellationen der RezipientInnen fragt. Es geht um das immer schon *a priori* (vor der individuellen Mediennutzung) vorhandene medienkulturelle Ganze, also all die Arbeit, die Medien in der Formung unserer Gesellschaften bereits geleistet haben (technisch, inhaltlich, strukturell, systemisch, politisch, gesellschaftlich, historisch, eben *kulturell*) und der Reproduktion (bzw. des Wandels) dieser Ordnung. All diese Faktoren sind aus dem eigentlichen Akt der Rezeption nicht künstlich zu tilgen – eine kulturelle Verfassung liegt der Kommunikation immer schon zu Grunde.

Auch die nach wie vor dominante Ausrichtung der kommunikationswissenschaftlichen Forschung auf den Informationsbegriff muss noch stärker um die Untersuchung von Unterhaltung ergänzt werden. Wenn wir unseren Blick auf die Medienkommunikation zu integrieren suchen und die aus den Medien fließende und in den Medien sich sammelnde Kultur als dominante Lebenswelt der Individuen in der Mediengesellschaft verstehen, dann innerhalb des sich stark wandelnden Selbstverständnisses der Medien selbst. Und diese wiederum sind einem Megatrend der Entertainisierung, Sensationalisierung, Ökonomisierung und Diversifizierung unterworfen.⁶

So weist die kommunikationswissenschaftliche Theoretisierung von Unterhaltung trotz intensivierter Bemühungen noch immer blinden Flecken auf. Jacke (2004, S. 106) stellt mit Recht fest, dass wir Kommuni-

5 Diese aus der Arbeit des Frankfurter Instituts abgeleitete Forderung sollte heute nicht mehr hintergebar sein (vgl. auch Göttlich 1996, S. 130).

6 Krotz (2003b) würde in diesem Fall von einem Meta-Prozess sprechen. Seine fortgesetzte Auseinandersetzung mit den gegenständlichen Phänomenen subsumiert er zumeist unter dem Begriff der „Medialisierung/Mediatisierung“.

kationswissenschaftlerInnen zwar das Konzept der prä-selektierten und prä-formierten Nachrichten- und Informationsauswahl kennen, diese Form der Vorgabe und Selektion für fiktionale Texte aber nicht schlagend werden lassen. Unterhaltung und Information sind vor allem als Genres medialer Produktion zu verstehen, eine eindeutige Trennung wird aber zunehmend schwieriger.⁷ Das hat zur Folge, dass Untersuchungen zur Wirkung der Medien nicht mehr nach der Unterscheidung informativ/redaktionell/publizistisch/meritorisch versus unterhaltend/kommerziell/zweckgebunden/profitorientiert durchgeführt werden können, bzw. das Aspekte des Öffentlichen ohne weiteres von Aspekten des Privaten getrennt werden können. Wir müssen Medien, mediale Angebote und medial formierte Kommunikation im gesamtgesellschaftlichen Zusammenhang betrachten. Wir müssen nach dem Gesamt ihrer Bedeutung und Rolle fragen, was zuvorderst einen holistischen Blick und basale Fragen erfordert: Was machen die Medien mit der Gesellschaft? Wie verhalten sich Kommunikation und ihre objektiven und subjektiven Grundlagen (Voraussetzungen) zueinander? Einer der wichtigsten Ausgangspunkte einer zeitgenössischen kritischen Kommunikationswissenschaft ist sodann die Erkenntnis, dass wir unsere Welt (unsere soziale Umwelt wie auch unseren geographischen Lebensraum im globalen Kontext) fast ausschließlich in ihrer medialen Vermittlung kennen bzw. insofern wir Sprache bereits als Medium inkludieren, alle vermittelte Wahrnehmung (Erfahrung) medial ist. Das bedeutet, dass wir auch die vortheorietischen bzw. wissenschaftstheoretischen Grundannahmen in die Konzeption von Kommunikationswissenschaft inkludieren müssen, was zu einer Reflexivisierung des Vorhabens führt: Was sind die epistemologischen Grundannahmen einer Betrachtung von Mediengesellschaft und Medienkultur?

4.1.3 Durch die Medien auf die Welt blicken

Hermeneutisch betrachtet sind Kommunikationsprozesse als Ausdruck von Gesellschaftsprozessen einer diagnostischen Kritik zugänglich, die Medien qua Gesellschaft und Gesellschaft qua Medien analysierbar macht. Die Beschäftigung mit den jeweils dominanten Modi und Inhalten der gesellschaftlichen Kommunikation erschließt den Blick auf gesellschaftliche Bedeutungs- und Machtstrukturen im Wandel. In der Fort- und Zusammenführung der hier behandelten Theorietraditionen werden kulturpessimistische und gesellschaftsphilosophische Sackgassen vermeidbar – ohne die grundlegend kritische Position aufzugeben. Massenmediale Kommunikation muss aus kritischer Perspektive immer in Hinblick auf ihre Implikationen in Prozesse sozialer Kontrolle taxiert werden. So gesellt sich neben ein Verständnis für die (Wichtigkeit der) Fak-

7 Siehe z.B. Klaus/Lünenborg (2002) die ihrem Journalismustheoretischen Artikel den pointierten Titel „Fakten, die unterhalten – Fiktionen, die Wirklichkeit schaffen“ gaben.

tizität der angebotenen Kommunikationen (Qualität der Wiedergabe) auch eines der Realitäten, die medial konstruiert werden (Qualität und Ursprung der Konstruktion/Repräsentation). Eine Ideologiekritik (im weiteren Sinne) wird so auf eine breitere Basis gestellt, weil sie sich nicht mehr auf die Idee eines falschen Bewusstseins beschränken muss, sondern die gesellschaftliche Konstruktion von Wirklichkeit per se voraussetzt. So wandelt sie sich notwendigerweise zur Kritik an der Art und Weise, wie Diskurse gesellschaftliche Normalität konstruieren, und symbolische Formen Netzwerke der Macht (Foucault), Kontrolle (Deleuze) oder Subjektivitäten/Identitäten (Cultural Studies) ausbilden. Eine Beschäftigung mit semiotischen und konstruktivistischen Ansätzen wird daher unabdingbar (siehe Kapitel 4.2.3 f).

Darum soll es in der Folge gehen: die Konzeption von Kultur als forschungsleitende und theoretische Größe erfährt ihre eigentliche Rechtfertigung dort, wo sie den makroperspektivischen Blick um neue Perspektiven erweitert. Kultur, so habe ich versucht im einleitenden Kapitel herauszuarbeiten, stellt immer schon menschliche Arbeit dar. Sie produziert somit eine veränderte Umwelt, die nicht mehr (nur) natürlich ist. Dabei kommen aber nicht nur augenscheinlich materielle Tätigkeiten in den Blick. Im Bezug auf die menschliche Tätigkeit des Kommunizierens geht es um einen ganz grundlegenden Eingriff in unsere Welt(en) – es ist die Arbeit des Konstruierens einer Welt, in der wir zugleich leben, die wir individuell verarbeiten, und die doch eine intersubjektiv teil- und somit vermittelbare ist. Die Rede von der Kultur wird also dann zentral für ein kommunikationswissenschaftliches Projekt, wenn man postuliert, dass all die Phänomene gesellschaftlicher Kommunikation, die wir behandeln, auch auf ihren ontologischen Ursprung und ihre epistemologische Zugänglichkeit hin untersucht werden müssen. Dieser Zugang, der mit der frühen Einbettung konstruktivistischer Theorien in die Kommunikationswissenschaft auf eine innerfachliche Tradition zurückblicken kann, stellt sodann unter Beibehaltung eines kritischen Programms gesellschaftlicher Kommunikation deren umfassende Erweiterung dar. Die Suche nach der Vermittlung dessen, was wir als wahr und wirklich ansehen, korreliert denn auch genau wieder mit der Frage nach dem Bewusstsein der Menschen im gesellschaftlichen Zusammenhang und der Suche nach jenen Instanzen, die Erfahrung und Bewusstsein spezifisch gestalten. Dies ist der medienkulturelle Pol meines Konzeptes.

4.2 ANNÄHERUNGEN AN DIE MEDIENKULTUR

4.2.1 Was ist Medienkultur?

Wenn man den Umgang mit dem Terminus Medienkultur betrachtet, so erkennt man ein ähnliches Problem wie es schon Williams mit seiner *common culture* erlebte. Ist Medienkultur eine adäquate Beschreibungsmöglichkeit der vorfindbaren gesellschaftlichen Befindlichkeit, oder ist sie ein diskursives Konstrukt, welches viele der angenommen Eigenschaften erst postuliert (und projiziert)? Anders gefragt: Ist Medienkultur Wirklichkeit, oder muss der Versuch des Verstehens von Wirklichkeit heute vor allem medienkulturell gerastert werden? Und: Wie umfassend soll ein solches Konstrukt angelegt sein, bzw. können wir uns der Medienkultur noch entziehen?

„Medienkultur stellt eine Konzeption dar, einerseits an und in den Medien die Kultur bildenden Aspekte zu thematisieren, andererseits Kultur als eine durch die Medien erzeugte zu verstehen und an der Kultur vor allem ihre medialen Dimensionen zu untersuchen.“ (Hickethier 2003, S. 455)

Ein bestimmendes Merkmal der hier zu argumentierenden Medienkultur-Konzeption besteht gerade darin, dass diese in einem solchen Maß kulturbestimmend geworden ist, dass man in unseren westlichen Marktgesellschaften nicht mehr außerhalb ihrer Wirkmächtigkeit leben kann. Wenn – ungeachtet des paradoxen Charakters des Unterfangens – Medienkultur aus einer Position innerhalb ihrer selbst heraus wissenschaftlich konzipiert werden soll, dann stellt *Medienkultur als Forschungskonzept* (vgl. Hickethier 2003, S. 455) vor allem auf folgende Aspekte ab:

Tabelle 5: Forschungskatalog der Medienkultur nach Hickethier

- | |
|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Medialität der einzelnen Medien (Ästhetik, Technik, Institutionalisierung, soziale Funktionen) • Zeichenhaftigkeit und Textualität der Medienproduktion mitsamt allen intermediären und intertextuellen Phänomenen • Relationen, Übergänge und Brüche zwischen den verschiedenen Medien • Relationen zwischen den Medien und Mediensystemen und den nicht medialen Rahmenbedingungen, den Kommunikationssituationen und den medialen Folgen (Gebrauch der Medien auf Produzenten wie Rezipientenseite) |
|---|

Medienkultur kann also sowohl als wissenschaftliche Konzeption als auch als soziale Praxis beschrieben und gedacht werden. Medienkultur ist eine zulässige Beschreibung für unsere gegenwärtige soziale Situation, also Produkt historischer Gesellschaftsentwicklung, und reproduziert

zugleich Gesellschaft. Mit anderen (vgl. Kellner 1995, Schmidt 2001, Hickethier 2003, Jacke 2004 uvm.) plädiere ich somit für die Konzeption einer Forschungsrichtung Medienkultur; hier als integrativer Teil eines kritischen kommunikationswissenschaftlichen Projekts. Idealerweise vereint diese Herangehensweise an die Strukturen, Problemlagen und Emanzipationspotenziale der modernen Wohlstandsgesellschaft die Qualitäten einer empirischen Sozialwissenschaft und ihrer Konzepte (in der Forschung) sowie die Kontextualität und die Heuristik der kultur- und geisteswissenschaftlichen Tradition. Insbesondere der letzte Punkt obiger Aufzählung erscheint somit für eine kulturalistisch-kritische Kommunikationswissenschaft anschlussfähig. Über die Inklusion einer kritisch-kulturalistischen Forschungsperspektive kann das Manko der Makro Perspektive kommunikationswissenschaftlicher Forschung über das sich so notwendigerweise ergebende *big picture* behoben werden.

4.2.2 Grundlagen des Medienkultur-Konzeptes

Eine der zentralen Thesen dieser Arbeit ist jene, dass das engmaschige Netzwerk aus medial vermittelten Kommunikationen eine Welt entstehen lässt, die zutiefst virtuell ist (und nicht erst seit der Ankunft des Internet). Welt beschreibt sodann keine natürliche Realität, sondern eine kulturelle:⁸ sie entsteht basierend auf einer Wohlstandskultur, die mittels moderner Kommunikationstechnologien gleichsam eine zweite Sphäre des Realen geschaffen hat, oder besser Sphären entgrenzt und verwischt – über die Vermittlung von Weltbildern sowie Sinnmatrizen für deren Interpretation (Bedeutungszuweisung).

„Medien sind Agenturen der Gesellschaft, mit der sich die Gesellschaft als Gesellschaft selbst erhält: Der Mensch wird durch sie als kulturelles und soziales Wesen geformt. Medien stellen die Welt als Zeichengestalten, als Texte dar, sie erzeugen Diskurse, formulieren durch sie, wie Welt zu sehen ist.“ (Hickethier 2003, S. 449)

Je nach vertretenem Kulturbegriff⁹ lautet der Einwand an dieser Stelle, dass keine vom Menschen geschaffene bzw. bewohnte Welt je eine na-

8 Hier ist wieder entscheidend, welcher Kulturbegriff zu Grunde gelegt wird: Wenn jede Form der menschlichen Verarbeitung des Umganges mit der natürlichen Welt immer schon eine kulturelle (oder Vorform) ist, dann gibt es keine Natur ohne Kultur und die Unterscheidung wird belanglos. Kultur stellt aber immer zentral auf das Wie? dieses Umganges ab. Komplizierter wird es nochmals, wenn es darum geht, wie die Menschen mit von anderen Menschen kreierten Umgangsformen wiederum umgehen. Dies wäre sodann eine Art von Kultur zweiter Ordnung und kommt meinem zentralen Verständnis von (Medien-)Kultur schon sehr nahe.

9 Kultur hat als vielfältiger Begriff nicht ein, sondern gleich drei Antonyme: Zivilisation, Natur und Technologie. Je nach Verwendung verändern sich also auch das Verständnis von Nicht-Kultur und somit die Grenzen, wo „Kultürlichkeit“ der Welt beginnt.

türliche war – denn jeder Eingriff stellt bereits einen Akt der Konstruktion dar. Auch die vor-mediatisierte Welt war eine (sprachlich und somit symbolisch) vermittelte und durch die Spezifika dieser Vermittlung immer schon strukturierte (und somit machtdurchgesetzte) Form des (Er-)Lebens. Doch geht es hier vor allem um die zunehmende Intensität dieses Prozesses, seine Reflexivität und Totalität. Medien sind Kulturagenten, sie sind kein Fenster zur Welt (Abbildung einer vorgegebenen Realität), sondern generieren eine eigene Medienrealität (unwillkürliche, notwendige *Konstruktion* vs. willentliche, strategische *Konstruktivität*).¹⁰ Dies ist bei weitem kein rein akademisches Problem, es betrifft den Alltag in unseren Mediengesellschaften. „Die Diskurse der Medien erzeugen also ein kollektives Wissen, sie vermitteln Spezialwissen aus Spezialdiskursen der Wissenschaft, der Künste, der Technik u.a. an eine allgemeine Öffentlichkeit und beeinflussen damit das Alltagsbewusstsein der Menschen.“ (Hickethier 2003, S. 451)

Die hier konzipierte Annäherung inkludiert den Ideologiebegriff des historischen Materialismus; der aber nicht mehr (nur) in einer Konzeption eines falschen Bewusstseins gedacht wird, sondern (durch die beschriebene Zusammenführung mit den Cultural Studies und postmodernen Einschlüssen) als Dialektik von Bedürfnis und angebotener Bedürfnisbefriedigung über Medienangebote funktioniert. Der Wandel der industrialisierten Gesellschaften in Richtung Ausbildung einer breiten Mittelschicht mit einem zusehends gewachsenen Pensum an Freizeit und Kapital geht mit der Entwicklung moderner Massenkommunikationsmedien einher. Medienkultur inkludiert die historische Entwicklung der Verteilung von Kapital und Macht, die die Basis für ein superstrukturelles Phänomen – die *Sensibilität* der Medienkultur – bildet: Das *Was?* und *Wie?* unseres Denkens und Empfindens im Strom immer dichter werdender Welt-erfahrung (vgl. wiederum Williams' Konzept der *structure of feeling*).

War in der Frankfurter Schule *Kultur als Ware* zu fassen, so konzipieren die Cultural Studies *Kultur als Alles*, wohingegen im ergänzenden konstruktivistischen Verständnis *Kultur zum Programm*, zur gesellschaftlichen Software wird, die kollektives Wissen einordnet und interpretiert (vgl. Jacke 2004, S. 217). Medienkultur als gesellschaftliche Verfassung synthetisiert sodann Sein und Bewusstsein.

10 Eine erhellende Diskussion dieser Unterscheidung innerhalb des konstruktivistischen Denkens findet sich bei Weber (2002). Er unterscheidet einen ontologischen Konstruktivismus, der sich im Widerstreit mit dem Realismus auf die Position der radikalen Konstruktion aller Weltwahrnehmung versteift hat und wieder und wieder das Grundproblem der Autopoiesis durchspielen muss (wer beobachtet den Beobachter beim Beobachten?). Dem stellt er eine non-dualistische Form des empirischen Konstruktivismus gegenüber, die sowohl eine notwendig konstruktivistische Epistemologie als auch eine aktive mediale Konstruktivität kennt, in der Medien immer mehr dazu tendieren, Welt aktiv zu konstruieren (siehe dazu auch Webers Habilitation 2005). Wie Schmidt (2001) stützt sich auch Weber dabei auf Mitterers „non-dualistisches Modell“.

Folglich muss ihre konzeptionelle Fassung den Dualismus zwischen (der getrennten Behandlung der) materiellen Grundlagen und einer universell gesetzten Entwicklung des Geistes überwinden, ohne ihre kritischen Standpunkt aufzugeben. Auch wenn die Grenzen der Wahrnehmung vorgegeben sind und eine materielle Basis nach wie vor das Spielfeld beschreibt, auf dem das Match um Bedeutung ausgetragen wird, ist Kultur doch kein determinierter Raum. Es ist interessant zu beobachten, dass viele Ansätze der Sozialtheorie in ihrer Spätform implizite oder explizite konstruktivistische Ergänzungen erfahren, um der Sackgasse des Determinismus zu entgehen und Mechanismen für die Relevanz des eigenständigen Handelns zu entwickeln. Was für die Soziologie der Entwicklungsschub durch Schütz (1993) und den bedeutenden Text von Berger und Luckmann (1999) war, ist für die Kommunikationswissenschaft der konstruktivistische Diskurs über das Verhältnis von Realität und Medienberichterstattung (vgl. im Fach v.a. Watzlawick 2000 und Schmidt 1992).

Die unbefriedigenden Ergebnisse in der Behandlung der Vermittlungsproblematik innerhalb historisch-materialistischer Theoriebildungen führen hin zu immer abstrakteren Modellen der Konstruiertheit gesellschaftlicher Realität. Es soll und kann hier nicht um ein Aufwiegen historisch-materialistischer und konstruktivistisch-systemtheoretischer Ansätze zur Konstruiertheit und Manipuliertheit von Realitätsauffassungen und Weltbildern gehen. Vielmehr sollen jene konstruktivistischen Überlegungen, die den Medien eine zentrale Rolle in der Produktion und Reproduktion bestimmter Wirklichkeiten und Weltansichten zuteilen, als Ergänzung einer Kritik der Medienkultur herangezogen werden. Denn die Suche nach Modellen der Wirklichkeitskonstitution und -konstruktion – egal auf welcher theoretischen Basis – führt nicht automatisch zur Aufgabe einer kritischen Perspektive, die davon ausgeht, dass hinsichtlich der Art und Weise, wie Welt und das auf sie gerichtete Handeln präsentiert werden, immer schon Interessenslagen mit im Spiel sind.¹¹

Dies gilt auch für ein Medienkultur-Konzept, dass die Medien als bestimmende Variable der gegenwärtigen gesellschaftlichen Befindlichkeit identifiziert zu haben glaubt. Insbesondere die medienwissenschaftlichen Texte Siegfried J. Schmidts legen dem System der massenmedialen Kommunikation jenes grundlegende Funktionsschema zugrunde, das als *Soziokultureller Konstruktivismus* eine umfangreiche Auseinandersetzung

11 Es wäre an dieser Stelle auch denkbar, eine Besprechung der Mediengesellschaft über den Zugang der Wissenssoziologie zu unternehmen und statt kulturalistischen Konzepten die theoretische Soziologie zu bemühen. Eine ausreichend umfassende Beschäftigung mit den Grundlagen und Gegensätzen der beiden Zugangsweisen ist hier aber schlicht unmöglich und darüber hinaus für die gegenständliche Bestimmung komplementär. Letztendlich geht es um den gemeinsamen Wissenstand sowohl strukturalistischer als auch kulturalistischer Theoretisierungen zur Problematik der Konstruktionsbedingungen sozialer – also hier medialer Realität, egal ob man die Abzweigung zur Phänomenologie der Lebenswelt, der Semiosphäre der Kultur oder der Linguistik nimmt.

mit der Dialektik aus Medium, Gesellschaft und Wirklichkeit bietet. Auf Grund der Wichtigkeit der sozialen Konstruktion von Wirklichkeit über die zentrale Instanz der Medien sei an dieser Stelle ein Exkurs in die konstruktivistischen Grundlagen für Kommunikations- und Massenkommunikationsmodelle der Mediengesellschaft erlaubt.

4.2.3 Exkurs: Siegfried J. Schmidts soziokulturell-konstruktivistischer Ansatz

a) Grundlagen

Schmidts komplexe Theorie des Differenzmanagements und der Kultur-Kommunikations-Kupplung durch Medien besorgt eine konstruktivistische Herleitung der Kultur-Medien-Beziehung innerhalb einer kulturalistischen Betrachtung der Mediengesellschaft. Der Ausgangspunkt seiner Überlegungen liegt in der Feststellung, dass Wahrnehmung auf *Differenzierung* basiert. Wir nehmen nicht die Identität von Etwas wahr, sondern das Anderssein (*alterity*) des Beobachteten von anderen Beobachtungen:

„[...] we never perceive identities, but differences; identities may be described as the unity of a difference. To perceive means to perceive something as something different from something else. Whatever we do, we operate as observing and describing systems, i.e. we manage differences we ourselves introduce and functionalize in the respective perception. *It follows that in perception we cannot get behind or beyond perception in order to compare the perceived with the not yet perceived, or to check the truth or objectivity of our perceptions.* We can only act and speak in our world of perceptions which cannot be separated from our activities. Technically speaking, observing systems and their environments form an operative whole. In this process, the act of perceiving and the perceived can only be separated analytically from one another.“ (Schmidt, 2001, S. 15; meine Hervorhebung, M.A.)

Benennungen und das zwischen ihnen ablaufende Differenzmanagement organisieren, was wahrgenommen wird und wie diese Wahrnehmungen für uns bedeutsam werden. Sprache steht im Zentrum dieses Prozesses, stellt sie doch das „Instrument der dauerhaft erfolgreichen Benennungen gesellschaftlich wichtiger Unterscheidungen“ dar (Schmidt/Zurstiege 2000, S. 161). Bestimmte Gemeinschaften etablieren bestimmte Kategoriensysteme (binärer Unterscheidungen), welche helfen, auf intersubjektive Art und Weise die Bewältigung der Umwelt vorzunehmen. Wir tendieren dazu, alles innerhalb dieser binären Muster zu beurteilen. Die gesellschaftlich-kollektive Relevanz dieser Überlegung ergibt sich daraus, dass diese Unterscheidungs-, Einteilungs-, und Beurteilungssysteme nicht für sich allein bleiben, sondern ein sozio-historisches Geflecht solcher „Unterscheidungen und Beziehungen zwischen diesen Unterscheidungen“ (Schmidt/Zurstiege 2000, S. 162) ausbilden. Dies ist aber kein neutraler, rationaler Prozess:

„[...]Wichtig ist nun, dass jede Unterscheidung und jede Kombination, die in ihrer Gesamtheit das *Wirklichkeitsmodell* einer Gesellschaft ausmacht, wiederum emotional und normativ besetzt ist, und automatisch nach ihrer lebenspraktischen Bedeutung bewertet wird; denn von ihrer gesellschaftlich richtigen Handhabung hängt alles für die einzelnen Aktanten ab. Nur wer im Hinblick und im Vertrauen auf die Gültigkeit dieses Wirklichkeitsmodells handelt und dies auch bei (allen) anderen unterstellt, ist Mitglied dieser Gesellschaft.“ (ebd.)

Gleich wie innerhalb eines Individuums, so funktioniert dieses Differenzmanagement als abgeschlossenes System auch auf sozialer Ebene. So treten zu den kognitiven Modellen auch kommunikative Schemata, die unsere Interaktion mit der sozialen Umwelt strukturieren, um aus all der Beliebigkeit (Kontingenz) Muster zu etablieren, die uns Orientierung und Interaktion überhaupt erst ermöglichen. Die Sozialisation ist jener Prozess, in welchem wir solche Muster bzw. Schemata erlernen, die uns helfen Komplexität zu reduzieren, unsere Handlungen mit anderen abzustimmen bzw. sie bedeutungsvoll auf andere zu richten. Dabei sind diese Schemata in zweierlei Hinsicht „... *social fictions*:

1. As man-made instruments they are used to organize experiences in respective environments. Accordingly, the relevant question with regard to schemata is not whether or not they are true, but whether or not they do their job.¹²
2. Everybody in a society acts as *if* everybody else applied the same schemata although no one can actually verify this assumption by looking into other heads.“ (Schmidt 2001, S. 16, H.i.O.)

Hier liegt die Wurzel der Existenz und des Funktionierens von Gemeinschaft im weitesten Sinne. Denn schon die Unterstellung (hinreichend) geteilten gesellschaftlichen Wissens stellt eine Fiktion dar, und dient doch als Basis unser aller kommunikativer Interaktionen, indem wir davon ausgehen, dass die anderen unser Wissen teilen, eine analoge Welt be-leben, und vor allem die selbe Sprache sprechen. (vgl. Schmidt 2001, S. 17) Darin liegt die grundlegendste Funktion der Kommunikation *in* und *für* Gesellschaften. Denn diese basieren auf der impliziten Annahme eines unterstellten gemeinsamen Wissens, welches alle unsere Erfahrungen schematisiert, von deren Wirklichkeit und Relevanz wir überzeugt sind, und auf welches solcherart unser Handeln hin orientiert ist.

Die Frage der Macht, ebenso wie jene der Identität, wird also immer dann zentral, wenn es um die Durchsetzung von Realitäten geht, denn diese definieren nicht nur problematisch gewordene Auffassungen dessen was ist, sondern sind immer auch an Interessenslagen gebunden. An die-

12 Eine Position, die stark an die des (vornehmlich amerikanischen) Pragmatismus erinnert und mit diesem auch – in ihrer erkenntnistheoretischen Tragweite und Konsequenz – vergleichbar scheint (vgl. z.B. Rorty 1982).

ser Verknüpfung lassen sich Überlegungen einer konstruktivistischen und hinreichend komplexen Theorie des Erkennens und einer der kritisch-materiellen verbinden. Die Bühne dieser Verhandlungen ist Kultur – besser – sind *die Kulturen* einer Gesellschaft. Daher rührt Schmidts Rede von *Kulturprogrammen* einer Gesellschaft – *die Kultur gibt es nicht*.

Aus dem gemeinsamen Wissen voneinander und zwischeneinander erwächst die Bedeutung dieses Wissens als „Welt-Modell“ (vgl. Schmidt 2001, S. 17) – die Hardware für Kultur. Wir setzen dieses Weltmodell als unumstößlich und obligat fest, weil es sich bewährt und Wahrnehmung organisiert, indem sie sie vergleichbar macht. An unserer Welt interessiert zu allererst und für viele ausschließlich das *Wie?* des in dieser Welt Lebens. Und solange unsere Interaktionen sinnvoll scheinen, weil sie funktionieren, wird es nicht weiter auffällig, dass sie auf konstruierenden Fiktionen aufbauen: „*The fact that we as individuals constantly render social fictions into facts explains why societies operate as fiction machines.*“ (Schmidt 2001, S. 17; H.i.O.)

b) Kultur als konstruktivistisches Produkt

Mit der Undurchhaltbarkeit einer letztgültigen Ontologie verschwindet auch eine letztgültige Rationalität des Wahren als gesellschaftliche Kategorie. Unser Welterleben ist nach Schmidt niemals allein rational.¹³ Kultur wird zum semantischen Modell gemeinschaftlicher Zuschreibungen, nach denen wiederum soziales Handeln vorgenommen wird.

„What ‚good‘ or ‚bad‘, ‚true‘ or ‚false‘, ‚sane‘ or ‚ill‘ really mean in a society and what relevance these distinctions and their combinations actually possess, is determined by what might be called the semantic programme of a society. Only this programme gets and keeps the world model going. Accordingly, I propose that this programme of socially obligatory semantic instantiation of world models be called culture. It follows from this assumption that there is no society without culture and no culture without society. The programme culture has to be constantly applied in order to survive. Consequently, there cannot be either a society or a culture without acting individuals and vice versa. That is to say that mankind is the creator of culture(s), but that any individual is a creation of his/her respective culture.“ (Schmidt 2001, S. 18)

Diese Basis sozialer Wirklichkeit kann vergleichsweise als Hardware bezeichnet werden. Kultur erfährt nun eine Bestimmung als Betriebssystem

13 „Due to the *modus operandi* of the brain which constantly intertwines thinking, feeling and evaluating, we are never occupied with thinking alone; instead, all processes of cognition are embedded in (more or less conscious) processes of lust/unlust-equilibration and normative evaluation. Consequently, the dichotomies and differences in/of world models, as well as their relations and combinations, are emotionally charged and normatively evaluated.“ (Schmidt 2001, S. 18)

dieser sozialen Hardware.¹⁴ Das gesellschaftlich normierte Programm der Verwendung der Unterscheidung von Bedeutung und die mit ihnen verbundenen Bewertungen kann man als Kultur bezeichnen. Kultur und Gesellschaft können somit nicht ohne einander gedacht werden. Zugleich wird aber auch erst in der Anwendung durch die Menschen dem Kulturprogramm Leben eingehaucht, und nur durch seine strukturierende und semantische Kraft ist sinnvolles Handeln (Leben) möglich. „Durch die Anwendung des Kulturprogramms entstehen diejenigen Gegebenheiten, die als kulturelle Leistungen einer Gesellschaft angesehen werden: Riten, Mythen und Religionen; Kunstwerke und Bauwerke; Wissenschaft, Dichtung und Philosophie, aber auch Mode und Essensgewohnheiten, Formen des Sports, des Geschäftemachens und so weiter.“ (Schmidt/Zur- stiege 2000, S. 161f)

Dadurch, dass sich Anwendungen und Programm ständig gegenseitig aufeinander beziehen, beschreiben sie einen selbstreferenziellen Zyklus der sich selbst antreibt: „[...] Wirklichkeitsmodelle und Kulturprogramme [bilden] notwendigerweise einen sich selbst tragenden und begründenden Zusammenhang von Sinnprozessen, der Gesellschaften und Aktanten von der Umwelt abkoppelt und autonom macht. [...] Wirklichkeit entsteht durch unsere Aktivitäten, die sich ständig auf sich selbst beziehen, sich bestätigen oder verändern und dadurch Wirklichkeit allererst als sinnvolle Erfahrungswirklichkeit hervorbringen.“ (ebd., S. 163) In der Medienkultur sind nun die Medien die wichtigsten Maschinen, die mediale Wirklichkeitskonstruktionen im medialen Raum vornehmen, wobei diese kulturellen Inhalte aber auch in alle anderen Lebenszusammenhänge diffundieren.

c) Die scheinbare Natürlichkeit von Kultur

Es ist nun ironischerweise gerade die Kultur, die durch ihre umfassende Akzeptanz als problemlösendes Übereinkommen untereinander sich selbst quasi-natürlich werden lässt. „[Culture’s] seeming self-evidence, as well as the expected expectation that every member of a society shares its premises and applies its rule, i.e. its double fictiveness, makes it the powerful instrument of social and individual world-making it actually is.“ (Schmidt 2001, S. 19). Die soziale Rolle von Kultur ergibt sich dann aus ihrer Funktionalität sowie aus ihrem Funktionieren: Jede semantische Operation rekurriert auf ihre eigene Funktionalität, die sich aus ihrer intersubjektiven Bedeutungshaftigkeit ergibt. Bringt sie das gewünschte Ergebnis hervor (was aus besagtem Grund der geteilten Zuschreibung wahrscheinlich ist), bestätigt sie zugleich ihr eigenes Funktionieren, ihre scheinbare Wahrheit. So bestellt Kultur zwei zentrale Aufgaben einer jeden Gesellschaft (vgl. Schmidt 2001, S. 18f): Einerseits reguliert sich

14 Dass der Hardware/Software Vergleich an manchen Stellen hinkt, darauf weist auch Jacke (2004) bereits hin. Allerdings ist er hinreichend nützlich, um diese Unschärfen in Kauf zu nehmen.

über Kultur die Reproduktion des Gemeinwesens, indem sie für die Sozialisation der neuen Mitglieder sorgt und sich selbst als Kulturprogramm kognitiv fortpflanzt. Dadurch, dass dieser Prozess Zeitpunkt vollzogen wird, noch ehe das Individuum bewusst erleben kann was passiert (was ohne vorangegangene Sozialisation auch gar nicht geschehen könnte), ist dieser Prozess der Sozialisation unsichtbar, der unmittelbaren Reflexion entzogen, was dazu führt, dass „[o]ur instruments and strategies of world-making [...] can never be observed from the outside, because we necessarily make use of them while observing – whatever that observation involves.“ (Schmidt 2001, S. 18).

Darin liegt nun auch der Ursprung der zweiten Funktion von Kultur für das Zusammenleben: die Kontrolle der Individuen innerhalb dieser Gesellschaft. Denn um an der Gesellschaft teilnehmen zu können, unterwerfen wir uns immer auch schon ihren Spielregeln, da wir sonst gar nicht mitspielen könnten. Um den Preis der Reduktion von Komplexität (und der sozialen Handlungskoordination) werden unsere Handlungsoptionen daher immer schon kulturell reguliert und verringert. Sozialisation kann dann als die Programmierung der Kulturprogramms verstanden werden und bildet die Grundlage für gesellschaftliche Reproduktion und die Etablierung und Fortschreibung verbindlicher Orientierung (innerhalb der Wirklichkeit) – und somit für Identität und Fortbestand der Gesellschaft (vgl. ebd.). Diese „verbindliche Anwendung des Kulturprogramms“ tritt als Regel- und Normsystem (latent und manifest) in Form von Anleitungen und Begrenzungen dem Aktanten gegenüber. Hier wird Kultur zur Struktur, die die Autonomie des Individuums innerhalb der kulturellen Autonomie der (jeweiligen) Gesellschaft beschränkt und zugleich die notwendige Voraussetzung für Interaktion und Kommunikation darstellt. Schon auf Grund dieser Verbindung können Kultur und Kommunikation als zwei Seiten derselben Medaille angesehen werden. Die essentielle Verknüpfung zwischen *Kultur als Produkt* und *Kultur als Produzent* menschlichen Handelns und menschlicher Gemeinschaft wird so deutlich: „So ist also zwar der Mensch Schöpfer aller Kultur, aber zugleich gilt, dass *die* Menschen Geschöpfe einer je besonderen Kultur sind.“ (Schmidt/Zurstiege 2000, S. 163; H.i.O.)

So wird nachvollziehbar, warum wir uns dieser Kultürllichkeit unseres Lebens nicht bereits immer gewahr sind. Das Wissen unserer Welt wird als vor-theoretisches, werktätiges Wissen internalisiert, es geht uns „in Fleisch und Blut über“ und wird so zur Gewissheit (Plessner 1999, S. XII). „Da Kulturen als Programme der Beobachtung weitgehend entzogen sind, entsteht für die Anwender der zwingende Eindruck, ‚seine Kultur‘ sei ‚natürlich‘ die richtige und die beste.“ (Schmidt/Zurstiege 2000, S. 163) Die Konsequenzen dieser Beobachtung stellen an sich ein Plädoyer für die Ausbildung von Reflexionsvermögen über sich und seine Gesellschaft (Kultur) dar.

Dabei ist es wesentlich zu erkennen, dass in einer Dialektik zwischen Stabilität und Dynamik Kulturprogramme auf kurze Sicht eine relative Starrheit aufweisen, insgesamt langfristig aber flexibel sind. Wandel ist der Kultur also inhärent. Hinzu kommt allerdings, dass die Ausdifferenzierung verschiedener verschränkter Teilprogramme in arbeitsteiligen, hochspezialisierten Gesellschaften indessen zu einer wachsenden Distanz der Teilprogramme untereinander führt. Die Welten, in denen wir leben, werden also spezifischer, und differenzierter. Dafür schließen sie sich von denen unserer Umgebung aber immer mehr ab. Je weiter diese Ausdifferenzierung voranschreitet, desto schwieriger wird das Verhältnis zueinander.¹⁵

Kultur kann vor diesem Hintergrund evidenterweise nicht als wahr bzw. falsch bewertet werden, sondern nur in Bezug auf ihre Funktionalität in der Lösung der großen Probleme der gesellschaftlichen Organisation. Und doch scheint sich aus Schmidts Ausführungen zu ergeben, dass reine rationale Beurteilung (besser: das, was wir als rationale Beurteilung bezeichnen) nie stattfinden kann, sondern in unserem geistigen Handeln Denken, Fühlen und Bewerten immer bereits verknüpft sind. Dass heißt, auch die Beurteilung des Alltags als Erscheinungsform des Kulturprogramms ergibt immer schon ein strukturiertes Bild, und auch die Analyse von Kultur kann sich diesen Vorgängen nicht entziehen.

4.2.4 Die Medialität der Wirklichkeit

Dass Medien nach Schmidts Modell zentrale Bedeutung dadurch erlangen, dass sie Kommunikation und Kognition koppeln, ergibt sich aus der grundlegenden Funktionsweise der Sprache. Texte bzw. Medien koppeln die autonome Sphäre der Kognition (als Autonomes, Internes) mit jener der Kommunikation (als Interaktives, Externes) auf Basis der Erwartung, dass die an der Kommunikation Beteiligten auf derselben sprachlichen Sozialisation und Konvention aufbauen können (vgl. Schmidt 2001, S. 19). Daraus folgt, dass „meaning and reference are purely linguistic operations which refer to common sense-knowledge and communication, and not at all to an observer-independent ‚reality‘.“ (ebd.)¹⁶ Nicht erst seit kurzem – vom Beginn der Medienentwicklung an – stellt sich uns deshalb die Frage nach einer virtuellen Realität. Die Realität der Medien war immer schon eine virtuelle Realität der und durch Kommunikation.

15 Vgl. hierzu auch Saxers (1998, S. 68) Erwähnung immer spezifischerer Bewusstseinswelten in der Mediengesellschaft, die einerseits zur Diversifizierung und Spezialisierung des medialen Angebots, umgekehrt aber auch zur immer schwierigeren Vermittlung zwischen solchen Sinnprovinzen (vgl. Berger/Luckmann 1999) führt.

16 Darauf aufbauend könnte man formulieren, dass Kultur die ständige Sozialisation der Sozialisation darstellt, die Verlängerung des Gesellschaftlichen ins Individuelle, des Politischen ins Private, der Wertung in die Unterscheidung und der Unterscheidung in die Wertung.

„[T]he connection between society, culture, language and individuals is self-referential and self-organizing, in other words auto-constitutive. Models for reality, their semantic interpretation and evaluation by cultural programmes in communication processes (discourses), and language as an operative system of distinctions and descriptions mutually determine one another. The big fiction machine tends to close itself operationally and to separate itself more and more from environments. The most powerful instruments in this development are the *media*.“ (Schmidt 2001, S. 20; H.i.O.)

Medien spielen sodann in diesem Wechselspiel zwischen Kulturteilprogrammen, Subjektposition und gesellschaftlichen Realitäten eine gleich mehrfache Rolle: Sie bieten uns die Möglichkeit, gleichsam *culture at work* zu beobachten, vermitteln uns Bilder der Gesellschaft und ihrer Milieus, Stil- und Sinngemeinden. Zugleich wird in der Medienkommunikation über die Beschaffenheit und Berechtigung von Lebensweisen verhandelt. Und drittens kreiert sich eine mediale Eigenlogik aus den Interessen und Zwängen des medialen Systems, die dazu führt, dass die Medien selbst nach der Optimierung ihrer Systemlogik suchen (womit wieder die Ökonomie der Medien ins Spiel gebracht wäre):

„Jede Herstellung und Nutzung von Medienangeboten, sei es in natürlicher Sprache oder unter Zuhilfenahme von Medientechnologien, beruht auf dem kollektiven Wissen, was jedem Gesellschaftsmitglied im Wirklichkeitsmodell sowie in den Kulturprogrammen seiner Gesellschaft zur Verfügung steht. Durch ebendiese Inanspruchnahme bei der Kommunikation mit Hilfe von Medienangeboten werden Wirklichkeitsmodelle und Kulturprogramme zugleich vorausgesetzt, in Anspruch genommen und bestätigt. *Darum besteht ein unlösbarer Zusammenhang zwischen Medien, Kultur und Wirklichkeit.*“ (Schmidt/Zurstiege 2000, S. 164; meine Hervorhebung, M.A.)

Die Mediatisierung der Gesellschaft und ihrer kulturellen Teilprogramme sorgt dafür, dass „Kulturprogramme [...] in ihrer Kontingenz erfahrbar und beobachtbar“ werden (Schmidt/Zurstiege 2000, S. 165). Das wiederum führt die Autoren zu dem Schluss:

„Kultur, so muss man heute feststellen, ist *Medienkultur*, in der Medien zu unseren alltäglichen Instrumenten der Wirklichkeitskonstruktion geworden sind. In hohem Maße benutzen wir alle die Wirklichkeitsdarstellungen, die wir in den Medien finden, um daraus unsere eigenen Wirklichkeiten zu erstellen und zu deuten.“ (Schmidt/Zurstiege 2000, S. 166; meine Hervorhebung, M.A.)

Im Gegensatz zu den historischen Debatten um die Konstruktivität der Medien für eine intersubjektive Wirklichkeit, dreht die Debatte um die Medienkultur angesichts der veränderten Ausgangsbedingungen einer

mediatisierten Welt die Frage nach der Beeinflussung und Wirkung der Medien auf Realitätsformationen um: Was ist nicht medial kreierte Wirklichkeit? Was durchläuft nicht den medialen Filter und wird in einer medial gesättigten Welt interpretiert, gerastert und weiterverarbeitet? Die Transponierung des Wirkungszusammenhanges von Medienrealität als kulturelle Definitionsmacht auf die individuelle, auf die Subjektebene, vollzieht sich somit vorerst einmal über die Sphäre der Kultur als Zugangsschleuse zur Umwelt:

„Durch die wachsende Zunahme an medialen Angeboten entsteht eine mediale Repräsentanz, wobei sich diese – da die Medien Teil der Welt sind – selbst wiederum in wachsendem Umfang auf Medien bezieht. Da mit der gesellschaftlichen Ausbreitung der Medien immer mehr gesellschaftliche Bereiche medialisiert, also in Form von Medienangeboten ‚aufbereitet‘ werden, kommt es zu einer medialen Verdichtung innerhalb der durch die Menschen wahrgenommenen Umwelt. Damit ist letztlich ein immer größerer Teil der Wirklichkeit medial strukturiert, es entsteht eine letztlich *mediale Konstruktion von Welt insgesamt*.“ (Hickethier 2003, S. 450; meine Hervorhebung, M.A.)

Innerhalb dieser „Medien als Lebenswelt“-Matrize erfüllen Medien für den/die Einzelne(n) wichtige identitätsbezogene Funktionen, weil sie helfen, sowohl den gesellschaftlichen Mainstream zu formen als auch institutionalisierte Realitäten der „Gesellschaft“ projizieren, vor denen und von denen sich das Individuum abheben und abgrenzen kann. Darauf aufbauend sind es auch und vor allem medial vermittelte Versatzstücke, die zur Konstruktion eines eigenständigen *Ichs* herangezogen werden. Medien liefern die Versatzstücke einer (brüchigen) Identität und das Puzzle rund um diese gleich dazu. So werden Medien Ressourcen der Identitätsbildung und helfen bei der Abgrenzung von der Umwelt durch „Selbstidentifizierung“ (vgl. Hickethier 2003, S. 449). Medien ermöglichen also die „*Orientierung des Menschen innerhalb seiner Lebensumwelt*“ (ebd., H.i.O., M.A.), indem sie sein Alltagshandeln mitbestimmen und helfen, Alltag zu strukturieren (vgl. z.B. Mikos 1994b).

„Die drei Funktionen der Medien (Erzeugung, Vermittlung, Speicherung) lassen sich differenziert beschreiben: Die mediale Produktion von Bildern von Welt erzeugt auch spezifische mediale Weltbilder. Für den Vermittlungsvorgang wählen die Medien aus den vorhandenen (gespeicherten) Weltbildern gezielt aus, um damit kommunikative Absichten zu verwirklichen. Das auf diese Weise hergestellte Angebot fordert zu einem unterschiedlichen Gebrauch der Bilder heraus und hat unterschiedliche Folgen bei den Adressaten (wobei diese nicht immer intendiert sein müssen).“ (Hickethier 2003, S. 450)

Medien werden also zum Rohstoff der Diskurse. Auch wenn sie wiederum auf eine andere, außermediale Realität verweisen, so wird diese doch zunehmende Selbstreferenzialität ersetzt, da alles bereits in und durch die Medien vermittelt *ist*: Die moderne Massenkommunikation in ihrer Form der Mediengesellschaft erschafft Fakten aus Fiktionen. Wenn das Konzept einer ontologischen Wahrheit, das die abendländische Philosophie lange Zeit prägte, aufgegeben wird, dann wird der Weg frei für „theories which have discharged identity-theoretical concepts of ‚reality‘, ‚meaning‘, ‚identity‘, ‚truth‘ or ‚society‘: difference theories are needed which do not start with apparent givens but which try to reveal how we, as active observers, bring into existence what we subsequently observe as (items of) ‚the reality‘“ (Schmidt 2001, S. 12). Diese klassische konstruktivistische Position stellt also das *Was* des zu Erkennenden notwendigerweise gegenüber dem *Wie* des Erkennens zurück. Es gibt kein rein Faktisches und zugleich kein rein Fiktionales. Diese Kategorien sind in der erwachsenden Mediengesellschaft (der sich abschließenden kommunikativen Systeme) nur mehr innerhalb eines komplexen Spiels miteinander zu sehen: „What we deem facts generates what we deem fictions, and vice versa. In mediaculture societies (Medienkulturgesellschaften, M.A.), a huge wave of media worlds washes into the cognitive domains of media users every day.“ (Schmidt 2001, S. 24) Dies ist die epistemologische Fassung des kulturalistischen Postulats der ubiquitären gesellschaftlichen Medienwirkung. Somit entwickelt Schmidt sein Konzept der Medienkulturgesellschaft via die Selbstreferenzialität des (post)modernen gesellschaftlichen Lebens, welche sich aus der Abschließung der einzelnen Teilsysteme ergibt:

„Media societies are fundamentally based on a variety of operative fictions. Media societies work, maintain and reproduce themselves only because they are fiction machines which, in their evolution, have progressively replaced their interactions with environments by interactions with themselves. Since fiction allows for autonomization via operational closure, media societies, as fiction machines, tend to become operationally closed, i.e. autonomous via the functionalization of fictions.“ (Schmidt 2001, S. 12)

An Hand von und beginnend mit der Literaturgeschichte zeigt Schmidt, dass die binäre Entscheidung *wahr* – *falsch* in der Verarbeitung von Wirklichkeitsangeboten in der Moderne nicht länger auf eine essentielle Realität bezogen sind,¹⁷ sondern auf die jeweilige Pragmatik des umge-

17 Was aber in konkreten Rezeptionssituationen immer wieder zu beobachten ist: Fiktionale Texte werden auf ihre Glaubwürdigkeit („Realitätsbezug“) hin taxiert und für unglaubwürdig befunden. Der/die BeobachterIn verlässt aber dann wesentlich den Bezugsrahmen fiktionaler medialer Unterhaltung und unterstellt partikulär einen quasi-Realitätsanspruch an das Rezipiente. Dieser Anspruch ist aber willkürlich: Andere Texte werden weiterhin als vorgegeben-fiktionalisiert ver-

benden sozialen Systems, das die Konventionen für das Funktionieren eines Textes innerhalb des Systems aufstellt. Das geltende Kriterium für die Teilnahme (als ErzeugerIn oder LeserIn) am Text (dem medialen Angebot) ist also das Anerkennen der geltenden Regeln, die als Folie für die Beurteilung herangezogen werden. Was für die Literatur gilt, gilt alsbald für das gesamte System der gesellschaftlichen Kommunikation. Mit ihrem historischen Aufstieg vor dem Hintergrund veränderter gesellschaftlicher Rahmenbedingungen (Geldökonomie, gesellschaftliche Ausdifferenzierung, etc.) wird die Mediengesellschaft zunehmend „fiktionalisiert“. Das, was im literarischen System als Ort der Weltbeobachtung und Deutung der Gesellschaft und ihrer Kultur als Entwicklung in der Frühmoderne beginnt, wird auch und umfassend für die sich entwickelnde Mediengesellschaft wahr. Denn mit der systemischen Schließung des literarischen Systems und der Etablierung eines selbstreferentiellen Rahmens der Weltbeobachtung entsteht ein Modus des Lebens, der darauf hinweist, dass auch andere gesellschaftliche Teilsysteme nach ihren eigenen Regeln funktionieren.¹⁸

Als Literaturwissenschaftler wird für Schmidt die Logik (der Konstruktivität) des literarischen Systems zur Blaupause für das gesellschaftliche Ganze.¹⁹ Während im literarischen Diskurs die Fiktionalität der konstruierten Welten quasi einen Pakt zwischen Autor und Leser darstellt, bleiben die sozialen Fiktionen konventionalisierte, sozialisierte aber unbewusste Spielregeln (vgl. Schmidt 2001, S. 15) und zielen immer noch auf die Frage der Authentizität des Kommunizierten mit einer objektiven Welt. Der Aufstieg der Massenkommunikation zu einem gesamtgesellschaftlich relevanten Phänomen (und damit sind nicht allein die technischen Vermittlungssysteme, sondern z.B. auch der Journalis-

standen ohne kritisiert zu werden. Dieser Mangel an Reflexivität ist selbst wiederum eine (meist genrespezifisch differenzierende) Naturalisierungsstrategie, die auch die eigenen Wirklichkeitsauffassungen – also die eigene Position, von der aus kritisiert wird – unproblematisiert lässt.

18 Die schöpferische Kraft des Diskurses wird hier als Fiktionalität beschrieben: „In other words, ‘fictionality’ is the name for a special system of pragmatic rules which culturally prescribe how participants in literary communication have to treat the possible relations between fictive worlds assigned to literary texts and prevailing social world models. *Fictionality is thus not a property of literary texts but of literary discourse as a whole.*“ (Schmidt 2001, S. 13; meine Hervorhebung, M.A.)

19 „Unlike the literary system, which deliberately suspended referential decisions, thus gaining sufficient ground for aesthetic priorities in literary discourse, the journalistic system claimed to produce objective observations and true descriptions of reality – and nothing else. Consequently, from the late 18th century onwards, modern European societies had at their disposal two rival macro-forms of self-observation and self-description with completely different reference mechanisms, although, from the outset, journalism had to face suspicions as to whether or not its reports were ‘really true’ – a situation which has not changed to this day.“ (Schmidt 2001, S. 15)

mus gemeint)²⁰ ist zugleich die Entstehung eines medialen Systems, eines Apparates für Fiktionalisierungsleistungen:

„The modern media, starting with letterpress printing, gave rise to the emergence of two powerful operative fictions: (a) the fiction of the public sphere with a generalized public opinion; and (b) the fiction that everybody participated in the public sphere by tuning his/her own opinions to the (imputed) public opinion. The power of these fictions is their capacity to produce facts by fictions.“ (Schmidt 2001, S. 20f)

Dieser Prozess beruht genau auf dem bereits explizierten Reflexivitäts-Prinzip – gleichsam einer *virtuellen Realität*²¹ – in der die Wirkung der Unterstellung durch ihre Erwartung zu wirken beginnt.

„Contrary to face-to-face communication, media communication may be described as virtual communication. This communication is rather diffuse, but it virtually covers a whole society in terms of its ideas, expectations and opinions. Public opinion, the public sphere, and the media build a self-constituted network of relations: media enable the rise of a public sphere which is perceived in terms of the public opinion spread by the media.“ (ebd.)

4.2.5 Fazit der konstruktivistischen Medienkulturwissenschaft

Eine *Medienkulturwissenschaft* nach Schmidt ist sodann eine „„Superdisziplin“, die keine Berührungsängste vor fremden Fragestellungen, Theorien und Methoden hat, da sie überlegt und begründet alles nutzen kann, was zur Formulierung von Problemstellungen im Zusammenhang mit Gesellschaft, Kultur, Medien und Kommunikation beitragen kann.“ (Jacke 2004, S. 223) Abgesehen von den umgebenden Superlativen könnte sie jedoch eine kritische Kommunikationswissenschaft befruchten, die den Sackgassen der materialistisch-rationalistischen Theorien zu entkommen versucht. Denn diese „Medienkulturwissenschaft ist nicht fixiert auf einzelne Medienangebote oder bestimmte kulturelle Phänomene, sondern versucht, die Mechanismen zu ergründen, die unseren Umgang mit solchen Phänomenen bestimmen, die wir aus guten Gründen für kulturelle Phänomene halten, und dabei möglichst genau die Rolle der Medien zu explizieren.“ (Schmidt 2003, S. 353 zitiert nach Jacke 2004, S. 224)

In ihr laufen die Diskursstränge der Behandlung mediengesellschaftlicher Phänomene zwischen Wirklichkeit, Kultur und Medien zusammen (vgl. Jacke 2004, S. 225). Verhilft die anthropologische Neufassung des

20 Für eine umfassende Entwicklungsgeschichte des modernen Journalismus als gesellschaftliche Beobachtungsinstanz siehe Haas (1999).

21 Allerdings vor dem Hintergrund der nicht (länger?) vorhandenen Alternative einer *realen Realität*.

Kulturbegriffes dessen Ausweitung auf die Alltagserfahrung der Menschen, so erfährt Kultur nun eine Dynamisierung: Kultur ist nicht eins, sie ist vieles. Sie ist die spezifische Softwarelösung zu den Anwendungsnotwendigkeiten der Hardware der Wirklichkeitsmodelle, in denen sich das Leben der Medienkultur vollzieht:

„Kultur scheint dort (bei Schmidt, M.A.) nicht einheitlich, kein Objekt, scheint latent dynamisch, in Bewegung und eine ständig mitlaufende Relation zu sein, die zwischen kognitiver Autonomie und soziale Orientierung des Individuums qua Kommunikation und Medien vermittelt.“ (Jacke 2004, S. 228)

Kultur ist das Betriebssystem der Gesellschaft, ist ein „Programm der semantischen Interpretationen“ (Jacke 2004, S. 230). Die Notwendigkeit eines hinreichend komplexen Modells zur Fassung autopoietischer Systeme als Annäherung an die Lebenswelten der Menschen der Medienkultur übersieht nun auch nicht mehr, wie es bei Luhmann den Anschein hat, genau diese Menschen (vgl. Luhmann 1998). Denn nach Schmidt ist „die Kultur‘ [eine] Diskursfiktion“, die es „ebenso wie [...] ‚die Gesellschaft‘ nicht ‚gibt‘. Diese Diskursfiktionen vollziehen sich in ihren Anwendungen durch Wirklichkeitsmodelle und Kulturprogramme qua Aktanten. Sie sind also Programm (Struktur) und Anwendung (Dynamisierung) zugleich.“ (Jacke 2004, S. 234) Daher braucht man zur Beobachtung von Kultur innerhalb einer Kultur immer ein Kontrastmittel – sie wird nur in Handlungen sichtbar und steht zugleich vor einem Autologieproblem (Kultur wird immer von innerhalb ihrer selbst beschrieben) und einem Tautologieproblem (Was ist dann eigentlich Nicht-Kultur?). Kultur ist jenes Dazwischen, das binnen Individuen (dem Aktanten, der Kognition) und der Struktur vermittelt. Wenn Kultur und Gesellschaft unterschiedliche Perspektiven bzw. Abstraktionen ein und derselben Wirklichkeit (bzw. des Nachdenkens darüber) sind (vgl. Kap. 2.2f), dann verbindet der soziokulturelle Konstruktivismus, auch und vor allem in seiner Form als Medienkulturwissenschaft, diese beiden Pole. Zugleich werden Medien an zentraler Stelle eingebunden. In Gestalt der Schmidt’schen Medienkulturwissenschaft kommt die Affinität der Kommunikationswissenschaft für eine konstruktivistische Erkenntnistheorie zu einer praktischen Anwendung. Medien kreieren eine Welt für sich. „Die Bedeutung der Medien für die Modifikation von Kulturprogrammanwendungen wird in diesem Konzept [dem Schmidt’schen Kulturbegriff als *Programm*, M.A.] erklärt, da Medien Kognition und Kultur koppeln.“ (Jacke 2004, S. 264) Medienkommunikationen werden zur Epistemologie der Medienkulturgesellschaft. In der Medienkultur (oder nach Schmidt *Medienkulturgesellschaft*) erleben wir nun eine Proliferation und eine Intensivierung der Zulieferung von fiktionalem Material zur Wirklichkeitskonstruktion, die noch dazu von gewissen Strukturbedingungen gefiltert und durchdrungen sind, sodass die sozialen Fakten die daraus erwachsen, ei-

ne zunehmende Affinität zu den Erzählungen aufweisen, aus denen sie hervorgehen. Die Medien als sozialisatorische Basis in diesen Gesellschaften stellen zusätzlich auch noch die naturalisierten Konstruktionsbedingungen dieser Lebenswelten zur Verfügung. Mediatisierung hat in diesem Verständnis dann nichts mehr mit unproblematischer Vermittlung von Informationen oder authentischen Bildern der Realität an anderen Orten oder zu anderen Zeiten zu tun:

„Medien erleichtern großen Bevölkerungsgruppen den Zugang zu kulturellen Produktionen der symbolischen Repräsentanz (insbesondere in den künstlerischen Formen), indem sie ‚ältere‘, zumeist ortsgebundene Formen der Kultur (z.B. Theaterinszenierungen, Konzerte etc.) in ortsungebundene transformieren. Dabei bleibt deren medialer Status nicht derselbe. Die mit dieser Vergrößerung der Reichweite verbundene ‚Demokratisierung‘ von Kultur ist damit erkaufte, dass die Medien die ortsgebundenen Formen der Kultur in der Regel einem *Transformationsprozess* unterwerfen [...]“ (Hickethier 2003, S. 452f)

Die Erforschung gesellschaftlicher Kommunikation muss also dynamisch, prozessual gefasst werden und den Kommunikationsprozess nicht nur funktional fassen, sondern das Zustandekommen bestimmter Diskurse verstärkt unter Einbeziehung soziokultureller Grundlagen betrachten. Wenn wir das Spannungsfeld zwischen Handlung und Struktur (structure and agency) – jene klassische soziologische Dichotomie zwischen Handlungstheorie und Strukturfunktionalismus – grundlegen, kann man gesellschaftliche Kommunikation idealtypisch in System- und Strukturanalysen einerseits und in Rezeptions- und Nutzungsstudien andererseits teilen. Dem entspricht im kulturalistischen Zugang die Diskussion zwischen Populärkultur (als Hintergrund und Ausfluss medialer Kommunikation) einerseits und Kulturindustrie (als diametral entgegengesetzter Ansatz) andererseits. Ist Medienkultur nur auf medialer Bühne, in den Dramen und Komödien massenmedialer Kommunikation und ihrer Protagonisten zu beobachten, dann schließt eine solche Medienkulturwissenschaft eine Auseinandersetzung mit diesen Figuren, Subjektivitäten und Interaktionen auf Ebene der alltäglichen, vornehmlich medialen Popkultur mit ein (vgl. Kapitel 7).

4.2.6 Mediale Transformationsleistungen: Konstruktivisierung der Medienkultur als Stufenmodell

In groben Zügen kann die Entstehung der Mediengesellschaft/Medienkultur im historischen Ablauf wie folgt skizziert werden:

1. Der Primäreffekt: Die mediale Attraktivität

Neue technische Möglichkeiten und der Aufstieg der Medien als Konsumgüter führen dazu, dass mit Beginn des 20. Jahrhunderts mehr und

mehr mediatisiert wird (das Medium muss sich neue Inhalte suchen; vgl. die Unentschlossenheit junger Medien, was sie eigentlich zum Inhalt haben). Der dispositive Effekt der audio-visuellen Medien führt zu einer ganz bestimmten Qualität der Vermittlungsleistung durch die vorgegebenen Möglichkeiten. Auf Grund der Funktionsweise und Eigenlogik der Medien, die sich wiederum aus ihrer technischen sowie ihrer Organisationsform ergeben, haben sie eine transformierende Wirkung auf die Botschaften, die sie übermitteln. Weil diese Übermittlungsleistung Auswirkungen auf die Auswahl und über die Präsentation auch auf die Form der Botschaft hat, werden Medieninhalte je nach Medium eine bestimmte Form aufweisen, die sie in ihrer ursprünglichen Erscheinung nicht aufweisen würden. Medien spiegeln also nicht einfach die Wirklichkeit wieder, sie erschaffen Wirklichkeiten über spezifische Repräsentationen des Vor-Medialen. Das Fenster zur Welt ist keines.

Je ausgereifter, ökonomisch stärker und kulturell zentraler die Medien werden, je erfolgreicher sie in ihrer Transformationsleistung der von ihnen behandelten Menschen, Dinge, Produkte, gesellschaftlichen Phänomenen werden, desto mehr steigt ihr Wert und ihr Status in der Gesellschaft (Politik in den Medien – zuerst noch Politikvermittlung über Medien). Die Medien behalten ihre klassische Vermittlerrolle, und werden zugleich mehr und mehr zu Agenten ihrer eigenen Agenda. Die Art ihrer Institutionalisierung, Organisation und Regulierung des Marktes führt zur Aufspaltung in einen gemeinschaftlich-öffentlichen und einen marktwirtschaftlich-unternehmerischen Zugang. Alles, was durch die Medien geht, hat nun einen speziellen Charakter erhalten, allein schon dadurch, dass es in den Medien präsent war/ist. Medien propagieren Ideen (Politik, gesellschaftliche Entwicklungen), Werte (das Wie des Miteinander), Menschenbilder (Stars, Berühmtheiten, Experten), Produkte (Werbung), und erschaffen so vor dem jeweiligen historischen Hintergrund Ideale, Mythen und Normen.

2. Der Sekundäreffekt: Die mediale Dominanz

Auf Grund der Zentralität und Wichtigkeit der modernen Massenmedien für alle Kommunikationen, die öffentlich relevant werden wollen (mit variablem Endzweck: Information, Interesse, Unterhaltung, Verkauf), ist es das Ziel der Kommunikatoren, vermittelt, also mediatisiert zu werden. Im Sinne einer Optimierung der Kommunikationseffizienz und -effektivität wird die Botschaft immer schon für ihren Medieneinsatz geformt (PR, Werbung, Verständlichkeit, Attraktivität, Nutzen). Dieser voraussetzende Gehorsam betreffend die Vorwegnahme der spezifischen Vermittlungsmodi führt dazu, dass was, wie und wozu vermittelt werden soll, immer schon einen medialen Bias aufweist, der deshalb bereits eine Adaption/Verkürzung der lebensweltlichen Repräsentation impliziert. Diese Logik entwickelte sich bis hin zur Kreation reiner Pseudo-Events, die

ohne (die Aussicht auf) mediale Vermittlung nicht in dieser Form oder gar nicht stattgefunden hätten (vgl. Boorstin 1961).

Ein Konkurrenzprinzip kommt nun zum Tragen: Je mehr Erfolg das Mediatisierte hat, desto mehr will mediatisiert werden. Es beginnt ein Wettbewerb um die Zuwendung der Medien. Das Verhältnis von Angebot und Nachfrage kippt. Obwohl der Medienmarkt wächst und sich diversifiziert, wächst die Nachfrage noch stärker. Das Ergebnis ist, dass alle, die in die Medien wollen (und immer mehr Organisationen, Institutionen und Interessensgruppen, Individuen wollen „in die Medien“) beginnen, die Zugangsbedingungen zu antizipieren. Die Medien kommen nun nicht mehr zu den Mediatisierungen, die Mediatisierung bringt sich für die Medien in Form. Dadurch, dass das Machtgefüge (der Besitz einer raren und nachgefragten Ressource ist eine Form von Kapital und kann in andere Machtformen transformiert werden) gekippt ist, können die Medien ihre eigenen Agenden stärker durchsetzen als zuvor. Die Entwicklung geht so weit, dass Dinge erst für die Medien entstehen, andere bis zur Unkenntlichkeit angepasst werden, um mediatisiert zu werden (Politik, Marketing, PR, Egos, Kunst, etc.) Diese Anpassung bedient sich sodann oftmals der populärsten Stil- und Genreformen: Sensation, Unterhaltung, Skandal.

Der Sekundäreffekt der Transformationsleitung der Medien – alles und jeden in Entertainment (im weitesten Sinn) zu verwandeln, der in ihren Sog geriet (I) – beruht auf der Antizipation genau dieser Logik: Alles muss medientaugliche Form annehmen, will es darauf hoffen, mit Publizität geadelt zu werden (II). Mehr oder weniger aktiv fordern die Medien mit ihrem ewigen Hunger nach Material die Welt dazu auf, sich für ihre publizistische Verwertung aufzubereiten, um dann zu berichten, was sich für berichtenswert hält:

„The result was to make of modern society one giant Heisenberg effect, in which the media were not really reporting what people did; they were reporting what people did to get media attention. In other words, as life was increasingly being lived for the media, so the media were increasingly covering themselves and their impact on life.“
(Gabler 2000, S. 97)

3. Der Tertiäreffekt: Mediale Autopoiesis

Wenn mediale Übermittlung gewisser Anpassung- und Transformationsleistungen bedarf und Botschaften deshalb verstärkt auf ihre Mediatisierbarkeit hin kreiert und manipuliert werden, entwickelt sich ein selbstreferenzielles System der Mediatisierung. Vor dem Hintergrund der Kommerzialisierung und Ökonomisierung der Medienindustrie als zentralem Subsystem, welches sich über seinen marktwirtschaftlichen Erfolg erhalten muss, ist die Zielkategorie medialer Leistung die Quotenmaximierung als wichtigstes Produkt für die Werbeindustrie. Da Unterhaltung die wichtigste Sparte der medialen Kommunikation geworden ist, werden ih-

re gestalterischen Konventionen als abstrakte Konstruktionsmechanismen immer mehr auf zu kommunizierende Inhalte umgelegt, um mediale Präsenz und Erfolg zu erreichen (Infotainisierung, Entertainisierung, Spektakularisierung).

Die Medien erleben eine weitere technische Revolution: Kabel, Satellit, Multimedia, Mediamatik, Komprimierungstechniken, Internet erhöhen einerseits das Mediatisierungsangebot, zugleich gibt es aber nichts mehr, was nicht mediatisierbar ist oder sein will, weil Mediatisierbarkeit für viele nicht zum Ziel, sondern zum Zweck geworden ist. Politik, Wirtschaft, Kultur würden ohne Medien nicht mehr funktionieren. Medien komplementieren und ergänzen nicht mehr, sie sind zum Zentrum des gesellschaftlichen Seins geworden. Medien thematisieren sich selbst immer mehr, sie beobachten sich selbst in ihrer Rolle und Wirkung auf die Gesellschaft. So wird der Diskurs der Gesellschaft – geprägt von einem zeitgleich sich wandelnden Wirtschafts- und Politiksystem – von medialen Verlaufsformen und Leistungen über sich selbst strukturiert. Auch findet eine weitgehende Ökonomisierung und transnationale Vernetzung der Medien statt (vgl. Bagdikian 2004).

Da dieser Zustand (die ungreifbare Machtposition der Medien) auf populärem Zuspruch, also dem Erfolg ihrer Produkte basiert, wird medialer Erfolg zu einem Wert an sich, andererseits wird das Wertesystem medialer Präsenz (Unterhaltungscharakter, Prominenz, finanzieller Erfolg, Status, etc.) auch auf das Leben abseits der Medien angelegt. In ihrer Ausrichtung auf das kurzfristige, das Stereotype, das Unterhaltsame, das notwendig Verknappte und Oberflächliche distribuieren die Medien abseits ihrer technischen oder rezeptiven Wirkung (die unmittelbare Wirkungsentfaltung) als die kulturellen Agenten der Zeit einen Werte-, Normen und Ritenkatalog, der auf Grund seiner Häufigkeit und Umfassendheit zu einem konsensual anerkannten Katalog der Mediengesellschaft wird.

4.2.7 Inhaltliche Komponenten der Medienkulturforschung

Der *cultural turn*, als gesellschaftstheoretische Spezifizierung des *linguistic turn*, verweist uns also auf die Ebene der Bedeutungen und der sozialen Prozessualität, um uns den Phänomenen der Massenkommunikation und ihrer sozial- wie gesellschaftstheoretischen Einbettung fruchtbringend zu nähern. An Hand der bereits medien- bzw. kommunikationswissenschaftlich aufbereiteten Konstruktivitätsthesen von Schmidt lässt sich das Wie? einer solchen Analyse mittlerweile fassen. Aber zu welchem Ende forschen wir? Der Ausflug – besser die Integration – eines verfeinerten konstruktivistischen Instrumentariums beinhaltet noch nicht die normativ-politische Komponente, ohne die die kritische Tradition nicht hergeleitet werden kann.

Welche inhaltlichen Phantome verfolgen wir also eigentlich? Wenn wir die versuchte Zusammenschau der Frankfurter Schule und Cultural Studies, der kritisch, materialistisch-kulturalistischen Medientheorie (als Gesellschaftstheorie, vgl. Kapitel 3) heranziehen und die oben formulierten Forschungskataloge ernst nehmen, dann müssen wir der herrschaftskritischen Tradition folgend vor allem auf ein Phänomen und seine Begrifflichkeiten abstellen: das Abstraktum *Macht*! Um dieses Vorhaben zu konkretisieren: War Kultur bis jetzt (außer in den Ausführungen Williams') vor allem in Form einer historisch-begrifflichen Theoriegenese thematisiert worden und als forschungstheoretische Größe eingeführt, die wissenschaftstheoretische und methodologische Fragen bezüglich der bestmöglichen Annäherung an unser Forschungsfeld debattierte, so wird Kultur nun zur lebensweltlichen, zu empirischen Variable. Denn Kultur ist nun kein erkenntnistheoretisches Konstrukt mehr, sondern ein Weg der Beschreibung der Phänomene der Mediengesellschaft, besser: der Medienkultur.

Dazu bedarf es, vor allem vor dem Hintergrund der angestrebten Integration der Cultural Studies mit der deutschsprachigen kritischen Tradition, der Abklärung basaler theoretischer Konzepte, wie Macht und Herrschaft sich kulturell – und hier vor allem über Medien und Massenkommunikation – vermitteln. Wir gehen nun also die Frage nach der Vergesellschaftung von der Mikroebene erneut an, die zuvor in dieser Arbeit vor allem makrotheoretisch bzw. begriffsgeschichtlich gestellt wurde.