

ZWISCHENFAZIT: IDENTITÄT, AUTHENTIZITÄT UND (POPULÄRE) KULTUR

Kultur steuert, so war mit Schmidt zu Beginn von Kapitel 4.1 festgestellt worden, welche Selektionen gesellschaftlich akzeptabel sind und wie Selektionen relationiert und Unterscheidungen realisiert werden können. Identität – gleich ob personal oder sozial – entsteht als prozessuales Reflexivitätsprodukt, indem Aktanten auf die Differenzen *Ego/Alter* bzw. *Wir/die Anderen* Bezug nehmen, und jede dieser Identitäts-Unterscheidungen verlangt nach kultureller Kontextualisierung: Identität konturiert sich immer in Kultur bzw. als Anwendung von Kulturprogrammen. Aktanten handeln stets selektiv, wählen also bewusst wie unbewusst aus einem Überangebot an Möglichkeiten aus und invisibilisieren so in konkreten Unterscheidungsprozessen universale Kontingenz zu Gunsten eines bearbeitbaren spezifischen Kontingenz-Pensums. In ihren Unterscheidungen konstituieren sie somit Überschaubarkeit, die nur analytisch in Gegensatz zu einer nicht überschaubaren Universal-Kontingenz oder reduktionsbedürftigen Welt- oder Umwelt-Komplexität³⁸⁴ gesetzt werden kann.

Kapitel 2 war mit dem verkürzten Befund abgeschlossen worden, dass es keine Identität ohne soziales Handeln und Kommunikation geben kann, kein soziales Handeln und keine Kommunikation ohne Identität und somit keine Identität ohne Authentizität als operative Fiktion. In ihren Unterscheidungen sind kognitiv autonome Aktanten dementsprechend nie auf sich allein gestellt, sondern handeln subjekt-abhängig, jedoch nie subjektiv, weil soziokulturell orientiert. Identität fungiert synchron als Regressunterbrecher und damit als Voraussetzung dafür, dass das Individuum sich als handlungsfähig erleben kann. Ego muss für sich selbst über ein kognitives Schema verfügen, das Unterscheidungen zwischen Selbst und behandelbarer Umwelt und anderen Aktanten beobachtbar und beschreibbar macht. Bei je spezifischen Selektionsbedingungen des Handelnden sind bereits basale

384 Vgl. bereits Burke (1969 [1945]: 59-124) zu *Scope and Reduction* sowie zu Komplexitätsreduktion Luhmann (1998: 143-144) und (⁴2000 [1968]: v. a. 27-38).

Identitätskonzepte sozial orientiert, weil kulturell bestimmt ebenso wie kulturell bestimmend.

Setzt man mit Schmidt ein Konzept von Kultur als Programm voraus, müssen alle Unterscheidungsoperationen von Aktanten als Anwendungen von Kulturprogrammen verstanden werden. Unterscheidungsprozessresultate wie kommunikative Darstellungen von Identität zeigen Kulturprogramm-Anwendungen beobachtbar an. Als identitätsfokussierende Kulturbeschreibungen wirken sie auf je relevante Beschreibungskulturen zurück und tragen somit langfristig zu kulturellem Wandel und kulturellen Differenzierungsprozessen bei. In Anbetracht zunehmender Diversifikation von Kulturprogrammen macht die Rede von *einer* Kultur immer weniger Sinn. Kultur muss stattdessen begriffen werden als Einheit der Differenz ihrer Teilprogramme, die alle ebenso auf Anwender-Anwendungen zurückgehen wie diese bestimmen.

Reflexivität als Mechanismus macht Kontingenz bearbeitbar, lässt also Aktanten Möglichkeiten als Gewissheiten oder zumindest als bestimmbarere Möglichkeiten wahrnehmen. Sozial relevante Orientierungs-Orientierungen erlauben den Bezug auf wechselseitig unterstelltes und unterstellbares kollektives Wissen und lassen Handelnde so erfolgreich meinen, wo sie nicht wissen können. Authentizität ist in Kapitel 3 in ihrer Bedeutung als operative Fiktion und soziale Relationierungs-Grundlage beschrieben worden und ist, gerade im Kontext von Mediengesellschaften, mit einer nachdrücklichen Normativität besetzt.

Mit Ausdifferenzierungsprozessen im Mediensystem verändern sich die Beobachtungsverhältnisse, so dass sich einerseits prinzipielle Beobachtbarkeiten erhöhen, während andererseits die ‚gefühlte Menge‘ der für den einzelnen nicht beobachtbaren Beobachtungsoptionen wächst. Den zunehmenden Kontingenz-Erfahrungen in mediengesellschaftlichen Kontexten begegnen Aktanten kulturprogrammlich mit fiktiven Verlässlichkeiten, die auf Reflexivitätsmechanismen basieren. So wird gerade von medial dargestellten Aktanten wie Prominenten und Stars authentisches Handeln bzw. Verhalten verlangt.³⁸⁵ Nur durch stark normativisierte Authentizitäts-Weisungen wird – auch und gerade für Stars – eine Übereinstimmung von kommunikativen Identitäts-Darstellungen und kognitiven Identitäts-Herstellungen einklagbar. Vermittels personal gebundener Authentizitäts-Schemata prognostiziert Ego, ob Alter als Kommunikationspartner verlässlich oder nicht verlässlich ist, ob also seine kommunikativen Darstellungen authentisch auf kognitive Herstellungen rückzuverweisen scheinen und man ihm so Glauben schenken kann. Dabei sind für Ego zu Unrecht gefällte positive Authentizitäts-Urteile riskanter als irrtümliche negative

385 Vgl. Kapitel 5-7.

Authentizitäts-Urteile, die im Zweifelsfalle der eigenen *inneren Sicherheit* Egos zugute kommen.

Vermittels kultureller Unterscheidungen konturieren sich Dimensionen kultureller Beschreibung, die in Mediengesellschaften unter anderem Unterscheidungen zwischen Hochkultur und Populärer Kultur ermöglichen. Populäre Kultur als Teilkulturprogramm ist dynamisch, medial verfügbar, potentiell genießbar und global kaum ablehnbar, verlangt indes nach semantisch gebundenen Selektionen durch ihre Anwender. Populäre Kultur generiert sich in Transformations- und Dynamisierungs-Prozessen, die Pop vielfach personal an Stars und Prominente binden und Populäre Kultur so visualisierbar werden lassen. Im Folgenden soll es unter anderem darum gehen, wie Stars als popkulturelle Identitätsfixierungen innerhalb kultureller Dynamisierungsprozesse genutzt werden können. Dazu muss jedoch zunächst in Kapitel 5 geklärt werden, wie Stars in den weiteren Ausführungen von Nicht-Stars unterschieden werden sollen.