

1. EINLEITUNG

1.1 BEGRIFFE UND DISKURSE

Diese Arbeit wählt eine, für eine kommunikationswissenschaftliche Studie, wohl ungewöhnliche Vorgehensweise. Ihr Hauptinteresse gilt, pauschal formuliert, der Auslotung kultureller Indikationen der Mediengesellschaft als von massenmedialer Kommunikation getragener Form der Vergesellschaftung und ihrer Lebenswelten. Dabei lege ich ein Interesse für die Art und Weise gesellschaftlicher Veränderungen zu Grunde, welches vor allem auf die Bestimmung der Rolle kommerzialisierter, warenhafter und im gesellschaftlichen Gefüge mittlerweile zentral positionierter massenmedialer Kommunikation abstellt.

Gesellschaftswandel zwischen Entfaltung und Normierung der menschlichen Individualität ist dabei die Zielcoordinate dieser Annäherung. Es gilt, umfassende Trends unserer sozialen Evolution abzulesen, welche die Gesellschaft zwischen Demokratisierung, Modernisierung, Globalisierung und Diversifizierung, Individualisierung und Solidarisierung anleiten. Und doch will sich diese Arbeit nicht mit Gesellschaft an sich auseinandersetzen, sondern betrachtet soziale Trend- und Entwicklungslinien als Hinweise für die veränderte Art der gesellschaftlichen Auseinandersetzung mit sich selbst und ihren wesentlichen Themen – und das ist ein kommunikatives, prozessuales Phänomen.

Der sich vor uns ausbreitenden Mediengesellschaft entspricht auf Ebene der Bedeutungen eine analoge Medienkultur. Diese beginnt, abseits aller epochalen Abgrenzungsversuche, in Inhalt und Form dort, wo sich die Gesellschaft in den Medien selbst zum Thema macht. Für unsere gegenwärtigen hochentwickelten Marktdemokratien gilt, dass Gesellschaft heute vor allem in den Medien stattfindet; sie hat kommunikative Form, eine mediale Gestalt angenommen.

Und das ist der phänomenologische Kern dessen, was ich in diesem Text mit dem Begriff der Medienkultur benennen möchte: Gesellschaft als theoretischer Begriff ist ein symbolisches Konzept, eine schwer eingrenzbarere Entität, die sowohl als soziale Struktur, als objektivierbares

Faktum existiert, deren inhaltliche, substanzielle Erscheinung aber vor allem in kommunizierter Form auftritt. Und Kommunikation, das ist heute vor allem die Kommunikation der sich rapide entwickelnden Massenmedien.

Medial vermittelte, massenhafte Kommunikation ist dabei also zugleich Trägerin des expliziten gesellschaftlichen Diskurses über Medien (die Debatte über die Rolle der Medien innerhalb einer Mediengesellschaft), und Trägerin eines impliziten medialen Diskurses über die Gesellschaft selbst. Zusammengenommen fließen diese beiden Dimensionen als Verflechtung in den Begriff der Mediengesellschaft und ihrer Medienkultur: Kommunikation ist Kultur – Kultur als sozialer Prozess.

Doch der hier in der Folge thematisierte und verstärkt eingeforderte Kulturbegriff bringt noch eine weitere Diskursebene mit ein: Kulturalisierung als gesellschaftliches Phänomen verweist auch auf die zunehmende Wichtigkeit des Kulturellen innerhalb von Gesellschaften (man denke an die Inflation solcher Begriffe wie Firmenkultur, Esskultur, Freizeitkultur, Fitnesskultur, Multikulturalismus u.a., als Schlagworte zunehmend wichtiger gesellschaftlicher Debatten).

Kulturalisierung, hier auf theoretischer Ebene gedacht, meint schließlich auch eine epistemologische Komponente: die Annäherung an gesellschaftliche Wirklichkeit als das Produkt unzähliger Signifikationsprozesse und Bedeutungssphären, die sich ständig selbst produzieren und reproduzieren. Gesellschaft kann aus dieser Sicht nicht statisch sein. Sie bringt sich ständig selbst hervor, auch dort, wo sie statisch bleibt ist diese Statik reproduziert: als Struktur, Machtverhältnis, konstruierte Normalität. Diese Verflechtung zwischen einem objektivierten Konzept *Gesellschaft* (strukturalistisches Denken) und einem diskursiven Konzept *Kultur* ist für sich bereits wieder eine eigenständige Debatte mit langer Tradition. Zur Vermittlung bietet sich ein dialektisches Vorgehen an, wie es etwa die Wissenssoziologie von Berger und Luckmann nahe legt (vgl. 1999/1966): Gesellschaft als Wirklichkeit, Wirklichkeit als gesellschaftliche Konstruktion und Kommunikation als Baustoff.

Doch dabei geht es um mehr als eine theoretische Übung, es geht um das höchst reale Spannungsfeld zwischen dem Fortschreiten der individuellen Emanzipation des Menschen aus nicht selbstgewählten gesellschaftlichen Zwängen, der historischen Situation unserer kapitalistischen Industriegesellschaften, und der globalisierten Ungleichverteilung von Entwicklungschancen individueller und kollektiver Art – also letztlich um Macht- und Herrschaftsverhältnisse auf Makro-, Meso-, und Mikroebene. Damit ist zugleich auch eine normative Basis angesprochen. Einem bestimmten Menschenbild folgt ein zugehöriger Kulturbegriff, und dem wiederum eine bestimmte Vorstellung darüber, was politisch ist. Weder die ForscherInnen, noch ihre Ausgangsbasis alltäglicher und wis-

senschaftlicher Art können aus diesem Projekt weggedacht werden.¹ Gerade eine kritische Wissenschaft muss sich offensiv mit Fragen der Normativität auseinandersetzen (aber nur scheinbar intensiver als jenes wissenschaftliche Denken, dass sich hinter seiner postulierten Objektivität in Sicherheit wähnt).

Meine Herangehensweise an diese Problematik – die Bedeutung und Funktionsweise von Gesellschaft als vorwiegend kommunikatives Phänomen – kann notwendigerweise nicht mehr als ein artifizieller und selektiver Querschnitt durch die gegenwärtige Organisation gesellschaftlicher Kommunikation sein. Aus synoptischer Perspektive interessiert die gesamte Kommunikationswelt der Menschen, die sich aus verschiedenen Ebenen zusammensetzt: der Selbst- und Welterfahrung des zeitgenössischen Mitmenschen – zwischen dem Wohnzimmer, der Straße, dem Arbeitsplatz – über die Konstitution einer sozialen Schicht, den medial interpellierten Lebenswelten, Konstrukten des Politischen, institutionellen Strukturen, gesellschaftlichen Werten und Normen, und nicht zuletzt den Vergnügungen und Pflichten als begleitet von, und beeinflusst durch, unser aller Umwelt als vorwiegend medial vermittelte Welterfahrung. Eine solche Aufgabe kann nur ausschnittsweise bewältigt werden. Der vorliegende Text stellt angesichts dieses Erkenntnisinteresses den Versuch einer Kulturstudie auf Makro-Ebene dar und resultiert in einem Literatur- und Theoriediskurs verschiedenster historischer wie aktueller Ansätze zum Zusammenhang von Kultur, Kommunikation und Gesellschaft. In der Folge lade ich ein zu einer systemischen Rekonstruktion der Diskurse der Medienkultur im Rahmen einer kritischen Reflexion unserer gesellschaftlichen Befindlichkeit.

1.2 THESEN UND FRAGEN

Die hier behandelten Fragestellungen einer Theorie der Medien sind letztlich sozialtheoretischer Natur. Die verschiedenen Metadiskurse und sozialwissenschaftlichen Paradigmen der zeitgenössischen Reflexion von Gesellschaft prägen ihre eigenen Forschungsfelder ein Stück weit mit: Angeblich leben wir, je nach disziplinärer Perspektive, in einer Informations-, Netzwerk-, einer Medien-, Wissens- oder Kommunikationsgesellschaft. Ebenso vielfältig sind die analytischen Annäherungen zwischen z.B. Systemtheorie und interpretativem Paradigma. Das sich so äußerst zersplittert darstellende Bild einer als hoch-, spät-, post- oder sonst wie benannten Moderne spiegelt auch verschiedene, nicht immer kompatible

1 Für eine ausführliche Diskussion der Begriffe öffentlich/privat, persönlich/politisch innerhalb moderner und postmoderne Gesellschaftstheorien siehe McKee 2005.

Schwerpunktsetzungen auf die einzelnen Ebenen der Reflexion wider. Der Cultural Turn steuert dazu seine paradigmatischen Neuerungen bei.² Kultur und Gesellschaft sind Dimensionen des Nachdenkens über das – und zugleich Realitäten des – Lebens in einer strukturiert erfahrenen, ebenso wie einer imaginierten Welt. Kultur ist sodann jenes Phänomen, das „dem Gewebe des Sozialen lebensweltliche Bedeutungen einschreibt“, also die „Textur des Sozialen“ (Lindner 2004, S. 11f), sie ist das Betriebssystem des Wirklichkeitsmodells (vgl. Schmidt 2000). Unsere Lebenswelt tritt uns als ein Außen entgegen, als geronnene Realität innerhalb derer wir uns geistig, emotional und physisch bewegen. Wirklich ist, wie Berger/Luckmann so schön formulierten, pragmatisch besehen das, was sich nicht weg wünschen lässt (vgl. 1999, S. 1). Zugleich sind es gerade auch die Strukturen, welche Halt, Orientierung und Kontingenzreduktion bieten, wenn auch zum Preis von Starrheit und jenen (Sach-) Zwängen, deren Konstruiertheit uns (ähnlich derer der medialen Kommunikationen) nicht augenscheinlich ist (vgl. dazu auch die medientextuelle Entsprechung i.S. von Mediengattungen, Haas 2005). Erst die Reflexivität des Sozialen als objektive Gegebenheit versetzt uns in die Lage, das Vermögen unseres aktiven Handlungspotenzials angesichts der vorgegebenen Umwelt taxieren zu können. Die Arbeit des Geistes an und mit den konkreten Lebensbedingungen der Menschen in Strukturen (Systemen) war und ist das Ziel des aufklärerischen Wirkens, des Fortschritts und der Meisterschaft des Geistes als Architekten von Realität. Diesem Grundwert der Aufklärung fühlen wir uns intellektuell verpflichtet, er ist die ideengeschichtliche Grundlage der demokratischen Verfassung des Zusammenlebens auf lokaler, nationaler und globaler Ebene – als ein Projekt der Moderne.

Doch so sehr sich die Erben dieser Tradition, die Akademie, die Philosophie, das politische Denken um die Perfektion des Rationalen als Basis der zivilisierten Weltorganisation noch immer bemühen, ist einer der kritischsten Diskurse des zwanzigsten Jahrhunderts mit dessen Dekonstruktion beschäftigt: der totalen Rationalität ist die Ratio längst abhanden gekommen. Die Utopie des rationalen Menschen ist, wie so oft bei utopischen Vorhaben, in ihr Gegenteil umgeschlagen – so zumindest lautet eine der grundlegenden Thesen der Frankfurter Schule (vgl. Horkheimer/Adorno (2004/1944)). Die Kulturindustrie, und das war neu und revolutionär an diesem spezifischen Erbe der marxistischen, historisch-materialistischen Gesellschaftskritik, verortete Prozesse des Sozialen, des

2 Auch das, was mit dem Cultural Turn bezeichnet wird ist keineswegs klar abgrenzbare humanwissenschaftliche Terminologie oder Methodik. Auch ist diese Erneuerung der gesellschaftstheoretischen Analyse nicht per se originär. Zu Recht wird häufig darauf verwiesen, dass die Ideen und Emphasen kulturwissenschaftlicher Ansätze bereits in den Werken der Gründerväter der modernen Soziologie angelegt waren (vgl. vor allem Durkheim, Weber, aber auch Marx' Sensibilität für kulturelle Prozesse).

Zusammenhanges von Basis und Überbau (also der materiellen Grundlage der Gesellschaften und ihres Zusammenhanges mit der Positionierung des menschlichen Bewusstseins) auf der Ebene des Kulturellen. Die Art und Weise des *Wie?* des Wirtschaftens und Arbeitens – unserer Subsistenz – wird hier in Beziehung gesetzt zur historischen Entwicklung von Individuum, Gesellschaft und Staat; und zwar – und dieser theoretische Schritt ist m.E. nicht hintergehbär (und hier explizite Grundlage meiner Ausführungen) – in Negation eines marxistisch/neomarxistischen Basis/Überbau-Dogmas.³ Die vormals unantastbaren Bereiche des Zivilisatorischen (als universelle, lineare Entwicklung der Menschheit auf ein metaphysisches Ideal hin) und des Kulturellen (als dem Ästhetischen, Überhistorischen, essentiell vorgegebenen) werden hier plötzlich politisch. In dem Moment, in dem die Lebensbedingungen des Menschen auf das Tapet kommen, in der Bewusstheit der Veränderbarkeit qua politischen Willen, wird die Verhandlung des Kulturellen zur Verhandlung des Politischen. Damit wird aber auch das Kulturelle zur gewendeten Form des Sozialen und die Organisation sowie der Alltag des gesellschaftlichen Zusammenlebens a priori politisch. Das ist eine herausragende Qualität des kulturwissenschaftlichen Zuganges: er erlaubt es uns, den Alltag der Menschen als Konstruktion zu erfassen, als von Interessen und Herrschaftlichkeit beeinflusste Sphäre, die weder a-historisch „immer schon so war“, noch essentialistisch „so sein muss“.

Der hier vorgelegte Theoriediskurs will traditionellere gesellschafts- und kommunikationswissenschaftliche Ansätze erneut um die Ebene des kulturellen Blickes ergänzen, denn diese vermag die Auseinandersetzung mit kommunikativen Prozessen (als Herzstück des sozialen Miteinanders) neu zu gewichten. So gelange ich an dieser Stelle zu einer ersten These:

These #1: Die Notwendigkeit der Kultur

Vermittels des Konzeptes „Kultur“ erlangt man eine qualitativ andere Perspektive auf das Zusammenleben der Menschen in Gemein- und Gesellschaften, sofern man das Soziale als kommunikativ vermittelt begreift. Nur eine adäquate Aus- und Aufarbeitung des Kulturbegriffes erlaubt es, die Wichtigkeit der Kommunikation, insbesondere der medial vermittelten Massenkommunikation, als sozialtheoretische Größe zu fassen. Deshalb ist eine transdisziplinäre Klärung des Zusammenhangs von Kultur und Kommunikation (qua Medien) unerlässlich. Die durch den dialektischen Prozess von medialem und gesellschaftlichem Wandel entstandene Situation – also die Lebensformen dieser Gesellschaft(en) – lassen sich in ihrer schillernden Vielfältigkeit vor allem über den Zugang der Kultur erfahren, verstehen und rekonstruieren.

3 Die Frage der „Freiheit“ der Kulturgeneese als sozialer Praxis stellt einen der zentralen Punkte der gegenständlichen Kulturdebatte dar (vgl. u.a. Winter R. 2001 mit dem programmatischen Titel „Die Kunst des Eigensinns“).

Daraus ergibt sich meiner Überzeugung nach eine theoretische Begründung einer verstärkten Bemühung zur Integration des Kulturbegriffes (als sozialtheoretischer Kategorie) in kommunikationswissenschaftliche Konzeptionen. Kurz: Durch die enge Verbindung von Kommunikation und Kultur (als rekursive Instanzen der Erschaffung und Perpetuierung von Bedeutung) im Hinblick auf die Entstehung sowie den Wandel gesellschaftlicher Realität, muss die Kommunikationswissenschaft in ihren makro-perspektivischen Bestrebungen (die ich hier grundlege) Kultur stärker in ihr Theoriefeld integrieren.

Kommunikationswissenschaftliche Forschung ist längst mehr als die Beschäftigung mit Öffentlichkeit und (professionalisierter) öffentlicher Kommunikation, insbesondere unter der Ägide des Informationsbegriffes. Will die Kommunikationswissenschaft als zentrale Gesellschaftswissenschaft in Zeiten der Mediengesellschaft neue Perspektiven auf das Soziale eröffnen, dann muss sie sich noch mehr dem Unterhaltenden, dem Fiktionalen widmen, denn es durchdringt – wenn auch nicht genügend thematisiert – so umfassend wie nie zuvor unsere massenmedialen Kommunikationen und die darauf basierenden Wirklichkeiten. Diese im Kern der Medienkultur liegende Auseinandersetzung mit der ganz alltäglichen Selbstverständlichkeit der Medien für das Selbstbild der Gesellschaft und jenem, das wir von „den Anderen“ haben, sollte sich auch in unseren forschersichen Bemühungen niederschlagen. Damit ist also ein weiteres Diskursfeld des kommunikationswissenschaftlichen Arbeitens angesprochen; denn die oftmals und nach wie vor kritisierte „Überbetonung der rationalistischen und utilitaristischen Funktionen von Information auf Kosten der darstellenden, rituellen und unterhaltenden Funktionen von Massenkommunikation führt zu einer einseitigen und starren Sicht der Wirkungen von Kommunikationsstrukturen auf soziale Beziehungen“ (Blumler 2002, S. 172). Die Integration kultursensibler Konzepte kann helfen, genau dieses Manko zu überwinden. Daraus folgt für meine weiteren Ausführungen:

These #2: Medien als Narratoren

In der Medienkultur sind die Funktionen der Medien nicht nur in Hinblick auf deren prekäres Verhältnis zu Welt, Wahrheit und Wirklichkeit in ihren informativ-realen Funktionen und Manifestationen zu untersuchen. Insbesondere ihre Rolle betreffend die Gestaltung, Verbreitung und Reproduktion unterhaltend-fiktionaler Inhalte, ihre mythologische Qualität bedarf der Beforschung. Es sind gerade die erzählenden, fiktiven Texte der Medienindustrie, die wesentliche Leistungen für die Konstruktion von Weltbildern haben und somit Weltsichten und Idealbilder mitprägen. Medien übernehmen in dieser Perspektive die Funktion von Geschichtenerzählern, deren Texte die Bedürfnisse, Werte und Ideale einer gesellschaftlichen Epoche eingeschrieben haben.

1.3 ZUR METHODIK

Die hier vertretene Auffassung einer Kommunikationswissenschaft als Teil eines kritischen gesellschaftswissenschaftlichen Projekts impliziert eine stärkere Makro-Orientierung ihrer Perspektiven. Im Zuge dessen bedarf es meiner Ansicht nach einer noch stärkeren Kommunikationsanalyse qua Kultur, die fraglos auch teilweise nicht deckungsgleiche Kommunikationsbegriffe in den disziplinären Diskurs einführt (vgl. dazu paradigmatisch Carey 1989). Kulturwissenschaftlich informierten Analysen ist darüber hinaus auch eine gewisse Methodologie eigen, die mit dem Vorgehen einer zumeist empirisch-sozialwissenschaftlich orientierten Kommunikationswissenschaft nicht immer harmoniert (vgl. Hall 2002; Winter, C. 2003).

Aber gerade durch die Vielfältigkeit und das diskurshafte Wesen des Begriffes Kultur kann integriert werden, was in traditionelleren wissenschaftlichen Zugängen ausgeblendet bleibt, und somit die Externalitätenlogik der kritisierten Realität verdoppelt. Dieser ganzheitliche (nicht umfassende) Anspruch erstreckt sich im gegenständlichen Fall von der Makroebene des gesellschaftlichen Wandels in seinen mit der Medienentwicklung korrespondierenden Dimensionen einerseits, bis zu (und damit in Zusammenhang stehenden) medialen Inhalten und Formen als Reagenzien für und Darstellungen von kulturellen Prozessen und gesellschaftlichen Weltbildern andererseits. Methodisch wird die Kommunikations- und Medienforschung so zur (historischen) Gesellschaftsanalyse, indem sie die vorherrschende Art des Kommunizierens und das Kommunizierte (Kultur) mit den historisch-materiellen Grundlagen (Materie) des Vergesellschaftungsprozesses korreliert. Frei nach McLuhan wird das heuristische Potenzial der Medien einer Zeit archäologisch nutzbar gemacht, und soll Einblicke geben in jene Substanz und Darstellung von Welt, welche letztendlich den Ausdruck des Denkens und Fühlens einer Zeit wiedergibt. Aus einer semiotischen (hier vor allem Barthes 1964) und diskursanalytischen Tradition (hier vor allem Foucault 1996) heraus werden Medien und Massenkommunikation sodann auch zu Schleusen, die unseren Analysen erlauben, in gesellschaftlich zirkulierende Bedeutungssysteme einzudringen. Wie schon in der dualen Hermeneutik aus marxistischer Tradition (vgl. Jameson 1998) ist es uns sodann begrifflich möglich Kommunikation auch abseits manifester und empirisch erhebbarer Einzelbefunde zu untersuchen:

These #3: Duale Hermeneutik und Diskursanalyse

Durch die systemimmanente Verknüpfung zeitgenössischer medialer Texte und Narrative mit den Bedingungen ihrer Produktion als auch der Repräsentativität qua Popularität (Attraktivität) dieser Kommunikationen (vor dem Hintergrund der Art ihrer Verbreitung innerhalb eines kommerzialisierten Mediensystems) geben

uns diese medienkulturellen Artefakte Diagnoseinstrumente zur Beschreibung gesellschaftlicher Diskurse und der diesen zu Grunde liegenden sozialen Realitäten an die Hand. Medienkommunikationen, besser gesellschaftliche Kommunikation werden so für den kritischen Blick zugänglich, da sie auf den Zusammenhang von Produktionsweise und inhaltlicher Struktur und Bedeutung hin untersucht werden können.

1.3.1 Theoretisch-methodischer Rahmen der Analyse

Sofern in weiterer Folge eine historisch-materialistische Zugangsweise übernommen wird, dann vor allem um die Besprechung kultureller Prozesse auf einer ökonomischen Basis der post-industriellen Gesellschaftsformation zu verorten. Eine in einer materiellen Welt notwendig materialistische Analyse von gesellschaftlicher Kommunikation taxiert das eingesetzte kulturelle und ökonomische Kapital und korreliert es mit konkreten Interessenlagen. Dabei spielt die Analyse (teil-)öffentlicher Diskurse von Macht und ihrer Vermittlung im Sinne einer dialektischen Betrachtung der Externalitäten herrschender Verhältnisse (also auch der Auslassungen, der Löcher im Diskurs) und deren sozialen, ökonomischen und ökologischen Konsequenzen eine große Rolle. Die einflussreiche Kritik an der Kulturindustrie verweist auch auf Brüche und Kontinuitäten im modernen Projekt und fließt in späteren Fortentwicklungen in die Beschreibung einer postmodernen Kultur, in der Adornos „Stahlbad“ zusammen mit allen anderen modernen Rigiditäten in den Händen der Menschen vaporisiert: „all that is solid melts into air“.⁴

Diese Beschreibung des postmodernen Seins beginnt mit der Feststellung des Unterganges der „grand narratives“ und leistet für die Erklärung der Pluralität an Lebens- und Kulturderivaten der heutigen reichen Gesellschaften wichtige Annäherungsperspektiven. Darüber darf aber keineswegs auf die Kontinuitäten des Industrie- und Konsumkapitalismus vergessen werden, die weiterhin die materiellen Grundlagen und Ungleichheiten unserer Gesellschaften ausbilden. Das impliziert eine kritische Herangehensweise an die Beforschung gesellschaftlicher Kommunikation und ihrer Medien, eine Critical Media Research im Sinne Lazarsfelds als eine in den Worten Peter Glotz', „Kommunikationswissenschaft, die sich auf die durch die Kommunikationsrevolutionen und die kommunikative Praxis ausgelösten Konflikte einließe [...]“ (Glotz 1997,

4 Gerade dieser Umstand, nämlich die Verknüpfung einer neuen Beliebigkeit und allumfassenden Kontingenz des modernen Lebens in der Postmoderne und der in dieser Konzeption unvermeidbare Untergang auch eines politischen, emanzipatorischen Projektes, wird der „französischen“ Postmodernen Theorie immer wieder verächtlich zum Vorwurf gemacht. Innerhalb des Denksystems ist diese Auslassung aber nur logisch. Ich plädiere hingegen für eine Erneuerung einer kritischen Theorie abseits alter Dogmen und der Aporien der Kritischen Theorie als Gesellschaftsphilosophie. Das dadurch neu erweckte Normativitätsproblem durchzieht in der Folge auch die gegenständliche Ausführung.

S. 161). Dabei ist die Zielfolie eines solchen Projektes, welches sich auf die Spuren der Auswirkungen der rasanten Evolution und immer größeren Bedeutung massenmedialer Kommunikation der (post)modernen Gesellschaft begibt, keine geringere, als dieser Gesellschaftswandel selbst: Kommunikationswissenschaft ist immer Gesellschaftswissenschaft und sollte sich dieses Umstandes immer gewahr sein.⁵ Kritische Kommunikationswissenschaft wird so zum Projekt der kritischen Durchleuchtung der epochalen Genese der Mediengesellschaft, weil sie einen historischen Blick theoriengeschichtlich bedingt.

Diese kritische Tradition mit einer anderen zu kombinieren, um zu einem umfassenderen Verständnis der Mediengesellschaft zu kommen, ist eine wesentliche Aufgabe für die Kommunikationswissenschaft: Die Cultural Studies – mit ihrem offen dargelegten Verständnis als politisches Theorieprojekt zum Zwecke der angeleiteten Emanzipation der unterprivilegierten Gruppen unserer Gesellschaften – haben Zeit ihres Bestehens durch mannigfaltige Theorieexperimente der Hybridisierung und Kombination verschiedenster Theorien zum Zwecke der Gesellschaftsanalyse vorgearbeitet. Es geht sodann um eine reflexive Kritik, die nicht auf grundlegende soziologische und gesellschaftstheoretische Analysen von Ungleichheits- und Stratifikationsmustern vergisst; es geht somit um die fortgesetzte, gar gesteigerte Hingabe des Lebens an die Logik des rein marktrationalen Wirtschaftens und Kommunizierens. Die Analyse von Kultur bedeutet keine Abkehr von der grundlegenden Berücksichtigung der ökonomischen Reproduktion einer Gesellschaft, sie ist deren Ergänzung und Weiterentwicklung im Versuch, unzureichende Konzeptionen der Vermittlung (durch Kommunikation) zu ersetzen.

Unter Kultur im heuristischen Sinn subsumiere ich vorerst jene Theorieansätze und methodologischen Perspektiven, die anthropologische, ethnologische, kulturalistische, sozio-historische und kunstgeschichtliche Entwicklungslinien verfolgen und in Summe das ergeben, was wir als Theorie des sozialen Erbes beschreiben können. In einem synkretistischen, hybriden Vorgehen verbinden viele dieser transdisziplinären und ethnografischen Herangehensweisen an Tradition, Modernisierung und Alltags(er)leben jene Bedeutungspotenziale, Normen und Wertgefüge die gesellschaftliche Evolution und Kreation von Normalität, Moralität und Legitimität, die unsere manifesten Verhaltens-, Organisations- und Lebensformen erst mit subjektiver und kollektiver Bedeutung erfüllen. Dieser Bereich der Betrachtung ergibt sozusagen das Futter, mit dem wir unsere Strukturen und Organisationsformen polstern, die unsere Handlun-

5 Dies betrifft nicht nur ihren Gegenstandsbereich im weitesten Sinne, sondern auch ihre Stellung im akademischen Zusammenhang, insbesondere die Curricula der einzelnen Institute und Studiengänge. Unsere Studienrichtungen müssen gegen den Zeitgeist der unmittelbaren Verwertbarkeit verteidigt werden.

gen anleiten.⁶ Die Kommunikationswissenschaft, die ihre analytische Kraft seit langem aus ihrem transdisziplinären⁷ Charakter zieht, kann so durch die verstärkte Hinwendung zu Kulturstudien ihr Potenzial noch vergrößern. Zusammenfassend formuliere ich für eine makrotheoretisch orientierte und kultursensible Kommunikationsforschung also einen verstärkten Zusammenhang von Medien- und Gesellschaftstheorie, von Kommunikations- und Sozialforschung als zentrale Aufgabenstellung:

These #4: Medien- als Gesellschaftstheorie

Will man das Konzept einer kapitalistischen Kulturindustrie und ihre Relevanz für die Ausgestaltung grundlegender Realitäten der industrialisierten Welt – der westlichen Wohlfahrtsdemokratien – ausloten, so bedeutet dies, Medienanalyse als Gesellschaftsanalyse und Gesellschaftskritik als Medienkritik zu betreiben.

Daraus ergibt sich hinsichtlich des theoretisch-methodischen Vorgehens folgende Ausgangslage:

1.3.2 Kultur, Culture und zurück: Die Dialektische Methode

Die Theorie der Frankfurter Schule suchte nach dem „missing link“ der Vermittlung zwischen Unterbau und Überbau in einer innovativen Fortführung des historischen Materialismus, an den das Denken über sie immer gebunden sein muss. Zunehmend verfiel sie allerdings jenem fatalen Mechanismus, den sie eigentlich erkannt zu haben glaubte, nämlich dem Rückfall einer Theorie hinter ihr eigenes Reflexionsniveau – was in der Einschätzung vieler KommentatorInnen letztlich in einem desperaten Kulturpessimismus endete.⁸ Daher liegt es nahe, im Aufgreifen jenes Projektes auf das frühe interdisziplinäre Verständnis der Frankfurter zurückzugreifen. Ganz im Sinne des Programms der Frankfurter Schule (des Instituts für Sozialforschung, in der Folge kurz IfS genannt), die nach einer Verbindung zwischen der dialektischen Theorie der Gesellschaft und den empirischen Analysen kultureller Prozesse suchte (vgl. Göttlich 1996, S. 32), will ich eine Vermittlung zwischen diesen beiden Polen über eine Kartografierung von Kultur als Medienkultur versuchen.

Die kongeniale Ergänzung zur Kritischen Theorie der Frankfurter Schule findet sich im Centre for Contemporary Cultural Studies, welches bei aller Heterogenität der Annäherungen an das Kulturelle doch von

6 Dies entspricht sodann Webers Konzeption der Soziologie als Kulturwissenschaft, die sich eines „sinnverstandenen Zugang[s] zum sozialen Handeln“ bedient (Winter R. 2001, S. 79).

7 Dem Begriff der Interdisziplinarität ist jener der Transdisziplinarität vorzuziehen, bewegen wir uns doch selten zwischen den Fächern (so als gäbe es in all der Spezialisierung und Auffächerung der Human-, Sozial- und Geisteswissenschaften noch große nicht kartografierte Bereiche) als vielmehr innerhalb mannigfaltiger Forschungs- und Theoriebereiche.

8 Siehe hierzu auch die differenziertere Position in Steinert 2002.

Beginn an das Populäre, das Alltägliche, das „Gemeine“ im Sinn hatte. Ihr Oeuvre der mannigfaltigen theoretischen Annäherungen an Gesellschaft, Medien und Kultur bietet uns einen reichhaltigen theoretischen Schatz der Verknüpfung von sozialwissenschaftlichen Perspektiven unter Berücksichtigung so zentraler Analysen wie jener der Bedeutungsproduktion, der Rolle von Ideologie in den Medien, der demokratischen Organisation multikultureller Gesellschaften, und des Begriffs der Macht. Besonderes Augenmerk erfahren hier die (medial vermittelten) Prozesse der symbolischen Genese von Sinn, von Weltansichten und der Grenzen des konsensualen Denkens (vgl. Chomsky/Herman 1988). Zentrale Momente der Vermittlung sind im Prozess der Sozialisation, den gesellschaftlichen Institutionen und (lokalen) Traditionen der gesellschaftlichen Organisation zu suchen, welche ein grundlegendes Selbstbild der Gesellschaft formen, vor dessen Hintergrund sich alle soziale Kommunikation vollzieht. Darüber darf man allerdings ideologiekritische und politisch-ökonomische Studien des kulturellen Angebots nicht vergessen, strukturiert die materielle Grundlage der Gesellschaft doch die Grenzen des semiosphärischen Raums im alltäglichen medialen Konsum. Diese Dialektik soll an Hand eines interdisziplinären Theoriediskurses nachvollzogen werden.⁹

Ich fasse Medien als zentrales Prinzip der (post-)modernen Vergesellschaftung auf, deren Besprechung auf Basis eines sozialtheoretischen Reflexionsniveaus unter Beiziehung spezifisch medien- und kommunikationswissenschaftlicher Einblicke erfolgen soll. So soll sich die Arbeit als theoriediskurs-analytisches, hermeneutisches Projekt manifestieren. Kommunikationswissenschaftliche Forschung muss sodann immer auf mehreren, nur analytisch zu trennenden Ebenen gedacht werden:

- a) Medientexte und hervorgebrachte intertextuelle Referenzsysteme als unmittelbare Auseinandersetzung mit individuellen und kollektiven Identitäten (semiotisch-diskursive Analyse von Text und Rezipient)
- b) Medien im Alltag von Gruppen/Milieus (aber auch gruppen-unspezifische Nutzungsmuster): Medien als Agenten von Weltbildern, als gestaltende Größe bezüglich lebensweltlicher Orientierung (Stil, Geschmack, Informationsstand, und andere realitätskonstitutive Einflussgrößen)
- c) Makroebene der Mediengesellschaft: Medienkommunikation als kulturgenerierende und -verändernde Kraft (v.a. medien- und kommunikationshistorische Entwicklungen im Verbund mit Technologieentwicklung und Wirtschaftssystem – Organisationsmodell der Medienlandschaft)

9 Die Cultural Studies (beginnend mit Williams 1958) sprechen diesbezüglich auch von close bzw. re-readings vorhandener Ansätze und einer daraus resultierenden Neubewertung, -verknüpfung und Ergänzung des theoretisch-methodischen Instrumentariums.

Betrachten wir mediale und kommunikative Phänomene (Teilprobleme wie z.B. in der Aussageforschung oder in der Wirkungsforschung) auf einer der angeführten Ebenen, so müssen wir diese immer mit angrenzenden und umgebenden Rahmen kontextualisieren. Nur so kann man eine Verkürzung der Analyse auf spezifische aber unverbundene Ergebnisse verhindern.

1.3.3 Implizite und explizite Normativität. Ein Problemaufriss

Das hier skizzierte Projekt versteht sich also als grundlegend kritisch, sowohl was die theoretische Herleitung als auch was die normative Dimension anbetrifft. Kritik heißt aber in diesem Fall nicht einfach das „Nicht-Gefallen“ der Produkte und Lifestyles der kommerziellen Popkultur als Oberfläche von Welt, sondern das multiperspektivische Betrachten der Ursachen und Auswirkungen dieses spezifischen Gefüges zwischen individueller Selbstbestimmung und gesellschaftlicher Integration. Die kritische, dialektische Analyse ist hier die Methode des auf die Gesellschaft gerichteten Blickes, sie leitet eine hermeneutische Interrogation hinter die Kulissen der scheinbaren Natürlichkeit der alltäglichen (und in dieser Qualität zunehmend medialen) Welt, an die argumentativen Wurzeln der wirkmächtigen Sachzwänge, hinter das Kalkül des politischen Diskurses – nicht zuletzt jenen eines ökonomischen Systems, der die Freiheit vor allem als die Freiheit des Unternehmerischen und nicht mehr vordringlich die der Menschen versteht.

Der Versuch einer dialektischen Überwindung der Frankfurter Schule mittels des kulturalistischen Selbstverständnisses anderer kritischer Theorien will diese fortentwickeln, nicht für obsolet erklären. So gilt es, gegen jenen Zeitgeist anzutreten, der sich mit dem Ende der Geschichte (Fukuyama 1992) angefreundet hat – denn hier liegt eine Ursache der Stagnation des Sozialen in einer Zeit und Sphäre des Überflusses. Kritik am Elend dieser Welt ist immer auch Kritik an der vorherrschenden (beherrschenden) Form des Wirtschaftens und ihrer ökologischen wie sozialen Unnachhaltigkeit (vgl. Diamond 2005). Eine zeitgenössische Kritik am öffentlichen Diskurs muss sich immer auch gegen dessen Auslassungen wie auch gegen seine Kurzlebigkeit und Kurzsichtigkeit richten. In einer Zeit, in der wir mehr Informationen denn jemals zuvor über die Auswirkungen unserer Lebens- und Produktionsweise haben (vor allem auch dank eines explodierenden Kommunikations- und Informationsangebots), agieren wir so gegenwartsbezogen und verkürzt wie nie zuvor. Schlimmer noch ist jene Ignoranz, die sich den Realitäten der Ungleichheit gewahr ist und beharrlich weitermacht. Dies wird umso bedeutsamer für eine Kritik der Gesellschaft, deren Schnelllebigkeit eines ihrer wesentlichen Merkmale – auch das ihrer mediatisierten öffentlichen Kommunikation – ist. Die Frage nach der umfassenden Kultur, in der wir unsere Identität schaffen und als Subjekte geschaffen werden, ist eine Frage

nach den Spielregeln der Gesellschaft und – abstrakter noch – dem, was wir als Spielregeln bezeichnen. Macht in der Mediengesellschaft ist vor allem auch kommunikative Macht!

Die beschleunigte Schrumpfung von Raum und Zeit, vorangetrieben von den neuen Kommunikationstechnologien des (potenziell) grenzenlosen Internet, die Unmittelbarkeit der Kommunikation, die Kommerzialisierung und der härtere Wettbewerb auf dem Medienmarkt sorgen für eine stete Beschleunigung des Nachrichten- und Informationsflusses. Dem entspricht der gewachsene Handlungsspielraum multinational agierender Wirtschaftsunternehmen, welche dadurch auch einen großen Zuwachs an gesellschaftlicher Macht verzeichnen und sich zunehmend der Kontrolle durch staatliche Politik entziehen können. Das solchermassen weiter um sich greifende kurzsichtige Wirtschaften – hypnotisch fixiert auf die nächsten Quartalergebnisse – breitet sich aus; die Strukturen des modernen, globalen kapitalistischen Systems sind dazu angetan, solchermassen geartetes Handeln zu belohnen. Dabei wird völlig auf alle jene Komponenten und Auswirkungen vergessen, welche im betriebswirtschaftlichen Blick ausgeblendet werden (und bleiben sollen; siehe Galtungs Konzept der Externalitäten, 1998). Die Anhäufung des Wohlstandes durch wenige, führt zum Mangel bei vielen.

Diese Überlegungen haben insofern unmittelbare Auswirkungen auf das methodologische Vorgehen, als sie die Analyse kommunikativer Prozesse als gesellschaftliche Prozesse immer an die materielle, machtdurchsetzte soziale Wirklichkeit (an die sozialen Probleme) knüpfen. Wir werden die in unserem Fach so zentrale Frage nach dem Funktionieren von Kommunikation nur im Zusammenhang mit den ihr zugrunde liegenden gesellschaftlichen Bedingungen verstehen können. Daher ist es wichtig, die Wirklichkeiten unserer Gesellschaft zu untersuchen, denn sie bilden die Grundlage nicht nur für das *Was?*, sondern auch das *Wie?* der Kommunikation. Zugleich ist der Modus der Kommunikation (als Mittel für Realitätskonstruktionen) – also ihre Medialität als gesellschaftlich organisiertes Ganzes – bereits ein wesentlicher Teil des angepeilten Gegenstandsbereichs.

1.4 EXKURS: MEDIEN UND GESELLSCHAFTSWANDEL

Öffentliche Kommunikation und das massenmediale System, sind zentrale gesellschaftliche Reproduktionsinstanzen. Auf Grund der zentralen Wichtigkeit der massenmedialen Kommunikation für das soziale Ganze wurden und werden sie der gesellschaftlichen Regulierung unterworfen. Mit dieser Sonderstellung sind gewisse Privilegien verbunden, denen andererseits die Erwartung zur Erfüllung bestimmter, auch meritokratischer, Ansprüche entspricht. Rolle und Funktionen der Medien für die Gesellschaft sind zu wichtig, als dass sie alleine systemfremden Gesetzmäßigkeiten

ten zur Steuerung (so z.B. nur dem Markt) überlassen werden dürften. Dieser politische Konsens, der vielgestaltige Ausformungen erfahren hat, war normativ einigermaßen prekär (und findet sein gegenwärtiges Äquilibrium im dualen System). Doch nun ist er auch in seiner praktische Ausgestaltung in Gefahr, da Kommerzialisierungs- und Ökonomisierungstendenzen die Medienlandschaft unter enormen Veränderungsdruck bringen. Das wiederum bringt aber gesamtgesellschaftliche Auswirkungen und Bedrohungspotenziale mit sich. Medien und die von ihnen getragene öffentliche Kommunikation bedürfen ob dieser Wichtigkeit und Urgenz einer intensivierten Zuwendung aus allen wissenschaftlichen Disziplinen.¹⁰

Die gesellschaftswissenschaftliche Auseinandersetzung mit der hier grundgelegten Aufgabenstellung kennt freilich viele Ausgangspunkte und spezifischen Perspektiven. Doch während die Soziologie das Thema Medien und Massenkommunikation tendenziell vernachlässigt (vgl. z.B. die Kritik von Wenzel 2001), weisen spezialisiertere Annäherungen an die Problematik von Kommunikation und Medien als gesellschaftstheoretische Größe oftmals makrotheoretische Mankos auf. Zwei solcher relativ rezenten Konzepte einer integrativen und makroorientierten Beschäftigung mit den Zusammenhängen von Medien – Gesellschaft – Individuum werden im Folgenden ergänzend skizziert: Das Konzept einer Mediengesellschaft (als Antwort auf die Informations-, Freizeit- oder Multi-Optionengesellschaft, u.v.m.), und das noch genauer zu bearbeitende Konzept einer Medienkultur. Dabei besteht der Unterschied zwischen diesen beiden nicht in einer anderen Substanz, sondern differenziert sich nach den jeweils gewählten theoretisch-methodologischen Ausgangspunkten.

1.4.1 Mediengesellschaft

Mit der Metapher Mediengesellschaft legt man die Betonung auf die Frage nach dem Zusammenhang von Medien- und Gesellschaftswandel. Dabei überwiegt gemeinhin eine soziologisch-strukturelle Sichtweise. Während die Rede von der *postindustriellen Gesellschaft* (vgl. Bell 1973) auf die ökonomische Sphäre, die Subsistenz einer Gesellschaftsformation zielt, die *Wissengesellschaft* (vgl. Stehr 2000) mit ihren Derivaten Informations- und Dienstleistungsgesellschaft von dort aus die Verbindung zu Prozessen der gesellschaftlichen Organisation zieht, und die Theorie der *Risikogesellschaft* (vgl. Beck 1987) das einzelne Individuum vor dem Hintergrund einer neuen Kontingenz im Auge hat, ist das Konzept *Mediengesellschaft* die Beschäftigung mit massenmedialer Kommunikation und ihrer Rolle in modernen Gesellschaften auf Ebene

10 Vergleiche hierzu die Debatten bezüglich neuer Ansätze der Mediagovernance sowie der Medien- und Meinungsvielfalt, und die Versuche diese Größen messbar zu machen.

strukturalistischer und funktionalistischer bzw. systemtheoretischer Theoretisierungen. Medien sind in dieser makroperspektivischen Konzeptualisierung eine wesentliche, transformierende, soziale und ökonomische Kraft mit umfassenden gesamtgesellschaftlichen Auswirkungen. Sie sind zu eigenständigen sozialen Institutionen geworden, wandeln sich von Mittlern zu Agenten – mit eigenen Interessen, Zielen und Selbstbildern (vgl. Imhof 2005 und seine Rede vom „neuen Strukturwandel der Öffentlichkeit“, vgl. S. 277ff). Und sie werden zu hochprofitablen marktwirtschaftlichen Unternehmen von globaler Ausdehnung (vgl. Bagdikian 2004).

Mit zunehmender Rasanzen nimmt seit Anfang der siebziger Jahre die Bedeutung des Informations- und Wissenstransfers für die Produktion von Waren und Dienstleistungen zu. Es bildet sich ein quartärer Sektor heraus, der die sich verändernden Bedürfnisse der anderen (= Kommunikation) auffängt und Mittel der Erfüllung bereitstellt (= Medialität). Als Kern der mediengesellschaftlichen Verfassung vermutet Saxer (vgl. 1998) jene Stufe der gesellschaftlichen Evolution, an dem ihr Komplexitätsgrad ein Funktionieren ohne zentrale Informations- und Kommunikationsinstanzen nicht mehr zulässt. Das genau ist der Platz der Medien: sie liefern spezifische, individuelle und funktionale Information und Austausch zwischen den einzelnen gesellschaftlichen Teilsystemen, insbesondere zwischen Politik und Öffentlichkeit – besser – ihren zahllosen Subsystemen. Aus dieser Tradition heraus stellt das Problem der öffentlichen Kommunikation, ihrer verschiedenen funktionalen Aspekte, den zentralen Punkt der kommunikationswissenschaftlichen (und politologischen) Beschäftigung dar. Mediengesellschaften können dann als

„moderne Gesellschaften bezeichnet werden, in denen Medienkommunikation, also über technische Hilfsmittel realisierte Bedeutungsvermittlung, eine allgegenwärtige und alle Sphären des gesellschaftlichen Seins durchwirkende Prägekraft entfaltet, ein sogenanntes soziales Totalphänomen (Marcel Mauss) geworden ist.“ (Saxer 1998, S. 53)

Dies alles führt zu zunehmendem Gestaltungsspielraum der Medien, die zusehends die Aufgaben der in die Krise geratenen Institutionen Staat, Kirche und Politik übernehmen: Verbreitung von Normen und Werten, soziale Orientierung, individuelle Identitätsbaustellen, idealisierte Bilder von Normalität, Universalität und Konsens („gesunder Menschenverstand“). Dies wiederum ist gleichbedeutend mit einem Anwachsen der strukturellen Macht des medialen Systems. Saxer (vgl. 1998, S. 68) sieht einen Rückkopplungseffekt zwischen sich verändernden Mentalitäten und Lebensentwürfen der Menschen und ihrem zunehmenden Einfluss auf das Medienangebot selbst (qua Marktbeobachtung durch die Medienunternehmen). Es ist die Hedonisierung, Individualisierung und Privatisierung ebendieser Mentalitäten und Lebensstile, die sich wiederum

auf das auswirkt, was auf sie einwirkt. Dies könnte man die sozio-kulturellen Ursachen der mediengesellschaftlichen Entwicklung nennen: immer spezifischere Arbeitsteilung und Spezialisierung führt zu unterschiedlichen „Bewusstseinswelten“ (ebd.), was wiederum den Bedarf nach immer differenzierteren und spezialisierteren Kommunikationsangeboten steigert. Eine Fixierung auf informationelle Konzepte, auf technikzentrierte und strukturelle Analysen, läuft allerdings Gefahr diese inhaltlich-prozessualen und kommunalen Phänomene der massenmedialen Revolution(en) aus dem Blickwinkel zu verlieren.

1.4.2 Medienkultur

Aus einem Ritualmodell der Kommunikation (vgl. Carey 1989) leitet sich die Frage nach der Art und Weise ab, in der massenmediale Kommunikationen Einfluss auf gesellschaftliche Diskurse ausüben – eben auf jene Prozesse, in denen sich Gesellschaft in gesellschaftlicher Kommunikation selbst zum Thema macht. Diese Frage kann sodann auch auf Ebene der Bedeutungen, Inhalte, Narrative und Sinnsysteme gestellt werden und behandelt dann dieselbe umfassende Fragestellung auf anderer theoretischer Basis. An dieser Stelle beginnt die Rede von der Medienkultur, die darauf beruht, dass „Kulturen mit der fortschreitenden Mediatisierung des Alltags – d.h. durch die zunehmende Durchdringung der verschiedenen Sinnbereiche des Alltags mit Medien(kommunikationen) in zunehmenden Maße medienvermittelt sind“ (Hepp 2005, S. 138).¹¹ Denn in der Weise, wie sich die Moderne global entfaltet (vgl. Berman 1982, Münch 1992), beschleunigt, verdichtet und globalisiert sich Kommunikation:

„Durch die Steigerung von Kommunikation wird die Gesellschaft in einem Maße bewegt wie niemals zuvor. Es wird immer mehr Wissen gesammelt und in Umlauf gebracht. Es wird dadurch immer mehr Aufmerksamkeit für das erzeugt, was bisher falsch gemacht wurde und in Zukunft besser gemacht werden sollte. Der permanente Umbau der Gesellschaft ist die Konsequenz dieser gesteigerten Kommunikation.“ (Münch 1992, S. 17)

Ein Merkmal der Medienkultur, ist das Reflexivwerden der Gesellschaft selbst. In den Medien spricht die Gesellschaft von sich und über sich selbst. So wird hier die Medialität der Gesellschaft betont, die ungeheure Zunahme technischer, inhaltlicher und partizipativer Faktoren der medialen Kommunikation – sowohl die der Massenkommunikation als auch die der technikgestützten Individualkommunikation. Wenn, wie bei Merten (vgl. 2005, S. 4f), das Kommunikationssystem zum führenden gesell-

11 Eine ausführliche Herleitung des Kultur- und Medienkulturbegriffes folgt im Kapitel 2 bzw. 7. Hier geht es vorerst nur um eine Unterscheidung zwischen sozial- und kulturwissenschaftlichen Perspektiven auf denselben Phänomenbereich.

schaftlichen Teilsystem (quantitativer Aspekt) geworden ist und dieses immer mehr zu einer „fortschreitende(n) Faktizisierung des Fiktionalen“ (ebd., H.i.O.) führt, dann müssen solche gravierenden Entwicklungen zuerst auf Ebene der Bedeutungen und Erfahrungen untersucht werden; denn erst im weiteren Verlauf werden sie auch auf der Strukturebene schlagend (z.B. die zunehmende Selbstreferenzialität der Medien wie u.a. im Medienjournalismus, in Fernsehsendungen wie *TV total*, bis hin zur Neuorganisation gesellschaftlicher Regulierungsinstanzen für den Kommunikationssektor betreffend neue Grauzonen wie *Crossownership* oder *Content Factories*). Insofern führt ein quantitativer Wandel (die Vervielfachung und Ausbreitung kommunikativer Angebote) letztlich zu einem qualitativen Wandel.

„Wir erleben ein pausenloses Bereitstellen von Modellen der Inszenierung des Lebens. Die Faszination des Szenarios diktiert den Rhythmus des Handelns. Alles wird auf Kurzfristigkeit eingestellt. Die in rasender Abfolge gesendeten Bilder lassen weder eine Rückbindung an eine nichtmedial vermittelte Realität zu, noch geben sie Zeit für Fragen und Antworten. Der Sinn und Zweck dieser massenmedial gesendeten Abfolge von Darstellungen ist nicht die Verständigung, sondern die Erzeugung neuer Darstellungen. Wie die Akkumulation von Kapital in der kapitalistischen Produktionsweise zum Selbstzweck wird, so verselbstständigt sich in der massenmedialen Kommunikation die Akkumulation der Darstellungen.“ (Münch 2002, S. 190f)

Münch nennt diese neue, kontingente und unfertige Position in der Geschichte eine „neue Stufe der ‚Dialektik der Aufklärung‘“ (Münch 2002, S. 197). Um diese soll es in der Folge noch gehen.

Aus der Dichte der miteinander verknüpften, sich teilweise gegenseitig hervorbringenden Entwicklungen,¹² und angesichts der Zentralität und Ubiquität der Massen- und Individualmedien in unser aller Alltag erwächst eine Medienkultur. Dieser Terminus bezeichnet vorerst nichts anderes als den Umstand, dass in dieser historischen Formation die Medien selbst die wesentlichsten kulturellen Agenten unserer gesellschaftlichen Wirklichkeit geworden sind. Ihre Kommunikationsmodi, ihre spezifischen Arten der Gestaltung des gesellschaftlichen Austauschs, ihre Agenden und Diskurse, ihre Definition dessen was bedeutsam, wertvoll und berichtenswert ist, erlangt wirklichkeitsgenerierende Kraft. So scheint Rede von der Kultur der Medien gerechtfertigt, weil es hier letztlich um die Sphäre der Erschaffung von Bedeutungen, um Repräsentationen und Identitäten geht, um unsere Sensibilität, um das, was wir als normal und natürlich ansehen. Es gilt, die Dialektik von Medien-, Kommunikations- und Gesellschaftswandel nachzuvollziehen, ein Wan-

12 Vergleiche hierzu etwa Krotz (2003b), der diese Dynamik als Metaprozess der *Mediatisierung* beschreibt.

del, der sich über veränderte individuelle und kollektiven Identitäten vermitteln und darstellen lässt. Zentral dabei ist der Rückgriff auf Motivationslagen, Bedürfnisse und handlungsanleitende Weltanschauungen des Individuums in seiner (demokratischen, aufgeklärten) Selbstverantwortung. So muss man die Frage nach Akzeptanz, Attraktivität und Wirksamkeit/Funktionen des populärkulturellen Angebots nämlicher Gesellschaften untersuchen (wobei sich hier die Fortsetzung der Konzeption von Bedürfnislagen und Vermittlung medialer, populärkultureller Darstellungen über eine implizite utopische Qualität anböte; vgl. Adolf et al. 1999, Adolf 2001). Denn in der Medienkultur verschwimmen die Grenzen zwischen einst klar differenzierbaren Erfahrungsmodi ebenso, wie zwischen traditionellen Genres und Rezeptionsformen. Die Rede von der Medienkultur drückt diese Hybridität, diese Durchdringung und Sättigung unserer modernen Wohlstandsgesellschaften mit Medienkommunikationen bereits begrifflich aus: das Verschmelzen gesellschaftlicher Teilbereiche, kollektiver wie individueller Weltanschauungen – von Fiktivem und Faktischem, Ideologischem und Utopischem, Hoffnungsvollem und Resignativem.