

Reihe „Klassiker der Kommunikations- und Medienwissenschaft heute“

Mit der Entwicklung der Medien und ihrer sozialen, kulturellen und persönlichen Bedeutung verändern sich auch die Fragestellungen und Forschungsfelder der Medien- und Kommunikationswissenschaft. Es stellt sich somit auch die Frage nach der Gültigkeit und Brauchbarkeit ihrer Paradigmen und danach, was denn zu ihren gesicherten Beständen gehört. Adorno und Benjamin, Lippmann und McLuhan – was haben sie und andere „Klassiker“ der Medien- und Kommunikationswissenschaft heute noch zu sagen? Mit diesen Fragen beschäftigt sich in unregelmäßigen Abständen die Reihe „Klassiker der Kommunikations- und Medienwissenschaft heute“, die von Gastherausgeber Friedrich Krotz betreut wird. Wenn diese Beiträge dafür hilfreich sind, dass sich Medien- und Kommunikationswissenschaft mit ihren Grundlagen erneut und auf kritische Weise befasst, so hat die Reihe ihren Zweck erfüllt. Abweichende Meinungen und begründete Stellungnahmen sind ebenso erwünscht wie Vorschläge dazu, welche AutorInnen denn heute überhaupt als „Klassiker“ angesehen werden können.*

Raymond Williams (1921–1988)

Medien- und Kommunikationsforschung für die Demokratisierung von Kultur und Gesellschaft

Carsten Winter

Der Beitrag stellt Williams' materialistische und vermittelungstheoretische Konzeptualisierung medialer Kommunikation dar, die maßgeblich durch sein Interesse an der Demokratisierung von Kultur und Gesellschaft bestimmt ist. Sie begründet mit den Arbeiten „Culture & Society“ (1958), „The Long Revolution“ (1960) und „Communications“ (1962) im angelsächsischen Raum ein neues Verständnis medialer Kommunikation als schöpferische Praxis, bei der Leute ihre Erfahrungen und Wahrnehmungen mit ihren konkreten Lebensbedingungen vermitteln und dabei konstruieren, konstituieren und verändern können. Das belegen „Television: Technology and Cultural Form“ (1974) und spätere Schriften. Sie thematisieren spezifische Aspekte dieser Vermittlung differenzierter und materialistischer und gewinnen im Kontext aktueller Theorien zu Flows, Netzwerken und Konnektivitäten medialer Kommunikation an Bedeutung.

Schlagwörter: Kultur, Demokratie, Cultural Studies, Technologie, „mobile-“ und „planned-flow“, kultureller Materialismus, Kritik an Massenkommunikation, Kommunikationsgeschichte

* Bislang sind in dieser Reihe Beiträge zu folgenden „Klassikern“ erschienen: Marshall McLuhan (Verf.: Friedrich Krotz, M&K 1/2001, S. 62–81), Harold A. Innis (Verf.: Hans W. Giessen, M&K 2/2002, S. 261–273), Theodor W. Adorno (Verf.: Thomas Gebur, M&K 3/2002, S. 402–422), Leo Löwenthal (Verf.: U. Göttlich, M&K 1/2006, S. 105–127), Walter Benjamin (Verf.: Maren Hartmann, M&K 2/2006, S. 288–307) und Paul Felix Lazarsfeld (Verf.: Thymian Bussemer, M&K 1/2007, S. 80–100).

1. Einleitung: Die Entdeckung und Konzeptualisierung der Bedeutung von Medien und Kommunikation für Kultur und Gesellschaft

Williams' kommunikations- und medienwissenschaftliche Arbeit hat verschiedene Ausgangs- und Bezugspunkte. Mit ihr begonnen hat der studierte Literaturwissenschaftler Williams, weil er sich nicht allein *fachlich*, sondern als Wissenschaftler immer auch *politisch* mit seiner Arbeit auseinandersetzt hat. Das ist der Hintergrund, vor dem er sich in den 50er Jahren mit folgenden Herausforderungen konfrontiert sieht: einer institutionalisierten Abwertung populärer Medien als „trivial“, eigenen Erfahrungen mit dieser und ihrer Bedeutung für die Teilnehmer an seinen Erwachsenenbildungsangeboten. Vor diesem Hintergrund und seiner historisch literaturoziologischen Analyse der Entwicklung von Kultur und Gesellschaft stellt sich Williams die Frage, wie unterschiedliche, für verschiedene Leute verschiedene Erfahrungen und Beziehungen als Aspekte von Kultur konzeptuell berücksichtigt werden können. Er entdeckt die Bedeutung von medialer Kommunikation für Kultur und Gesellschaft und rückt diese 1958 in seinem Buch *Culture & Society 1780–1950* (1958/1983) ins Zentrum der Aufmerksamkeit. In seinen „Schlussfolgerungen“ entwickelt er Anforderungen an eine neue normative Perspektive auf Kultur. Diese charakterisiert, dass sie auf konkrete Erfahrungen und Formen von Kommunikation wie auf gesellschaftliche Strukturen als Rahmen ihrer kommunikativ-medialen Vermittlung gerichtet ist. Vorgestellt hat Williams diese Perspektive erstmals in seiner Rede *Communication and Community* (1961/1989), und sie prägt seine Arbeit: In *Communications* (1962/1976), einer Studie über Kommunikation im Großbritannien der 60er Jahre, präzisiert er sie definitorisch, über *Television. Technology and Cultural Form* (1974/2003) und Texte wie „Means of Communication as Means of Production“ (1978/1980) oder „Communications Technologies and Social Institutions“ (1981c) wird seine Theorie nicht immer theoretisch stringent, aber sehr wohl im Hinblick auf konkrete Bedingungen und Möglichkeiten der Demokratisierung von Kommunikation und Gesellschaft durchaus systematisch und historisch weiterentwickelt.

In allen diesen Beiträgen ist die kommunikativ-medial vermittelte komplexe Wechselbeziehung zwischen gesellschaftlichen Strukturen und Institutionen und den alltäglichen Wahrnehmungen, Erfahrungen und Praktiken gewöhnlicher Leute Williams' zentrales Thema. Er behandelt diese Beziehung immer auf beiden Ebenen, auf der der Wahrnehmung und Erfahrung und der der gesellschaftlichen Lebensbedingungen. Seine Perspektive auf Kommunikation als komplexem Vermittlungsprozess findet nach einer früheren Rezeption in der Literaturoziologie erst seit Anfang der 90er Jahre in der deutschsprachigen Kommunikations- und Medienforschung eine stärkere Beachtung (Krotz 1992, 1999; Göttlich 1996, 1998, 1999; Hepp 1999; Hepp/Winter 2003; R. Winter 2001. Zur Rezeption vgl. Göttlich/Winter 1999, zur Entwicklung vgl. Winter 2007 und Hepp et al. 2006.)

2. Literaturwissenschaftliche und materialistische Engführungen in der Kulturanalyse als konzeptueller Ausgangspunkt für eine neuartige Kommunikations- und Medienforschung

Raymond Williams wurde 1921 in Wales als Sohn eines Eisenbahnarbeiters geboren. Er studierte am Trinity College in Cambridge und unterbrach sein Studium während des Zweiten Weltkrieges, in dem er von 1941 bis 1945 in einer Anti-Panzer-Einheit Dienst tat. Nachdem er 1946 seinen M.A. am Trinity College erhalten hatte, begann er seine wissenschaftliche Arbeit in der Workers' Educational Association (WEA), in deren Er-

wachsenenbildung er von 1946 bis 1961 tätig war (O'Conner 1989, 8). 1961 wurde er Fellow am renommierten Jesus College in Cambridge und 1974 Professor für Drama an der University of Cambridge.

Auf diese Anfänge und sein Engagement im Umfeld der antidogmatischen New Left (ausf. Inglis 1995) verweist *Culture & Society 1780–1950* (1958/1983), das die Richtung seiner Kommunikations- und Medienforschung vorgeben sollte. Mit diesem Buch und dem ebenfalls 1958 publizierten Artikel „Culture is Ordinary“ (1958/1989) löst Williams die Kulturanalyse von der Analyse ausgewählter spezifischer Texte, Objekte und Lebensweisen einerseits und einem vulgär-materialistischen Verständnis von Kultur als Effekt sich ändernder Produktionsbedingungen andererseits. An ihre Stelle setzt er ein Verständnis von Kultur als Gesamtheit von Erfahrungswirklichkeiten und Lebensweisen, die viel stärker durch Kommunikation konstituiert werden, als bislang angenommen wurde. In *Culture & Society 1780–1950* zeigt Williams, wie sich im untersuchten Zeitraum in den zentralen kulturellen Selbstvergewisserungstexten (zu ihnen zählen Texte von R. W. Tawney, T. S. Eliot, Tawney, I. A. Richards, F. R. Leavis, Th. Carly und M. Arnold) die Verwendung und Bedeutung von Begriffen wie „Industrie“, „Demokratie“, „Klasse“ und „Kultur“ verändert haben: Der Begriff „Kultur“ wurde im Kontext neuer Probleme und Lebensbedingungen häufiger, wichtiger und komplexer. Damit Kulturtheorie dieser neuen komplexeren Bedeutung gerecht werden kann, fordert Williams eine „Neuformulierung“ ihrer „Prinzipien“ zur Entwicklung einer neuen „Theorie der Beziehungen zwischen den Elementen einer umfassenden Lebensweise“ (Williams 1958/1983: viii). Diese sei notwendig, weil der historische Sinn zentraler Begriffe und Traditionen fraglich werde, wenn wir ihn, „wie es unsere Pflicht ist“, in den Kontext unserer aktuellen „Erfahrung“ stellen (ebd.: 356), die durch neue Gegenstände, Probleme und Begriffe geprägt sei. Hierbei zählt Williams zu Ersteren neue Kommunikations- und Orientierungsweisen, und zu den Begriffen vor allem „Kommunikation“ (ebd.: 355). Williams argumentiert deshalb in seiner „Schlussfolgerung“, dass diese neuen Gegenstände ins Zentrum der Kulturanalyse gehörten.

Vor dem Hintergrund dieser Forderung nach einer Kulturtheorie, die Beziehungen zwischen allen Elementen einer umfassenden Lebensweise berücksichtigen kann, stellt Williams im Rahmen seiner historisch-empirischen materialistischen Rekonstruktion der Entwicklung von Kultur und Gesellschaft in der Zeit von 1780 bis 1950 die in der ästhetischen Tradition abwertende Verwendung der Bezeichnungen „Massenkultur“ und „Massenmedien“ grundsätzlich infrage. Die Übersetzung von *Culture & Society* als *Gesellschaftstheorie als Begriffsgeschichte – Stadium zur historischen Semantik von »Kultur«* macht diesen Aspekt sogar noch deutlicher als der Originaltitel. In der „Schlussfolgerung“ (dt. 356) steht die Verwendung des Begriffs „Masse“ im Zentrum der Argumentation, in der Williams „Kommunikation“ in den Kapiteln „Massen-Kommunikation“, „Massen-Beobachtung“ und „Kommunikation und Gemeinschaft“ zu einem neuen Bezugspunkt der Analyse von Kultur und Gesellschaft macht.

Die abwertende Verwendung der Begriffe „Masse“ und „Massen“ stellt für Williams ein „zentrales und sehr schwieriges Problem“ (dt. 356) dar, solange nicht ansatzweise auch über eine mögliche, auch durchaus nahe liegende Verwendung von Masse als „Mehrheit“ im Sinne einer demokratischen Willensbildung nachgedacht werde. Dabei kritisiert Williams neben der antidemokratischen Grundeinstellung bei der Verwendung von „Masse“, dass ihr Gegenstand, „Massenkommunikation“, der Erfahrung letztlich unzugänglich ist: Für uns sind Massen nicht Verwandte, Freunde oder Bekannte, sondern „immer die anderen, die wir nicht kennen und auch nicht kennen können. [...] Masse, das sind die anderen. [...] Es gibt in der Tat keine Massen, es gibt nur Möglichkeiten,

Menschen als Massen zu betrachten.“ (359) Williams hält Begriffe, die der Erfahrung unzugänglich sind, wissenschaftlich für grundsätzlich problematisch.

Ausgehend von einem Verständnis von „Kultur“ als „Pflege um ein natürliches Wachsen“, das für ihn mit dem „Prozess menschlichen Übens“ vergleichbar ist (17), konzentriert Williams sich bei der Entwicklung seiner Kulturtheorie, die Beziehungen zwischen allen (sich verändernden) bedeutungsvollen Elementen von Lebensweisen berücksichtigen soll, von nun an vor allem auf „Kommunikation“. Sie ist für ihn im Hinblick auf die Entwicklung und Veränderung von Kultur und kulturellen Beziehungen die grundlegende Praxis, von ihr aus will er aktuelle Kultur „neu interpretieren“ (402). Williams will sich „von der Vorstellung der objektiven Existenz der ‚Massen‘ befreien und in Richtung einer realistischeren und aktiveren Konzeption von Menschen und ihren Beziehungen bewegen“ (402). Dabei dient ihm der „Kampf für Demokratie“ (403) als Vorbild für die aktive Entwicklung von Kultur. Verständlicher wird dieser Vergleich in „Culture is Ordinary“ (1958/1989). Die gelebte gewöhnliche Kultur, die Erfahrungswirklichkeit von Leuten, die Resultat einer Vielzahl komplexer wechselseitiger Beziehungen und materieller Bedingungen ist, wird darin der zentrale Bezugspunkt von Williams’ Kulturanalyse.

Die Konzentration auf das „Gewöhnliche“ („Culture is ordinary: that is where we must start.“ ebd.: 4) ist der Grund dafür, warum Medien und Kommunikation in seiner Analyse und Theoriebildung wichtiger werden: Erstmals wird „Kultur“ nun weniger in Begriffen, Texten oder Geschichte verortet, sondern im gewöhnlichen Leben von Leuten in einer „Gesellschaft“. Obwohl Williams bei „Gesellschaft“ an „Nation“ denkt, ist diese für ihn kein territoriales Gebilde, sondern ein kommunikatives Beziehungsgeflecht, dessen Entwicklung eng mit individuellen Umgangsweisen mit Medien verknüpft ist:

„Culture is ordinary: that is the first fact. Every human society has its own shape, its own purposes, its own meanings. Every human society expresses these, in institutions, and in arts and learning. The making of a society is the finding of common meanings and directions, and its growth is an active debate and amendment under the pressures of experience, contact, and discovery, writing themselves into the land. The growing society is there, yet it is also made and remade in every individual.“ (ebd.: 4)

Die frühe Kommunikationstheorie aus *Culture & Society*, die schon eine komplexe Theorie von „Übermittlung“, „Empfang und Antwort“ (374) sowie „Gemeinschaft“ (375) war, wird nun zu einer Theorie der Entwicklung von Kommunikation – eine Theorie der Entwicklung, weil ihre Logik notwendig über den vorherrschenden Bedeutungs- und Beziehungshorizont von Gemeinschaft und Gesellschaft hinausweist. Die für Williams zentrale Frage, ob und wie die Entwicklung von Kommunikation neue Bedeutungen und Beziehungen ermöglicht, durch die Kultur und damit auch Gesellschaft demokratischer werden, wird hier erstmals sichtbar:

„The making of a mind is, first, the slow learning of shapes, purposes, and meanings, so that work, observations, comparisons and communication is possible. The second, but equal in importance, is the testing of these in experience, the making of new observations, comparisons, and meanings. A culture has two aspects: the known meanings and directions, which its members are trained to; the new observations and meanings, which are offered and tested.“ (4)

3. Die Entstehung der Cultural Studies als Rahmen für die weitere Entwicklung von Williams' Kommunikations- und Medientheorie

Williams' Verständnis von medialer Kommunikation als Prozesszusammenhang, in dem „neue Beobachtungen und Bedeutungen“ angeboten und getestet werden, wird Bezugs-punkt seiner Entwicklung einer neuen Form von Kulturstudien (Cultural Studies). In ihnen werden kulturelle Bedeutungen und Beziehungen empirisch und normativ analysiert, die für gewöhnliche Leute und ihre Lebensweise wichtig sind. Entwickelt werden die Cultural Studies ausgehend vor allem von der Kritik Edward P. Thompsons' (Thompson 1961/1999) an Williams' *The Long Revolution* (1961/1975), in der Williams seine Perspektive auf Kommunikation spezifiziert. Während Williams selbst sich im Anschluss an diese Arbeit auf Medien und Kommunikation konzentrierte, war die Entwicklung der Cultural Studies am Contemporary Center for Cultural Studies (CCCS) durch eine stärker an Kategorien wie „Klasse“, „Gender“, „Jugend“ und „Rasse“ orientierte Forschung geprägt. Die Erforschung von Kommunikation und Medien wurde am CCCS durch Stuart Hall stärker sozialwissenschaftlich akzentuiert als bei Williams, der Kommunikation literaturwissenschaftlicher untersuchte.

Wie gezeigt, hat Williams seine ursprünglich auf Texte, Schlüsselworte und die Geschichte von Kultur gerichtete Analyse und Konzeptualisierung um die „Erfahrungswirklichkeit“ von Leuten erweitert, weil er annahm, dass Menschen Kultur vor allem im Rahmen von medialer Kommunikation machen, vermitteln, interpretieren und verändern. Deshalb untersuchte er dieses Interpretieren, Machen und Verändern im Kapitel „The Creative Mind“ in *The Long Revolution* explizit als Entwicklung von Kommunikation und Kultur. Anknüpfend an „Culture is Ordinary“ und jüngere Erkenntnisse der Kognitionsforschung zeigt er – wie Wissenschaft erst vor ein paar Jahren entdeckt hat –, dass jeder Mensch Teile seiner kulturellen Wirklichkeiten aus neurobiologischer Sicht selbst – also schöpferisch – machen muss. Dieses Verständnis des „Schöpferischen“ ergänzt Williams' Verständnis historisch gemachter Vorstellungen von Kultur und Gemeinschaft.

Nachdem Williams seine Kulturstudien in *Culture & Society* auf Kommunikation und in „Culture is Ordinary“ auf das „Gewöhnliche“ ausgeweitet hat, wird in der Folge in *The Long Revolution* die historische Rekonstruktion des „Schöpferischen“, die üblicherweise als künstlerische Tätigkeit verstanden wird, sein neues Thema. Dieses Verständnis ist im Kontext neuer Erkenntnisse zu Wahrnehmung und Kommunikation problematisch, weil es ein tieferes Verständnis von Kultur und Kommunikation verhindert. Seine Rekonstruktion der Geschichte unseres Verständnisses von „schöpferisch“, das erst in der Renaissance die Idee der „Mimesis“ oder „Nachahmung“ überwindet, mit der bis dahin die Tätigkeiten des Malers, des Dramatikers und des Bildhauers beschrieben wurden, zeigt dessen Geschichtlichkeit auf und zeigt, wie dieses nun so durch Kunstreihen ersetzt wurde, dass behauptet werden konnte, dass Künstler – wie Götter – schöpferisch tätig sein können. Aus der Idee der Mimesis wurde eine Theorie der Schöpfung, in der Künstler Träger schöpferischer Prozesse sind. Jetzt, so Williams, erforderten es Erkenntnisse der Neurobiologie, dass nicht mehr nur Künstler, sondern jeder Mensch als Schöpfer anzusehen ist, weil auch er notwendig „Wirklichkeit“ konstruiert und konstituiert (1961a/1983: 25ff.). Die Wirklichkeit sei, wie die „Kunst“, das Resultat eines schöpferisch-kommunikativen Prozesses.

Im Rahmen seiner Analyse von Kultur wird Kommunikation für Williams nun zu einem Prozess, in dem Beziehungen eine Bedeutung gegeben wird und den es in einer „langen Revolution“ von Kultur und Gesellschaft zu demokratisieren gelte. Dieses

Ziel, das Williams in den angeführten frühen Schriften ganz wesentlich mitformuliert, begründete die Cultural Studies, für die eine problemorientierte überdisziplinäre und normative Perspektive so charakteristisch wird wie für Williams' Medien- und Kommunikationsforschung:

„Es ist von äußerster Wichtigkeit, Kommunikation als einen umfassenden gesellschaftlichen Prozesszusammenhang zu verstehen. Erst dann können wir mit Gewinn einzelne Formen und Mittel der Kommunikation betrachten, die sich, wenn auch nie vollständig, verselbständigt haben. Es wäre vollkommen falsch, bei einer solchen Untersuchung davon auszugehen, dass die verschiedenen Bereiche voneinander getrennt wären, so wie gewöhnlich angenommen wird, dass politische Institutionen und Konventionen einer anderen Ordnung angehörten als künstlerische Institutionen und Konventionen. Politik und Kunst gehören mit der Wissenschaft, der Religion, dem Familienleben und anderen von uns als losgelöst betrachteten Kategorien zu der umfassenden Welt aktiver und zusammenwirkender Beziehungen, die unser gemeinsames assoziiertes Leben ausmachen. [...] Was wir über die Kommunikation und die Gemeinschaft erfahren haben, hilft uns, die Natur unseres gesamten gesellschaftlichen Lebens zu überprüfen. Grundlage dieser Prüfung kann die Bestimmung der Kultur sein.“ (in Anlehnung an ebd.: 43f.)

Für die 1840er Jahre ist für Williams folglich nicht die *Times* die „charakteristische Zeitung der Periode“ (57), obwohl sie seinerzeit die führende Tageszeitung war, sondern es seien die viel häufiger gelesenen Sonntagszeitungen, die trotz ihrer sogar mehrfach höheren Auflage in der Forschung mehr oder weniger ausgeblendet wurden. An ihnen habe Kulturanalyse, so Williams, anzusetzen, um ihren „ausgesprochenen ‚Sonntagszeitungscharakter‘“ herauszuarbeiten, der in Untertiteln wie *Sporting and Police Gazette* und *Newspaper of Romance* (Untertitel der *Bell's, Penny Dispatch* 1842) und in typischen Schlagzeilen wie „Kühne Verschwörung und versuchte Notzucht“ (57) deutlich werde. Neben dieser „erfolgreichsten Entwicklung“ im Journalismus (58) sei die Etablierung neuer Periodika zu analysieren, in denen „sensationelle und romantische Prosa neben Rezepten, Ratschlägen für den Haushalt und Antworten auf Leserbriefschreiber“ stehen: die günstige „Prosa in Gestalt der ‚penny dreadful‘ (Schundromane)“ und die „teureren für einen Schilling bzw. eine halbe Krone erhältlichen Romane“ (ebd.). Zusätzlich müssten auch Veränderungen im Theater und Transportwesen untersucht werden, da Bahnhofsgeschäfte die Umschlagplätze für Zeitschriften und Bücher geworden waren. Das sei deshalb wichtig, weil in der Regel genau diese Ausweitung populärer Kultur oft übersehen werde, wenn sich die Analyse nur auf deren Kommerzialisierung konzentriert. Diese stehe oft so sehr im Vordergrund, dass die Komplexität der Entwicklungen, die vielen Leuten neue Interpretationen ihrer Wahrnehmungen und Erfahrungen im Rahmen ihrer Lebensbedingungen erlauben, unverstanden bliebe (59).

In diesem Zusammenhang zeigt Williams, dass Veränderungen kultureller Lebensweisen und des Zusammenhangs von Medien, Kultur, Kommunikation und Gesellschaft im 20. Jahrhundert auf die Entwicklung der Werbung als neuer kommerzieller Vermittlungsinstanz zwischen Lebensweisen von Leuten und Gesellschaft verweisen. Im dem als Kapitel für *The Long Revolution* (1961) geplanten und in Teilen im *New Left Review* (1961) publizierten Artikel „Advertising: the Magic System“ (1980/1960) stellt er das wie folgt heraus:

„The real business of the historian of advertising is more difficult: to trace the development from the processes of specific attention and information to an institutionalized system of commercial information and persuasion; to relate this to changes in society and in the economy; and to trace changes in method in the context of changing organisations and intentions.“ (1960/1980: 170)

Werbung, so zeigt Williams, ist im Zuge von abnehmender Besteuerung sowie von na-

tionalen Verdrängungswettbewerben vom „Verkäufer von Anzeigen“ zum umfassenden Dienstleister und immer wichtigeren Teil gesellschaftlicher Kommunikation geworden. Während sie früher über das Produkt und seinen Preis informiert hat, gibt sie Produkten und Dienstleistungen seit den späten 30er und den frühen 40er Jahren zunehmend eine zusätzliche kulturelle Bedeutung. Dieses stellt Williams schon damals wie folgt sehr klar dar: „By 1933, a husband had lost his wife because he had failed to take this ‚easy way‘ of providing a home for her.“ (ebd.: 180) Weiter rekonstruiert Williams, wie Werbung auf Kritik an ihr reagiert: mit der Entwicklung eigener Werbeethiken, neuer Werbeformen und der Ausdifferenzierung der ‚Public Relations‘. Dabei deutet er Veränderungen an, die später zentrale Themen der Kultur- und Sozialwissenschaften werden. Williams’ Vergleich von Werbung und Magie nimmt Argumentationen aus Daniel Bells *Die kulturellen Widersprüche des Kapitalismus* (1976) und auch aus Frederic Jamesons *Logik des Spätkapitalismus* (1984) vorweg: Schon für Williams war Werbung für Dienstleistungen und Produkte, die noch zusätzliche Versprechen erforderte, die „Magie“ des Kapitalismus und funktional äquivalent den Versprechen des Sozialismus (185ff.), die allerdings nicht so gut funktioniert hätten. Möglich werde diese Magie, so Williams, weil „Konsument“ eine positive Bezeichnung und „Konsum“ eine befriedigende und so gesellschaftlich wünschenswerte Aktivität geworden sei (188), Zeichen eines hohen Lebensstandards (ebd.: 189) und dessen Hebung ein explizites Ziel der Politik. Williams argumentiert Anfang der 1960er Jahre als einer der Ersten, dass Werbung ein Teil des gewöhnlichen Lebens von Menschen geworden sei, dass Werbung aber unverstanden bleiben müsse, solange sie isoliert von gesellschaftlichen Bedingungen und Beziehungen erforscht werde.

Dass Williams zum Gründervater der Cultural Studies wird, liegt einmal daran, dass er seine ursprüngliche Analyse und Theorie seit *Culture & Society* (1958) ausweitet und sich nun bei der Analyse von Kultur an den neuen Problemzusammenhängen und Begriffen wie „Kommunikation“ orientiert, Einsichten in gewöhnliche Lebensweisen und Lebensbedingungen von Leuten ebenso wie in Prozesse der Konstruktion und Konstitution von Wirklichkeit und auch neue Vermittlungsformen wie die Werbung berücksichtigt. Er begründet damit eine neue materialistische, empirisch-analytische und normative Medien- und Kommunikationsforschung. Noch wichtiger für die Gründung der Cultural Studies ist jedoch, dass Williams die Kritik E. P. Thompsons an seinem Werk *The Long Revolution* zu seiner Herausforderung macht. Der marxistische Kulturhistoriker E. P. Thompson, der die „Geschichtsschreibung von unten“ mitbegründete, bezeichnet Williams als wichtigsten zeitgenössischen Kulturkritiker, stellt jedoch dessen Konzeptualisierung von Kultur in ergänzenden historischen Analysen grundsätzlich infrage. Thompson argumentiert, dass ungleiche Interessen, Erfahrungen, Traditionen und Lebensbedingungen in der Geschichte auf Konflikte zwischen Lebensweisen unterschiedlicher Klassen verweisen, die jedoch im Rahmen eines Verständnisses von Kultur als „umfassender Lebensweise“ (im Singular!) nicht angemessen verstanden werden könnten. Thompson schlägt daher vor, Kultur als „umfassende Konfliktart“ zu konzeptualisieren, um die für die Geschichte maßgeblichen Unterschiede und Lebensweisen in ihren Beziehungen zueinander, die oft durch Kämpfe geprägt waren, besser zu verstehen.

Thompson ist mit seiner Kritik bei Williams vor allem deshalb erfolgreich, weil er ihn auf der Ebene der „Erfahrung“ kritisiert. Er zeigte dass diese gerade nicht im Rahmen einer „umfassenden Lebensweise“ gemacht wird, sondern in konkreten unterschiedlichen Lebenswirklichkeiten und Lebensweisen, die mit anderen notwendig im Konflikt stehen. Daneben zeigt er auch, dass diese auf der Ebene der Strukturen aus verschiedenen

Perspektiven verschieden erscheinen, wobei – das ist zentral – beide, subjektive Erfahrungen und gesellschaftliche Strukturen, komplex und konfigurierend verbunden sind.

Williams macht in der Folge die Vermittlungsproblematik zur zentralen Baustelle seiner Theorieentwicklung. Dabei orientiert er sich stärker als die Cultural Studies im Umfeld des CCCS, für die die Strukturalismusrezeption wichtig wurde (R. Winter 2001: 82ff.), an seiner Perspektive auf Medien und Kommunikation. In den sich etablierenden Cultural Studies steht dagegen die Vermittlung von Klasse, Rasse und Gender eher unabhängig von der Erforschung der Medien im Vordergrund. Die Spannung zwischen der Erforschung von Erfahrungswirklichkeit und kreativer Entwicklung (Kulturalismus) einerseits und ihrer strukturellen Vermittlung (Strukturalismus) andererseits wird zur ersten großen Herausforderung der Cultural Studies (vgl. Hall 1981/1999 und dazu kritischer Milner 1993) und parallel dazu auch der Entwicklung der Medien- und Kommunikationstheorie bei Williams.

4. Aspekte und Prozesse von Kommunikation als genuine Gegenstände der Analyse und Theoriebildung

Williams macht im Anschluss an *The Long Revolution* Aspekte und Prozesse medialer Kommunikation zu genuinen Gegenständen der Analyse und Theoriebildung. Das geschieht vor dem Hintergrund einer universitären Forschung, in der bisher neben Buch und Theater, Schriftstellern und Dramatikern andere Medienschaffende und Medien kaum Platz hatten und die die Kultur gewöhnlicher Leute als „Massenkultur“ diskreditiert. Williams’ Konzeptualisierung von Kultur als Beziehung aller bedeutsamen Elemente von Beziehungen und Lebensweisen und die Kritik an Konzepten, die die Komplexität von Kultur nicht erfassen wollen oder können, werden zur Basis seiner Kommunikationstheorie, die er in der Rede „Communications and Community“ (1961/1989) erstmals vorstellt. Angesichts seines Ziels, Kommunikation als Prozess zu verstehen, der demokratisiert werden müsse, um Kultur und Gesellschaft demokratisieren zu können, fordert Williams eine Kommunikationstheorie als komplexe Theorie der Gemeinschaft und von kommunikativen Beziehungen in der Gesellschaft:

„We need [...] to approach a theory of communication, and to have some idea of how communication relates to community, how it relates to society, what kind of communication systems we now have, what they tell us about our society, and what we can see as reasonable directions for the future. And we can only do that by theory.“ (ebd.: 20)

Williams setzt dabei explizit nicht an bekannten „Ideen“ zu Medien und Kommunikation an (er spricht ausdrücklich nicht von Theorien, ebd.: 21), weil diese keine „Hilfe“ bei der Entwicklung einer diesem Gegenstand angemessenen Theorie seien (ebd.: 21). Statt dessen konzeptualisiert er Kommunikation im Rahmen der Logik seiner Kulturtheorie als einen Prozess, der Kultur und Gesellschaft aktiv konstruiert und konstituiert:

„We think of it (communication, C.W.) as an activity which takes place after the important things have happened. Communication is, so to say, the news after the event, the passing on of things after something important has occurred. Communication is secondary, just as people think of art as secondary, as a marginal activity, because first there is real life and then there is art. First there is reality and then there is communication about reality. But this is so wholly misleading that unless we can get it right at that level we shall get nothing else right.“ (ebd.: 21)

Lange vor dem Konstruktivismus fordert Williams, dass die Erforschung von Kommunikation an deren (Konstruktions-)Voraussetzungen anzusetzen hätte: „It is at that

fundamental level that we have to begin any study of communication“ (ebd.: 21). Die Erfahrungswirklichkeit ist dabei auch hier sein Bezugspunkt. An ihrer Dekonstruktion zeigt Williams, wie Wahrnehmungen und Erfahrungen von Kommunikationssystemen (mit-)strukturiert werden, die oft nicht als solche wahrgenommen werden. So würden beispielsweise Häuser, in denen Leute wohnen, oder Berge, zu denen es emotionale Bindungen geben könnte, als bedeutsam wahrgenommen, obwohl diese natürlich keine Bedeutung an sich hätten („Yet the hill is saying nothing“, ebd.: 22). Williams fordert daher, dass die „Bedeutung“ aller Kommunikationsinstitutionen, -systeme und -formen Gegenstand kritischer Reflexion werde. Weil Kommunikation eine primäre Aktivität und Teil eines komplexen Beziehungsgefüges ist, das sie mitkonstituiert und verändert, ist weiter dieses Beziehungsgefüge zu erforschen, um es und Kommunikation verstehen und demokratisieren zu können (ebd.: 23ff.).

Williams bezeichnet die institutionalisierten Beziehungsgefüge als „Kommunikationssysteme“, die er unterscheidet als autoritär, paternalistisch, kommerziell oder demokratisch. Das historische alte „autoritäre“ System bestimmt eine herrschende Gruppe und Ideologie, während das paternalistische System durch eine herrschende Gruppe charakterisiert ist, die sich jedoch der Allgemeinheit verantwortlich fühlt und mit Gewissen herrscht, wie beispielsweise die BBC, wie Williams anmerkt. Ihr steht vor allem das kommerzielle System gegenüber, das sich durch den Kampf gegen staatliche Kontrolle auszeichne, durch den freien Markt, die Freiheit zu publizieren und Gewinne und Verluste als maßgebliche Kontrolle. Als vierter Kommunikationssysteme führt er das demokratische an: Es sei gegen jedwede Kontrolle und so auch Kommerzialisierung gerichtet und lade zu Partizipation und verantwortlicher Selbstkontrolle ein; bisher sei es auf der Welt aber noch nicht anzutreffen. Deshalb sei derzeit das kommerzielle System den anderen vorzuziehen, auch wenn Märkte auch undemokratisch seien, da in ihnen vor allem kommuniziert werde, was mit Profit kommuniziert werden könne (ebd.: 26).

Im Rahmen seines Verständnisses von Kultur und Kommunikation als Prozessen, in denen diese wiederum selbst verändert werden können, fordert Williams, Anforderungen an demokratische Kommunikationssysteme in Gesellschaften zu bestimmen, wobei er an Partizipationsmöglichkeiten, Vielfalt, Eigenständigkeit, Unabhängigkeit und Supranationalität denkt. Die letzte Forderung stellt Leute und ihre Erfahrungen, Wirklichkeiten und Lebensweisen vor die Idee der Nation:

„We have to think of ways which would truly disperse the control of communications, and truly open the channels of participation. [...] We shall certainly have to stop thinking in terms of one ideal national system. Instead, can we apply this simple test: are the means of expression, in any particular case, of such a kind that they can be owned by the people who use them?“ (ebd.: 30)

Williams' Forderungen zur Demokratisierung von Kommunikation sind klar und pragmatisch. Er geht z. B. nicht davon aus, dass elektronische Medien einmal den Leuten gehören werden (ebd.: 30), was für ihn nicht heißt, dass demokratische Mediensysteme unmöglich wären. Aber um sie zu entwickeln, so Williams, müssten wir mehr über die Umgangsweisen gewöhnlicher Leute mit Medien wissen und mehr Möglichkeiten haben, über eine demokratische Entwicklung von Medien und Kommunikation nachzudenken. Möglichkeiten dazu stellt Williams mit dem 1962 erschienenen Buch *Britain in the Sixties: Communications* (1962/1976) bereit, das in späteren Auflagen nur noch als *Communications* betitelt war. Dieser Band analysiert und diskutiert erstmals die Bedeutung medialer Kommunikation für die Konstitution und Veränderung Großbritanniens auf der Basis der vorgestellten Überlegungen von Williams. Ausgehend von der basalen

Unterscheidung von „communications“, den „Institutionen und Formen, in denen und durch die Informationen, Ideen und Einstellungen übertragen und empfangen werden“, und „communication“, dem Prozess „der Übertragung und des Empfangs“ (ebd.: 9) sowie der Annahme, dass Kommunikation unsere Erfahrungswirklichkeit „kontinuierlich formt und verändert“, diskutiert er Inhalte und Methoden der Erforschung von Kommunikation und Medien sowie Kontroversen zu Gewaltdarstellungen in den Medien oder zu „high and low culture“. Im Vordergrund steht die Idee der Demokratisierung von Kultur in einer langen Revolution. Das dokumentieren dort die „proposals“ und die Forderung, die Idee der bloß „persönlichen Verantwortung für den Umgang mit populärer Kultur“ zu überwinden. Persönliche Verantwortung ist für Williams wichtig. Wichtiger ist für ihn aber zu betonen, dass sie nicht ausreiche, da sie keine persönliche Verantwortung für andere sein dürfe, weil das die Idee persönlicher Verantwortung in ihr Gegenteil verkehre. Persönliche Verantwortung müsse daher mit öffentlicher Verantwortung (public responsibility, 140) einhergehen. Bei der Entwicklung der Bildung, der Verbesserung existierender Institutionen sowie der Entwicklung sozialer Bewegungen und Institutionen sei öffentliches Engagement notwendig (ebd.). Erst das könne in der Folge eine „gute Gesellschaft“ begründen, die Williams wie folgt beschreibt:

„A good society depends on the free availability of facts and opinions, and on the growth of vision and consciousness – the articulation of what men have actually seen and known and felt. Any restriction of the freedom of individual contribution is actually a restriction of the resources of society.“ (ebd.: 124f.)

Auch wenn Williams hier wohl zu sehr an seine eigenen Möglichkeiten als Autor und Kritiker denkt und nicht an die vorhandenen oder auch nicht vorhandenen Möglichkeiten im Leben gewöhnlicher Leute, entwickelt er doch eine plausible normative demokratische Perspektive auf Kommunikation, die an den Möglichkeiten des Einzelnen ansetzt. Deren Grenzen zeigt er in der Folge als Grenzen des Fernsehens auf.

5. Fernsehen als Bezugspunkt der Entwicklung einer kulturalistisch-materialistisch und gesellschaftlich orientierten Medientheorie

Mitte der 60er Jahre, als gerade die Hälfte der bundesdeutschen Haushalte über ein Fernsehgerät verfügt und Habermas seinen *Strukturwandel der Öffentlichkeit* veröffentlicht, entdeckt Williams Fernsehen als neue Form von Kommunikation, die für gewöhnliche Leute und so für die Gesellschaft wichtiger wird. Dies belegen Kapitel in einem von Hoggart für die Erwachsenenbildung auf ABC Television publizierten Sammelband *Your Sunday Paper* (1967) und Artikel für die BBC Wochenzeitschrift *Listener*, die Williams von 1968 bis 1972 monatlich zu Fernsehthemen seiner Wahl verfasst und sein Buch *Television. Technology and Cultural Form* (1974/2003) vorbereiten, das ihn zum Klassiker der Medien- und Kommunikationswissenschaft macht.

Die darin enthaltene Konzeptualisierung der Vermittlung von Erfahrung und Struktur durch kulturelle Formen entwickelt seine in *The Long Revolution* (1961) und *Communications* (1962) formulierten Ideen im Bezug auf die theoretische Durchdringung der Beziehung zwischen Kultur, Technologie und sozialen Institutionen weiter. Für ihn ist Fernsehen bezüglich der Bedeutung für jeden dieser Aspekte, und vor allem die Interaktion zwischen ihnen (ebd., XIV) unvergleichlich wichtig. Deshalb greifen für Williams „technologisch deterministische“ sowie „symptomatische“ Erklärungen des Fernsehens notwendig zu kurz: Gesellschaftliche Entwicklungen würden weder durch die neue Technologie „Fernsehen“ determiniert noch ging „Fernsehen“ aus ihnen einfach her-

vor. Fernsehen werde erst verstanden, wenn beteiligte Handelnde und ihre Intentionen berücksichtigt werden. Sie zeigten, wie und warum Fernsehen als technologische und kulturelle Form im Hinblick auf bestimmte Erwartungen entwickelt wurde und nicht „isoliert“ entstand oder als Resultat losgelöster abstrakter gesellschaftlicher Prozesse. Als technologische und als kulturelle Form sei Fernsehen das Ergebnis verschiedener, direkt auf das Fernsehen als Medium gerichteter Handlungen, die Fernsehen entwickelt haben und künftig entwickeln werden.

In diesem Kontext kritisiert Williams die Massenkommunikationsforschung, in deren Rahmen weder das Konzept „Technikdeterminismus“ noch das von „Medien als Symptom“ überhaupt problematisiert werden könne, da ihr Kategorien und Konzepte fehlten, mit denen sie komplexe gesellschaftliche Prozesse verstehbar machen könnten. Statt mit erprobten sozialtheoretischen Konzepten für ein Verständnis von gesellschaftlichem Wandel, wie „Verstehen“, „Werturteil“ und der „Reflexion auf Forschende und ihr Vorverständnis“, arbeite sie mit solchen Konzepten wie „Wirkung“ und „soziale Funktionen“. Sie betrachte Medientechnologien so isoliert, dass soziale und kulturelle Aspekte nicht berücksichtigt werden könnten, was Williams mit Bezug auf die Laswell-Formel als ihrer zentralen Orientierung kritisiert:

„The change can be seen in one simple way, in the formula which was established by Laswell as the methodological principle of studies of communication: the question ‚who says what, how, to whom with what effect?‘. For what this question has excluded is intention, and therefore all real social and cultural process. Suppose we rephrase the question as ‚who says what, how, to whom, with what effect and for what purpose?‘. This would at least direct our attention to the interests and agencies of communication, which the orthodox question excludes.“ (ebd.: 122)

Williams rekonstruiert Fernsehen als bedingt offenes Resultat komplexer Wechselbeziehungen spezifischer Interessen und Beteiligter, zu denen Unternehmen mit kommerziellen Interessen ebenso wie Militär, Politik, die Wissenschaft und gewöhnliche Leute zählen. Für ein Verständnis der Bedeutung des Fernsehens im Beziehungsgefüge von Interessen und Beteiligten ist dabei für ihn die historische Rekonstruktion unentbehrlich. Fernsehen könnte nicht unabhängig vom Leben gewöhnlicher Leute verstanden werden, welches wie die Tätigkeit „fernsehen“ einem permanenten Wandel unterliege. In diesem Kontext bestimmt Williams die Kulturbedeutung des Fernsehens in seiner Doppelperspektive, die, wie gezeigt, einerseits auf konkrete Formen und Erfahrungen und andererseits auf gesellschaftliche Strukturen als dem Rahmen von medialer Vermittlung gerichtet ist. Dabei ist bei ihm in *Television: Technology and Cultural Form* die Klärung der Rahmenbedingungen der Ausgangspunkt. Williams sieht sie durch zwei paradoxe und eng verknüpfte Tendenzen geprägt: eine stark zunehmende geografische und soziale Mobilität auf der einen und eine offensichtlichere größere kulturelle Selbstgenügsamkeit der Familie auf der anderen Seite, die er mit dem Konzept „mobile Privatisierung“ herausarbeitet (ebd.: 19):

„Socially, this complex is characterised by the two apparently paradoxical yet deeply connected tendencies of modern urban industrial living: on the one hand mobility, on the other hand the more apparently self-sufficient family home. The earlier period of public technology, best exemplified by the railway and city lighting, was being replaced by a kind of technology for which no satisfactory name has yet been found: that which served and at-once mobile and home-centred way of living: a form of mobile privatisation.“ (ebd.: 19)

Die Argumentation im Kapitel „The Technology and the Society“ zeigt, wie und warum vor diesem Hintergrund ein Bedürfnis nach Kommunikation mit dem Jenseits dieser

Privatheit bei bestehender Mobilität entstehen konnte (ebd.: 20–21), und bereitet das in den Kapiteln „The Forms of Television“ und „Programming: Distribution and Flow“ entfaltete Konzept des „planned flow“ vor, das die konkrete Form der Erfahrung von Fernsehkommunikation aus der Sicht der Nutzer beschreibt. Williams bestimmt den „planned flow“ über eine Analyse der Fernsehformate und -gattungen als das zentrale Charakteristikum des Fernsehens – wobei der „geplante“ kulturelle „flow“ des Fernsehens zugleich ein „mobiler flow“ ist. „Fernsehen“ ist nicht an bestimmte Orte gebunden. Es kann trotz der relativen Immobilität des Fernsehgerätes überall empfangen und privat zur Information, Orientierung und Unterhaltung genutzt werden. Das „flow-Konzept“ ermöglicht ein neues tieferes Verständnis des Fernsehens einerseits sowie der Entwicklung medialer Vermittlungsformen in einer mobileren Gesellschaft andererseits (ausf. Williams 1983 und Göttlich 1996, Kap. VI).

Dabei verweist das Konzept des „planned-flow“, das Williams im Kontext eines Vergleichs von drei englischen und zwei US-amerikanischen Programmen entwickelt, auf eine – wie Williams zugesteht – intensive eigene Fernseherfahrung in einer Nacht in Miami, in der er nach einer Atlantiküberquerung vom kommerziellen US-amerikanischen Fernsehen überrascht und überfordert worden war, nicht von der Fülle an Werbung, sondern von der Veränderung des Angebotes selbst. Anders als gewohnt, bot das Programm weniger eine Sequenz von Programmteilen, als vielmehr ein Flow-Erlebnis, in dem Programme in Trailer, Werbung in Programme und auch Beiträge in die nächsten übergingen, die sie schon ankündigten (ebd.: 92f.).

Williams zeigt, dass diese Entwicklung hin zum Fernsehen als „flow“-Erlebnis geplant war. Das Auswählen und Schauen einzelner Beiträge wurde ersetzt, auf der Seite der Nutzer, die einen Fernsehabend planen, wie auf der Seite der Fernsehmacher, die Zuschauer für ihre Kunden halten wollen (ebd.: 93). Das „flow“-Erlebnis, das viele Einstiegsmöglichkeiten bietet, ist für Williams das Besondere am Medium Fernsehen. Dieser „flow“ vermittelt für ihn zunehmend die Werte und Bedeutungen in einer zunehmend mobilen Gesellschaft (ebd.: 120). Diese Bedeutung des Fernsehens hat niemand vorher und nachher so klar dargestellt wie Raymond Williams:

„In the very broadest perspective, there is an operative relationship between a new kind of expanded, mobile and complex society and the development of a modern communication technology.“ (ebd.: 13)

Television. Technology and Cultural form begründet mit den Konzepten „flow“ und „mobile Privatisierung“ eine neue Qualität der Konzeptualisierung von Fernsehen als eine für Gesellschaft zentrale kommunikative Beziehungs- und Vermittlungsform. Williams belegt empirisch, wie diese medialen Beziehungs- und Vermittlungsformen aktiv entwickelt und verändert werden. Sie sind nicht entweder Folgen „neuer Technik“ oder von „Veränderungen in der Gesellschaft“, sondern Folgen direkt gerichteter und dabei oft *konfliktärer* Prozesse. Letzteres wird vor allem im letzten Kapitel „Alternative Uses“ deutlich. Williams diskutiert darin Entwicklungen durch den „Videorecorder“, das „Satellitenfernsehen“ und von neuen „Datenverarbeitungs-Systemen“. Von ihnen nimmt er an, dass ihre Entwicklung die Realisierung von paradoixerweise gegenteiligen sozialen Entwicklungen zulassen werde, die die Gesellschaft zwar nicht sofort, aber absehbar grundlegend verändern, weil sie eine universelle Erreichbarkeit zur Folge haben werden:

„All this will take time and prolonged effort. The struggle will reach into every corner of society. But that is precisely what is at stake: a new universal accessibility. Over a wide rage from general

television through commercial advertising to centralised information and data-processing systems, the technology that is now or is becoming available can be used to affect, to alter, and in some cases to control our whole social process. And it is ironic that the uses offer such extreme social choices.“ (ebd.: 156)

Vor dem Hintergrund dieser Aussage (aus dem Jahr 1974!) beginnt Williams nun verstärkt die Entwicklung und Integration seiner bereits erfolgten materialistischen Überlegungen in seine kommunikationswissenschaftlichen Arbeiten. Seine bereits transformierte Theorie von Kultur als „gewöhnlicher umfassender Lebensweise“ in eine Konzeption von Kultur als umfassende Konfliktart prägt nun seine Arbeiten. Kommunikation verweist nun immer auf eine Vielzahl konfigurernder „umfassender“ und „gewöhnlicher“ Lebensweisen und entsprechende partikuläre Interessen, was bei der von ihm anfänglich zentral herausgestellten Idee einer „Common culture“ leicht übersehen werden kann. In seinen letzten Arbeiten wird explizit, was in der Forderung nach einer Demokratisierung von Kultur und Kommunikation und einer Entwicklung alternativer Medien angelegt war, deren Bedeutung für die Medien- und Kommunikationswissenschaft im Fach unbestritten ist (Silverstone 2003).

6. Die materialistische Weiterentwicklung der Medien- und Kommunikationstheorie

Williams' Weiterentwicklung der Konzeptualisierung von Kultur, Medien und Kommunikation seit dem Ende der 1960er Jahre setzt, anders als damals üblich, nicht am Strukturalismus an, sondern bei Marx. Auch wenn es ihm letztlich um das gleiche Problem geht, das Hall in seinem für die Entwicklung der Cultural Studies maßgeblichen Text *Cultural Studies – zwei Paradigmen* (Hall 1981/1999) diskutiert, bildet für Williams nie Louis Althusser und dessen strukturalistische Lesart von Marx, also die Sozialwissenschaft, eine Herausforderung, sondern Marx und wenn, dann dessen Rezeption in der Literaturwissenschaft. Infolgedessen verliert Williams in den 1980er Jahren, als er als Gründervater der Cultural Studies akzeptiert ist, für deren institutionelle und konzeptionelle Entwicklung mit seinen Arbeiten an Bedeutung – die Entwicklung der Cultural Studies wird nun durch die zweite Generation vorangetrieben, für die Hall und das CCCS wichtigere Bezugspunkte bilden (vgl. Bromley 1999). Williams' Rezeption von Goldmann (Williams 1971/1983) und Marx (Williams 1973/1983) fehlt die postmoderne Leichtigkeit und Komplexität, die damals die Strukturalismusrezeption und die Entwicklung der Cultural Studies auszeichnet.

Williams schlägt einen anderen Weg ein, auf dem Marx immer wichtiger wird: „Base and Superstructure in Marxist Cultural Theory“ (deutsch: Zur Basis-Überbau-These in der marxistischen Literatur, 1973/1983) zeigt, dass Verallgemeinerungen über den Zusammenhang von Ökonomie und Kultur bei ihm kaum zu finden sind. In „Communications as Cultural Science“ (1976) macht er die „Beziehungen“ zwischen Praktiken einerseits und Formen oder Elementen von Gesellschaft andererseits als zentrales theoretisches Problem aus. Williams betont, dass vor allem Marx gezeigt habe, dass diese „Beziehungen“ durch die Bedingungen der materiellen Produktion und Reproduktion maßgeblich mitbestimmt sind, ohne von ihnen determiniert zu sein. Aufgrund disziplinärer Grenzziehungen würden sie, so Williams, bislang in der Medien- und Kommunikationsforschung zu wenig berücksichtigt.

Vorschläge, wie die materialen Bedingungen und Voraussetzungen medialer Kommunikation besser berücksichtigt werden können, entwickelt er schließlich in „Means

of Communication as Means of Production“ (1978/1980). Die Konzeptualisierung von Medien als Produktionsmitteln rundet Williams’ Medien- und Kommunikationstheorie ab. Medien sind jetzt nicht mehr (nur) technologische und kulturelle Formen von und für Vermittlung. Sie sollten, so Williams, zusätzlich als Instrumente zur Veränderung der Bedingungen dieser Vermittlung sowie der Vermittlung selbst verstanden und konzeptualisiert werden. Zwanzig Jahre nach der Kritik von Thompson an *The Long Revolution* berücksichtigt Williams material ungleiche Bedingungen von Lebensweisen systematisch bei seiner Erforschung von Kommunikation und Kultur im Wandel. Medien sind danach technologische und kulturelle Formen und als „Mittel“ variable Konstituenten gesellschaftlicher Beziehungen. Ihnen kommt Bedeutung zu, da sie als Beziehungsform, Mittleres und Mittel immer erst gemacht werden müssen, bevor mit ihnen in der Folge Kommunikation konstituiert werden kann. Das geschieht nicht notwendig, aber in der Regel doch in üblicherweise umkämpften und konfliktären Prozessen, in denen diese dann als Form und Mittel variiert und also verändert werden:

„These historical variations include both relative homologies between the means of communication and more general social productive forces and relationships, and, most marked in certain periods, contradictions of both general and particular kinds.“ (ebd.: 50)

Entwickelt hat Williams diese Konzeption, wie angeführt, vor dem Hintergrund seiner Arbeiten und vor allem seiner Diskussion alternativer Formen der Mediennutzung und -entwicklung. Die Entwicklung seiner materialistischen Konzeptualisierung von Medien als Produktionsmitteln ist von Konzepten zu unterscheiden, die Medien äquivalent als Kanäle verstehen, denen aber keine Bedeutung für Kultur und Gesellschaft zukommt. Williams geht es um die Entwicklung seiner Theorie von Kommunikation und Kultur, wonach deren Vermittlungseinrichtungen zwar nicht allein, aber immer auch Resultate interessengeleiteter und direkt gerichteter Handlungen sind, die Williams in seinen Arbeiten nachweisen konnte. Diese werden verständlicher, wenn Medien als „Mittel“ entweder der „Verstärkung“, der „Verlängerung/Speicherung“ oder einer Entwicklung von „Alternativen“ im Hinblick auf die Demokratisierung von Kultur und Kommunikation in Gesellschaft konzeptualisiert und verstanden werden können. Mit dieser eher handwerklichen Typologie diskutiert Williams dann Entstehungsbedingungen und Voraussetzungen von Medien (ebd.: 55). Dabei geht es ihm darum, deren Bedeutung für kapitalistische und sozialistische Entwicklungen der Medien, vor allem aber für die Demokratisierung von Kommunikation und Kultur besser zu verstehen (ebd.: 57). Folgerichtig fordert Williams daher eine Geschichte der „Kommunikationsproduktion“, die sein Sammelband *Contact: Human Communication and its History* (1981b) partiell einlässt. Das Kapitel „Communications Technologies and Social Institutions“ (1981c) rekonstruiert diese Geschichte konfliktheoretisch und zeigt, wie umkämpft die Entwicklung von Mediensystemen und Medieninstitutionen war und wie viele latente Konflikte sie begleitet haben. Am Beispiel der Geschichte der Drucktechnologie argumentiert Williams:

„Between the invention of printing, in the 15th century, and our own day, there has been a long and complex series of institutional changes and conflicts in the uses of this powerful and often decisive technology. Frequently these changes and conflicts have represented major issues in the whole development of societies.“ (1981c: 229)

Beispielhaft führt er in diesem Zusammenhang die Forderung der Protestanten an, dass jeder die Bibel lesen können müsse, weil nur sie den Weg zum Heil weise (*sola scriptura*). Ihnen waren, wie Williams anmerkt, institutionelle Folgen dieser Forderung nicht

bewusst, die nicht nur darin bestanden, dass Leute lernten, die Bibel zu lesen, sondern vor allem darin, dass sie überhaupt lesen lernten, und damit auch alles andere, und darüber und dadurch auch das Schreiben erlernten. Auf dieser Grundlage wurde begonnen, die Institutionen der Kulturproduktion zu verändern (ebd.: 230). Entsprechend rekonstruiert Williams in seinem Beitrag die Institutionalisierung neuer Freiräume und Rechte, von Zensur und Medienmärkten, Werbung sowie Radio und Fernsehen, bevor er abschließend erneut grundlegende Veränderungen anspricht. So nennt er schon 1981 Entwicklungen, die die aktuelle Beziehung weniger Produzenten zu vielen Konsumenten überwinden und breiteren Zugang zu Medien als Produktionsmitteln ermöglichen werden, die unmittelbarer persönliche und soziale Bedürfnisse erfüllen könnten, und die Mittel und Ressourcen eines qualitativ völlig neuartigen sozialen Lebens würden (ebd.: 238). Das war ihm jetzt klarer als je zuvor, weil er erkannt hatte, dass mit neuen Medien immer auch neue soziale und kulturelle Wirklichkeiten produziert werden, sich also das soziale Leben notwendig grundlegend verändern muss – so, wie es sich immer verändert hat, wenn Medien in der Geschichte entwickelt wurden, weil und wenn sich die Lebensbedingungen verändert hatten.

7. Williams als Klassiker der Kommunikations- und Medienwissenschaft heute

Williams' Beitrag zur Kommunikations- und Medienwissenschaft ist unbestritten, vielschichtig und nicht auf einen Nenner zu bringen. Herauszustellen ist freilich, dass Williams weniger der Entwicklung von Medien- und Kommunikationstheorie und entsprechend der eines stringenten Theoriegebäudes verpflichtet war, als vielmehr der Erforschung von Kommunikation und Medien in ihrer Bedeutung für die Vermittlung von Wahrnehmungen und Erfahrungen mit Strukturen der Gesellschaft und für die Konstruktion und Konstitution von Orientierungen und öffentlicher Kommunikation. Als Literaturwissenschaftler war er dabei nie *kommunikationswissenschaftlich* an Erfahrungen und Wahrnehmungen, Medien oder Kultur und Gesellschaft interessiert. Belegt ist das etwa durch Beiträge zur Dramatisierung (Williams 1974/1998; vgl. Göttlich 1998) und zur „Gefühlsstruktur“ (1983/1971), die hier unberücksichtigt blieben, obwohl auch Bezüge zur Medien- und Kommunikationsforschung möglich wären. Andererseits verstand sich Williams auch nie explizit als „Literaturwissenschaftler“. Vermutlich wäre er weder als Kommunikations- noch als Literaturwissenschaftler oder als Professor für Dramaturgie, der er ja war, in der Lage gewesen, so stimulierende und wegweisende empirische und vor allem konzeptionelle Beiträge zur Entwicklung der Kommunikations- und Medienwissenschaft zu leisten.

Es sind vor allem fünf Aspekte seiner Arbeit, die Williams zum Klassiker der Kommunikations- und Medienwissenschaft machen:

1. Seine beispielhafte Unvoreingenommenheit, die durch die doppelte Perspektive auf sowohl konkrete Wahrnehmungen und Erfahrungen als auch gesellschaftliche Lebensbedingungen neue Erkenntnisse ermöglicht.
2. Seine begriffsanalytische Kritik an abwertend verwendeten Konzepten wie „Massenmedien“ und „Massenkommunikation“: Sie erlaubt es, die konzeptuelle Orientierung an der Laswell-Formel zu hinterfragen, zu kritisieren und zu ergänzen und so ein tieferes Verständnis der Gründe von und für Kommunikation zu ermöglichen. Dieser zweite Aspekt, die Kritik an Grundsannahmen und Grundbegriffen, ist eng mit dem folgenden, dritten Aspekt verbunden.
3. Seine Entdeckung und Entwicklung von Kommunikation als primärer und für Kultur und Gesellschaft konstitutiver Tätigkeit, die gesellschaftliche Tatbestände mit

Kommunikation ähnlich konstruiert und konstituiert wie die Ökonomie und Politik, und die dabei auch für das Leben und die Orientierung von Leuten eine ähnliche Bedeutung hat wie diese. Das hatte vor Williams niemand so klar gesehen und formuliert.

4. Der vierte Aspekt, der Williams als Klassiker etabliert hat, ist seine Herausstellung und Konzeptualisierung des Zusammenhangs der Entwicklung von strukturellen Bedingungen von Gesellschaft mit der Entwicklung von Medien, also des Zusammenhangs von mobiler Privatisierung und geplanten mobilen flows. Dies fordert nach wie vor jede Rekonstruktion von Kommunikations- und Mediengeschichte heraus. Seitdem können die Komplexität der Entwicklung von Medien und der Anteil von Leuten und spezifischen Interessen daran nicht mehr übersehen oder ausblendet werden.
5. Der letzte Aspekt ist Williams' Beitrag zum Verständnis der Entwicklung von Kommunikation und Medien als Entwicklung der Bedingungen und Voraussetzungen einer Demokratisierung von Kultur und Gesellschaft. Dabei sind seine praktischen Vorschläge zur Entwicklung von Medien und von Medieninstitutionen, aber vor allem seine Entwicklung neuer Perspektiven und Konzepte hervorzuheben, die helfen, Kommunikation und Medien als hoch komplexe und konfliktäre technologische, kulturelle und soziale Beziehungszusammenhänge und als Mittel der Produktion öffentlicher Kommunikation und Orientierung zu verstehen.

Aus wissenschaftstheoretischer Perspektive ist der zuletzt angeführte Aspekt hervorzuheben. Er stellt Williams früh in die wissenschaftstheoretische Position des Postempirismus, nach der ein tieferes Verständnis komplexer Sachverhalte oft weniger zusätzliche empirische Forschung und Daten erfordert als vielmehr die Entwicklung des Verständnisses ihres Zusammenhangs – und also Theorieentwicklung.

Williams hat uns gelehrt, wie Kommunikation und Medien gesellschaftliche Zusammenhänge prägen und mit ihnen entwickelt und verändert werden, weshalb wir lernen müssen, sie als „schöpferische“ Tätigkeiten zu verstehen, als Tätigkeiten, die selten ziel- oder interessenlos sind, und die oft nur als kämpferische Tätigkeiten angemessen verstanden werden können. Williams hat in verschiedenen Arbeiten gezeigt, wie und warum die Demokratisierung von Kultur immer die Demokratisierung des Umgangs mit Medien als komplexen Vermittlungseinrichtungen und als Mitteln der Produktion sozialer und kultureller Beziehungen sowie ihrer Veränderung und der Entwicklung von Alternativen bei der Entwicklung der Zivilgesellschaft voraussetzt. Wer den komplexen konfliktären Zusammenhang der Entwicklung von Gesellschaft und Medien oder die Demokratisierung von Kommunikation, Medien, Kultur und Gesellschaft erforscht, muss heute historisch (vgl. Winter 2006) und systematisch an Williams anknüpfen, wie aktuell die Theoriediskussion (Hepp et al. 2006; Winter 2007) zeigt. Nach der Rezeption der zweiten Generation der Cultural Studies und vor allem ihrer Publikumsforschung wird es im Hinblick auf ein Verständnis von Entwicklung und Wandel Zeit, das die ihrer Gründerväter einsetzt.

Literaturverzeichnis

- Bromley, Roger (1999): Cultural Studies gestern und heute. In: Bromley, Roger/Göttlich, Udo/Winter, Carsten (Hrsg.): Cultural Studies: Grundlagenexte zur Einführung. Lüneburg: zu Klampen, 9–24.
- Göttlich, Udo (1996): Kritik der Medien. Reflexionsstufen kritisch-materialistischer Medientheorien. Opladen: Westdeutscher Verlag.

- Göttlich, Udo (1998): Medien und Theatralität des Alltäglichen. In: Göttlich, Udo/Nieland, Jörg-Uwe/Schatz, Heribert (Hrsg.): *Kommunikation im Wandel. Zur Theatralität der Medien*. Köln: Herbert von Halem, 257–261.
- Göttlich, Udo (1999): Kultureller Materialismus und Cultural Studies: Aspekte der Kultur- und Medientheorie von Raymond Williams. In: Hepp, Andreas/Winter, Rainer (Hrsg.): *Kultur, Medien, Macht: Cultural Studies und Medienanalyse*. Opladen: Westdeutscher Verlag, 105–118.
- Göttlich, Udo/Winter, Carsten (1999): Wessen Cultural Studies? Die Rezeption der Cultural Studies im deutschsprachigen Raum. In: Bromley, Roger/Göttlich, Udo/Winter, Carsten (Hrsg.): *Cultural Studies: Grundlagentexte zur Einführung*. Lüneburg: zu Klampen, S. 25–39.
- Hall, Stuart (1981/1999): Cultural Studies – zwei Paradigmen. In: Bromley, Roger/Göttlich, Udo/Winter, Carsten (Hrsg.): *Cultural Studies: Grundlagentexte zur Einführung*. Lüneburg: zu Klampen, 113–138.
- Hepp, Andreas (1999): *Cultural Studies und Medienanalyse. Eine Einführung*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Hepp, Andreas/Winter, Carsten (2003): Cultural Studies als Projekt: Kontroversen und Diskussionsfelder. In: Hepp, Andreas/Winter, Carsten (Hrsg.): *Die Cultural Studies Kontroverse*. Lüneburg: zu Klampen, 9–32.
- Hepp, Andreas et al. (Hrsg.) (2006): Konnektivität, Netzwerk und Fluss. Konzepte gegenwärtiger Medien-, Kommunikations- und Kulturtheorie. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Hoggart, Richard (Ed.) (1967): *Your Sunday Paper*. London.
- Inglis, Fred (1995): *Raymond Williams*. London and New York: Routledge.
- Krotz, Friedrich (1992): Kommunikation als Teilhabe. Der ‚Cultural Studies Approach‘. In: Rundfunk und Fernsehen 40/2, 412–431.
- Krotz, Friedrich (1999): Gesellschaftliches Subjekt und kommunikative Identität: Zum Menschenbild der Cultural Studies. In: Hepp, Andreas/Winter, Rainer (Hrsg.): *Kultur – Medien – Macht. Cultural Studies und Medienanalyse*. 2., überarbeitete und erweiterte Auflage. Opladen: Westdeutscher Verlag, 119–128.
- Milner, Andrew (1993): *Cultural Materialism*. Melbourne: Melbourne University Press.
- O’Conor, Alan (1989): *Raymond Williams. Writing, Culture, Politics*. Oxford: Basil Blackwell.
- Silverstone, Roger (2003): Preface to the Routledge Classic Edition of „Television“. In: Williams, Ederyn (Hrsg.): *Television. Technology and Cultural Form* (by Raymond Williams). London and New York: Routledge: vii–xiii.
- Thompson, Edward P. (1961/1999): Kritik an Raymond Williams‘ The Long Revolution. In: Bromley, Roger/Göttlich, Udo/Winter, Carsten (Hrsg.): *Cultural Studies: Grundlagentexte zur Einführung*. Lüneburg: zu Klampen, 75–91.
- Williams, Raymond (1958/1989): Culture is Ordinary. In: Gable, Robin (Hrsg.): *Raymond Williams. Resources of Hope. Culture, Democracy, Socialism*. With an Introduction by Robin Blackburn. London, New York: Verso, 3–18.
- Williams, Raymond (1958/1983): *Culture and Society 1780–1950*. New York: Columbia University Press.
- Williams, Raymond (1958/1972): Gesellschaftstheorie als Begriffsgeschichte (engl. *Culture and Society 1780–1950*). München: Rogner & Bernhard.
- Williams, Raymond (1958/1999): Schlußbetrachtung zu ‚Culture and Society 1780–1950‘. In: Bromley, Roger/Göttlich, Udo/Winter, Carsten (Hrsg.): *Cultural Studies: Grundlagentexte zur Einführung*. Lüneburg: zu Klampen, 57–74.
- Williams, Raymond (1960/1980): Advertising: the Magic System. In: Williams, Raymond: *Culture and Materialism. Selected Essays*. London, New York: Verso, 170–195.
- Williams, Raymond (1961/1975): *The Long Revolution*. London: Penguin.
- Williams, Raymond (1961a/1983): Kreativität – Wahrnehmung – Kommunikation. Zu einigen grundlegenden Vorgängen in Kunst und Literatur. In: Klaus, Gustav H. (Hrsg.): *Raymond Williams. Innovationen. Über den Prozeßcharakter von Literatur und Kultur*. Frankfurt/Main: Suhrkamp, 9–44.
- Williams, Raymond (1961/1989): Communications and Community. In: Gable, Robin (Hrsg.):

- Raymond Williams. Resources of Hope. Culture, Democracy, Socialism. With an Introduction by Robin Blackburn. London, New York: Verso, 19–31.
- Williams, Raymond (1962/1976): Communications. Harmondsworth: Penguin.
- Williams, Raymond (1971/1983): Lucien Goldmanns Beitrag zur Literatursoziologie. In: Klaus, Gustav H. (Hrsg.): Raymond Williams. Innovationen. Über den Prozesscharakter von Literatur und Kultur. Frankfurt/Main: Suhrkamp, 165–182.
- Williams, Raymond (1973/1983): Zur Basis-Überbau-These in der marxistischen Literatur. In: Klaus, Gustav H. (Hrsg.): Raymond Williams. Innovationen. Über den Prozesscharakter von Literatur und Kultur. Frankfurt/Main: Suhrkamp, 183–201.
- Williams, Raymond (1974/2003): Television. Technology and Cultural Form. London and New York: Routledge.
- Williams, Raymond (1974/1998): Drama in einer dramatisierten Gesellschaft. In: Göttlich, Udo/ Nieland, Jörg-Uwe/Schatz, Heribert (Hrsg.): Kommunikation im Wandel. Zur Theatralität der Medien. Köln: Herbert von Halem, 238–252.
- Williams, Raymond (1976): Communications as Cultural Science. In: Bigsby, C. W. E. (Ed.): Approaches to Popular Culture. London: Edward Arnold, 27–38.
- Williams, Raymond (1978/1980): Means of Communication as Means of Production. In: Williams, Raymond: Culture and Materialism. Selected Essays. London, New York: Verso, 50–63.
- Williams, Raymond (1981a): Culture. London: Fontana Paperbacks.
- Williams, Raymond (Hrsg.) (1981b): Contact: Human Communication and its history. London: Thames and Hudson.
- Williams, Raymond (1981c): Communications Technologies and Social Institutions. In: Williams, Raymond (Hrsg.): Contact: Human Communication and its history. London: Thames and Hudson, 225–238.
- Williams, Raymond (1983): Problems of the Coming Period. In: New Left Review 140, 7–18. (dt. als Auszug: Mobile Privatisierung. In: Das Argument, Jg. 26, Nr. 144, 260–263).
- Winter, Carsten (2006): Die Medienkulturgeschichte des christlichen Predigers von den Anfängen bis Heute. Entstehung und Wandel eines Mediums in kommunikativ-kulturellen Vermittlungsprozessen. Granz: Nausner & Nausner Verlag.
- Winter, Carsten (2007): Medienentwicklung als Bezugspunkt für die Erforschung von öffentlicher Kommunikation und Gesellschaft im Wandel. In: Winter, Carsten/Hepp, Andreas/Krotz, Friedrich (Hrsg.): Theorediskussion in der Kommunikationswissenschaft. Band 2: Forschungsfelder und Theorieentwicklungen. Wiesbaden: VS-Verlag.
- Winter, Rainer (2001): Die Kunst des Eigensinns. Cultural Studies als Kritik der Macht. Weilertwist: Velbrück Wissenschaft.