

## Medien / Kultur

### **Matthias Karmasin, Carsten Winter (Hg.): Kulturwissenschaft als Kommunikationswissenschaft. Projekte, Probleme und Perspektiven**

Wiesbaden: Westdeutscher Verlag 2003, 350 S., ISBN 3-531-13825-1, € 32,90

Kommunikationswissenschaftler legen gemeinhin größten Wert auf operationalisierbare Begriffe – der Kulturbegriff gehört, ähnlich wie der Medienbegriff, absolut nicht in diese Kategorie. Es ist also keine geringe Zumutung, wenn sich im Titel des vorliegenden Bandes „Kulturwissenschaft als Kommunikationswissenschaft“ aus gibt. Andererseits hat die Kommunikationswissenschaft eine weiter gehende Öffnung hin zu qualitativen Methoden und Themen bitter nötig. Insofern scheint die vorgeschlagene Allianz von Kultur und Kommunikation durchaus verlockend.

Die grundsätzlichen Chancen, dass es zu einer solchen Verbindung kommt, versucht Friedrich Krotz einleitend auszuloten. Zwar seien Kommunikation und Kultur „untrennbar miteinander verbunden“ (S.30), weil sich sowohl „interpersonale als auch medienbezogene Kommunikation [...] als Menge von kulturell geprägten Praktiken, Konventionen und Formen“ begreifen lasse. (S.29) Der genaue Zusammenhang von kulturellen und kommunikativen Praktiken sei indes noch nicht oder nur unzureichend erforscht worden, weil die Kulturwissenschaft weitgehend die Einsichten der Kommunikationswissenschaft ignoriere und auch nicht über ein adäquates Kommunikationsmodell verfüge. (S.31) So tendierten etwa die Cultural Studies zu einem kulturellen Determinismus, der Kommunikation nicht primär als Praxis, als Kommunizieren verstehe, sondern die von kulturellen (z.B. hegemonialen) Rahmenbedingungen bestimmte Kommunikationsstruktur des konformen bis oppositionellen Dekodierens der Medienangebote durch den Rezipienten in den Vordergrund stelle. Auf der anderen Seite seien in der Kommunikationswissenschaft nach wie vor informationstheoretisch oder behavioristisch geprägte Kommunikationsmodelle vorherrschend, mit denen kommunikative Praxis im kulturellen Rahmen nicht adäquat zu begreifen sei. (S.42) Krotz sieht eine Annäherung beider Wissenschaften – auch aus anderen Gründen – als nicht sehr wahrscheinlich an, unter anderem wegen nicht kompatibler Kultur- und Medienbegriffe auf beiden Seiten. (S.40, 42f.) Gleichwohl plädiert er dafür, aus dieser Widersprüchlichkeit heraus zumindest einen intensiveren Austausch zu betreiben, aus dem möglicherweise eine „spannende Dialektik der Erkenntnis“ resultiere. (S.44) Ein verbindender „philosophischer Rahmen“ für kultur- und kommunikationswissenschaftliche Forschung sei laut Matthias Rath im Anschluss an Ernst Cassirers Kulturtheorie und unter der Prämisse einer „grundsätzliche[n] Medialität menschlicher Welterfassung“ vorstellbar. (S.55) Kulturell und historisch unterschiedliche Weltinterpretationen entwickelten sich

durch symbolische Formen, die sich zwar ihrerseits in Abhängigkeit von kulturellen Gegebenheiten wandelten, aber wahrnehmungstheoretisch nicht hintergebar seien. (ebd.) Die Philosophie stehe ohnehin im Spannungsfeld von Kultur und Kommunikation, ihre Themen stünden seit jeher mit diesen Konzepten in Berührung. (S.56) Rath kommt zu einem ähnlichen Ergebnis wie Krotz: „Kommunikations- und Kulturwissenschaft sind [...] auf enge Kooperation angewiesen, ohne allerdings ineinander aufzugehen“. (S.56)

Welchem Kulturbegriff sollte die Kommunikationswissenschaft sich nun also zumindest öffnen? Astrid Ertelt-Vieth gibt aus der Sicht der interkulturellen Kommunikationsforschung eine sympathische Antwort auf diese Frage und es könnte sein, dass so mancher Kommunikationswissenschaftler gerade mit dieser schönen Umkehrung mehr anfangen kann als mit so manchem hochtrabenden und wolkeigen Konzept: Kultur, so Ertelt-Vieth, ist kleiner, weniger vielfältig als das Individuum. (Vgl. S.73) Sie ist nicht die Summe aller Individuen und Praxen, sondern gewissermaßen eine Verdünnung: der gemeinsame Nenner individueller Praxen. Durch diese Betonung des Besonderen und Einzelnen, das immer vor dem Hintergrund einer verallgemeinerten Tradition stattfindet, werde ein Verständnis des Zusammenhangs der individuellen – konformen oder opponierenden – Praxis und Kultur möglich: Das eine bedinge das andere. (S.61-79) Die wahren Kommunikationsprofis, die PR- und Werbefachleute, können mit verdünnter Kultur nicht gut leben. Sie brauchen es naturgemäß immer noch eine Nummer größer. Deshalb haben sie in ihrer Praxis natürlich schon längst eine vielbegangene Brücke zwischen Kultur und Kommunikation geschlagen. In den von ihnen beworbenen Produkten verbinden sich, so der Befund von Helen Karmasin, kommunikative und symbolische Funktionen und kulturelle Bedeutungen. (S.83) Kultur vermittelt Kommunikation: diesen Primat der Kultur verdeutlicht Tanja Thomas am Beispiel der Medienberichterstattung über den elften September. Medienkommunikation sei genauso wie die interpersonale Kommunikation „eine Menge von kulturell geprägten Praktiken, Konventionen und Formen“, durch die „Realität erzeugt, aufrechterhalten, korrigiert und weiterentwickelt“ werde. (S.109) Ein an der Problemproduktion orientiertes Netzmodell in Verbindung mit eher problemlösungsorientierten systemtheoretischen Ansätzen schlägt Thomas A. Bauer zur wechselseitigen Erklärung von Kultur und Kommunikation vor und Carsten Winter schließt mit seinem Epilog zur Entstehung der genuin kulturwissenschaftlichen Kulturtheorie den ersten Teil des Bandes ab. Winter diskutiert kulturtheoretische Ansätze von Parsons, Geertz, Thompson und Hall und sieht in der „Logik der neuen kulturwissenschaftlichen Kulturtheorie, die Kultur nicht mehr an Festes und Vorfindbares, sondern an komplexe Verbundenheiten i.S. von Artikulationen und Prozessen bindet“ (S.194), nicht nur eine etablierte Vorgehensweise innerhalb der Cultural Studies im weiteren Sinne, sondern auch ein Modell für die Kulturwissenschaften jeglicher Schattierung. An das zentrale Motiv der Cultural Studies, nämlich „die Entfaltung einer Kunst des Eigensinns in

alltäglichen Praktiken, die in Moderne und Postmoderne durch Machtverhältnisse strukturiert werden“ (S.204), knüpft auch Rainer Winter zu Beginn des zweiten Teils dieses Bandes an. Praktiken und deren Effekte sind Elemente im Artikulationsmodell der Cultural Studies, das auf Stuart Halls Encoding-Decoding-Modell zurückgeht und mit dem eine theoretische Brücke zwischen Kommunikation und Kultur geschlagen werden kann. Kultur ist demnach ein kommunikativer Kreislauf, „der auf der Artikulation verschiedener Prozesse beruht, deren Interaktion kontingente und unterschiedliche Ergebnisse hat.“ (S.212) So richtig dieser Ansatz ist, Winter diskreditiert ihn etwas, indem er ihm eine missverständlich formulierte Sicht auf die kommunikationswissenschaftliche Wirkungsforschung gegenüber stellt. Diese beruhe auf veralteten Vorannahmen und Konzepten, wie etwa dem Massendiskurs und der vermeintlich zentralen Orientierung an negativen Medienwirkungen auf Konsumenten, etwa durch Gewaltdarstellungen. (Vgl. S.206f.) Das entspricht nicht dem Stand der Diskussion in der Kommunikationswissenschaft: Zum einen soll mit den Begriffen Massenmedien oder Massenkommunikation nicht etwa eine massenpsychologische Begriffsdimension unterstellt werden. Masse ist kommunikationswissenschaftlich vielmehr im Sinne eines Publikums zu verstehen (vgl. hierzu Maletzkes klassische Definition des Begriffs vom ‚dispersen Publikum‘). Zum anderen umfasst die kommunikationswissenschaftliche Wirkungsforschung ein weites Feld unterschiedlichster Ansätze. Es ist sehr bedauerlich, dass gerade in diesem Text, der so deutlich und nachvollziehbar ambitionierte kulturwissenschaftliche Modelle, Theorien und Analysen vorstellt, die Kommunikationswissenschaft nicht mit der gleichen Sorgfalt berücksichtigt wird. Dass selbstverständlich bei der Frage nach einer stimmigen Verbindung von Kommunikations- und Kulturwissenschaften auch die Tatsache berücksichtigt werden muss, „dass sich mit der Globalisierung der Medienkommunikation die Gesamtgeografie weltweiter Kommunikation, Kultur und Identität verändert hat“ (S.247), darauf weist Andreas Hepp hin und fördert die transkulturelle Medienforschung auf. „aktuelle Überlegungen der Cultural Studies zu berücksichtigen“ (S.246). „[A]ngesichts des komplexen Ausdifferenzierungsgrades, der für die modernen Universitätsbürokratien charakteristisch ist, darf es als unwahrscheinlich gelten, dass sich ein transdisziplinär konzipiertes Vokabular [...] in absehbarer Zeit wissenschaftskulturenübergreifend etablieren lässt.“ (S.268) Soll heißen, alle reden immerzu von Inter-, Trans- oder sonst einer Disziplinarität, aber im akademischen Forschungsalltag ist sie, jedenfalls in und zwischen den Geistes- und Sozialwissenschaften, nur schwer zu realisieren. Wenn Mike Sandbothe seine Überlegungen mit diesem pessimistisch anmutenden Resümee abschließt, kann man nur hoffen, dass er für sein viel versprechendes Projekt, „Medien, Kommunikation und Kultur nicht nur deskriptiv und informationstheoretisch, sondern auch politisch und pragmatisch“ (S.267) auszubuchstabieren, doch größere Chancen sieht. Politisch versteht auch Lutz Ellrich eine Kulturwissenschaft, die mit Hilfe des Begriffes der Theatralität „als Kommunikationswissenschaft angelegt“ wer-

den sollte und in dieser Funktion „vordringlich die Mechanismen“ zu untersuchen habe, „welche die Entwertung, Steigerung, Modifikation und Kaschierung von gesellschaftlicher Souveränität durch massenmediale Konstrukte bewirken.“ (S.304)

Ansätze, die den zweckgerichtet kommunizierenden Menschen in den Vordergrund stellen, sind im deutschsprachigen kommunikations- und medienwissenschaftlichen Diskurs verpönt, wie Carsten Winter richtig feststellt. (vgl. S.315) Er führt das auf die Dominanz der Systemtheorie zurück, die einen „Beitrag zum Verständnis des Umgangs von Menschen mit Medien“ (ebd.) gar nicht leisten wolle. Genau darin liegt aber – auch nach Ansicht der meisten Autoren des Bandes – eine Chance für die schwierig erscheinende Zusammenarbeit zwischen Kommunikations- und Kulturwissenschaften: Nämlich vorrangig die wichtige Frage zu beantworten, wie *Menschen* über (Medien-)Kommunikation in konkreten kulturellen Zusammenhängen oder Netzwerken verbunden sind und diese auch mitgestalten. Es käme darauf an, dass die Kommunikationswissenschaftler hierzulande dem Beispiel der englischsprachigen Kollegen folgen, indem sie einen intensiven Blick gerade auch auf die Modelle und Theorien der Cultural Studies und auf Konzeptionen einer pragmatisch orientierten Medien- und Kommunikationstheorie werfen und sie gemäß ihren Erfordernissen in Zusammenarbeit mit Kulturwissenschaftlern dieser Provenienz modifizieren.

Stefan Hoffmann (Mannheim)