

ZU EINEM BEGRIFF DER MEDIENKULTUR

Eine Sammelrezension

Erstmals in seiner Geschichte debattierte der Bundestag über Kultur und Kulturpolitik; allenthalben befassen sich die politischen Parteien mit Fragen der Kultur; verlangt die geistig-moralische Wende, die die Bundesregierung auf ihr Panier geschrieben hat, eine Neubesinnung auf den Kulturbegriff? Das Gewebe gegenläufiger Konzepte und Strategien aus medienwissenschaftlicher Sicht zu prüfen, erlaubt den Blick auf charakteristische Defizite, aber auch auf bedenkenswerte Neuansätze.

'Aspekte des Kulturwandels der Siebziger Jahre' in der BRD untersuchen die Beiträge zu dem Sammelband

David Roberts (Hrsg.): Tendenzwenden. Aspekte des Kulturwandels der Siebziger Jahre. - Bern: Lang 1984, 184 S., SFr 46,-

Sowohl von der Zusammenstellung der Beiträge als auch von der zugrundeliegenden Methodik und der Konzepte der einzelnen Autoren her fällt auf, daß der beschworene Kulturwandel in durchaus traditioneller Weise letztlich vor allem als Selbstbewegung des Geistes verstanden wird. Selbst in dem weit ausgreifenden Beitrag von Bernd Hüppauf (S. 15-32), der die Tradition der Tendenzwende in der deutschen Geistesgeschichte aufzusuchen bemüht ist, führt die Suche nach der Kontinuität des Wende-Phänomens doch in bedenkliche Nähe zu jener anderen Metapher vom Pendelschlag der Geschichte.

Die Autoren verwenden die Metapher von der Wende, die aus der Seglersprache entlehnt ist, unkritisch, ohne sie einmal auf alle ihre Implikationen hin abzuklopfen. So entgeht ihnen der Sinn der Metapher, und unversehens übernehmen sie die darin verborgenen Vorstellungen. Daß der Metapher der Wende die Vorstellung zugrunde liegt, wir säßen alle in einem Boot, ist sofort einleuchtend. Dies Bild ist nun freilich schon seit längerem als ein Wunschbild jener erkannt worden, die sich selbst gerne als Kapitäne dieses Bootes sähen. Ihre Hoffnung ist natürlich, daß in der Tat das ganze Boot dem neuen Kurs folge. Demgegenüber müßte freilich eine Sichtweise, die die politisch-historische Entwicklung als einen dialektischen Prozeß zu begreifen bemüht ist, auf Verschiebungen im politischen Kräftefeld stoßen, auf neuakzentuierte, alte Positionen, deren Gegensätze sich in der bundesdeutschen Nachkriegsgeschichte wohl entwickelt, nicht aber in ihrem Wesen verändert haben. Die Rede von der Wende blendet von vornherein alle Bezüge auf wirtschaftliche Interessen, weltpolitische Gegensätze und mediale Kontexte aus. Keiner der Beiträge in Roberts' Band geht auf die Medien ein, obwohl deren Rolle für die 'Tendenzwende' stets auch ein eminent wichtiger Gegenstand in der öffentlichen Diskussion war. Freilich stellt für die überwiegend in Australien tätigen Autoren die Materialbeschaffung ein kaum befriedigend zu lösendes Problem dar.

Auf einen interessanten Aspekt des Kulturwandels macht in diesem Zusammenhang Anne Pauwels aufmerksam (S. 135-148), die die zunehmende Rückbesinnung auf Dialekte und regionale Bräuche beobachtet und vorstellt. Inwieweit allerdings diese Erscheinung dem im ganzen Band untersuchten Trend der Tendenzwende entspricht, das wäre noch zu fragen; immerhin verstehen sich viele Träger dieser zunehmenden

Regionalisierung durchaus als Opponenten zu den Verfechtern der 'Wende' und ihrer Politik.

Wie stark der Trend zur Regionalisierung in ganz Europa zu beobachten ist, das zeigt der von der Bonner 'Kulturpolitischen Gesellschaft' edierte Bericht einer von Karla Fohrbeck und Anton Regenberg konzipierten und geleiteten Tagung:

Karla Fohrbeck, Anton Regenberg, Olaf Schwencke (Hrsg.): Politisierung der Kultur? Regionalismus und Nationalismus in Europa.- Hagen 1984, 124 S.,

Bezug über: Kulturpolitische Gesellschaft, Stirnband 10, 5800 Hagen 1

Die Teilnehmer der Tagung, durchweg kompetente Kulturpolitiker verschiedener europäischer Staaten und Regionen beschrieben und diskutierten die Rückbesinnung auf grundständige Traditionen in verschiedenen Regionen ihrer Länder (Benelux, Frankreich, BRD) und erläuterten die unterschiedlichen Reaktionen seitens der Kulturpolitik.

Die Vermutung, die Rückbesinnung auf Regionalkultur sei als eine Gegenbewegung gegen die herrschenden Zentralisierungs- und Normierungstendenzen zu sehen, wie sie sowohl die europäische Politik als auch die beteiligten Einzelstaaten prägen, bestätigt sich durchweg. Die Tagung - eher politisch denn wissenschaftlich ausgelegt - erbringt für das wissenschaftliche Interesse vor allem eine Fülle von Ansatzpunkten weiterer Forschung; so wenn Jan Kariess, Direktor des Instituts für Theaterforschung, Amsterdam, auf die Funktion von Stadt und Stadtteil verweist und sich darin mit den Forderungen Olaf Schwenckes (MdB) trifft. Kultur als Arbeit an der Gestaltung des eigenen Lebensraums findet ihre unmittelbar erfahrbare Ausprägung im engsten Erfahrungsbereich: Heim und Heimat. Nach der weltläufigen Reformbewegung der sechziger/siebziger Jahre ist die Aufmerksamkeit jetzt auf diesen Bereich zurückgelenkt. Vielleicht könnte eine genauere Analyse der Regionalkulturen erbringen, daß diese häufig von zwei verschiedenen Strömungen getragen werden, einer wertkonservativen heimatverbundenen Honoratiorenschaft und einer grünen, überwiegend jugendlich geprägten Opposition. Einig sind sich beide Richtungen - bei allen im übrigen bestehenden Unterschieden - in der Ablehnung der Zentralisierung und Normierung, wie sie für die Dynamik der herrschenden westeuropäischen Wirtschafts- und Gesellschaftspolitik charakteristisch sind. Die Regionalkulturen stützen sich demgegenüber auf eine Strategie des Exils im tiefen Landesinneren.

Hierin ist ein Aspekt der Identitätssuche mit begriffen, der höhere Aufmerksamkeit verdiente. Ein Begriff der Massen-Medien, wie er aufbauend auf den Ansätzen der frühen siebziger Jahre weiter zu entwickeln wäre, müßte die Dialektik von Vereinzelung und Vermassung sowie deren Konsequenz für die Identitätsfindung in Rechnung stellen. Sind doch die Medien maßgeblich mit Träger eben jener Zentralisierung und Normierung, gegen die die Regionalkulturen sich abzugrenzen versuchen. Gerade auch die Entwicklung der neuen Medien könnte als Beleg dieser These dienen.

Aus der hier grob umrissenen Problemlage erwachsen zwei Konsequenzen: Zum einen müssen die traditionellen Kulturwissenschaften sich mehr als zuvor auf den medialen Charakter ihrer Gegenstände besin-

nen, zum anderen ist jede Medienwissenschaft aufgefordert, sich als Kulturwissenschaft im umfassenden Sinne zu verstehen.

Der Tübinger Anglist und Medienwissenschaftler Werner Faulstich zählt zu denen, die den Zusammenhang dieser Forderungen seit längerem erkannt haben. In seinem Band

Werner Faulstich: Was heißt Kultur? Aufsätze 1972 - 1982.- Tübingen: Wissenschaftlerverglag W. Faulstich 1983, 296 S., DM 20,-
Bezug über: W. Faulstich, Univ. Tübingen, Wilhelmstr. 50, 7400 Tübingen I

versammelt er eine Reihe von großenteils noch unveröffentlichten Aufsätzen zu den verschiedensten Themen von der Leserforschung über Lyrik/Popmusikanalyse, Film- und Fernsehanalyse bis hin zu grundlegenden Überlegungen zum Kulturbegriff in der Mediengesellschaft. Alles in allem bleibt der Eindruck der Heterogenität; doch kann man in der Summe der Beiträge zwei Ordnungsprinzipien verfolgen. Zum einen ist das die Lebensgeschichte, die wissenschaftliche Entwicklung des Autors von der vehementen Abrechnung mit den Verkrustungen der geisteswissenschaftlichen Fächer in den 'Präliminarien für eine Logik der Medienwissenschaft' (S. 41-70) von 1974 bis zu den jüngsten Arbeiten zu Kulturbegriff und Medienästhetik, auf die näher einzugehen sein wird. Daß er an polemischer Heftigkeit nicht verloren hat, das zeigt sein Kampf gegen Film- und Fernsehsemiotik; daß er sich aber auch keiner 'Tendenzwende' unterzogen hat, das belegen seine weiterhin vertretenen kritisch-materialistischen Positionen. Ein anderes Ordnungsprinzip stellt sein Konzept der 'Medienwissenschaft' dar, wie es der Beitrag von 1974 in nuce enthält. Auf dem Hintergrund der Methodendiskussion in der Literaturwissenschaft entwickelt Faulstich hier thesenartig und ungeschützt (aber dadurch nach wie vor anregend!) die Logik eines möglichen medienwissenschaftlichen Procedere und dessen Gegenstandsbereiche. "Die Problemerkfassung und ihre Reflexion", "Objektivierung durch Überprüfung an Sekundärrezeption und theoretische Aufarbeitung", "Erlangen der Repräsentativität der empirischen Daten", "Entwurf praxisbezogener Strategien, Produktion neuer Objekte für Medien": Das sind die vier Phasen, die Faulstich für konstitutiv bei der medienwissenschaftlichen Erforschung der Gegenstandsbereiche: TV/Film, Textmusik, Presse, öffentliche Texte, Theater hält. Die vier Phasen sind dem Band eingeschrieben. Ein erstes Kapitel umfaßt Beiträge zur theoretischen und methodologischen Reflexion; die weiteren Kapitel bringen Aufsätze zur Erarbeitung und Anwendung empirischer (Cloze Procedure, Rezeptionsanalyse, Leserforschung) und inhaltsanalytischer (Film- und Fernsehanalyse, Lyrikinterpretation am Beispiel von Popsongs) Methoden. Handgreifliches Beispiel der praxisbezogenen Strategie ist der Band selbst: Er erscheint in Faulstichs unlängst gegründetem Wissenschaftler-Verlag.

Die umfassende Reflexion auf die gesellschaftlichen Rahmenbedingungen in allen Analyseschritten, auf der der Vf. zu Recht besteht, erfährt ihre theoretische Begründung in der Auseinandersetzung um einen Begriff der "Medienkultur", die vordringlich in den beiden einleitenden Beiträgen geführt wird.

In dem Titelaufsatz 'Was heißt Kultur?', der modifizierten Fassung seines Tübinger Habilitationsvortrags, versucht der Vf., Kriterien eines zeitgemäßen Kulturbegriffs zu entwickeln. Daß dabei der Vortragscharakter gewahrt blieb, kommt der Lesbarkeit ebenso zugute wie die Tatsache, daß der Vf. nicht den Versuch unternimmt, ein Schema aller denkmöglichen Kulturbegriffe zu entwerfen, sondern in raschen Schritten ausgewählte, gegensätzliche Konzepte aufzeigt, um synthetisierend seine Anforderungen an einen aktuellen Kulturbegriff zu formulieren. Am normativen Kulturbegriff, den er am Beispiel Matthew Arnolds vorstellt, interessiert ihn vor allem die explizite Bestimmung von Zielen und Werten. Dessen Defizit, den Verzicht auf gesellschaftliche Rückbindung, sieht der Vf. im deskriptiven Kulturbegriff aufgehoben, den er am Beispiel A.L. Kroebers diskutiert: Hier erscheint Kultur als die Totalität und Kohärenz aller menschlichen Phänomene. Die dritte, produktbezogene Bedeutung von Kultur meint das kulturelle Produkt: Musik, Malerei etc.; innerhalb dieses Bereiches werden drei Kernbegriffe diskutiert: high culture (am Beispiel F.R. Leavis), popular culture (u.a. White, Lazarsfeld, Bigsby) und media culture (H.M. Kepplinger). In diesem letzteren Konzept erscheint der Gegensatz 'hoher' und 'niederer' Kultur auf der Produktebene eingebettet, es gibt kein Kulturprodukt, das nicht medial vermittelt wäre. Medienkultur meint darüber hinaus die tatsächlich in einem bestimmten Rahmen, der historisch und medial zu bestimmen ist, präsenten und damit benutzbaren Elemente der gesamten kulturellen Potenzen einer Gesellschaft. An Aspekten aller drei Begriffe will der Vf. dabei festhalten, und in aller Bescheidenheit meldet er seine Forderungen an: Jeder Kulturbegriff kann Verbindlichkeit nur beanspruchen, insofern er normativ-moralische Ansprüche erhebt; er kann Normen und Werte aber nur formulieren, insofern er die Gesamtheit menschlicher Aktivitäten zu fassen vermag; und er muß Mittel und Wege, Instrumente anzugeben wissen, die die Vermittlung zwischen Sollen und Sein herzustellen in der Lage sind.

Der folgende Aufsatz 'Was ist Medienkultur?' (Erstveröff. in 'Medium', 1982) ist die Probe aufs Exempel. Und in hochgesteckter Anspielung definiert der Vf.: "Medienkultur ist die Befreiung der Menschen aus ihrer Abhängigkeit von den Medien, Medien sind alle technischen Vermittlungssysteme wie Brief, Buch, Fernsehen, Heftchen, Plakat, Schallplatte, Video oder Zeitung. Abhängigkeit ist die Unfähigkeit, sein Leben als Individuum im sozialen Umfeld ohne die zwangsweise Nutzung der Medien befriedigend zu gestalten und erfüllt zu leben. Befreiung ist der suchtfreie Gebrauch der Medien durch alle Menschen zum Zweck kreativer Selbstverwirklichung. Medienkultur ist eine Aktivität, kein Zustand." (S. 34) Mit der im Zeitschriftenartikel gebotenen Kürze entwirft er ein Szenario der bundesdeutschen Gesellschaft, in der Medien-Macher und -Konsumenten von zwei Seiten aus als tätige Opfer am "Joch der Abhängigkeit von den Medien" (ebd.) schnitzen. Die Unterscheidung zwischen Verführern und Verführten erhält er aufrecht, ja sie wird ihm zum moralischen "Herzstück aller Medienkultur": "Das Bedürfnis der Menschen nach den Medien bis zur Abhängigkeit von diesen ist stets erst erzeugt worden: (...) bis in unsere Zeit, wo kein Mensch nach den neuen Medien verlangt und diese dennoch unerbittlich aufgezwungen werden." (S.35) Wir leben in einer Kultur

der Medien, gerade weil wir keine Medienkultur haben. Diese müßte den freien, selbstbestimmten Umgang mit Medien allererst ermöglichen. Der Vf. steht hier in einer Tradition, die von der Aufklärung bis zu den frühen Theoretikern des Neuen Mediums Radio in den zwanziger Jahren reicht. Im Gegensatz zu Brechts Optimismus lesen sich die vom Vf. entwickelten Schritte zur Medienkultur fast wie die Anweisung zu einer Entziehungskur: "Die fraglos erste Stufe der Medienkultur wäre die Flucht, die Verweigerung" (S.37). Die wichtigsten Zielpunkte, bewußte Auswahl aus dem bestehenden Medienangebot und kreative Eigengestaltung, behält der Vf. dabei stets im Auge.

Auch wenn er hier sich in den Chor der Rufer in der Wüste einreihet, sitzt er doch nicht einem naheliegenden und leicht verfügbaren Medienfetischismus auf; das technische Angebot an Neuen Medien erscheint bei ihm als durch Medienkultur zu meisterndes Instrument. Der Medienwissenschaft in Forschung und Lehre kommt im Prozeß der Medienkultur die Aufgabe zu, die jeweiligen Eigengesetze der Medien, ihre Produktion und Wirkung im gesellschaftlichen Kontext, besser verstehen zu lehren, um ihren neuen Gebrauch für alle zu untermauern. Die Aufhebung des Medienanalphabetismus ist ihr erstes Ziel.

Der Vf. gesteht selbst ein, daß diese Positionen eigentlich nicht neu sind, doch ist ihm recht zu geben, daß es wohl notwendig ist, von Zeit zu Zeit Altes wieder ins Bewußtsein zu rufen (S. 38f), zumal auf dem Weg zur Medienkultur viele Schritte noch nicht getan sind.

Joachim Schmitt-Sasse