

Neuerscheinungen: Besprechungen und Hinweise

Im Blickpunkt

Siegfried J. Schmidt: Zwiespältige Begierden. Aspekte der Medienkultur

Freiburg/Breisgau: Rombach 2004 (Edition Parabasen, Bd. 3), 141 S., ISBN 3-793-09404-9, € 24,-

Zumeist sind es drei Vorbehalte, die eine Auseinandersetzung mit konstruktivistischen Überlegungen vorerst unattraktiv erscheinen lassen oder sie gar verhindern: Konstruktivismus mache systematisch Kontingenz sichtbar. Außerdem gelte es, sich zu Beginn einer jeden (wissenschaftlichen wie nicht-wissenschaftlichen) Beobachtung gewisse (erkenntnis-, system- und handlungstheoretische) Voraussetzungen zu vergegenwärtigen. Zusätzlich werde all das oftmals unnötig kompliziert, sprachlich verwirrend und an den wirklich wichtigen Fragen vorbei argumentierend präsentiert und sei deshalb einer eingehenden Auseinandersetzung unwert.

Zwiespältige Begierden ist ein (weiterer) Versuch, derlei Vorbehalte abzustreifen. Das Buch ist eine Probe aufs Exempel: Es testet gewissermaßen den Problemlösungsgehalt von Schmidts im vergangenen Jahr vorgelegtem Vorschlag einer non-dualistischen Philosophie der *Geschichten und Diskurse* (Reinbek 2003). Es tut dies im Hinblick auf originär medien(kultur)wissenschaftliche Problemstellungen und grast dabei eine Vielzahl aktuell diskutierter Themenkomplexe ab: Wie lässt sich heute Mediengeschichtsschreibung betreiben? Welche Rollen spielen Schemata, Stereotype und Images für die Wirklichkeitskonstruktion? Wie funktionieren (medienvermittelt) Komik und Humor? Wie lässt sich Unterhaltung sinnvoll theoretisch fassen und auf welche Weise schafft sie es überhaupt zu unterhalten? Was leistet Werbung für die Gesellschaft oder leistet sie nichts und manipuliert einfach nur die Massen? Und schließlich: Welche Aufgabe übernehmen die Konzepte ‚Zeit‘ und ‚Wahrheit‘, was macht sie zu Basiskonzepten auch für eine Medien- und/oder Kulturwissenschaft?

All diese Überlegungen gehen aus von Schmidts Kulturkonzept, das Kultur als das Problemlösungsprogramm einer Gesellschaft ausweist. Das klingt komplizierter als es ist: Einmal angenommen, dass „die Bearbeitung von Kontingenz in allem, was wir tun, die Hauptaufgabe des Menschen in der Gesellschaft“ (S.86) ist, übernimmt Kultur die Aufgabe, Individuen (Schmidt nennt sie ‚Aktanten‘) in die Lage zu versetzen, überhaupt Entscheidungen zu treffen und diese Entscheidungen gleichzeitig als sinnvoll zu erleben. Eine jede Entscheidung (für oder gegen etwas) wird als ‚Setzung‘ verstanden, die für anschließende Setzungen zur ‚Voraussetzung‘ wird. Nun bezieht sich der Umgang mit bzw. die Erwartungshaltung gegenüber Humor, Unterhaltung, Werbung usw. auf erlernte oder gewusste (Voraus-)Setzungen, das heißt auf Kultur. Mit anderen Worten: Kultur

wird als „generative[r] Mechanismus bzw. als ein Programm modelliert, dessen gesellschaftlich geregelte Anwendung diejenigen Phänomene i.w.S. hervorbringt, die Mitglieder einer Kulturgemeinschaft dann [...] *als* kulturelle Phänomene interpretieren“. (S.12) Kultur wird damit zur „historischen ‚Erfindung‘, die sich selbst konstituiert und legitimiert“ (S.14) und die nicht als Entität aufgefasst, sondern prozessualisiert wird. Kultur ist eben kein Sammelsurium von Goethe, Kant, dem Brandenburger Tor, unseren ‚besten Bücher‘, ‚größten Deutschen‘ usf. Geht man diesen Schritt der Argumentation mit, erschließen sich die folgenden Beispielanalysen fast von allein und wohltuend analytisch: So wie es wenig Sinn macht, von ‚der‘ Unterhaltung, ‚dem‘ Humor oder eben auch ‚der‘ Wirklichkeit zu sprechen, so unzureichend erweist sich beispielsweise auch eine Werbekritik, die Werbung „der Lüge, Unlauterkeit und Niveaulosigkeit bezichtigt“ (S.110) und damit die Entstehungsbedingungen von Werbung, also die Logik des Werbesystems, übersieht.

Um Schmidts Argumentation angemessen beurteilen zu können, kommt der Leser/die Leserin aber nicht umhin, die zentralen Mechanismen der (kulturprogrammierten) Wirklichkeitserzeugung nachzuvollziehen. Der/die von Konstruktivismus Ungetrübte oder in Differenzlogik bzw. Beobachtertheorie bisher Ungeübte wird im ersten Kapitel – „Die Kultur der Kultur“ – inmitten von aufgezeigten Reflexivitäten und Paradoxien vielleicht manchmal das Gefühl nicht los, den Überblick verloren zu haben. Reflexivität aber erweist sich auch hier als ein probates Mittel: In dem erfolgreich unterstellten Wissen nämlich, dass es anderen ähnlich geht, ist die erste Verwirrung wohl leichter zu ertragen und auszuhalten. Dass diese Grundlagen von enormer Wichtigkeit sind, erweist sich später in jedem der neun Kapitel.

Während nun beispielsweise die Überlegungen zu Mediengeschichtsschreibung, Unterhaltung oder Werbung nachvollziehbar und einleuchtend sind, erscheinen jene zu den Themenkomplexen „Schemata – Stereotype – Images“ und „Humor“ zudem noch kontrovers – und dadurch umso reizvoller. Schmidt plädiert im ersten Fall für eine klare analytische Trennung der drei vielfach synonym gebrauchten Schlagwörter: ‚Schemata‘ ordnet er dem Erkenntniszusammenhang zu; Schemata ordnen Wissen (z.B.: Wie ‚geht‘ Autofahren? Wie benehme ich mich auf einer Beerdigung?). ‚Stereotype‘ reserviert er für den Meinungszusammenhang; Stereotype dienen der öffentlichen Meinung als Orientierung (z.B.: In ‚der‘ Türkei wird immer noch gefoltert! ‚Die‘ PDS ist eine Stasi-Partei!). ‚Images‘ funktionieren als Phänomene im von Schmidt so genannten Verblendungszusammenhang; mit Images versucht PR, wünschenswerte Wirklichkeit zu erzeugen (z.B.: *Krombacher* als Ökounternehmen, das sich für den Regenwald engagiert). Dieses Systematisierungsangebot schafft zugegebenermaßen Klarheit im Dschungel der Begriffe, spannend dürfte jedoch die Frage sein, ob die analytisch trennscharfe Unterscheidung auch empirisch produktiv aufrechterhalten werden kann. Unter den genannten Bedingungen nämlich ließe sich vom Image einer Person streng genommen nur noch über den Umweg der (Eigen-)PR sprechen. Man müsste nun etwa Michel Friedman einen ausgeprägten Hang zum Masochismus

attestieren, würde er sein öffentliches Image als wünschenswerte Wirklichkeit selbst intendiert haben. Interessant wäre nun zu überprüfen, ob und in welcher Form mit der vorgeschlagenen Unterscheidung weitergearbeitet werden kann.

Zum zweiten weist Schmidt Humor als Kulturtechnik aus, deren ursprüngliche Aufgabe es war, über die Enttäuschung von Rezipienten-Erwartungen Komik auszulösen, und zwar um die Kontingenz dieser standardisierten Erwartungen offen zu legen. Wenn der Hofnarr den König narrt, blitzt für einen kurzen Moment die Kontingenz seiner ansonsten geordneten Herrschaft auf. In modernen Medienkulturgesellschaften jedoch bedürfe es eines solchen Kontingenz-Sichtbarmachers nicht mehr, weil verschiedene Medien durch eben jene Verschiedenheit ihrer Angebote zugleich die Kontingenz verschiedener Wirklichkeitsentwürfe aufzeigten. Humor habe daher seine ehemals exklusive Funktion verloren und tauche ‚nur noch‘ als Unterhaltung auf. Hier bleibt offen, wie etwa Satire oder (politisches) Kabarett in dieses Konzept einzugliedern wären.

Bei der Lektüre entstehen offenkundig zwiespältige Begierden. Einerseits mag man rufen: „Genug davon, so kommen wir nicht weiter!“ bzw. dahin, wohin wir kommen, wollen wir gar nicht. Folgt man etwa Schmidts Argumentation und anerkennt, dass „der Manipulations- wie auch der Ideologiebegriff ein typischer Beobachterbegriff ist, der eine dualistische Weltordnung voraussetzt“ (S.112) – ein Begriff also, der den Kritiker immer aus überlegener Warte die Manipuliertheit der verblendeten Opfer attestieren lässt (Ich = aufgeklärt vs. Ihr = auf dem falschen Weg) –, dann scheint die postmoderne Gesellschaft jeder Möglichkeit einer fundierten, notwendig normativen Gesellschaftskritik beraubt. Aus diesen Überlegungen ergibt sich die ausgesprochen lohnenswerte Forschungsfrage, ob es eine non-dualistische Gesellschaftskritik geben kann und, wenn ja, wie sie aussehen könnte. Davon ab: Wenn Schmidt im Hinblick auf die Chancen der Moderne bemerkt, „weder Herkunft, noch Stand oder soziale Zugehörigkeit präfigurieren den Lebenslauf“ von Aktanten (S.99), mag man hoffen, diese Ansicht verdanke sich lediglich einer fehlenden Sensibilität für Befunde sozialer Ungleichheitsforschung. Andernfalls dürften sich radikale Konstruktivisten wie Schmidt nicht wundern, dafür kritisiert zu werden.

Trotz dieser kritischen Ergänzungen erweist sich eine Theorie der Geschichten und Diskurse als ausgesprochen brauchbar und produktiv bei der Beobachtung und Analyse aktueller Probleme der Medienkultur(-wissenschaft). Unverständlich ist nach dieser Diagnose die weit reichende Geringschätzung konstruktivistischer Vorschläge aus Medien- und/oder Kulturtheorie. Die Kosten, sich lohnend mit diesen auseinander zu setzen, werden anfangs möglicherweise immer noch zu hoch veranschlagt bzw. ihr augenscheinlicher Nutzen ist nicht sofort einsichtig. Trotzdem: Die Frage ist, wie lange man es sich noch leisten kann, sie weitgehend links liegen zu lassen, obwohl sie zentrale Problemfelder einer gewinnbringenden Beobachtung zugänglich machen. Neigt sich das Buch an einem dunklen Wintertag dem Ende, gilt es, sich zu entscheiden : „Mehr nicht!“ Oder lieber: „Mehr Licht!“