

S.J. Schmidt: Kognitive Autonomie und soziale Orientierung. Konstruktivistische Bemerkungen zum Zusammenhang von Kognition, Kommunikation, Medien und Kultur

Frankfurt/M.: Suhrkamp 1994 (suhrkamp taschenbuch wissenschaft), 362 S., DM 22,80

S.J. Schmidts Buch versteht sich als Beitrag zu einer Medientheorie, die auch die "Phänomen- und Problembereiche" "Kognition, Kommunikation, Verstehen und Kultur" (S.9) einbezieht: In sechs Kapiteln spannt der Autor einen Bogen von der veränderten Perspektivierung des radikal-konstruktivistischen Konzepts bis zum Zusammenhang von Massenmedien und kulturellem Wandel. Sein zentrales Anliegen ist es, die einseitig naturwissenschaftliche Orientierung des Radikalen Konstruktivismus (die reduktionistische Auffassung von Kognition als Gegenstand der Gehirnforschung) "in

Richtung auch auf Kultur- und Medienwissenschaften" (S.19) zu erweitern. Zu diesem Zweck werden zunächst die Begriffe Kommunikation, Verstehen und - am Beispiel der Mediengattungen - Konstruktion als kognitive Prozesse entwickelt, der Begriff Kultur als Ordnung symbolischer Ordnungen diskutiert, um abschließend die gegenwärtige kulturelle Funktion von Massenmedien einzugrenzen. Die zentrale Intention ist also, den Ansatz des Radikalen Konstruktivismus, dessen interdisziplinäre Wirkung in den Kulturwissenschaften sich bisher in Grenzen gehalten hat, "perspektivisch anzureichern und argumentativ auszudifferenzieren" (S.19). Das Grundmodell des selbstreferentiellen, autopoetisch operierenden Systems und seiner Umwelt steht somit nicht zur Debatte.

Im Verlauf der Darstellung ist viel von Konzepten und Modellen im Sinne von "Vorschlägen" die Rede, von "Anschlußfähigkeit" der vorgestellten Theoreme, die konnotativ unterstellen, daß man ihnen nicht unbedingt folgen muß (vgl. z.B. S.9f.). Im Verlauf der Darstellung wird hingegen auf traditionelle Geltungsansprüche von Theorie Bezug genommen, so auf den Anspruch "einer kohärenten theoretischen Modellierung von Kognition, Kommunikation und Medien" (S.113) oder auf die konstruktivistische Kognitions- oder Wahrnehmungstheorie als umfassende "Erkenntnistheorie", die den Subjekt-Objekt-Dualismus von Erkennen und Wirklichkeit überwinde. Weshalb die konstruktivistische Kognitionstheorie hierbei mit Positionen der Identitätsphilosophie ineins gebracht werden muß, anstatt Substantialismen oder Dualismen selbst wie Konstrukte (vgl. Lyotards "Erzählungen") zu behandeln, wird nicht recht klar; die Berufung auf Josef Mitterer (s.S.34ff.) überzeugt jedenfalls nicht.

Schmidts eigenes Programm ist nichtdualistisch konzipiert, wenn er "die Rede über Wirklichkeit" konsequent "durch die Rede über Wissen und Kommunikation" (S.43) ersetzen will. In seinen Ausführungen zur Kommunikationstheorie setzt er sich vor allem mit Merten und Luhmann auseinander, wobei er Luhmanns These, daß Kommunikation subjektunabhängig prozessiere ("nur Kommunikation kann kommunizieren") entgegenthält, daß Menschen ("empirische Aktanten") miteinander kommunizieren (s.S.73-81); man fragt sich, ob der kapitellange Aufwand nötig war, um zu diesem Ergebnis zu gelangen.

Die zentrale Frage der Untersuchung zielt jedoch darauf, wie der Zusammenhang von Kognition und Kommunikation gedacht werden kann. Wahrnehmung ist stets, so Schmidt, ein "Wahrnehmen als" und über "komplizierte Voraussetzungen und Determinanten geht in 'Wahrnehmen als' [...] 'die gesellschaftliche sinnhafte Konstruktion von Umwelt [...] in jeden individuellen Wahrnehmungsprozeß ein'" (S.42). Nun wird dieser "komplizierte" Zusammenhang von individueller Wahrnehmung und sozialer Determinierung allerdings nicht weiter "ausdifferenziert". Wollte der

Autor eingangs die biologisch-systemische Basis des Radikalen Konstruktivismus erweitern, referiert er in diesem Punkt weiterhin Maturana und dessen ontogenetisches Konzept der "strukturellen Kopplung" (S.90) lebender Systeme mit ihrer Umwelt. Nach Maturana ermöglicht eine den Systemen immanente, nicht näher gekennzeichnete Struktur diese Kopplung. Wie aber muß man sich die Kopplung zwischen Kommunikation und Kognition vorstellen?

Wie Schmidt feststellt, koppeln Medienangebote "strukturell kommunikative und kognitive Prozesse" (S.119). Das bringt zwar Medien- und Kognitionstheorie zusammen, für den Leser ist es aber nicht sonderlich erhellend, wenn tautologisierend erläutert wird: daß einerseits "kognitive Operationen" sich "in Medienangebote 'transformieren'" lassen und in sozialen Systemen Kommunikationsprozesse auslösen können, andererseits Medienangebote wiederum "kognitive Operationen auslösen" (S.84) können. Daß Kognition und Kommunikation "über sozial entstandenes und institutionalisiertes Wissen", im Sinne von Common sense- oder Alltagswissen "strukturell gekoppelt" (S.101) seien, ist ebensowenig überraschend wie die Einsichten, daß "kognitive Systeme" vor allem mittels Sprache kommunizieren und daß kognitive Prozesse weitgehend affektiv gesteuert sind. So werden Sprache, Common sense und Medienangebote zwar als Instanzen der Kopplung genannt, aber die "kohärente Modellierung" (s.o.) ihres Zusammenhangs vermißt man schmerzlich, u.a. wenn es heißt: "Common sense ist wesentlich sprachliches Wissen und sprachliches Wissen ist Common Sense" (S.115).

Im Kapitel zur Kultur (V) referiert Schmidt in breiter Form aktuelle Ansätze zur Kulturtheorie, unterscheidet Kultur (als soziales Wissen) von Kulturen, um dann seinen eigenen Vorschlag, Kultur als Programm der Sinnkonstruktion zu unterbreiten. Es verwundert, daß dieses Programm "zur sozialen Produktion von kulturellem Wissen in/durch Individuen" (S.253) sich u.a. auf die Apotheose anthropologischer Invarianz durch F.H. Tenbruck ("der Mensch als Schöpfer aller Kulturen"; S.254) beruft.

Von besonderem medienwissenschaftlichen Interesse sind die Kapitel über Verstehen (III), Mediengattungen (IV) und Massenmedien (V). Die in der Medienwissenschaft seit einigen Jahren akzentuierte Rolle des Rezipienten (Leser / Hörer / Zuschauer / User etc.) bekommt hier eine empirische Dimension, die über die vage französische Variante vom "eingeschriebenen Leser", d.h. über die Textzentrierung hinausgeht. Textverstehen wird aufgefaßt "als Konstruktion einer sogenannten mentalen Repräsentation des Textinhalts unter Verwendung von Textinformationen einerseits, von Vorwissen der Rezipienten andererseits" (S.122). Einleuchtend plädiert der Autor für eine Trennung der Bedeutungsproduktion in Rezeption und Verarbeitung, in Text und Kommunikatbasis sowie Kommunikat und Bedeu-

tung, d.h. differenziert "Text"-Verstehen in empirisch einzelne und kommunikativ geteilte Bedeutungsebenen. Entgegen der heute immer noch in Universitätsseminaren wie anderen sozialen Zusammenhängen gepflegten Praxis des Auslegungsmonopols unterscheidet Schmidt zwischen internen und externen Beobachtungsebenen von Kommunikation: "Konsens über Konsens stellt Kompatibilitäten und empathisch geglückte Beziehungsaaspekte von Kommunikationen fest, nicht etwa 'objektiv richtiges Textverständnis'" (S.141).

Das Kapitel "Massenmedien und kultureller Wandel" kreist um die Kernthese, daß Massenmedien als soziale Umwelt von Kognition sowie als "Instrumente der Wirklichkeitskonstruktion" (S.263) dienen. Vor allem audiovisuelle Medien - allen voran das Fernsehen - erzeugten dabei die Bilder von Realität und deren gleichzeitige Beglaubigung. War Medienrealität schon immer eine konstruierte Realität, so ist durch die technische Entwicklung der Simulationsmedien das Referenzobjekt 'Wirklichkeit' vollends abhanden gekommen. Das Verschwinden der 'Realität' aus den Medien tangiert damit - so Schmidt - sowohl die für "europäische Gesellschaften wohl relevanteste Basisdichotomie +/- wirklich" als auch "eine Reihe anderer relevanter Unterscheidungen wie zum Beispiel +/- wahr, +/- schön und +/- gut" (S.279). Als Korrelat dieser Entwicklung konstatiert Schmidt eine "Modalisierung von Wirklichkeitserfahrung" (S.281): So werde das Kriterium der Kohärenz als Wirklichkeitsbezug (durch Videoclipästhetik und Switchen etwa) aufgeweicht. Weiterhin: "Die Beobachtungsmöglichkeiten zweiter Ordnung, die die Massenmedien den Individuen wie der Gesellschaft eröffnen, lassen Kontingenzgewißheit zu einem Teil des kollektiven Wissens werden: Dies ist vielleicht der wichtigste Einfluß der Massenmedien auf unsere Kultur" (S.310).

Fazit: Kognition, Kommunikation, Medien und Kultur als "wechselseitigen Konstitutionszusammenhang" (S.321) zu erkennen, ist mir in den z.T. ungenauen Ausführungen dieser Publikation nicht gelungen. Das Verdienst der Untersuchung liegt m.E. jedoch in dem Versuch, den Zusammenhang des kognitiven und sozialen Konstruktcharakters von Kommunikation zu analysieren, auch wenn er in den Letztbegründungen noch hingebogen erscheint.

Heidmarie Schumacher (Marburg)