

Berliner Schriften zur Medienwissenschaft

Grundlagen der Medienwissenschaft

Zweite erweiterte und korrigierte Auflage

Jakob F. Dittmar

Universitätsverlag der TU Berlin

Berliner Schriften zur Medienwissenschaft
Herausgeber: Jakob F. Dittmar
Band Nr. 8, Zweite erweiterte und korrigierte Auflage

ISSN 1869-0041 (Druckausgabe)
ISSN 1869-005X (Online-Version)

ISBN 978-3-7983-2359-9 (Druckausgabe)
ISBN 978-3-7983-2360-5 (Online-Version)

Berlin 2011

Druck / docupoint GmbH, Druckerei und Verlag
Printing: Otto-von-Guericke-Allee 14, D-39179 Barleben

Vertrieb / Universitätsverlag der TU Berlin
Publisher: Universitätsbibliothek
Fasanenstr. 88 (im VOLKSWAGEN-Haus), D-10623 Berlin
Tel.: (030)314-76131; Fax.: (030)314-76133
E-Mail: publikationen@ub.tu-berlin.de
<http://www.univerlag.tu-berlin.de>

© Verlag der TU Berlin 2011
Alle Rechte vorbehalten.

Inhaltsverzeichnis

Vorbemerkung	5
 I Medien- und Kommunikationstheorien	 9
Medien und Kommunikation	11
Kommunikationsmodelle	19
Massenkommunikation nach Maletzke	23
 Kommunikation: Definitionen	 25
Die Funktionen von Kommunikation	25
Kommunikation als Selektion	27
Kommunikation als Prozess	31
Watzlawicks Kommunikations-Axiome	32
 Medienbegriffe	 35
Medienbeschreibungen, Einordnungen	38
Massenkommunikation nach Maletzke	39

Primäre, sekundäre, tertiäre Medien	41
Quartiäre Medien	41
Push und Pull-Medien	42
Theorielandschaft	45
Medientheorie – Positionen	50
Exkurs: Postmodern	60
McLuhans magischen Kanäle	62
Luhmanns Realitäten	65
 II Medienkultur	 75
 Kultur	 77
Kulturbegriff	77
Kulturelle Kompetenz	80
 Medien und ihre Wirkung	 87
Evolution der Massenmedien	87
Das <i>a priori</i> der Medien	92
Bilder- und Textwirkung	94
Medienwirkung	98
Kitsch	103
Trends und Moden	105
 Öffentliche Meinung	 107
Öffentlichkeit, Privatsphäre und öffentliche Meinung .	107
Medien als Vierte Gewalt	111

Massenmediale Konsensproduktion	114
Theatralität der Gewalt	116
Schweigespinalen	122
„Experten“	124
Noam Chomskys Propagandamodell	126
Medienkultur am Beispiel Filmförderung	133
Medienkultur am Beispiel Fernseh-Spielshows	141
Spielshows als Dokumente	141
Tendenzen der Spielshow	145
III Werkzeugkasten	155
Referate	157
Medieneinsatz	157
Zur Form schriftlicher Arbeiten	159
Titel	161
Gliederung	161
Sekundärliteratur	164
Bibliographische Angaben	165
Zitierweise	170
Eidesstattliche Erklärung	171
Stil	172
Zum Verfassen des Exposés	173

Vorbemerkung

Medienwissenschaft ist die Auseinandersetzung mit Form und Inhalt von Medienkommunikationen, die entsprechend der Möglichkeiten der verschiedensten Medien umgesetzt übermittelt werden: als gedruckter oder gesprochener/gesungener Text, als Musik oder Geräusch, in einzelnen und sequentiellen Bildern, die in räumlicher Nachbarschaft gedruckt oder auf derselben Oberfläche in zeitlicher Folge projiziert werden können. Vor allem interessiert das Zusammenspiel dieser verschiedenen Kanäle.

Sowohl **Medienwissenschaft** als auch **Kommunikationswissenschaft** haben Medien und Kommunikation bzw. Massenmedien und Massenkommunikation zum Gegenstand – aber aus unterschiedlichen wissenschaftlichen Traditionen und mit unterschiedlichen Perspektiven und Methoden.

Da Massenmedien einseitig mitteilen, verwendet man den Kommunikationsbegriff eigentlich nicht für Massenmedien, da diese nicht wirklich kommunizieren – ein Leserbrief ist z.B. kein „echter“ Rückkanal. Je nach Definition sind Massenmedien Publizistik („Publizität“ bedeutet „Öffentlichkeit“), aber keine Kommunikation.

Medien- und Kommunikationswissenschaft bieten unterschiedliche Perspektiven auf einen (fast) identischen Gegenstand: Medienwissenschaft ist die Bezeichnung in der Tradition der Kultur- und Literaturwissenschaften, Kommunikationswissenschaft in der der Sozialwissenschaften. Mit *Medien* sind Massenmedien bzw. Medien der öffentlichen Kommunikation und

der technisch vermittelten interpersonellen Kommunikation wie elektronische Medien (Radio, Fernsehen, Multimedia), Printmedien (Presse) und Bild- / Tonträgermedien (Film) gemeint; *Kommunikation* hebt auf den Prozess der Produktion und Verbreitung von Aussagen auf diesen Wegen und Einrichtungen bzw. der Nutzung und Anwendung derartiger Aussagen ab. Im ersten Begriff ist auf den Träger und die Form, im zweiten auf die Aktion verwiesen.

Um Gesellschaften in ihrem Facettenreichtum verstehen und beschreiben zu können, muss man ihre Teilgesellschaften und deren Wirklichkeiten, diese in Kommunikationen vermittelten Öffentlichkeiten in Zusammenhang bringen, das in Medien kommunizierte mit seinem Wissen über die Welt ergänzen und weiterbearbeiten. Die Widersprüchlichkeit gesellschaftlicher Verhältnisse kann auf diese Weise zur Beschreibung der Gesamtgesellschaft in ihren Paradoxien zusammenwachsen. Das setzt allerdings einen ehrlichen und ereignisoffenen Umgang mit den einzelnen Öffentlichkeiten voraus, der nicht in vorgefertigte theoretische oder politische Erklärungsmuster gepresst werden darf.¹ Das geht nur, wenn man vom Beobachten, von der Empirie² ausgeht und sich damit an das Verstehen der verschiedenen, oft widersprüchlichen Positionen und Lebenswelten – Realitäten – heranarbeitet. Theorie um ihrer selbst willen führt dabei zu Theoriefortschreibungen, nicht jedoch zum Erfassen der tatsächlich beobachtbaren Zustände und Verknüpfungen bzw. Abhängigkeiten. Theorien beschreiben die Perspektiven der Theoretiker auf Lebenswirklichkeiten, also nur deren Realitäten. Daher müssen Theorien im Anwendungsprozess immer wieder in ihre Bestandteile zerlegt und am Objekt überprüft und dabei historisiert oder aktualisiert werden.

Medientheorien bilden sich in Reflexion medialer Formen und Inhalte und deren Auswirkung auf gesellschaftliche Zustände und Prozesse unter Weiterentwicklung von Modellen und Theorien, die in anderen Disziplinen entstanden sein können, aber

¹Zumal jeder immer auch von seiner eigenen (biografisch begründeten) Situation und Perspektive auf die Welt beeinflusst ist.

²Empirie besteht aus der Arbeit mit quantitativen und qualitativen Methoden und deren Ergebnissen.

als Werkzeug zur Erklärung medienwissenschaftlicher Zusammenhänge geeignet sind. Das Nachdenken über (massen-) mediale Formen und Inhalte und deren Bedeutung für die Gesellschaft basiert zumeist auf Theorien, die vergangene Zustände erklären können und deren Brauchbarkeit zur Erklärung aktueller Beobachtungen immer zu prüfen ist. Daher werden im ersten Teil zunächst kurz die wesentlichen oder quasi-kanonischen Medientheorien vorgestellt. Anschließend werden Begriffe, Schlagworte und Hintergründe vorgestellt, die für das Verständnis der Funktion von (Massen-)Medien zentral sind. Im zweiten Teil liegt der Schwerpunkt der Beschreibung auf kulturwissenschaftlichen Aspekten der Medienwissenschaft, die beispielhaft verdeutlichen sollen, wie Massenmedien gesellschaftliche Prozesse darstellen, aber auch beeinflussen können.

Studium entsteht im Dreischritt Hören, Lesen, Diskutieren. Daher schließt das Buch mit Handreichungen für die Planung und Präsentation von Referaten, Anleitungen für die Strukturierung und Formulierung schriftlicher Arbeiten und für den Entwurf von Exposéés. Dass die Beteiligung an der Diskussion gute Früchte trage:

Sucht euch Freunde, und macht sie mit euren Problemen bekannt.³

Diese Einführung in die Medienwissenschaft ist über Jahre seminarbegleitend unter den speziellen Arbeitsbedingungen der Medienwissenschaft der TU Berlin gewachsen. Teil I des Buchs entspricht daher nicht den Ansprüchen an wissenschaftliche Arbeiten, wie sie in Teil III formuliert werden, dies ist bei der Arbeit zu enthaltenen Themen und Inhalten zu beachten!

Der Text baut auf verschiedensten Quellen auf, die ich, soweit möglich, angegeben habe. Er ist gedacht als Notbehelf gegen die Themen- und Schwerpunktsetzung des Lehrstuhlinhabers, die der Widmung des Lehrstuhls nicht entspricht und die Grundlagen der Medienwissenschaft ignoriert.⁴

³Fritz Saxl zitiert nach Ernst H. Gombrich: *Aby Warburg*. Hamburg 2006; 449.

⁴Zur Darstellung medienwissenschaftlicher Grundlagen durch den

Ich bitte um Hinweis auf Fehler und Lücken und um Nachsicht – man liest und lernt und erinnert sich nicht immer, wo man was gelesen hat und von wem Gedanken angeregt wurden.

Die neuesten Entwicklungen des Themas sind entsprechend nicht Schwerpunkt des Folgenden, sondern Grundlagentexte und Theorien, die mehr oder weniger kanonisch für die Medienwissenschaft sind und auf denen aktuelle Positionen und Debatten aufbauen.

Dank

Ich danke den Freundinnen und Freunden nah und fern, die unsere kleine „Republik der Letteren“ aufrecht erhalten! Dank all den Gesprächspartnern, deren Anregungen meinem Verständnis der Medienwissenschaft immer wieder Anschub geben. Ich danke besonders Clemens Schwender und Hans Prengel für Anregungen, Korrekturen und fröhlich kontroverse Diskussionen! Ich danke Thomas Mock für sehr wesentliche Hinweise, Hartmut Winkler für die Erklärung seines *a priori* der Medien!

Jag tackar Peder Hård af Segerstad, Göran Svensson och de gästvänliga kollegerna vid Uppsala Universitet. Ein dreifaches „Hoch!“ auf den Erasmus-Dozentenaustausch!

Ich danke den Korrekturlesern Mario Iwaniec und Michael Schiele für ihre Hilfe und Anmerkungen! Und ich danke dem Universitätsverlag der TU Berlin für die verlegerische Beheimatung der *Berliner Schriften zur Medienwissenschaft*!

Lehrstuhlinhaber sei verwiesen auf: Jürgen Kaube: „Die Klingeltöne der Medientheorie“ in: Frankfurter Allgemeine Zeitung, 25.06.2007, 37.
< <http://www.faz.net/artikel/C30405/die-klingeltoene-der-medientheorie-30215055.html> >

Zur Relativität der Freiheit von Forschung und Lehre bitte ich zu beachten: Uwe Wesel (2002): *Die verspielte Revolution*. München; darin vor allem 170–173, 175.

Teil I

Medien- und
Kommunikations-
theorien

Medien und Kommunikation

Medien und Kommunikation dürfen nicht verwechselt werden. Der Begriff Medien betrifft eher die relativ statischen, stabilen, materiellen Elemente im Kommunikationsprozess, während Kommunikation dynamische und flüchtige Aktionen inkl. Produktion und Rezeption einschließt. Der Medienbegriff hat sich im Laufe der Zeit und Diskussion ausgeweitet und ist ausgesprochen heterogen. Medien können einerseits die Voraussetzung von Kommunikationsprozessen sein (so braucht jede Kommunikation notwendig ein Medium, z.B. die Sprache), andererseits das Ergebnis solcher Prozesse (beispielsweise Filme und Zeitungen).

Kommunikation ist absolut wesentlich für menschliches Verhalten, ohne Kommunikation wäre jede Art von gesellschaftlicher Organisation ausgeschlossen. Kommunikation ist ein sozialer Prozess, der in einem kulturellen und sozialen Umfeld geschieht, der symbolische Informationen schafft, die zu Wissen werden können, das wiederum das Denken und Handeln der Menschen beeinflussen kann.

Sehr hilfreich ist die Darstellung der Faktoren (nicht nur) medienwissenschaftlicher Auseinandersetzung mit Kommunikation, mit der Peder Hård af Segerstad verdeutlicht, wie Medienwissenschaft auf soziologischen, psychologischen und semiotischen Erkenntnissen aufbaut.⁵ Hård af Segerstad verdeutlicht

⁵Peder Hård af Segerstad: *Kommunikation och information. En bok om*

die Zusammenhänge zwischen menschlicher Kommunikation als Objekt und Medien- und Kommunikationswissenschaften als Subjekt der wissenschaftlichen Auseinandersetzung, wobei die Felder Empirie und Theorie als ergänzende Gegenüber dieser Objekt- / Subjekt-Teilung dargestellt werden.

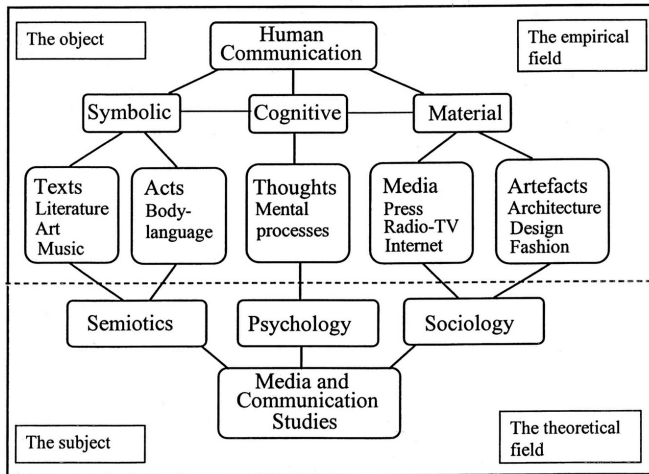


Abbildung 1: Die Zusammenhänge zwischen menschlicher Kommunikation und Medien- und Kommunikationswissenschaft nach Hård af Segerstad.

In der sozialwissenschaftlichen Publizistik- und Kommunikationswissenschaft wird der Begriff Medien wenig diskutiert, sondern je nach Untersuchungshorizont mit unterschiedlicher Zuspitzung verwendet. Auch wird Medien als Kurzform für Massenmedien verwendet. Nicht die Bandbreite der möglichen Medienbegriffe ist dort von Interesse, sondern der Einsatz bestimmter Medien und deren Funktion, Möglichkeiten etc. In der Regel wird statt über Medien oder Medium allgemein über spezielle Unterbegriffe gearbeitet, z.B. über Medienwirtschaft, über Massenmedien-Typen wie Print und Fernsehen, über Medientitel wie z.B. die BILD-Zeitung, über Mediensparten wie z.B. Nachrichten oder auch über Medieninhalte wie z.B. die sich wandelnde Berichterstattung über Politik.

Kommunikationswissenschaftlich werden Medien (Plural) als Massenkommunikationsmittel, Medium (Singular) als technischer Kanal bzw. Mittel verstanden. Diese Darstellung referiert Thomas Mocks *Was ist ein Medium?* Für die weiterführende Auseinandersetzung mit den aufgezeigten Positionen sei auf seinen Text verwiesen!⁶

Ein oder besser jedes Medium ist aus dieser Sicht das Mittel von Kommunikation, und dabei wird unterschieden in:

Mittel der Wahrnehmung, dabei ist ein Medium die Voraussetzung von Kommunikation,

Mittel der Verständigung,

Mittel der Verbreitung. Im Anschluss hieran wird Medium als *Form* der Kommunikation untersucht. (Mock 2006, 189, 193)

Diese drei Arten von Kommunikationsmitteln werden im Folgenden ausführlicher erläutert, um die Bedeutung der Unterscheidung für Beschreibung und Analyse von Medien zu verdeutlichen, die Beschreibung folgt dabei fast wörtlich Thomas Mocks Ausführungen:

Zu Mittel der Wahrnehmung

(Siehe: Mock 2006, 189 f.)

Es geht um elektromagnetische Felder, um Stoffe wie z.B. Luft usw. Wahrnehmung ist die Voraussetzung aller Beziehungen des Menschen auf seine Umwelt. Physikalische Medien und menschliche Sinne werden dabei in Bezug zueinander gesehen:

Sinn: Sehen	Kanal: optisch / visuell,
Sinn: Hören	Kanal: akustisch / auditiv,
Sinn: Riechen	Kanal: chemisch / olfaktorisch,
Sinn: Schmecken	Kanal: chemisch / gustatorisch,
Sinn: Fühlen / Tasten	Kanal: mechanisch / taktil.

⁶Thomas Mock: „Was ist ein Medium? Eine Unterscheidung kommunikations- und medienwissenschaftlicher Grundverständnisse eines zentralen Begriffs“ in: *Publizistik. Vierteljahrshefte für Kommunikationsforschung*. 51. Jg., Heft 2, 2006; 183–200.

Technische Medien haben spezifische Kanalkapazitäten, d.h. sie können nur Zeichen aus bestimmten Systemen übertragen, was als *Kanalreduktion* bezeichnet wird. Direkte Kommunikation kann dagegen potentiell alle menschlichen Sinne nutzen. Wahrnehmung nutzt zumeist mehrere Sinne gleichzeitig: Schall kann als Vibration auch gefühlt werden, Licht als Wärme. Papier wiederum hat spezifische Gerüche (ebd. 190). Bei der Auseinandersetzung, der Analyse von Medien ist der Unterschied zu bedenken, der zwischen den beabsichtigten Zeichen und den aufgrund technischer und materieller Bedingungen (Papierqualität ist z.B. vor allem ein Kostenfaktor bei der Produktion) unbeabsichtigt mit-transportierten Zeichen bzw. Informationen besteht.

Zu Medium als Mittel der Verständigung

(Siehe: Mock 2006, 191 f.)

Zeichen und Zeichensysteme machen es möglich, Gedanken / Bedeutungen / Informationen in sozusagen materielle, übertragbare bzw. wahrnehmbare Signale umzusetzen, denen Bedeutungen zugeordnet werden können. Menschliche Kommunikation ist symbolisch vermittelte Interaktion, also Zeichenprozess. Die „Zeichensysteme sind mündliche und schriftliche Sprache, Mimik, Gestik, Bilder, Töne und Klänge“ (ebd. 191).

Die Bedeutung der einzelnen Zeichen innerhalb der Zeichensysteme ist hauptsächlich auf sozialen Konventionen aufgebaut, ist soziokulturell überformt und muss erlernt werden. Der Zeichenbenutzer stellt im Gebrauch eines Zeichens Beziehung zwischen dem Bezeichnendem und dem Bezeichneten, also zwischen dem Zeichen und dessen Inhalt her. Dieser Prozess ist extrem produktiv, da sich die Bedeutung von Zeichen aufgrund des vielfältigen Gebrauchs konstant erweitert, verengt oder verschiebt. Zeichen haben dabei immer eine materielle, energetische Dimension: die Signalstruktur baut auf den physikalischen Medien auf. Die inhaltliche Dimension, die Bedeutungsebene erlaubt die Übermittlung und den Austausch von Informationen und Bedeutungen.

Zu Medium als Mittel der Verbreitung

(Siehe: Mock 2006, 191–194)

Das Medium erlaubt die Übermittlung kommunikativer Äußerungen über räumliche / raumzeitliche Grenzen hinaus. Dabei

sind Medien in der Regel technische Artefakte, wobei materielle Medien, wie z.B. Höhlenwände, die Ausnahme von dieser Regel darstellen. Technische Medien überwinden „die Beschränkungen direkter menschlicher Kommunikation, die in deren zeitlicher Fixiertheit, räumlicher Begrenzung sowie ihrer Kodierbarkeit bestehen“ (ebd. 192).

Als (a) Mittel der Übertragung und (b) Mittel der Speicherung erweitern Medien die menschliche Ausdrucksweisen, da auf der Grundlage ihrer physischen Möglichkeiten Zeichen, Zeichensysteme und Ausdrucksweisen entstehen, die nicht ohne technische Artefakte möglich wären; dabei kann man mit Medien immer nur machen, was diese zulassen – z.B. deren Aufnahme, Vervielfältigung und Distribution, ihre Wiedergabe, aber auch ihre weitere Verarbeitung usw. Eine Mitteilung ohne technischen Träger kann nicht „existieren“ (ebd. 192 ff.). Ein technisches Mittel, das nicht zum Transport von Mitteilungen dient, ist in diesem Sinne kein (Kommunikations-) Medium, kann jedoch *En-Passant-Medium* werden, wie z.B. Papier, das zunächst als schützende Verpackung dient, aber in dieser Funktion zusätzlich mit Mitteilungen beschriftet oder bedruckt werden kann.⁷

Technischer Wandel wirkt sich auf den Zustand und die sozialen Mechanismen von Gesellschaft aus, hat also Effekte. Zugleich ist er wiederum gesellschaftlich abhängig: (a) die Art und Weise, in der Technik genutzt wird und (b) die Auswirkung dieser Technikenutzung sowohl auf individuelle Menschen aber auch auf ganze Gesellschaften (Mock ebd., 192). (Siehe auch die hier weiter unten folgenden Ausführungen zur *Evolution der Massenmedien* ab Seite 87).

Technische Medien und ihre Zeichensysteme haben soziale Ursprünge: Durch soziale Aneignung und den Gebrauch bekommen sie kommunikative Bedeutung und bewirken wiederum gesellschaftliche Effekte. Wie Brian Winston (siehe Seiten 87 ff.) verdeutlicht, beeinflusst jedes Medium in seinen spezifischen technischen Bedingungen der Nutzung die Kultur, in der es verwendet wird. Dabei bezeichnet Medium den Zusammenhang von

⁷ Jakob F. Dittmar: *Im Vorbeigehen. Graffiti, Tattoo, Tragetaschen: En-Passant-Medien*. Berlin 2009.

Kommunikationsmitteln, Akteuren, Themen, Regelungen usw. Die Art und Weise, in der kommuniziert wird, wird zum eigenständigen Zusammenhang, also zum Medium. Als Beispiele seien genannt: Theater, Vorlesung, Brief, Telefon, E-Mail, Presse und Fernsehen (ebd. 194). Dabei ist der Inhalt jedes Mediums ein anderes, in der Regel historisch älteres Medium. Der Unterschied liegt in der technischen Vermitteltheit – also in der Mediennutzung für die jeweilige Übertragung – von Brief oder Telefon im Gegensatz zu Formen direkter zwischenmenschlicher Kommunikation, wobei spezifische Merkmale der einzelnen Medien vergleichbar sind:

räumliche und zeitliche Struktur und Bindung,

Verhaltensbindung,

Kontext,

Gerichtetheit,

Rollentausch,

Anzahl der Beteiligten und

Zeichenmodalität (Mock 2006, 194).

Die Kommunikations- und Medienwissenschaft bezeichnen Formen direkter zwischenmenschlicher Kommunikation üblicherweise nicht als Medien, weder Einzel- noch Gruppenkommunikation, so verlangt die Definition der Massenkommunikation nach Gerhard Maletzke (siehe Seite 39) nach technischen Verbreitungsmitteln – ohne diese ist Kommunikation zu einer Menschenmenge keine Massenkommunikation, sondern eben eine Ansprache oder Theateraufführung. Werner Faulstich u. a. bezeichnen solche nicht auf technische Verbreitungsmittel angewiesene Medien wie z.B. eben das Theater daher in Abgrenzung zu den Massenmedien als *Menschmedium*⁸ (Mock 2006, 194).

⁸Werner Faulstich: *Die bürgerliche Mediengesellschaft (1700 – 1830)*. Göttingen 2002; 25.

Medienwissenschaftlich deckt der Medienbegriff vor allem die Massenmedien ab, verwendet aber unterschiedliche Herleitungen der Sichtweise und setzt unterschiedliche Untersuchungsschwerpunkte.

Die Informatik und andere unter der Bezeichnung Informationstheorie zusammengefaßte Fächer mit mathematischer und kybernetischer Orientierung untersuchen technische Übertragungskanäle, in denen Informationen unter Minimierung von Verlusten vom Sender zum Empfänger – idealerweise als exakte Kopie – transportiert werden.

Die Systemtheorie unterscheidet in der Folge Luhmanns zwischen Verbreitungsmedien und Erfolgsmedien, die als „symbolisch generalisierte Medien“ verstanden werden. Medien sind nach dieser Sichtweise sowohl Tausch- als auch Interaktionsmedien.

In der Nachfolge McLuhans entwickelten sich technisch determinierte Ansätze, die vor allem in den „Medium-Theorien“ formuliert sind. Sie werden auch als postmoderne Medientheorien bezeichnet, wobei der Begriff der Postmoderne (siehe untenstehenden Exkurs zu Postmodern) nach wie vor sehr unterschiedlich definiert und entsprechend z.T. ganz abgelehnt wird.

Die Medium-Theorien untersuchen die Entstehung von Medientechniken und deren gesellschaftliche Bedeutung, wobei Technik immer als Medium verstanden wird. Medien werden entsprechend nicht auf spezifische Inhalte oder Verwendungsweisen untersucht, sondern als Medien, so auch das populäre Verständnis von McLuhans „The medium is the message.“ Betont werden die Bedeutung technisch-medialer Vermittlungsverhältnisse, die die Strukturen sowohl in der Wahrnehmung, aber auch kulturell, gesellschaftlich usw. prägen (Mock 2006, 187).

Kommunikationsmodelle

Veraltete Kommunikationsmodelle

Das älteste Modell von Kommunikation enthält nur die drei beteiligten Faktoren Sender – Medium – Empfänger, die es einfach listet. Das Modell ist unspezifisch, d.h. es wird sowohl auf direkte, interpersonale „Face-to-Face“-Kommunikation, als auch auf technisch vermittelte Kommunikation (z.B. mit Hilfe des Telefons) und auf Massenkommunikation (z.B. Presse oder Fernsehen) bezogen. In diesen Modellen ist die Vorstellung enthalten, es gäbe ein Macht- und Dominanzgefälle zwischen den beiden beteiligten Instanzen: der Sender ist aktiv und dominiert, der Empfänger hingegen ist passiv und vom Sender abhängig. Kommunikation wird zudem als unidirektional beschrieben: vom Sender zum Empfänger. Diese Auffassung ist heute nicht mehr aufrecht zu erhalten. Die Modelle sind in den theoretischen Annahmen überholt, werden aber noch verwendet, um die beteiligten Faktoren im Kommunikationsprozess zu unterscheiden.

Ausdifferenzierter ist die vielzitierte Lasswell-Formel, die 1948 auf den selben drei Faktoren aufbauend formuliert wurde. Beim Medium differenziert Lasswell in Abgrenzung zum obigen Modell zwischen Medium (z.B. Zeitung) und Medienaussage bzw. Inhalt (z.B. Werbung in der Zeitung), beim Empfänger zwischen Nutzung (wer hat die Werbung gelesen) und Wirkung (und dadurch welche Veränderungen erfahren).

Die *Lasswell-Formel* beschreibt in ihrer Frage die Mehrschichtigkeit von Kommunikation:

Who says what on which channel to whom with what effect? ⁹

Shannon und Weaver sehen Kommunikation als technisches Problem, was vor allem daran liegt, dass ihr Blickwinkel mathematisch, aber nicht soziologisch ist. Und in technischer Hinsicht kann man o.g. Aussagen durchaus zustimmen: Technisch ist wichtig, dass Signale störungsfrei übertragen werden, dass *Information* ohne z.B. akustische Missverständnisse übermittelt wird. Diese technische Sicherstellung von Verständigung ist aber nicht Verständigung im Sinne inhaltlichen Konsenses.

Die deutlich werdenden Auffassungen von Kommunikation werden immer wieder als irreführend und ungenau kritisiert. So sind das Hauptproblem dieser Modelle die darin angelegten Auffassungen von Kommunikation als

Übertragung von Botschaften,

Mitteilen von Gemeinsamkeiten,

Container, „in“ dem ein „Inhalt“ übersandt wird, der identisch für Sender und Empfänger ist,

Kanal, „auf“ dem etwas transportiert wird, ohne vom „Kanal“ beeinflusst zu werden.¹⁰

Wenn man über menschliche Kommunikation nachdenkt, kann inhaltliche „Verständigung“ nicht der Maßstab für erfolgreiche Kommunikation sein. Die am Technischen orientierte Metapher der Übertragung mit ihren Bezügen auf das Dinghafte und die

⁹Harold D. Lasswell: „The Structure and Function of Communication in Society.“ In: Lyman Bryson (Ed.): *The Communication of Ideas*. New York 1948; 37–51.

¹⁰Klaus Krippendorf: „Der verschwundene Bote. Metaphern und Modelle der Kommunikation.“ In: Klaus Merten u.a. (Hg.): *Die Wirklichkeit der Medien*. Opladen 1994; 79–113.

Substanz von Mitteilungen ist für die medienwissenschaftliche Arbeit nicht geeignet. Dennoch haben sich die Begriffe *Sender* und *Empfänger* inzwischen so eingebürgert, dass sie weiterhin gebraucht werden – auch auf direkte, interpersonelle Kommunikation bezogen und auch wenn man die dahinter stehenden theoretischen Auffassungen vom aktiven, mächtigen Sender versus passivem, abhängigem Empfänger nicht mehr teilt.

Auch neuere Definitionen können sich kaum von diesem Grundmuster lösen. So bezeichnet beispielsweise Burkart Kommunikation zwar ausdrücklich als „doppelseitiges Geschehen“ und „wechselseitig vollzogene Bedeutungsvermittlung“, stellt dann aber fest, das Gerüst impliziere die folgenden vier Faktoren:

jemanden, der etwas mitteilen will,

die Aussage bzw. Botschaft (= die mitzuteilenden Bedeutungsinhalte) selbst,

ein Medium (= eine Instanz, mit deren Hilfe der mitzuteilende Inhalt transportabel wird),

jemanden, an den die Botschaft gerichtet ist.¹¹

(Zusätzlich wird noch betont:

symbolische Vermittlung, der Zeichengebrauch als Weg und

Verständigung, Gemeinsamkeit, Einigung als Ziel von Kommunikation.)

Verständigung (Konsens) als gemeinsames Ziel ist in den meisten konventionellen Definitionen zu finden. Aber inhaltliche Verständigung als Kriterium für erfolgreiche Kommunikation ist problematisch. Denn erstens ist nicht festzustellen, ob die Beteiligten tatsächlich inhaltlich übereinstimmen (höchstens, ob sie dieses glauben). Zweitens erfordert dieses Ziel einen Maßstab, und der wird in der Sender-Intention liegen, so dass indirekt die Sender-Dominanz wieder eingeführt wird. Und drittens ist

¹¹Roland Burkart: *Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft*. (3. überarbeitete und aktualisierte Auflage) Wien, Köln 1998; 59 f.

ein Ziel ein Endpunkt, will Zielerreichung und Abschluss; aber typisch für Kommunikation ist, dass sie weiterläuft.¹²

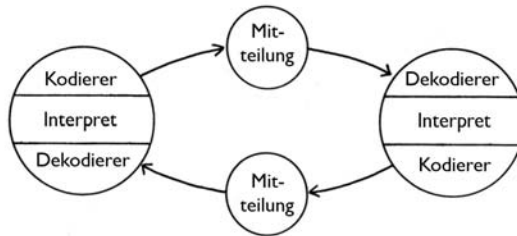


Abbildung 2: Schramms Kommunikationsmodell verdeutlicht die Funktionen, die Gesprächspartner vereinen müssen, um kommunizieren zu können. Abbildung aus: Peder Hård af Segerstad: Kommunikation och information. Uppsala 2002. (Meine Übersetzung, JFD)

Ein Modell, das das mathematische Modell Shannon und Weavers erweitert und auf menschliche Kommunikation bezogen ist, hat Wilbur Schramm bereits 1954 formuliert.¹³ Das Modell berücksichtigt dabei explizit die Vielschichtigkeit kulturellen Kontexts, der sich auf Kommunikation auswirkt und beinhaltet den fortlaufenden Bezug der Kommunikationen aufeinander, der das menschliche Kommunizieren ausmacht: Sowohl das Kodieren als auch das Dekodieren von Mitteilungen erfolgt aufgrund kultureller Setzungen und sprachlicher Möglichkeiten der Beteiligten. Die Interpretation der eigentlichen Mitteilung in der jeweiligen konkreten Situation ist der eigentliche Verstehensprozess: Um die Bedeutung(en) zu erfassen, die Wahrscheinlichkeit von verschiedenen möglichen Bedeutungen derselben Aussage abzuwägen, ist kulturelles Wissen notwendig. Welche Denotationen und Konnotationen der Mitteilungsbestandteile beabsichtigt sein mögen, kann nur eingeschätzt werden, wenn Wissen über die jeweiligen Hintergründe und Gepflogenheiten vorhanden ist. Kommunikative Register werden dabei unter Berück-

¹²Margot Berghaus: „Alte Theorien über ‘neue’ Medien.“ In: dies. (Hg.): *Interaktive Medien – interdisziplinär vernetzt*. Opladen usw. 1999; 39f.

¹³Wilbur Schramm: „How Communication Works“ in: Wilbur Schramm (ed.): *The Process and Effects of Communication*. Urbana: University of Illinois Press, 1954; 3–26.

sichtigung z.B. sozialer und regionaler Sprache eingeordnet, um die Aussage werten und passend antworten zu können. Die Komplexität interkultureller Kommunikation z.B. zwischen Ingenieur und Maschinennutzer verdeutlicht diese Schwierigkeit besonders deutlich.

Massenkommunikation nach Maletzke

Gerhard Maletzke stellte 1963 ein Schema des Feldes der Massenkommunikation vor, dass die zuvor genannte Kritik an den älteren Modellen aufnimmt, korrigiert und das Problem der Darstellbarkeit der möglichen Auswahlen (z.B. Luhmanns Selektionen) und der Einbindung des Rückkanals löst (siehe folgende Abbildung).¹⁴

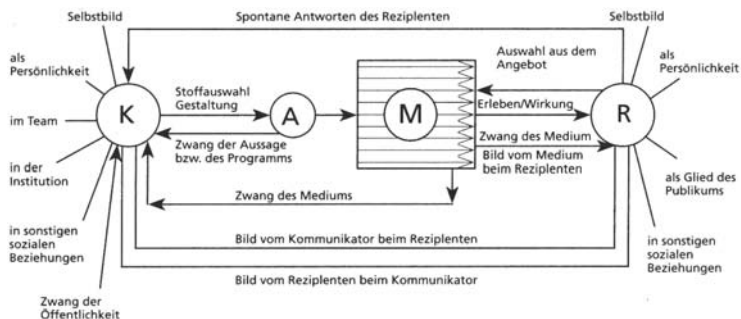


Abbildung 3: Maletzkes Schema des Feldes der Massenkommunikation.

¹⁴Abbildung aus: Hartmut Winkler: *Basiswissen Medien*. Frankfurt a.M. 2008; 173.

Kommunikation: Definitionen

Kommunikation dient der Vermittlung von Informationen, die individuelle und kollektive Zustände und Prozesse betrifft. Kommunikation ist nur möglich, wenn sie auf Vorwissen bei den an ihr Beteiligten anknüpfen und aufbauen kann. Information kann nicht vom Wissen getrennt werden, da diese Teile desselben Prozesses sind. Kommunikation kann Neues einführen und bereits Bekanntes wiederholen, sie kann irritieren und stabilisieren. Sie kann gemeinsame Werte aufzeigen, zu denen Erfahrungswerte, Reflexionen und Gedanken zählen. Kommunikation ist der soziale Prozess, der für die Übermittlung von Informationen notwendig ist, da Informationen essentiell soziale Artefakte sind.

Die Funktionen von Kommunikation

Kommunikation ist immer ein sozialer und emotionaler Prozess, der in einem kulturellen Kontext geschieht und der aufgrund gemeinsam akzeptierter Konzepte Information generiert. Diese Information stellt objektivierte Konzepte dar, die gespeichert, transportiert und übertragen werden können.

Die Funktionen von Kommunikation ergeben sich aus dem Zusammenwirken verschiedener Bereiche. Dabei lassen sich die Bereiche Gefühlsentwicklung und -kontrolle, Beziehungsschaffung,

Psychotherapie inklusive Identitätsentwicklung zusammenfassend als Gefühle und Wertevorstellungen (Werte und Normen) beschreiben. Die Faktoren Informationsvermittlung und Wissensentwicklung bauen auf der damit beschriebenen Affektentwicklung etc. auf und sind in ihren Bedingungen elementar für die Untersuchung von Kommunikationsprozessen. Wesentlich ist, dass Information ohne Umwandlung in Wissen in irgendeiner Form unbrauchbar ist und vermutlich verworfen wird.¹⁵

Kommunikation ist zugleich ein kognitiver Prozess, ein semiotisches Phänomen und eine soziale Aktivität. Entsprechend zeigt sie psychologische, linguistische und sozio-ökonomische Funktionen. Diese Funktionen lassen sich ausdifferenzieren, wesentlich ist, dass in der Regel in jeder kommunikativen Situation mehrere Funktionen gleichzeitig gelten, da Kommunikation das Individuum innerhalb gesellschaftlicher Zusammenhänge positioniert. Sowohl gelungene, als auch fehlgeschlagene Kommunikationen wirken sich sozial in verschiedene Kontexte der Beteiligten aus.

Die gleichzeitig möglichen Funktionen des Kommunikativen sind demzufolge zahlreich, lassen sich aber benennbaren Bereichen zuordnen, wodurch die kommunikativen Ebenen differenziert und ihre unterschiedlichen Auswirkungen analysiert werden können. Die folgende Liste folgt Peder Hård af Segerstad, der sie als offene Auflistung versteht, einzelne Funktionen können sich partiell überlagern, sind aber nicht völlig gleichbedeutend:

die rational-intellektuelle Funktion – „das weiss ich sicher“

die Informationsfunktion – „so ist es“

die Identitätsfunktion – „das bin ich“

die kulturelle Funktion – „dies ist unsere Art zu leben“

die integrative Funktion – „wir gehören zusammen“

die soziale Funktion – „ich bin gerne mit Dir zusammen“

die Beziehungsfunktion – „ich liebe Dich“

¹⁵Peder Hård af Segerstad: *Kommunikation och information. En bok om människans förmåga att tänka, tala och förstå*. Uppsala 2002.

die emotionale Funktion – „dies fühle ich“

die spannungsreduzierende Funktion – „ich habe keine Angst“

die humoristische Funktion – „dies macht Spass und ich mag es“

die ästhetische Funktion – „dies ist schön!“

Wesentlich für menschliche Kommunikation und deren sozialen Bedingungen sind in diesem Zusammenhang nach Hård af Segerstad zwei Prinzipien: Zum einen sind viele so genannte Informationsprobleme in Wirklichkeit Beziehungsprobleme („relational problems“), zum anderen ist es sehr schwierig, das Verhalten anderer Menschen durch Informationen zu beeinflussen (oder gar zu steuern), aber durch kontrollierte Steuerung des eigenen Verhaltens lassen sich eigene Ziele besser kommunizieren und umsetzen.¹⁶ Kommunikation kann in diesem Zusammenhang gemeinsame Werte feststellen (lat. *communis* = gemeinsam), darunter Erfahrungswerte, Reflexionen und Gedanken.

Aufgrund der möglichen Bandbreite der kommunikativen Funktionen ein und derselben Situation ist deren Wirkung auf die verschiedenen sozialen Zusammenhänge nicht ausschließlich und muss ggf. durch weitere Kommunikationen in unterschiedlich betroffenen Kontexten korrigiert und fortgesetzt werden. Dies beschränkt sich natürlich nicht auf mündliche Kommunikation, sondern bezieht alle Formen der Mitteilung mit ein: Bücher, Bilder und alle anderen Artefakte und Strukturen, die Bedeutungen tragen.

Kommunikation als Selektion

Es lässt sich argumentieren, dass Gesellschaft nur durch Kommunikationen gebildet und aufrechterhalten wird, und dass soziale Systeme durch *Kommunikation* operieren. Luhmann beschreibt moderne Gesellschaft als solche, die sich in viele (Sub)

¹⁶Peder Hård af Segerstad: *Från Språkrör till Strateg. Informationsfunktionens utveckling och informatöryrkets professionalisering*. Uppsala 1997.

Systeme ausdifferenziert hat.¹⁷ Das Entscheidende an Luhmanns Systemtheorie ist, dass seine Zerlegung der Gesellschaft in isolierte aber zusammenhängende, parallel operierende Systeme manchmal verdeckt, dass Menschen immer gleichzeitig in zahlreichen Systemen eingebunden sind und dass Handlungen nie nur in einzelnen Systemen geschehen, sondern sich auf die anderen auswirken, und von den Gruppierungen innerhalb einer Gesellschaft nach deren kulturellen Werten bewertet werden. Die Systemtheorie ist entsprechend auch selber Teil dessen, was sie beschreibt.

Paul Watzlawick geht vom Menschen aus, der „nicht nicht-kommunizieren“ kann, sondern sich und seinen Zustand permanent über verschieden deutliche Kanäle mitteilt. Aus dem Miteinander der Menschen entstehen dabei Gemeinschaft und Gesellschaft: Zugehörigkeit und Abgrenzung.¹⁸ Die Konstruktion von Gesellschaft in Kommunikationen ist in Watzlawicks Überlegungen anlegt, unterscheidet sich aber aufgrund ihrer Fokussierung auf den Menschen und seine Kommunikationen fundamental von Luhmann, dessen Ausgangspunkt wie gesagt die Kommunikation ist, die den Beteiligten (und Unbeteiligten) ihre Rollen und Funktionen in jeder Situation zuschreibt. Von der Kommunikation ausgehend wird beschrieben, wie Kommunikation durch Fortsetzung (bei Luhmann „Anknüpfung“) Subsysteme schafft, die in ihrer Summe die Gesellschaft beschreiben.

Menschen können nicht kommunizieren. Nicht einmal das Bewusstsein kann kommunizieren. Nur die Kommunikation kann kommunizieren.¹⁹

Für die Definition von Massenmedien ist nach Luhmann wesentlich, dass keine Interaktion unter Anwesenden zwischen Sender und Empfängern stattfindet. Es handelt sich bei ihnen um Kommunikation, aber keine Interaktion. Sobald ein direkter Rückka-

¹⁷Niklas Luhmann: „Was ist Kommunikation?“ In: *Soziologische Aufklärung 6. Die Soziologie und der Mensch*. Opladen 1995; 113–124.

¹⁸Zu Paul Watzlawick siehe Seite 32 f.

¹⁹Niklas Luhmann: „Wie ist Kommunikation an Bewusstsein beteiligt?“ in Hans Ulrich Gumbrecht, K. Ludwig Pfeiffer (Hg.): *Materialität der Kommunikation*. Frankfurt a.M. 1988: 884.

nal besteht, sind demnach Massenmedien keine Massenmedien mehr, sondern interpersonale und entsprechend Medium individueller Kommunikation.

Kommunikation ist laut Luhmann ein „dreistelliger Selektionsprozess“. „... die Selektivität der Information selbst, die zweite die Selektion ihrer Mitteilung, die dritte die Erfolgserwartung, die Erwartung einer Annahmeselektion.“²⁰ Das Medium gehört zur Voraussetzung von Kommunikation, nicht in die Definition selbst. Die drei Stellen der Selektion sind nach Luhmann: Selektion der Information: *Alter* beurteilt manches als Information, anderes nicht. Selektion der Mitteilung: Von den Informationen teilt *Alter* einiges *Ego* mit, anderes nicht. Selektion Annahme, des Verstehens: der *Ego* nimmt einige Mitteilungen von *Alter* wahr und an, andere nicht; und versteht sie dabei als *Mitteilung* und begreift, dass bei *Alter* Selektionen vorausgegangen sind.

Journalisten orientieren sich bei der Bewertung an bestimmten Vorstellungen davon, was nach ihrer Auffassung den Bedürfnissen des Publikums entspricht. Die Auswahl von Geschehnissen für die Aufnahme in die Berichterstattung beispielsweise erfolgt in der Regel nach diesen Faktoren. Nachrichtenfaktoren sind also Kriterien der Selektion und Verarbeitung von Nachrichten. Für den laienhaften Rezipienten beschreiben Nachrichtenfaktoren im allgemeinen Ereignismerkmale, sie erscheinen als Charakteristika des realen Geschehens, sind aber besser als journalistische Hypothesen über die Realität, als Konstruktionen von Wirklichkeiten zu verstehen. Ereignisse besitzen bestimmte Eigenschaften wie Nähe, Schaden oder Prominenz der beteiligten Personen, und je ausgeprägter oder zahlreicher diese Eigenschaften, die man als Nachrichtenfaktoren bezeichnet, auf ein Ereignis zutreffen, um so größer ist der angenommene Nachrichtenwert.²¹ Aus den Faktoren wird auf mögliches Interesse aufgrund angenommener Betroffenheit der Zielgruppe geschlossen. Denn

²⁰Niklas Luhmann: *Soziale Systeme*. Frankfurt 1984; 194 ff.

²¹Joachim Friedrich Staab: „Entwicklungen der Nachrichtenwert-Theorie.“ In: Jürgen Wilke (Hg.): *Fortschritte der Publizistikwissenschaft*. Freiburg, München 1990; 161–172, 161. Auch: Winfried Schulz: *Die Konstruktion von Realität in den Nachrichtenmedien. Analyse der aktuellen Berichterstattung*. Freiburg, München 1990.

auch ohne Kenntnis der Einzelperson ist immer wahrscheinlich, dass wegen der mit den Faktoren bezeichneten Zusammenhänge bei Rezipienten gesteigertes Interesse an der jeweiligen Nachricht besteht. Das gilt für Dorf-Gerüchte und nachbarschaftliche Unterhaltungen ebenso wie für internationale Nachrichten. Wesentlich ist, dass die grundlegende Leistung der Nachrichtenwerte durch Johan Galtung und Mari Holmboe Ruge²² als Kritik an der Auswahl von Nachrichten und Medieninhalten anhand von Nachrichtenwerten gemeint ist. Galtung und Ruge beschreiben zwar den Alltag in den Redaktionen, finden diesen aber erheblich verbesserungswürdig, da Gewalt, Zerstörung und Konflikte im Bezug auf Eliten (Notionen und Personen) in der Berichterstattung bevorzugt werden, während Positives und Langfristiges kaum berichtet wird.

Nachrichtenfaktoren sind u.a. (es gibt unterschiedliche Listen):

Nähe: räumlich, wirtschaftlich, politisch, kulturell,

Bezug auf Elite-Nationen,

Bezug auf Elite-Personen, Personalisierung,

Ausmaß, Bedeutsamkeit,

Negativität: Kontroverse, Aggression, Konflikt, Schaden,

Positivität: Erfolg, Nutzen,

Überraschung bzw. Übereinstimmung mit bestehenden Erwartungen,

geringe Komplexität,

Kurzfristiges Ereignis oder serialisierbare Folgeberichterstattung,

Konsonanz und/oder

Relevanz.

²²Johan Galtung & Mari Holmboe Ruge: „The Structure of Foreign News“ in: *Journal of Peace Research* 2nd year / vol. 1, 1965; 64–90.

Kommunikation als Prozess

Kommunikation kommt deshalb zustande, weil es was zu sagen gibt, sei es banal oder auch wichtig, etwas Neues oder als Wiederholung. Kommunikation entsteht, wenn also ein Unterschied zwischen Informationsständen vermutet wird. Weil Verstehen nie eine Kopie der Mitteilung in einem anderen Bewusstsein sein kann (es ist keine technische Übertragung ohne Übersetzungsvorgang), muss das Verstehen von Mitteilungen überprüft, bestätigt und aufgrund der dabei auftretenden Differenz ergänzt werden. D.h. im Kommunikationssystem selbst ist die Anschlussvoraussetzung für weitere Kommunikationen gegeben.²³ Wesentlich ist dabei, dass der Mensch mit Zeichen kommuniziert, deren Bedeutung nicht endgültig fixiert sein kann und die aufgrund individueller Unterschiede der Menschen unterschiedlich konnotiert und assoziiert sein können. Die Zeichen, mit denen der Sprecher eine Aussage kodiert, werden vom Hörer mit einem anderen Zeichenverständnis dekodiert. Dabei ist die Varianz der Unterschiede den Kommunizierenden selten vorab bekannt, sie müssen im Prozess der Kommunikation feststellen, welche Zeichen wie verstanden worden sind.²⁴ Luhmann formuliert in Anlehnung an andere Theorien unterschiedlich, was entsprechend zu übersetzen und einzuordnen ist, damit es verstanden werden kann – und das ist genau das Problem der Kommunikation, das er beschreibt: Bei einem Dialog z.B. bleibt die Distanz der Kommunikanden bestehen, die Intransparenz der Bewusstseins ist den Beteiligten bekannt, ihre *doppelte Kontingenz*²⁵ wird durch fortlaufende Kommunikation nicht aufgelöst, denn in der Verständigung über einzelne Inhalte schreibt sich die Kommunikationsnotwendigkeit immer fort.

Wenn man diese Auffassung mit traditionellen und konventionellen Kommunikationsmodellen vergleicht, werden die Unter-

²³Niklas Luhmann: *Soziale Systeme*. Frankfurt 1984.

²⁴Stuart Hall: „Encoding/decoding.“ In: Centre for Contemporary Cultural Studies (Ed.): *Culture, Media, Language: Working Papers in Cultural Studies 1972-79*. London 1980; 128–38.

²⁵Der Volksmund formuliert dies so: „Man kann den Leuten nur vor den Kopf gucken.“

schiede sofort deutlich – die Mängel der frühen Modelle lassen sich zusammenfassen als:

aktiver und dominanter Sender, passiver und abhängiger Empfänger,

eine Richtung betont: vom Sender zum Empfänger.

Diese Schwächen sind durch die funktional offenere Beschreibung, wie sie auch Maletzkes Schema des Feldes der Massenkommunikation darstellt, überwunden. Ein deutlicher Unterschied ist auch das radikale Verständnis von Kommunikation als Selektionen, d.h. Tätigkeiten. Die materielle Seite der Kommunikation, dinghafte Träger, also Medien sind nicht Teil der Definition.²⁶

Watzlawicks Kommunikations-Axiome

Bei Paul Watzlawick geht es zwar um direkte, interpersonelle („Face-to-Face“-) Kommunikation, seine Erkenntnisse lassen sich jedoch auf medial vermittelte Kommunikationsprozesse übertragen, nicht zuletzt, weil sie Grundsätzlichkeiten des menschlichen Kommunizierens betrachten. Wesentliche Vorbedingung der Auseinandersetzung mit menschlicher Kommunikation ist, dass man sich bei der Analyse menschlichen Verhaltens nicht auf ein Individuum beschränken darf, sondern zwischenmenschliche Systeme²⁷ betrachten muss. Es ist ein Fehler, die Kreisförmigkeit und die Wechselwirkungen von Kommunikationsprozessen unberücksichtigt zu lassen.²⁸ Denn Kommunikation ist grundsätzlich zu verstehen als zwischenmenschliches

²⁶Günter Bentele und Klaus Beck: „Information – Kommunikation – Massenkommunikation: Grundbegriffe und Modell der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft.“ In: Otfried Jarren (Hg.): *Medien und Journalismus 1*. Opladen 1994; 18–50.

²⁷„Systeme“ hier entschieden nicht im Luhmann’schen Sinne!

²⁸Paul Watzlawick, Janet H. Beavin und Don D. Jackson: *Menschliche Kommunikation. Formen, Störungen, Paradoxien*. Bern usw. 1969; 14.

Phänomen. Es fehlt auf diesem Gebiet eine auch nur annähernde Bewusstheit der Regeln, die in normaler Kommunikation befolgt, in gestörter Kommunikation dagegen durchbrochen werden (ebd. 37). Diese Regeln, „Axiome“, formulieren die Autoren, aufbauend auf der Kenntnis der typischen Störungen und Paradoxien menschlicher Kommunikation, die Paul Watzlawick in seiner psychotherapeutischen Arbeit kennengelernt hat. Die folgenden fünf Axiome werden dargestellt:

1. Man kann nicht nicht kommunizieren. (ebd. 53)
2. Jede Kommunikation hat einen Inhalts- und einen Beziehungsaspekt, derart, dass letzterer den ersteren bestimmt und daher eine Metakommunikation ist. (ebd. 56)
3. Die Natur einer Beziehung ist durch die Interpunktion der Kommunikationsabläufe seitens der Partner bedingt. (ebd. 61)
4. Menschliche Kommunikation bedient sich digitaler und analoger Modalitäten. (ebd. 68)
5. Zwischenmenschliche Kommunikationsabläufe sind entweder symmetrisch oder komplementär, je nachdem, ob die Beziehung zwischen den Partnern auf Gleichheit oder Unterschiedlichkeit beruht. (ebd. 70)

Zu Axiom 3, Interpunktion der Kommunikation: Besonders in Konfliktsituationen neigen die Parteien dazu, unterschiedlich zu interpunktieren, d.h. Ursache und Wirkung unterschiedlich zu verteilen: Jeder sieht eher den anderen als agierend, sich als reagierend. Beispiel I: Person A: „Ich ziehe mich zurück, weil du immer nörgelst.“ Person B: „Ich nörgle, weil du dich immer zurückziehst.“ Beispiel II: Kritiker werfen den Fernsehsendern vor: „Zuschauer sehen zu viel Gewalt-Filme, weil die Sender zu viele davon senden.“ Die Fernsehsender halten dagegen: „Wir senden nur so viele derartige Filme, weil sie von den Zuschauern nachgefragt werden und wir aus ökonomischen Gründen hohe Einschaltquoten brauchen.“ Nach Watzlawick u.a. ist immer das Kommunikationssystem im Ganzen (inkl. beider Parteien, deren Handlungen sich gegenseitig bedingen) zu betrachten.

Medienbegriffe

Ein Medium ist – wie oben in Folge Thomas Mocks Ausführungen zum Medium dargestellt – die spezifische Kombination von Zeichensystemen bzw. Zeichen und technischen Medien, die Kommunikationsmöglichkeiten durch ihre materiellen und technischen Eigenschaften bestimmen, da sie nur begrenzte Möglichkeiten der Nutzung bieten. Medium ist dabei eine spezifische und relativ stabile Verwendungsweise von Kommunikationsmitteln für bestimmte kommunikative Zwecke. Wichtig ist in diesem Zusammenhang, dass die Eigenschaften der kommunikativen Zwecke nicht vollständig durch die der zugrundeliegenden Kommunikationsmittel begründet werden können. Stattdessen zeigen sie Formen des institutionalisierten sozialen Gebrauchs, in der Weise, wie bevorzugte Verwendungsweisen in den Alltag eingebunden werden und sich aufgrund des Gebrauchs wandeln (Mock 2006, 194 f.).

Medien als Form von Kommunikation werden je nach Interesse bzw. Perspektive auf diese Medien als Institution, als Organisation und bzw. oder als System bezeichnet. Dabei wird deutlich, dass Vorsicht geboten ist, da je nach Kontext ganz unterschiedliche Dinge gemeint sind, wenn Medien als Institutionen, Organisationen oder Systeme beschrieben werden, denn jede Interaktion bzw. Kommunikation zwischen Menschen kann als soziales System beschrieben werden, egal, ob sie technisch oder direkt vermittelt wird. Auch Organisationen, die gemeinsam Funktionen erfüllen, bilden Zusammenhänge, die als System bezeichnet werden können.

Institution beschreibt Verbindlichkeit für das Handeln, die sich aus sozial definierten Regeln mit gesellschaftlicher Bedeutung ableiten. Sie bezeichnen also das Handeln aufgrund fester gesellschaftlicher Erwartungen. Dies kann nur mit Sicherheit funktionieren, wenn solche Institutionen in ihrer Art und Struktur bekannt sind. Nicht genau gekannte oder eher befolgte Institutionen werden in aller Regel von den betroffenen Gesellschaften als Mißachtung ihrer Traditionen und Kultur verstanden. Institutionen sind als ritualisierte dauerhafte Lösungen permanenter Probleme. Auf diesen etablierten Handlungsweisen usw. (wie z.B. Tabus) bauen soziale Rollen und Organisiertheit wie vor allem Machtverteilungen auf, die wiederum die Aufrechterhaltung der Institutionen sicherstellen.²⁹

Organisation ist ein soziales Gebilde mit jeweils mehr oder weniger spezifischem vorgegebenem Ziel, formell geregelter Mitgliedschaft, mit institutionellen Regeln und einem Erzwingungsstab zur Durchführung (einer Exekutive).³⁰ Entsprechend ist Organisiertheit das Merkmal bzw. die Eigenschaft von Organisationen und deren verwaltungsbedingten Eigenheiten. In der Regel sind sie entsprechend mit ausgereiften (sprich "großen") Verwaltungsstrukturen ausgestattet³¹, in denen Wissen, Normen, Recht, Kontrollen usw. auf die verschiedenen Zuständigkeitsbereiche aufgeteilt sind.³² So sind Massenmedien nicht immer ohne weiteres als einzelne konkrete Organisation zu erkennen, aber sie sind immer organisiert.

System ist in seiner Bedeutung dagegen kybernetisch orientiert: es beschreibt den Zusammenhang von Operationen,

²⁹Erving Goffman: *Interaktionsrituale*. Frankfurt 1999.

³⁰Thomas Mock: „Was ist ein Medium?“ a.a.O., 196 unter Verweis auf Hartmut Esser: *Soziologie. Spezielle Grundlagen*. Band 5, 2000, 238–249.

³¹Wichtig in diesem Zusammenhang ist Parkinson's Law, dass den Wachstum von Institutionen und deren Organisation in interner und externer Kommunikation diskutiert: Cyril Northcote Parkinson: "Parkinson's Law" in: *The Economist*, Nov 19th, 1955.

³²Zum Thema Inkompetenz und dessen Auswirkung in Hierarchien siehe: Laurence J. Peter & Raymond Hull: *The Peter Principle: Why Things Always Go Wrong*. New York: 1969.

die voneinander abhängen oder sich zumindest aufeinander beziehen und sich genau deshalb von anderen Operationen abgrenzen lassen, die nicht zum betreffenden System gehören. Dabei resultieren Systeme in dauerhaften Rollen- und Handlungsstrukturen, wie dies auch bei Organisationen der Fall ist (s.o.). So können z.B. Verlage, Redaktionen, Radiostationen, Fernsehsender usw. als Systeme verstanden werden, wenn sie ein gewisses Maß an Komplexität und eigener Rationalität erreichen oder überschreiten.

Organisationen als soziale Gebilde mit einem spezifischen Sinn reproduzieren sich selbst immer wieder und sind daher soziale Systeme (Mock ebd. wiederum unter Verweis auf Esser ebd., 298).

Es folgen einige wesentliche Definitionen des Medienbegriffs, die sich z.T. ergänzen, zum Teil aber auch aus unterschiedlichen Kontexten auf Medien blicken. Je nach Schwerpunktsetzung und Fragestellung verwendet man unterschiedliche Medienbegriffe. Medium ist nicht gleichbedeutend mit Massenmedien. Zusätzlich ist wichtig, dass es enge und weite Verständnisse des Medienbegriffs gibt.

Ein **enger Medienbegriff** wird z.B. von Baudrillard, Kittler oder Winkler vertreten, bei dem der Bereich der Phänomene, die als (Massen-)Medien begriffen werden, sich kaum vom traditionellen Verständnis von Massenmedien unterscheidet, die in der Medienwissenschaft untersucht werden: Schrift, Fotografie, Film, Fernsehen, Radio, Computer.

Aus der Logik der jeweiligen Theorien ergeben sich aber signifikante Unterschiede! So ist das Mediale bei Winkler an den Prozess der Zeichenbildung gekoppelt, bei Kittler an den Prozess der Datenverarbeitung, bei Baudrillard an den Prozess der Simulation.

Ein **weiter Medienbegriff** wird z.B. von McLuhan und von Flusser vertreten, wobei deren Begriff wegen der relativ offenen Bestimmung des Medialen so weit gefasst ist: Bei Flusser bezeichnen Medien alle Strukturen, in denen Codes funktionieren.

Dazu wird ein ausreichend weiter Begriff von Codes unterstellt. Bei McLuhan sind Medien alle Artefakte, die als Infrastrukturen menschlicher Kommunikation und Interaktion dienen können.

Luhmanns Medienbegriff ist präzise, aber sehr abstrakt und daher vergleichsweise weit: Seiner Definition von Medien fehlen alle Spuren des konkreten Seins, sie erlaubt die Beobachtung von Zeit, Macht, Geld, Kunst als Medien neben den eigentlichen Massenmedien. Als Medium kann alles begriffen werden, das sich als Einheit der Differenz von Form und medialem Substrat beschreiben lässt, d.h. als Menge loser gekoppelter Elemente, in denen sich Formen durch ihre strikte Kopplung ausprägen können. Alles, was als eine Sprache mit sich unterscheidenden Zeichen definiert werden kann, ist dann als Medium verstehbar.

Medienbeschreibungen, Einordnungen

Bentele und Beck unterscheiden Medien anhand des Gebrauchs des Begriffs in der Kommunikations- und Medienwissenschaft, wie er bereits in der Einleitung verdeutlicht wurde.³³ Dabei beschreiben sie die Gruppen, die je nach Sprachgebrauch Medien sind und auf denen die unterschiedliche Auseinandersetzung mit den beschriebenen Medien fußt:

materielle Medien wie Luft, Licht, Wasser, Ton, Stein, Papier, Zelluloid;

kommunikative Medien oder Zeichensysteme wie Sprache, Bilder, Töne;

technische Medien wie Mikrofone, Kameras, Sende- und Empfangseinrichtungen;

Medien als Institutionen, also die einzelnen Medienbetriebe (bestimmte Zeitung oder Fernsehanstalt) und die „Gesamtmedien“, z.B. „der Film“, „der Hörfunk“, „das Fernsehen“.

³³Günter Bentele und Klaus Beck: „Information – Kommunikation – Massenkommunikation.“ In: Otfried Jarren (Hg.): *Medien u. Journalismus 1*. Opladen 1994; 18–50, 40.

Anhand anderer Kategorien beschreiben Schmidt und Zurstiege jedes Medium als einen *Kompaktbegriff*, der sich wiederum in vier Komponentenebenen teilt.³⁴ Das wirkt auf den ersten Blick sehr ähnlich wie bei Bentele und Beck, hat aber ganz andere Unterscheidungen zur Folge, was für die Einordnung und Reflexion über einzelne Medien und deren Eigenschaften wesentlich ist:

Kommunikationsinstrumente, das heißt materielle Zeichen, die zur Kommunikation benutzt werden, allen voran natürliche Sprachen;

Medientechniken, die eingesetzt werden, um Medienangebote etwa in Form von Büchern, Filmen oder E-Mails herzustellen, zu verbreiten oder zu nutzen;

institutionelle Einrichtungen bzw. Organisationen (wie Verlage oder Fernsehsender), die entwickelt werden, um Medientechniken zu verwalten, zu finanzieren, politisch und juristisch zu vertreten usw.;

schließlich die Medienangebote selbst, die aus dem Zusammenwirken aller genannten Faktoren hervorgehen (wie Bücher, Zeitungen, Fernsehsendungen usw.).

Massenkommunikation nach Maletzke

Die wesentliche Definition von Massenkommunikation stammt von Gerhard Maletzke. Sie definiert fünf Faktoren, die entscheidend dafür sind, ob ein Medium Massenkommunikation bietet oder nicht. Neben dieser Definition gibt es andere, die nach anderen Kriterien unterscheiden. Man muss je nach Ausrichtung der Überlegungen entscheiden, mit welchen Definitionen man arbeiten will und kann – Maletzkes Definition von Massenkommunikation schließt z.B. Theaterveranstaltungen als Massenkommunikation aus, da das Publikum nicht ausreichend verteilt („dispers“) ist. Sie erlaubt aber die Einbeziehung von Graffiti

³⁴Siegfried J. Schmidt und Guido Zurstiege: *Orientierung Kommunikationswissenschaft*. Reinbek 2000; 170.

und Tattoo, da diese über einen langen Zeitraum ein disperses Publikum erreichen können.

„Unter Massenkommunikation verstehen wir jene Form der Kommunikation, bei der Aussagen

öffentlich (also ohne begrenzte und personell definierte Empfängerschaft)

durch technische Verbreitungsmittel (Medien)

indirekt (also bei räumlicher oder zeitlicher oder raumzeitlicher Distanz zwischen den Kommunikationspartnern)

und **einseitig** (also ohne Rollenwechsel zw. Aussagenden und Aufnehmenden)

an ein disperses Publikum vermittelt werden.“³⁵

³⁵Gerhard Maletzke: „Psychologie der Massenkommunikation.“ In: Ders.: Kommunikationswissenschaft im Überblick. Opladen usw. 1998; 45 f. Meine Hervorhebungen; JFD

Primäre, sekundäre, tertiäre Medien

Harry Pross teilt Medien danach in Gruppen, mit welchen Mitteln sie produziert und rezipiert bzw. empfangen werden können.³⁶

primäre Medien sind Mittel des menschlichen Elementarkontaktes ohne Gerät,

sekundäre Medien bedürfen zu ihrer Hervorbringung, nicht jedoch zu ihrer Wahrnehmung, Gerät,

tertiäre Medien setzen auf Seiten des Produzenten wie auf der des Konsumenten Geräte voraus.

Quartiäre Medien

Ergänzt werden können – wenn man die obigen Pross’schen Definitionen auf Massenmedien bezieht – **quartiäre Medien**, die auf beiden Seiten Geräte voraussetzen, nicht aber ausschließlich massenmedialer Kommunikation oder Mitteilungsverbreitung dienen. Das Internet ist z.B. ein Medium, das vom Nutzer in anderem Ausmaß aktive Entscheidungen über den Konsum verlangt und z.T. direkte Rückkopplung des Nutzers zum Anbieter erlaubt. Daraus ergeben sich schnelle und spontane Wechsel der Zuordnung aufgrund der wechselnden Benutzungsmodi: Man kann über den Computer medial beschallt werden, wie dies klassische Push-Medien tun (man denke vor allem an Berieselung durch Radio und Fernsehen), man kann aber auch gezielt Inhalte abrufen, deren Präsentation und Zusammensetzung gestalten: Geboten werden also Wechsel zwischen Push- und Pull-Medien (siehe unten) und dabei zwischen Medien mit tertiären Eigenschaften und quartiären. Und diese sind etwas Neues, das in die Pross’sche Struktur einzufügen ist. Digitalisierung ermöglicht die Integration und Mischung der ersten

³⁶Beth, Hanno/ Pross, Harry: Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Stuttgart usw. 1976.

drei Medienstufen in der vierten. Quartiäre Medien bieten eine enge Verbindung massenmedialer Eigenschaften (siehe „tertiäre Medien“), erlauben aber den jederzeitigen schnellen Wechsel zwischen individueller und Gruppenansprache. Es kann also gewechselt werden zwischen Einzelkommunikation („one-to-one“), Gruppenansprache durch den Einzelnen („one-to-many“) und des offenen Gruppengesprächs („many-to-many“), wie es z.B. soziale Plattformen im Internet und Gruppenmodi in Computerspielen bieten. Hierzu ist auch den Begriff der *mass-self-communication* bei Manuel Castells zu ergänzen.³⁷ Wesentlich ist, dass alle Kommunikation in quatiären Medien auf beiden Seiten der Kommunikation auf Geräte angewiesen ist.

Push und Pull-Medien

Push-Medien sind die Medien, die der Rezipient nur sehr allgemein beeinflussen kann³⁸, die primär dem Empfang dienen und deren Inhalte von den Anbietern / Sendern gesteuert werden. Mitteilungen laufen dabei nur in einer Richtung (unidirektional) vom Sender zum Empfänger. Pull-Medien hingegen sind solche, bei denen Mitteilungen vom Rezipienten gezielt ausgewählt und abgerufen werden.

Die Begriffe *Push* und *Pull* stammen in diesem Zusammenhang aus dem Marketing, in dem entsprechende Verkaufs- und Werbestrategien als Push- bzw. Pull-Marketing bezeichnet werden. Die einzelnen Medien unterscheiden sich deutlich bezüglich ihres Charakters in Push- bzw. Pull-Medien. Der Unterschied wird deutlich, wenn man beispielsweise über die formale und inhaltliche Differenz zwischen Buch und Hörbuch nachdenkt. Erst der Computer, der die verschiedenen Medienkanäle simuliert, kann sie in dem jetzt erreichten Ausmaß mischen, dabei bleiben die

³⁷Manuel Castells: *Communication Power*. Oxford 2009. Zu diesem wiederum: Christian Fuchs: „Some Reflections on Manuel Castells’ Book ‘Communication Power’ “ in: *TripleC* 7(1), 94–108, 2009.
<<http://www.triple-c.at>>

³⁸Die Möglichkeiten sind das An- bzw. Abschalten des Empfangsgeräts(!) und der Senderwechsel.

Push- bzw. Pull-Charakteristika für die jeweiligen Segmente erhalten. Durch ihre direkte Nachbarschaft wird der Wechsel zwischen ihnen und ihr Zusammenspiel jedoch erheblich erleichtert und intensiviert. Siehe hierzu auch die zuvor beschriebenen Quartiären Medien

Im Gegensatz zu Rundfunk und Fernsehen ist das Internet und dabei wiederum besonders das *World Wide Web* ein Pull-Medium, da der Nutzer gezielt Seiten aufrufen muss, um zu Informationen zu gelangen. Der Nutzer³⁹ ist aktiv an der Inhaltsauswahl beteiligt. Ohne entsprechende Eingaben erfolgt keine Ausgabe: Entsprechend muss er wissen, unter welchen Adressen gewünschte Informationen zu erhalten oder wie diese Adressen zu erfahren sind. Es handelt sich dabei um Interaktivität zwischen Nutzer und Angebot, bei der beide Seiten der Kommunikation wechselseitig senden und die Mitteilungen der Gegenseite empfangen.

So sind Rundfunk und Fernsehen klassische Push-Medien, das Internet und speziell das WWW typische Pull-Medien. Dabei ist diese Zuordnung von konkreter Nutzung abhängig, denn z.B. unbestellte Werbung, die zusätzlich zum angewählten Inhalt auf dem Bildschirm erscheint, wird dem Nutzer untergeschoben. Auch eMail-Newsletter sind je nach Kriterien, mit denen aktive Auswahl definiert wird, Push-Medium.

Während man seit der Mitte der 1990er Jahre versucht, einzelne Angebote des Internets dem Fernsehen anzugleichen – also das Push-Prinzip auf Teile des Internets anzuwenden – um die Nutzungsgewohnheiten vom Fernsehen auf das Internet übertragen zu können, geht beim interaktiven Fernsehen der Push-Charakter zurück. Dabei ist zu beachten, dass die bloße Existenz eines Rückkanals und sehr beschränkte Auswahlmöglichkeiten, wie sie für einige dieser Angebote bestehen, nicht ausreichen, diese Angebote als „interaktiv“ zu bezeichnen.

³⁹Kein reiner „Rezipient“ sondern aktiver „Nutzer“, was eine nicht quantifizierte Mischung aus Rezipient und Programmgestalter beschreibt.

Theorielandschaft

Medientheorie baut auf der Analyse von (Massen-)Medien auf und bindet diese in soziologische und andere Zusammenhänge ein. Aus den bisher entstandenen zahlreichen Theorien sprechen Erklärungsversuche zu Bedingungen, die an anderen Orten und zu anderen Zeiten plausibel waren – sie können aktuelle Gegenstände tatsächlich erklären helfen, sie können aber auch Weltsichten auf Beobachtungen pflöpfen, die nur verbogen in diese Formen passen. Nötig ist immer auch der Mut, einzugestehen, dass die Welt, dass Lebensbedingungen und Wirklichkeiten in ihr sich immer ändern und dass das Erklären immer auf das Beobachten von anderen Perspektiven angewiesen bleibt, will es dem Gegenstand gerecht werden.

Medien- und Kommunikationstheoretiker lassen sich Traditionen und Denkschulen zuordnen, in Gefolgschaften und Oppositionen einordnen (siehe Tabelle 1 auf Seite 50). Forschung zu Medien und Kultur teilt sich dabei in die Bereiche Medientexte, Medienindustrien und Medienrezeption. Alle praktischen Aspekte von Medien können dabei theoretisch reflektiert werden.⁴⁰ Aus diesen Zuordnungen der Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler ergeben sich entsprechende Bezüge der Ansätze und Theorien aufeinander oder eben auch Abgrenzungen voneinander. In wie weit diese Gruppenbildungen neben der inhaltlicher Bezüge und Verwendbarkeiten auch auf menschlichen Faktoren beruhen, muss offen bleiben. Aber es ist offensicht-

⁴⁰Hierzu z.B. Jane Stokes: *How to do media & cultural studies*. London et al. 2003.

lich und wichtig, dass einzelne Theorien in offen formulierter Antipathie gegenüber bestimmten anderen Denkrichtungen weiterentwickelt werden – nicht zuletzt, weil einzelne Denkmodelle philosophisch nicht zu vertretende Konsequenzen für das aus ihnen folgende Menschen- und Gesellschaftsbild haben. So werden z.B. offen antihumanistische Positionen anderer aus Prinzip abgelehnt, da die eigene Arbeit auf den Menschen und seine Kommunikationen, auf die Gesellschaft und den Menschen ausgerichtet ist und nicht auf Daten austauschende Maschinen. Antihermeneutische Arbeiten werden von den Allermeisten abgelehnt, da sie gar nicht wissenschaftlich sind⁴¹, und auch als Essay Wissenschaft zur Luftnummer machen.

Andere Gesellschaften mögen auf Makroebene der eigenen sehr ähnliche Bedingungen und Mechaniken bzw. Abhängigkeiten aufweisen und in gegebene Erklärungen der Zusammenhänge passen, im Detail zeigen sich die Eigenheiten und Unterschiede, die erklären können, dass auch wenn es so schien, die Mikroebenen nicht vorhandene, bekannte Zusammenhänge sind, sondern eine andere Wirklichkeit konstruieren. Entsprechend schlägt Raymond Williams als Grundlage der Interpretation gesellschaftlicher Zustände die Analyse der Verflechtung ökonomischer und rechtlicher Bedingungen mit den Sitten und Gebräuchen in einer Gesellschaft vor.⁴² Um sich z.B. historischen Lebensbedingungen und Produktionsverhältnissen, um sich vergangenen Gesellschaften oder gesellschaftlichen Zuständen anzunähern, brauchen wir Detailwissen, Hintergründe, um die damaligen Wirklichkeiten in ihrer eigenen Kausalität verstehen, um die gegenseitige Einflußnahme der Lebensbereiche aufeinander nachvollziehen zu können. Dabei wird immer wieder festzustellen sein, wie vielschichtig und widersprüchlich diese Wirklichkeiten oder *Gegenwarten*⁴³ innerhalb der Gesellschaft gewesen sind und was für Paradoxien sich daraus für das Leben ergaben bzw. ergeben.

⁴¹Z.T. fehlt die zweite Ebene wissenschaftlicher Arbeit, der Quellennachweis, völlig und damit die Nachvollziehbarkeit der Gedankenentwicklung.

⁴²Raymond Williams: *The long revolution*. Harmondsworth 1965.

⁴³Zum Begriff siehe: Armin Nassehi: *Wie weiter mit Niklas Luhmann?* Hamburg 2008; 34f.

Wesentlich ist außerdem, dass man nicht beliebig Ideen oder Aspekte aus den verschiedenen Denkschulen nehmen und kombinieren kann, da sie auf zum Teil völlig entgegengesetzten Grundannahmen aufbauen, die sich gegenseitig ausschließen. Es ist schwer, die Hintergründe der verschiedenen Schulen und einzelnen Theoretiker zu kennen, daher ist bei der Kombination von Ideen zumindest eine gewisse Vorsicht geboten. Zum Beispiel verdeutlicht Margot Berghaus im Vergleich der Theorien Luhmanns und Habermas' deren unterschiedlichen Gebrauch und vor allem die völlig andere Bedeutung derselben Begriffe: Beide sprechen von *Kommunikation* und *Systemen*, beziehen dies aber auf völlig verschiedene Konzepte. So ist bei Habermas der Mensch um der gesellschaftlichen Integration willen in der modernen Gesellschaft auf den Diskurs mit anderen verwiesen: auf die gleichberechtigte, symmetrische Partizipationschance am unbegrenzten, unverzerrten, herrschaftsfreien Diskurs. Es gibt jedoch typische Gefährdungen und Pathologien der modernen Gesellschaft, die darin bestehen, dass die Systeme die Lebenswelt kolonisieren und dabei dort das kommunikative Handeln zerstören.⁴⁴ Mit dem Systembegriff Luhmanns gelesen ergeben diese Sätze z.B. eine ganz andere Bedeutung, als sie im Sinne der Theorie Habermas' haben.

Medienwissenschaft hat sich in Deutschland vor allem aus den Philologien entwickelt und steht entsprechend in Methoden und Untersuchungsschwerpunkten in sprachwissenschaftlicher und allgemein geisteswissenschaftlicher Tradition, die zur Erklärung ihrer Beobachtungen auch auf Erkenntnisse und Modelle der Sozialwissenschaften zurückgreift. Im Ausland wird diese Positionierung des Fachs nur begrenzt geteilt: Dort steht die Medienwissenschaft in der Regel in sozialwissenschaftlicher Tradition, entsprechend sind Fragestellungen und Methoden anders. Dieser sozialwissenschaftlichen Ausrichtung steht die *empirische Medienwissenschaft* nahe, die u.a. Werner Faulstich entwirft⁴⁵, da z.B. aufgrund der fehlenden quantitativen Überprüfung auf

⁴⁴Margot Berghaus: „Alte“ Theorien über „neue“ Medien. In: dies. (Hg.): *Interaktive Medien – interdisziplinär vernetzt*. Wiesbaden usw. 1999; 51 f.

⁴⁵Werner Faulstich: *Grundwissen Medien* (3. vollst. überarb. und stark erw. Aufl.). München 1998, Fink.

Allgemeingültigkeit in seinen Augen solche geisteswissenschaftlichen Medientheorien zumeist Pseudo-Medientheorien seien, die zudem häufig nicht Verständlichkeit und intersubjektive Nachvollziehbarkeit böten (Faustich 1998, 23). Aber auch aus geisteswissenschaftlicher Tradition sind die kritisierten Äußerungen nicht wissenschaftlich, da sie auf eine nachvollziehbare Herleitung, auf Quellen und Belege z.T. völlig verzichten.⁴⁶

Erst seit Ende der 1950er Jahre wird von den Medien im Sinne der Massenmedien gesprochen. Entscheidend war die Grundlegung durch Gerhard Maletzke in *Begriff der Massenmedien* 1963. Vorher gab es aber schon viele Bausteine und Medientheorien *avant la lettre*. Drei Hauptströmungen sind dabei zu unterscheiden: Erstens die aus der Philologie und Sozialanthropologie stammenden Theorien, die vor allem den Einfluss von Literalität bzw. Oralität auf kollektive und individuelle Denkstrukturen untersuchen. Zweitens die aus der Kryptographieforschung entstehenden mathematischen und kybernetischen Informations- und Kommunikationstheorien und drittens die aus der Sozialpsychologie stammende Erforschung der Manipulation großer Zielgruppen durch die Massenkommunikation.

Die überschneidende Gleichzeitigkeit der verschiedenen Ansätze und Einflüsse wird in allen chronologischen Darstellungen der Entwicklung nicht deutlich oder sogar verdeckt. Die verwendeten Begriffe stehen für einflussreiche Theoriefelder, die sich auf die gesamte Geistes- und Kulturwissenschaft auswirken. Die Fokussierung auf die Medien mag daher zur Zeit die Auseinandersetzung dominieren, wird aber auch wieder von den anderen oder neuen Ausrichtungen des Denkens abgelöst werden:

Sprache (linguistic turn)

Zeichen (semiotic turn)

Bild (iconic turn, verwandt mit pictorial turn)

Kultur (cultural turn)

⁴⁶In diesem Zusammenhang werden vor allem Virilio, Flusser, Postman und Kittler regelmäßig genannt.

Praxis (pragmatic turn)

Performanz (performative turn)

Medien (medial turn)

Seit den 1970ern entsteht aus den Einzelwissenschaften Publizistik, Filmwissenschaft, Rundfunk und Fernsehforschung etc. aus Teilen der Literaturwissenschaft die integrierte Medienwissenschaft als transdisziplinäres Unternehmen mit allen Teildisziplinen der Medienwissenschaft: Theorie, Systematik und Geschichte. Medien werden untersucht als konstitutive Faktoren von Selbst, Gesellschaft und Kultur insgesamt. Der vertiefte Ansatz der Medienwissenschaft weitet diesen zugleich auf: Im Rückblick aus der Gegenwart rücken ältere Formen bis hin zu Schrift, bildenden Künsten, Bühne und damit deren Grundlage, die Stimme und der Körper, als Medien in den Untersuchungshorizont. Teile der Kunst-, Kultur- und Sozialgeschichte sind im Rückblick auch Mediengeschichte und Bestandteile der Medientheorie. Unter Abgrenzung der Fächer voneinander werden Inhalte, Methoden, Denktraditionen anderer Disziplinen für die Auseinandersetzung mit den (Massen-)Medien angepasst. Dabei ist aus der Wissenschaftsgeschichte bekannt, dass gegenseitige Beeinflussungen üblich und notwendig sind. Nicht zuletzt drücken sie fachunabhängig grundlegende Fragen der jeweiligen Zeit und Kulturen aus. Die Übernahme von Ideen, Methoden und Fragen aus anderen Disziplinen ist zudem immer wieder wesentlich für die Weiterentwicklung, da etablierte Inhalte dadurch in andere Zusammenhänge gestellt, aus einem anderen Blickwinkel betrachtet und bearbeitet werden können.

Medientheorie – Positionen

Tabelle 1: Überblick über die drei Hauptrichtungen der Medien- und Kommunikationstheorie in ihrer grundsätzlichen Orientierung und in ihren Bezügen und Beeinflussungen untereinander. Zu beachten ist, dass die linke und rechte Spalte identisch, aber für die Abbildbarkeit der unterschiedlichen Bezugnahmen gedoppelt ist. Die Liste ist natürlich nicht vollständig.

Philologie und Sozialanthropologie	mathemat. und kybernetische Theorien	Sozialpsychologie	Philologie und Sozialanthropologie
W.v. Humboldt			W.v. Humboldt
Bert Brecht W. Benjamin Bela Balasz Jack Goody Ian Watt	Claude Shannon Warren Weaver Talcott Parsons Gregory Bateson	Paul Lazarsfeld Robert Merton	Bert Brecht W. Benjamin Bela Balasz Jack Goody Ian Watt
Eric Havelock			Eric Havelock
	Harold Innis Herb. M. McLuhan D. de Kerckhove	Paul Virilio J. Baudrillard	Roland Barthes
	Niklas Luhmann	Nelson Goodman	
		Jürgen Becker	
	Siegfried J. Schmidt		
	Martin Seel		
Hartm. Winkler	Friedrich Kittler		Hartmut Winkler
		Mike Sandbothe	

Die Einsatzpunkte von Medientheorien stehen immer in diskursiven Zusammenhängen, d.h. aus Gedankenaustausch, Diskussionen und Auseinandersetzung mit fremden Positionen heraus entstanden und entstehen Konstruktionen, die Zusammenhänge erklären wollen. Beiträge sind also zumeist auch Antworten auf bereits dargestellte Positionen oder Prozesse. Theorien sind da-

bei natürlich nicht identisch mit der Wirklichkeit, sie interpretieren diese nur ausschnittshaft und versuchen, Funktionszusammenhänge und Zustände, Abhängigkeiten und Verbindungen zu erklären. Sie sind immer aus einer Perspektive gedacht, von der sie abhängig sind.⁴⁷

So ist z.B. **Marshall McLuhan** vor dem Hintergrund der kybernetischen Kommunikationsforschung zu lesen, wobei er sich auf **Harold Innis** beruft. Er arbeitet mit Goody und Havellock zusammen und **Derrick de Kerckhove** ist sein Schüler, der sich vor allem der Computer-Theorie und der Kognitionswissenschaft zugewandt hat. Innis, McLuhan und de Kerckhove sind die wesentlichen Vertreter der *Toronto School*.

McLuhan untersucht die Funktion von/der Medien, dabei fokussiert er auf den Einfluss von Medientechnologie auf alle möglichen Strukturen. Das Medium ist nicht bloss technischer Übertragungskanal einer unabhängigen Botschaft, sondern beeinflusst die Darstellung der Inhalte entscheidend mit: *The Medium is the message*. Natürlich ist die Analyse der Inhalte des jeweiligen Mediums trotz des primären Fokusses auf Form und formale Möglichkeiten nicht vergessen, auch wenn man McLuhan lange ausschließlich auf die Frage der Form reduziert hat.

Niklas Luhmann bezieht sich bei der Differenzierung von Form und Medium auf den Strukturalismus und die kybernetische Kommunikationsforschung. Er formuliert seine *Systemtheorie* seit den späten 1960ern zunächst in Anschluss an **Talcott Parsons**, für den soziale Integration die primäre Funktion von Gesellschaft ist. Wesentlich für Luhmanns Systemtheorie ist, dass nur mittels Kommunikation Gesellschaft und die Rollen in ihren Systemen konstruiert werden. Theodor W. Adorno hatte in seiner Auseinandersetzung mit Parsons' Theorie kritisiert, dass die im Prozess der Integration gegebene Entfremdung, Kontrolle und Freiheitseinschränkung, dass ungerechtfertigte Herrschaft in Auseinandersetzung mit den gesellschaftlichen Funk-

⁴⁷Als wesentliche Quelle, die einen sehr guten Überblick bietet und der die folgende Darstellung oft eng folgt, sei empfohlen: Alice Lagaay & David Lauer (Hrsg.): *Medientheorien. Eine philosophische Einführung*. Frankfurt; New York: 2004.

tionszusammenhängen nicht hinterfragt werde, sondern vielmehr zu einer „undurchdringlichen Einheit von Gesellschaft und Herrschaft“⁴⁸ werde, Systemtheorie also wesentliche Zusammenhänge verdecke. Diese grundlegende Kritik kann auf die Luhmann'sche Systemtheorie übertragen werden, ist aber bei seinen Auseinandersetzungen mit konkreten Situationen schwer aufrecht zu erhalten. Denn die in Kommunikationen manifestierten Machtstrukturen der einzelnen Systeme werden darin beschrieben, die zu einem Gesamtbild zusammengefügt werden können.

Seine Theorie ist wesentlich von Konzepten der (amerikanischen) Kybernetikforschung abhängig, was die Begriffe immer wieder deutlich machen: Kopplung, Selbstorganisation etc. Der von ihm verwendete Kommunikationsbegriff greift auf **Bate-sons** Informationsbegriff und **George Herbert Meads** funktionalistische Handlungstheorie zurück: Die gegenseitige Undurchsichtigkeit von Kommunikanden macht Kommunikation notwendig, sie schafft in den Kommunikationen gesellschaftliche Strukturen, die sich auch nur in Kommunikationen ausdrücken lassen. Zugleich kann durch Kommunikation die Distanz und Undurchsichtigkeit der Anderen nie wirklich aufgehoben werden. Kommunikation ist demnach der Prozess größtmöglicher Abstimmung, der zu immer weiteren Unterschieden (Differenzen) führt.

Die von **Siegfried J. Schmidt** formulierte *empirische Medientheorie* des radikalen Konstruktivismus beruht auf einem systemtheoretischen Ansatz, der auch auf kybernetische Quellen zurückgreift, auf **Paul Watzlawick**, **Humberto Maturana**, **Francisco Varela**.

Martin Seel macht den Medienbegriff in Anknüpfung an Luhmanns Medienbegriff fruchtbar für Probleme der Erkenntnistheorie, vor allem die Debatte um Realismus und Antirealismus und für Fragen der Ästhetik.

Aus Positionen, die vor allem in der französischen Philosophie formuliert werden, speist sich der *Strukturalismus* / *Poststrukturalismus*, der als zentrale Unterscheidung zwischen Struktur

⁴⁸Theodor W. Adorno: *Dialektik der Aufklärung*. Fft. a.M. 1988, 28.

und Ereignis und zwischen Signifikant und Signifikat, also dem Bezeichner und dem Bezeichneten trennt. Wegbereiter sind **Roland Barthes**, der über die **strukturelle Linguistik** die Semiotik als allgemeine Wissenschaft der Zeichen etablieren will und wesentlicher Theoretiker der Textualität und Bildlichkeit ist. **Jaques Derrida** sieht Schrift als materiellen Signifikanten und etabliert den Begriff der *différance* als Werkzeug zur Überwindung eines naiven Übertragungsmodells der Kommunikation. Die von **Michel Foucault** entwickelte *Diskursanalyse* rekonstruiert im Begriff des „Archivs“ die Machtstrukturen und Techniken zur Produktion, Organisation und Distribution von Wissen als historischer Vorbedingung. Und **Michel Serres**, der mit historischer Perspektive den Einfluss gesellschaftlicher Kommunikationsstrukturen auf das Denken untersucht.

In Deutschland werden – dominiert von der durch **Theodor W. Adorno**, **Max Horkheimer** und **Herbert Marcuse** vertretenen *Kritischen Theorie* – die Massenmedien lange ausschließlich als Teil des kapitalistischen Systems und daher als *Kulturindustrie* beschrieben, wobei die Positionen der Kritischen Theorie, die auch als *Frankfurter Schule* bezeichnet wird, ausgerechnet durch die Technikskepsis der *Heidegger-Schule* ergänzt werden. Diese Haltung folgt mehr oder weniger zwangsläufig aus der damaligen gesellschaftlichen Situation, die von der notwendigen Auseinandersetzung mit der Nazi-Zeit und ihren Folgen geprägt war. Die Annahme von Konsumzwang bzw. Konsumterror, die aus dieser Analyse abgeleitet wird, stellt zusammen mit der Manipulationsthese den Konsumenten als passives Objekt dar. Es ist jedoch sehr wichtig, in der Auseinandersetzung mit ästhetischen Gebrauchswertversprechen der Waren – das beinhaltet die Massenmedien – zu beachten, dass reale Bedürfnisse und Sehnsüchte von der „Kulturindustrie“ aufgenommen und dem Verwertungsprozess unterworfen werden.⁴⁹ **Susan Sontag** bietet in *Anmerkungen zu Camp*⁵⁰ deutliche Beispiele für solche marktwirtschaftlichen Verwertungsprozesse (siehe S. 105 f.).

Die medienkritische Position, die vor allem in der *Dialektik der*

⁴⁹Siehe: Wolfgang Fritz Haug: *Kritik der Warenästhetik. Gefolgt von Warenästhetik im High-Tech-Kapitalismus*. Frankfurt a.M. 2009.

⁵⁰Susan Sontag: „Anmerkungen zu Camp“ in: Dies.: *Kunst und Anti-kunst. 24 literarische Analysen.*, Frankfurt 1982.

Aufklärung ausgebreitet wird, geht mit einer Gesellschaftskritik einher, die durch die historische Situation der Autoren bestimmt war. Die Texte machen den Kulturschock der Autoren deutlich, den diese als Vetreter der deutschen Bildungselite nach der Flucht aus Europa im Kontakt mit der amerikanischen Kultur – v.a. Westküstenkultur – im Wissen um den in Europa wütenden Holocaust erlitten. Sie beschreiben aber zugleich die Funktionsweise des marktwirtschaftlich dominierten Medienmarkts und der mit dessen Prinzipien einhergehenden Auswirkungen auf die Gesellschaft, die von ökonomischer Verwertungslogik bestimmt ist. Immer wieder wird die Frage der Herrschaftsverhältnisse im Zusammenhang mit der Kulturindustrie gebracht. Der Text hat seine Gültigkeit nicht verloren, stattdessen lässt er sich immer direkter auf die Massenmedien in Deutschland und anderen europäischen Ländern anwenden, da diese (nicht nur die privatwirtschaftlichen Massenmedien) in Methoden und Inhalten den amerikanischen Verhältnissen zunehmend nahe kommen.

Die Beschreibung der vom Starkult und leeren Versprechen der Werbung dominierten amerikanischen Kultur ist in diesen Aspekten zutreffend, aber überspitzt und undifferenziert, vielleicht weil die Vielfalt der Kulturen vor Ort den Autoren im Erschrecken über den *Mainstream* nicht deutlich geworden ist. Entsprechend kommt es zu Vereinfachungen, die paradoxerweise gerade die Fortsetzung europäischer Kulturtraditionen in der amerikanischen übersehen. So wird z.B. die These formuliert, dass die Zuschauer sich bei der amüsierten Rezeption der Niederlagen Donald Ducks an die eigenen Niederlagen gewöhnten.⁵¹ Dem kann mit Verweis auf traditionelle tragische Helden⁵², aber auch damit widersprochen werden, dass in der Regel Mitleid mit dem Verlierer und Parteinahme für den *Underdog* über Schadenfreude und Apathie dominiert.⁵³

Als Gegenposition zu vor allem Adornos Medien- und Kul-

⁵¹Max Horkheimer und Theodor W. Adorno: „Kulturindustrie. Aufklärung als Massenbetrug“ in: dies.: *Dialektik der Aufklärung*. Frankfurt a.M. 1996, 128–176; 147.

⁵²Donald Duck (oft als cholerischer Trottel dargestellt) wird zur Identifikationsfigur, weil Zuschauer nicht gegen ihre eigenen Windmühlen ankommen und das bei ihm wiederentdecken. Sie lernen das nicht von ihm.

⁵³George Orwell: „Charles Dickens“ in: ders.: *Shooting an Elephant and other Essays*. London 2009; 112.

turskepsis ist zum einen jeder grundsätzliche Fortschrittsglaube anzusehen, zum anderen aber eine neutral beobachtende Auseinandersetzung mit der Entwicklung der (Massen-)Medien, wie sie vor allem Adornos Zeitgenosse **Walter Benjamin** vertreten hat und die von Adorno an dessen Frankfurter Institut für Sozialforschung nicht gefördert wurde. Benjamins Thesen und Überlegungen zu den Massenmedien⁵⁴ wurden erst in den 1970ern wiederentdeckt, vor allem aufgrund **Hans Magnus Enzensbergers** *Baukasten einer Theorie der Medien*, der Benjamin und die ihm geistig verwandte Radiotheorie **Bertolt Brechts**⁵⁵ wieder in die Diskussion einführte. Enzensberger plädierte auf diesen Vordenkern aufbauend für eine demokratische und aufklärerische Nutzung der Massenmedien, gegen marktwirtschaftlich bestimmte Massenmedien, deren Inhalte und Formen der Verdummung, Ruhigstellung und Konsumorientierung der Bevölkerung dienen. Dabei verwendet er beide Positionen, um gegensätzliche Gesellschaftsentwürfe und deren Massenmedien zu zeigen: Im Negativbild der gesellschaftlichen Verhältnisse im fortgeschrittenen Kapitalismus dominiert die Position Adornos und Horkheimers, während der Gegenentwurf freier und kritischer Massenmedien auf Benjamin und Brecht zurückgreift.

Die anglo-amerikanische und französische Medientheorie wurde in Deutschland erst in den 1980ern vermehrt wahrgenommen, wobei zeitgleich die Diskussion um die *Postmoderne* rezipiert wurde, was zu erheblichen Irritationen in der deutschsprachigen Theoriediskussion führte. **Jürgen Habermas** als quasi-Erbe der Kritischen Theorie argumentierte gegen den Poststrukturalismus und die Systemtheorie, Luhmann wandte sich als Ausnahme von der deutschen Situation ab und orientierte sich in seiner Theorie früh an der Entwicklung in den USA.

Habermas entwickelte eine *Theorie des kommunikativen Handelns*, die in eine Gesellschaftstheorie und eine Theorie der Moderne eingebettet ist. Kommunikatives ist verständigungsorientiertes soziales, in der Regel sprachliches Handeln in der Le-

⁵⁴Walter Benjamin: *Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit*. Frankfurt a.M. 1963.

⁵⁵Bertolt Brecht: „Der Rundfunk als Kommunikationsapparat“ in: ders.: *Gesammelte Schriften* Band 18, Frankfurt a.M. 1967, 117–134.

benswelt; diese umfasst das persönliche Lebensumfeld, kulturelle und politische Öffentlichkeiten, ferner auch die Kommunikationsnetze und Massenmedien. Kommunikatives Handeln hat nach Habermas in der Moderne eine besondere Bedeutung bekommen, weil Kommunikation gesellschaftliche Integration schaffen muss, die früher normativ gebildet wurde. Im Prozess der Modernisierung ist durch die Versprachlichung des rituell gesicherten normativen Grundeinverständnisses eine „Entzauberung und Entmächtigung“ eingetreten.⁵⁶ Soziale Integration muss demnach bewusst durch einen kommunikativ herzustellen- den Konsens geleistet werden, was aber angesichts des Problems, „dass Kommunikation nicht nur die Lösung, sondern auch das Problem sein kann“ die Habermas'sche Einschränkung des kommunikativen Handelns auf die „richtigen Motive in der vernünftigen Struktur von Kommunikation“ auflöst.⁵⁷ Diese Bedingung stellt aber Habermas auch selbst. Die zur Meinungsbildung in der Gesellschaft unerlässlichen Massenmedien dürfen daher weder politisch noch privatwirtschaftlich kontrolliert sein, da sie frei von Beeinflussung sein müssen, um ihre Aufgabe sinnvoll erfüllen zu können. Am Beispiel der Internet-basierten Kommunikation verdeutlicht er, dass sich die Fragmentierung der Gesellschaft und der diversen relevanten Informationen im Internet einander bedingen: Großes aber politisch fokussiertes Massenpublikum droht zu zerfallen in eine enorme Anzahl isolierter Themen und Agenden.⁵⁸ Ein Gegenbeispiel zum befürchteten Zerfall in individualisierte Debatten statt gesellschaftlicher Öffentlichkeit kann Indymedia.org sein, dass Zugang zu sozial relevanten Informationen zu verschiedensten Themen verbindet und so diese zuvor individuell verfolgten Themen zur leichteren Verfolgung und Auseinandersetzung bündelt.

Unter Rückgriff auf die mathematische Kommunikationstheorie **Claude Shannons** und die frühe Computer-Theorie **Alan**

⁵⁶Jürgen Habermas: *Theorie des kommunikativen Handelns*. 2 Bd. Frankfurt 1981; II 119.

⁵⁷Armin Nassehi: *Wie weiter mit Niklas Luhmann?* Hamburg: 2008.

⁵⁸Jürgen Habermas: „Political Communication in Media Society: Does democracy still enjoy an epistemic dimension? The impact of normative theory on empirical research.“ In: *Communication Theory*, 2006: 16 (4); 411–426.

Turings formuliert **Friedrich Kittler** die *Historische Medienwissenschaft*, die Begriffe wie „Geist“, „Kultur“ usw. als technisch realisierbare Schaltzustände reduziert sieht. Dabei wird auf die Foucault'sche Diskursanalyse zurückgegriffen, wobei der historische Fokus und damit die wesentliche medientheoretische Ausrichtung verschoben werden. So wird zum Beispiel die Analyse von Texten technologisch erweitert zur Analyse von technischen Aufschreibesystemen. Dabei werden die antihumanistischen und antihermeneutischen Elemente der Theorie Foucaults radikalisiert und der Unterschied zwischen Medialem und Nicht-Medialem geht verloren, da das Nicht-Mediale durch bestimmte mediale Konstellationen ausgelöst oder dargestellt erscheint: Konzepte/Begriffe wie „Sinn“, „Interpretation“, „Mensch“ tauchen demnach als Oberflächeneffekte von Datenverarbeitung auf und dieses Prozessieren von Daten lässt sie auch wieder verschwinden. Nicht menschliche Kommunikation mit ihren spezifischen Möglichkeiten und Einschränkungen wird dabei zu Grunde gelegt, sondern die Funktionsweise technischer Übertragungen, die bei Kommunikation die Charakteristik von Informationskopien annimmt und daher nicht für oder gar über den Menschen und seine Kommunikation sprechen kann.

Verschiedene Medientheorien formulieren Annahmen von Vorbedingungen, auf denen ihre Überlegungen aufbauen und ohne die sie nicht schlüssig wären. In philosophischer Tradition werden Zustände, von deren Bestehen vor dem Einsetzen einer Idee oder eines Prozesses ausgegangen wird, als „a priori“ bezeichnet. Bei Kittler bedeutet das a priori der Medien, dass die jeweilige historische Medienlage unserer konkreten Erkenntnis und Weltansicht voraus gehe. Das macht nur Sinn, wenn man jeweils im Rückblick die später entdeckten Möglichkeiten auswertet, die in den betreffenden Medien angelegt waren/sind. Was dem jeweiligen Interpreten nicht vorstellbar ist, kann er nicht erfassen. Dabei bleiben die Akteure und Absichten gezielter Entwicklung bestimmter Medientechniken für konkrete Zwecke jedoch diffus⁵⁹ (siehe *A Priori der Medien* ab Seite 92).

Zentral ist bei Kittler und ähnlichen Entwürfen die Betonung

⁵⁹Ich danke Hartmut Winkler für die Erklärung des a priori, die ich hier hoffentlich nicht zu sehr durch Verkürzung entstelle.

der *Simulation*, in der die Medienwelt als von der Wirklichkeit abgelöster Schein beschrieben wird, der die Wirklichkeit in ihrer Bedeutung für die Menschen ablöse. Dabei bilde die Simulation von Dingen, Zuständen, Gefühlen diese in den Schaltkreisen der Computer ab und nicht im Bezug auf die simulierten Vorbilder:

Ihr Modell ist nicht mehr die Abbildung, sondern der Schaltkreis. Das erschüttert den Wirklichkeitsbegriff im Innersten.⁶⁰

Das ist schlichtweg Unsinn, denn wie **Wolfgang Fritz Haug** differenziert darstellt, sind Computer-Simulationen Probehandlungen innerhalb möglichst realitätsgerechter Modelle. Sie sind ganz entschieden auf die Wirklichkeit bezogen, die sie aufgrund wachsender Rechenleistung immer detaillierter abbilden. Es handelt sich bei dieser Simulation lediglich um die Ablösung der analogen durch die digitale Referenz, die Wirklichkeit und ihre Bedingungen verändert dies nicht und das Leben löst sich auch nicht aus seinen stofflichen Abhängigkeiten.⁶¹

Vergleichbar übertrieben ist die Betonung *virtueller* Wirklichkeiten und allgemein der *Virtualität* von Szenarien, Figuren und Handlungsoptionen, die mit Hilfe von Computern simuliert werden können: Der Begriff bezeichnet schlicht *Möglichkeiten*, die in Wirklichkeit nicht vorhanden sind. Hierin unterscheiden diese sich nicht von der im mündlichen, schriftlichen und bildlichen (filmischen) Erzählen etablierten Funktion von Fantasiewelten, die in der Vorstellung geschaffen werden. Am Beispiel der spekulativen Geografie wird diese Einschränkung sofort deutlich. Virtuelle Welten sind keine neue Idee, sondern vermutlich so alt wie das Erzählen. Beschreibungen von Utopien sind zumeist Beschreibungen alternativer Gesellschaften und virtueller Orte. So enthalten Reiseberichte für die Daheimgebliebenen Unbekanntes, das sie sich entsprechend ihrer eigenen Vorstellungsgabe ausmalen. In solchen Berichten angelegte Motive werden ausgeschmückt und beginnen ein eigenes Leben: So führten z.B.

⁶⁰Norbert Bolz: *Eine kurze Geschichte des Scheins*. 1991, 109.

⁶¹Wolfgang Fritz Haug: *Kritik der Warenästhetik. Gefolgt von Warenästhetik im High-Tech-Kapitalismus*. Frankfurt a.M. 2009; 335 f.

die Weiterbearbeitung der Großfüßler, Einäugigen und kopflo-
sen Einwohner fremder Kontinente aus Marco Polos Berichten
zu kollektiven Vorstellungen fremder Wesen in dortigen Brei-
ten und zur Benennung Patagoniens. Auch wo tatsächliche geo-
grafische Zustände entsprechend einer bestimmten Idee inter-
pretiert werden, entstehen phantastische Welten. Deutlich wird
dies sofort an Olaus Rudbecks barocker Sicht Schwedens als
des verschollenen Atlantis⁶². Aber auch die Entwicklung der
kartografischen Darstellung des nordamerikanischen Kontinents
und damit zusammenhängende Annahmen der Existenz einer
Nordwest-Passage verdeutlichen, dass Fiktionen kartografische
Darstellung lange massiv beeinflusst haben. Neue Ergebnisse der
Erforschung vor Ort wurden dabei immer wieder entsprechend
der etablierten Darstellungen interpretiert und so verändert,
dass sie in die bestehenden Bilder eingefügt werden konnten.
Wo die Beschreibungen von Augenzeugen nicht zu den Idealen
passten, wurde der tradierten Abbildung so lange Vorrang ge-
geben, bis Darstellungen der geografischen Zustände vor Ort durch
offiziell beauftragte Kartografen, vor allem aber durch das publi-
kumswirksame Scheitern von Expeditionen, die von den falschen
Informationen ausgegangen waren, korrigiert wurden.⁶³

Der wesentliche Unterschied digitaler Bilder zum analogen Film
ist die Möglichkeit der Einflussnahme auf das vom Computer
vorgespielte Geschehen, das über die angesprochenen Sinne als
echt erscheinen kann. Die durch Computersimulationen inzwi-
schen erreichte Dichte der Darstellung reduziert möglicherweise
das Maß an Fantasie, das für solche Vorstellungen notwendig
war und ist. Nach wie vor liegt jedoch die Hauptleistung in der
individuellen Konstruktion von Fantasiewelten in der Vorstel-
lung jedes einzelnen Rezipienten (der daher deutlich mehr als
ein „Rezipient“ ist), die auf den von den Urhebern (Autoren)
gebotenen und medial vermittelten Spezifika aufbaut.

Als Gegenentwurf zu Kittler und als *kritische Theorie der Me-
dien*theorie bestreitet **Hartmut Winkler**, dass eine Abkehr

⁶²Gunnar Eriksson: *The Atlantic Vision. Olaus Rudbeck and Baroque Science*. Canton, MA 1994.

⁶³Ausführlich in: Glyn Williams: *Voyages of Delusion. The Search for the Northwest-Passage in the Age of Reason*. London 2002.

von semiotischen und philosophischen Analysen der Bedingungen von Sinn und Bedeutung überhaupt möglich ist. Entsprechend versucht er auch, den Ursprung des Wunsches nach einer solchen Abkehr zu ergründen.

Die von ihm vorgenommene medientheoretische Transformation wendet Semiotik und Sprachphilosophie auf die Medien an, da er das Entstehen und Entwickeln, das permanente Überprüfen von Zeichenform und Inhalt im Gebrauch als zentral für die Funktion von Medien und deren Theoretisierung verdeutlicht. Diese semiotische und sprachphilosophische Aufklärung der Medientheorie greift wiederum auf die theoretischen Ressourcen des Poststrukturalismus zurück.

Mike Sandbothe sucht in einer als *medienphilosophischer Pragmatismus* bezeichneten Haltung Antworten auf praktische Fragen möglichen Medieneinsatzes, wobei er dabei vor allem auf gesellschaftliche Gestaltungsmöglichkeiten unter heutigen medientechnischen Bedingungen eingeht, wie z.B. die Entwicklung politischer Handlungsfähigkeit und die Verbesserung demokratischer Gesellschaften im Kleinen und Großen.

Exkurs: Postmodern

Da der Begriff nach wie vor sehr unterschiedlich definiert wird, zum Teil vehement abgelehnt, sei kurz kommentiert: Aus der Literatur-, Kunstwissenschaft und Architekturgeschichte, in denen er zur Abgrenzung von Stilepochen verwendet wird, ist er in alle möglichen, aber auch weniger sinnvollen Kontexte übernommen worden, was seine Bedeutungsbreite immer wieder erweitert und unter anderem dazu geführt hat, dass er heute umgangssprachlich als Synonym für „Gegenwärtig“ verwendet wird, ohne den Bedeutungskern des Konzepts zu beachten. Wichtig ist, dass ein wesentlicher Unterschied besteht zwischen *post-modernity* als der Zeit nach der Moderne und *post-modernism* als dem Konzept *Postmoderne*, wobei im Deutschen dieser Unterschied sprachlich nicht deutlich ist, da für beides derselbe Bezeichner „Postmoderne“ verwendet wird.

Die Postmoderne wird von Baudrillard als das Ende der linearen Zeit gesehen.⁶⁴ Lyotard betont weiterführend als entscheidend für die Postmoderne den vielgestaltigen Charakter der Kultur und das Ende der Groß-Erzählun-

⁶⁴Jean Baudrillard: *Die fatalen Strategien*. München: Matthes & Seitz, 1985; 17

gen.⁶⁵ Der sich in den 1990ern durchsetzende postmoderne Ansatz argumentiert ausgehend vom isolierten Individuum, dass aus Fraktalen zahlreicher Rollen bestehe und sich seine eigene Weltsicht schaffe. Postmoderne Theorien argumentieren mit Paradoxen, die sie als These einführen und als Fakt behandeln. Objekte und Geschehnisse bekommen dann die Bedeutung, die man ihnen zugesteht, alles ist beliebig kombinierbar, Hauptsache es ist „authentisch“. ⁶⁶ *Authentisch* bedeutet „echt, den Tatsachen entsprechend und daher glaubwürdig“. Der daraus folgende Widerspruch zwischen postmoderner Pastiche und Authentizität wird in der Regel psychologisierend aufgelöst: Das Gezeigte ist dann „total ehrlicher“ Ausdruck der jeweiligen Persönlichkeit. Stark verkürzt lässt sich dieses Verständnis als „Hyper-Individualismus“ kritisieren.

Deutlich konkreter ist die Sichtweise Heinrich Klotz', der architekturgeschichtlich argumentierend auf die Verteidiger der Postmoderne hinweist, die diese als ein Korrektiv der Moderne verstanden wissen wollen, also

gerade nicht den Bruch mit der Moderne [...], sondern die argumentative Antwortsituation, die dialektische Verflochtenheit von Moderne und Postmoderne.⁶⁷

Aufgrund dieser Entwicklung und Bezüglichkeit der Postmoderne auf die Moderne argumentiert er ebenso wie verschiedene Soziologen für die Bezeichnung *Zweite Moderne*, die den Bezug des Neuansatzes deutlicher macht als die – so Klotz – irreführende Bezeichnung Post-Moderne (Klotz 1990: 174).

Paul Gilroy verweist auf die alternative Definition der Postmoderne, die in Folge der Moderne als Kritik am Individualismus- und Konsumfetischismus, im Kern bereits von der Generation W.E.B. DuBois' und Mahatma Gandhis vorgeschlagen wurde und zentral für den Umgang mit weltweiten Zusammenhängen und Abhängigkeiten und wesentlich für das Ideal weltweiter Solidarität der Menschen ist:

This postmodern predicament is not driven by consumerist impulses but by a critique of them, not by unchecked capitalism but by a sense that nature enforces limits on the human capacity to remake and transform the world. [...] It can be approached through the translocal impact of political ideologies, social relations, and technological changes that have fostered a novel sense of interdependence, simultaneity, and mutuality in which the strategic and economic choices made by one group on our planet may be connected in a complex

⁶⁵ Jean-Francois Lyotard: *Das postmoderne Wissen*. Herausgegeben von Peter Engelmann. Graz, Wien 1986; 112 ff.

⁶⁶ David McCrone, Angela Morris, Richard Kiely: *Scotland – the Brand, the Making of Scottish Heritage*. Edinburgh 1995; 46.

⁶⁷ Heinrich Klotz: „Postmoderne: – Ende der Moderne?“; in: Beat Wyss (Hg.): *Bildfälle*. Zürich, München 1990; 170–181, 173.

manner with the lives, hopes, and choices of others who may be far away.⁶⁸

McLuhans magischen Kanäle

Medium-Theorie

Innis, McLuhan und Meyrowitz (Toronto School of Communication, eher kulturwissenschaftlich ausgerichtet) haben die sog. Medium-Theorie entwickelt, die sich selbstverständlich mit dem Begriff auseinandersetzt. Zentral ist ihre These, dass die Medien die Kultur prägen, daher auch „Medium-Theorie“. Der Begriff reicht sehr weit, von Mikro bis Makro, von bestimmten übermittelten Inhalten bis zu menschlichen Artefakten generell. Sie argumentieren, dass eine Gesellschaft z.B. nur mit Printmedien ganz anders ist, als eine Gesellschaft, die das Fernsehen kennt und nutzt, unabhängig von den in den Medien verbreiteten Inhalten. Meyrowitz unterscheidet bei Medien die Bedeutung von Kanälen, Sprachen und Umwelten:

- (1) Medium als Kanal hebt auf vermittelte Inhalte ab.
- (2) Medium als Sprache weist auf unterschiedliche Grammatiken z.B. von Text- und Bildmedien und auf Aspekte der Intermedialität hin.
- (3) Medien als Umwelten bezieht sich darauf, dass die Erfahrungen, die in einer Kultur gemacht werden, durch die Existenz der vorhandenen Medien geprägt werden. Dieser Aspekt steht bei der Medium-Theorie im Mittelpunkt.

Besonders die Unterscheidung zwischen dem 3. Punkt und dem 1. Punkt – Medium versus Medien-Inhalt – ist von fundamentaler Bedeutung. In seinem Buch *Die Fernsehgesellschaft* stellt Joshua Meyrowitz dar, dass eine Gesellschaft mit Fernsehen

⁶⁸Paul Gilroy: *After Empire. Melancholia or convivial culture?* Abingdon 2004; 80.

ganz anders ist als eine Gesellschaft mit nur Printmedien.⁶⁹ Dieser prägende Einfluss der Medien (prägend wie die physikalische Umwelt) entfaltet sich fundamentaler als die vermittelten Inhalte der Medien; er erstreckt sich auch auf Menschen, die individuell das Medium gar nicht nutzen.

McLuhan: Understanding Media

McLuhan steht für die Untersuchung eines Mediums als Medium. Kern seiner Überlegungen ist, dass der formale Inhalt jedes Mediums immer ein anderes Medium ist: Inhalt der Schrift ist die Sprache, das geschriebene Wort ist wiederum Inhalt des Buchdrucks und der Druck ist Inhalt des Telegrafens usw.

Er konzentriert seinen Blick auf die psychischen und sozialen Auswirkungen der Muster und Formen und auf die Art und Weise, wie sie schon bestehende Prozesse verstärken und beschleunigen. Primär ist in seiner Sicht, dass die „Botschaft“ jedes Mediums oder jeder Technik die Veränderung des Maßstabs, Tempos oder Schemas ist, die das jeweilige Medium für die Situation des Menschen bringt. Dabei sind die Mitteilungsformen, die ein Medium ermöglicht, völlig unabhängig vom Inhalt des Mediums.

Der Medien-Begriff ist bei ihm sehr weit gefasst. Er bezieht das ein, was in Publizistik-, Kommunikations- und Medienwissenschaften darunter verstanden wird – Sprache, Schrift, Druck, Film, Hörfunk, Fernsehen –, darüber hinaus sämtliche Artefakte des Menschen, von der Technik bis zum Geld als *Ausweitungen* des menschlichen Körpers.⁷⁰

Auf dieser Basis entwirft McLuhan eine Theorie gesellschaftlichen Wandels. Eine entscheidende Wandlungstendenz konstatiert er mit der Entwicklung des *global village* durch die Erfindung der Elektrizität: Elektrisch zusammengezogen ist die Welt

⁶⁹Joshua Meyrowitz: *Die Fernsehgesellschaft. Wirklichkeit und Identität im Medienzeitalter*. Weinheim: 1987.

⁷⁰Marshall McLuhan: *Die magischen Kanäle*. Düsseldorf 1992; 33. Marshall McLuhan und Bruce R. Powers: *The Global Village. Der Weg der Mediengesellschaft in das 21. Jahrhundert*. Paderborn 1995; 31, 103, 129.

nur mehr ein Dorf. Spezialisierte Techniken zerstören die Stammesorganisation, die nichtspezialisierte Technik der Elektrizität stellt sie wieder her. Diese Position ist im Zusammenhang der Globalisierung ein hilfreicher Baustein, Varianz und Scheinbedeutungen von Formen etc. werden von ihr aber nicht berücksichtigt. Aufgrund wirtschaftlicher Bedingungen verstärkt die (für Mehreres stehende) Elektrizität zudem die Teilung der Welt und auch nationaler Gesellschaften. Das weltweite Dorf ist nur für diejenigen ein Dorf, die die für diese Kompression wesentlichen Kanäle nutzen können.

Heiße Medien und Kalte Medien

McLuhan führt in diesem Zusammenhang die Unterscheidung heißer und kühler bzw. kalter Medien ein. *Heiße Medien* wie das TV erfordern nur (sehr) geringe Beteiligung des Nutzers oder Konsumenten (McLuhan 1992, 44 ff.). Es genügt, einen Knopf zu drücken, danach muss der Konsument keine weiteren Aktivitäten ausführen, außer ggf. zuzusehen bzw. zuzuhören – da sie ihre Inhalte quasi aufdrängen, nennt man sie zur Betonung dieses Aspekts Push-Medien. Das Gegenteil sind *Kühle Medien* oder wie sie im Kontrast zu „heiß“ zumeist genannt werden: *Kalte Medien*. Sie verlangen hohe Aktivität und zum Teil komplexe Handlungsfolgen, um sie zu aktivieren und in Gang zu halten. Sie verlangen vielfältige Interaktivität zwischen Gerät und Mensch, die als Wechselwirkung zwischen Medien und Mensch verstanden werden und werden zur Beschreibung dieser Forderung konstanter Auswahlentscheidungen durch den Nutzer auch als Pull-Medien bezeichnet (hierzu auch Seite 42).

Luhmanns Realitäten

Systemtheorie

Die Grundannahme der Systemtheorie Luhmanns ist, dass sich Kommunikation immer an andere Systeme wendet, da kein System *mit* seiner Umwelt kommunizieren kann. Das Problem dabei ist, dass sich jedes System *in* seiner Umwelt reproduzieren muss, weil es sonst aufhört zu existieren. Unterschieden wird also zwischen System-Umwelt-Beziehungen und System-System-Beziehungen, wobei jedes System dabei als „System in einer eigenen Umwelt“ vorzustellen ist. Das klingt verschraubt, erlaubt aber die Konzentration auf Kommunikation und deren Funktion für Gesellschaft als System. Umwelten sind quasi diffus, da sie sich aus dem Zusammenspiel verschiedener (Teil-)Systeme zusammensetzen, die zu differenzieren sind, wenn man das Zustandekommen der Umwelten beschreiben will. Es gibt entsprechend dieser Logik also keine Einheiten von Systemen oder Umwelten, da diese sich funktional unterscheiden und dieser Unterschied in ihrer kommunikativen Beschreibung reproduziert wird.⁷¹ Adornos Kritik an Parsons' Theorie⁷² ist hier in Erinnerung zu bringen: Die Konzentration auf gesellschaftliche Funktionszusammenhänge kann die Entfremdung zwischen Individuum und Gesellschaft, auch das Leiden des Einzelnen an der Gesellschaft in ihrer Beschreibung verdecken. Herrschafts- und Machtverhältnisse, vor allem ungerechtfertigte Herrschaft als gesellschaftliches Problem können und müssen jedoch in Einzelfallanalysen hinterfragt werden, um diese methodisch bedingte Unschärfe auszugleichen: Kein Mensch ist nur Teil eines Systems – in jeder Situation ist er zugleich Element verschiedener Systeme, seiner sozialen Umwelt, von der er abhängt. Menschen treffen Entscheidungen beeinflusst von ihren sozialen und psychischen Einbindungen, in der Regel gegen die Funktionslogik der einzelnen von Luhmann unterschiedenen Systeme. Loyalitäten

⁷¹Bei Luhmann geheimnisvoll esoterisch: „die Einheit der Differenz von System und Umwelt“. Niklas Luhmann und Peter Fuchs: Reden und Schweigen. Frankfurt a.M. 1989, 214.

⁷²Siehe Seite 51.

und Pfründewirtschaft werden von der allgemeinen Systemtheorie nicht erfasst. Berufspolitiker bieten sich als Beispiel hierzu an: Sie agieren nie nur im Teilsystem Politik, da sie wirtschaftliche und rechtliche Konsequenzen aus ihrem und für ihr soziales Umfeld (also ggf. persönliche Nachteile) bei allen Entscheidungen berücksichtigen müssen: Ihre Umwelt beeinflusst ihr Handeln in und gegenüber dieser Umwelt, nicht gegenüber den theoretisch isolierbaren Systemen, die diese Umwelt ausmachen.

Spezifische kulturelle Veränderungen, z.B. Integrationsentwicklungen nach Migration, werden von Luhmanns System nicht konkret beschrieben, da Luhmann die Funktion der Kommunikation für die Gesellschaft untersucht, die jede Form von Veränderung beinhalten kann. Die Systemdarstellung fokussiert nicht auf Einzelfälle, was den Eindruck erweckt, dass er aus weitem Abstand auf das menschliche Leben sieht. Es wäre jedoch falsch, daraus abzuleiten, dass Luhmann sich nicht für den aktuellen Zustand der Gesellschaft und Umwelt, in der er lebte, interessierte. Deutlich wird dies, wenn man seine Überlegungen z.B. zu Gefahren und Risiken der Atomenergie oder auch der Funktionen der Massenmedien im Detail betrachtet: Faktoren zwischenmenschlicher und auch massenmedialer Kommunikation werden sehr genau und praxisbezogen analysiert und definiert, seine Beschreibung bleibt nicht abstrahierend, sondern bietet in ihrer Einordnung der Beobachtungen Anknüpfungspunkte für strategischen Umgang mit Zuständen und Entwicklungen.

Im Rahmen seiner Systemtheorie untersucht Luhmann auch das System der Massenmedien und beschreibt deren Funktion und Arbeitsweisen, da dieses die separaten Systeme Recht, Wirtschaft usw., aus denen sich bei ihm die Funktion der Gesellschaft zusammensetzt, verbindet.⁷³ Die Bedeutung der Massenmedien liegt dabei in der ständigen Erzeugung und Verarbeitung von *Irritation*, die wesentlich für die Selbstüberprüfung von Systemen ist, die so feststellen, ob sie wie gehabt funktionieren oder Änderungen an der eigenen Organisiertheit vornehmen müssen. Die Massenmedien tragen somit eine Sonderrolle als Mittler zwischen den parallel operierenden separaten Systemen, aus denen

⁷³Niklas Luhmann: *Soziale Systeme. Grundrisse einer allgemeinen Theorie*. Frankfurt a.M. 1984; 220 ff.

sich Gesellschaften zusammensetzen.⁷⁴ Dabei ist die Funktion der Massenmedien nicht die Vermehrung von Erkenntnis oder Vermittlung von Sozialisation, sondern die Fortschreibung, das Anknüpfen an Kommunikationsprozessen. Wenn die Massenmedien die verschiedensten Systeme irritieren können, so besteht mehr Verbindung und Einflussnahme zwischen den Systemen, als bei Betrachtung des Modells zunächst deutlich wird.

Problematisch ist die uneingeschränkte Annahme der Irritierbarkeit, weil es Teile der Gesellschaft gibt, deren Weltbild derart gefestigt ist, dass es weder individuell noch kollektiv irritiert werden kann. Typische Beispiele sind Anhänger von Verschwörungstheorien, extremistischer Parteien, aber ebenso „ewig-gestrige“ Verteidiger der Nazizeit und des deutschen Handelns in dieser Zeit, deren Weltsicht und Erklärung durch keinerlei Information irritiert wird, weil sie nicht wahrgenommen oder als grundsätzlich unzutreffend abgelehnt wird.⁷⁵

Wesentlich ist für Luhmann, dass Kommunikationen in der Summe Gesellschaften schaffen, die detailliert untersucht und beschrieben werden können, da durch sie Zustände, Hierarchien, Positionen, Handlungsmöglichkeiten usw. in Beziehung dargestellt werden können.⁷⁶ Ein Gedanke, der der Kulturdefinition und Analyse Raymond Williams' sehr verwandt zu sein scheint (siehe Seite 78). Während Williams aber die Zusammenhänge der Lebensbereiche als wesentlich bei der Beschreibung und Interpretation gesellschaftlicher Verhältnisse ansieht, isoliert die Systemtheorie die Bereiche voneinander, wodurch Einflüsse auf die Funktion und Produktion in einzelnen Systemen verdeckt wird. Die Abhängigkeit individueller juristischer Entscheidungen von psychologischen Faktoren bei der Bewertung von Positionen, Aussagen, Straftaten, die in der Beschreibung des Systems *Recht* nicht erfaßt sind, macht dies deutlich.

Durch die Fokussierung auf die Beschreibung von Gesellschaft durch Untersuchung ihrer Funktionssysteme werden Abweichun-

⁷⁴Niklas Luhmann: *Die Gesellschaft der Gesellschaft*. Frankfurt a.M. 1997; 190 ff.

⁷⁵Hierzu: Alexander und Margarethe Mitscherlich: *Die Unfähigkeit zu trauern. Grundlagen kollektiven Verhaltens*. München 2007; u.a. 50–55.

⁷⁶Niklas Luhmann: *Die Gesellschaft der Gesellschaft*. 595 ff.

gen von der jeweiligen Systematik und Regelmäßigkeit der Systeme schwieriger erfasst. Auch Zivilcourage ist „abweichendes Verhalten auf Grund eigener Urteilsbildung“ und wird „in den meisten Gesellschaften nicht gerne gesehen“.⁷⁷ Überspitzt zusammengefasst lässt sich Durchschnittsverhalten aufgrund der hohen Regelmäßigkeit sehr gut beschreiben: Die Logik von Mitläufern beschreibt Mitläufersysteme.⁷⁸ Entscheidungen nach individuellem Gewissen und persönlicher Verantwortungsbereitschaft unterlaufen die Regelmäßigkeit, den Konsens und sind Einzelfälle, die entsprechend schlecht in Funktionssysteme passen, da sie ja gerade deren Systematik nicht folgen. Die Analyse von Verhaltensformen (v.a. von Ausreden für das Mittun im Nazi-System) in der deutschen Nachkriegsgesellschaft, wie sie von Alexander und Margarethe Mitscherlich angeboten wird, lässt sich auch auf Niklas Luhmanns Darstellung seiner Kriegs- und Gefangenschaftserfahrungen⁷⁹ anwenden. In wie weit sich daraus Schlüsse auf die Motivation der Systemtheorie⁸⁰ ergeben, bleibt zu untersuchen.

Grundsätzlich können aufgrund der Aufteilung in einzelne Funktionssysteme Positionen im Geflecht dieser Systeme verortet und Sichtweisen auf dieses beschrieben werden. Wichtig ist zu beachten,

dass der Systembegriff auch auf den, der mit seiner Hilfe analysiert, anwendbar ist, und daher nicht gut als Konstrukt ohne empirische Referenz aufgefasst werden kann.⁸¹

⁷⁷A. u. M. Mitscherlich: *Die Unfähigkeit zu trauern*. 63.

⁷⁸„Mitläufer“ ist ein Euphemismus: Die gesellschaftliche Mehrheit verhält sich passiv, wodurch sie sich sowohl von aktiver Opposition als auch den aktiven Tätern abgrenzt. Dass Passivität Mitschuld bedeutet, wird dabei verdrängt. Hierzu: Margarete Mitscherlich: *Erinnerungsarbeit*. Frankfurt a.M. 1987, 18 f.

⁷⁹Z.B. in Wolfgang Hagen (Hg.): *Warum haben Sie keinen Fernseher, Herr Luhmann?* 17.

⁸⁰Kurz angeschnitten in: Albrecht Koschorke u. Cornelia Vismann: *Widerstände der Systemtheorie: Kulturtheoretische Analysen zum Werk von Niklas Luhmann*. Berlin 1999, 14.

⁸¹Niklas Luhmann u. Peter Fuchs: *Reden und Schweigen*. Frankfurt a.M. 1989, 212.

Wesentlich ist dabei auch, dass Kommunikation immer weiter an vorherige anknüpft und anknüpfen muss: Aufgrund der Unsichtbarkeit und Unüberprüfbarkeit des Verstehens der Mitteilungen ist Kommunikation (da sie komplexe Themen wie die Funktion der Gesellschaft beinhaltet) unendlich. In der Praxis ist die Darstellung einzelner Perspektiven auf den Gegenstand durchaus möglich, auch wenn viele Anknüpfungen dabei unbesprochen bleiben. Auch wenn man die Perspektive des Gegenübers nie ganz einnehmen kann, ist eine Annäherung möglich, die die dahinter befindliche Logik der unterschiedlichen gesellschaftlichen Systeme und ihrer individuellen Konstruktion erkennbar macht.⁸² Kommunikation mag dementsprechend immer ein Kompromis bezüglich der Mitteilungsbedeutungen und Aussageabsichten sein, pragmatischer Konsens ist dabei der alltägliche Filter der Bedeutungsdifferenzen in Kommunikationen.

Niklas Luhmann verwendet den Medien-Begriff ebenfalls in sehr weiter Bedeutung, allerdings ganz anders als McLuhan und die Toronto School. Für Luhmann ist ein „Medium“ alles, was unterschiedliche „Formen“ annehmen kann, die sich immer wieder neu zusammenfügen lassen und zerfallen, ohne dass das Medium verbraucht wird. Als besondere Medien unterscheidet Luhmann drei Typen von Kommunikationsmedien:

- (1) Sprache ist ein Medium, das sich durch Zeichengebrauch auszeichnet. Sie benutzt akustische bzw. optische Zeichen für Sinn.
- (2) Aufgrund von Sprache haben sich Verbreitungsmedien, nämlich Schrift, Druck und Funk entwickeln lassen. Sie sind auch die Grundlage für die Massenmedien in der modernen Gesellschaft.
- (3) Ferner gibt es die symbolisch generalisierten Kommunikationsmedien [...] Wichtige Beispiele sind: Wahrheit, Liebe, Eigentum/Geld, Macht/Recht. Diese gehören jeweils zu einzelnen Funktionsbereichen der Gesellschaft.⁸³

⁸²In Anlehnung an Niklas Luhmann: *Soziologische Aufklärung*. Opladen 1970, darin vor allem: 31 ff.; 113 ff.

⁸³Margot Berghaus: *Luhmann leicht gemacht*. Köln 2002.

Die Realität der Massenmedien

Nach Luhmann sind Massenmedien

alle Einrichtungen der Gesellschaft [...], die sich zur Verbreitung von Kommunikation technischer Mittel der Vervielfältigung bedienen [...und dafür] Produkte in grosser Zahl mit noch unbestimmten Adressaten erzeugen. [...] Entscheidend ist auf alle Fälle: dass keine Interaktion unter Anwesenden zwischen Sender und Empfängern stattfinden kann.⁸⁴

Es gibt zwei Arten von *Realität der Massenmedien*: Erstens die reale Realität der Massenmedien als die in ihnen ablaufenden, sie durchlaufenden Kommunikationen (S.13). Man kann aber noch in einem zweiten Sinne von der Realität der Massenmedien sprechen, nämlich im Sinne dessen, was für sie oder durch sie für andere als Realität erscheint. Luhmanns Text handelt vor allem von dieser zweiten oder genauer: Von der beobachteten Realität (ebd. 14, 15).

Der Eröffnungssatz der *Realität der Massenmedien* wird gern zitiert und als Beleg für die allumfassende Bedeutung der Massenmedien angeführt. Man darf aber nicht vergessen, dass der Text die Ausarbeitung eines Vortrags ist und mit einer pointierter oder überspitzten These beginnt, um die Aufmerksamkeit der Zuhörer zu fesseln:

Was wir über unsere Gesellschaft, ja über die Welt, in der wir leben, wissen, wissen wir durch die Massenmedien. (ebd. 9)

Luhmann hat diese Globalaussage selber gerne relativiert, nicht jedoch im Text selbst, sondern in anderen Zusammenhängen.⁸⁵ Schon der Begriff *Wissen* ist zu vielseitig, als dass Luhmanns

⁸⁴Niklas Luhmann: *Die Realität der Massenmedien*. 2. erw. Aufl. Opladen 1996; S. 10f.

⁸⁵Sehr deutlich in: Wolfgang Hagen (Hg.): *Warum haben Sie keinen Fernseher, Herr Luhmann?* Berlin n.d.

Satz allgemeingültig sein könnte – die Bandbreite zwischen implizitem Wissen und lexikalischem Wissen reicht hierbei zur Verdeutlichung. Das gleiche Problem birgt *Welt* in ihrem Bedeutungsspektrum in den verschiedenen Disziplinen und Kontexten.⁸⁶ Auch ignoriert die These die Bedeutung direkter körperlicher Erfahrung für das Selbstbild und den Bezug des Menschen auf seine Umwelt.⁸⁷

Die Erfahrungen, die der Mensch im eigenen Leben mit der eigenen Umwelt gemacht hat, überträgt er auf die in den Massenmedien gezeigten. Er kann „mitfühlen“, weil er um die Bedeutung von Handlungen oder Stimmungen weiss: Gesellschaftliche Konflikte und Konfrontationen, die in den Massenmedien beschrieben werden, werden z.B. aufgrund der individuellen Kenntnis von Aggression, Angst und Schmerzen mit Bedeutung gefüllt. Die Grundstrukturen der in den Massenmedien präsentierten Handlungen stammen aus dem Kanon an Erzähltraditionen um menschliche Konflikte, die nur in ihrer äußeren Ausgestaltung kulturabhängig sind, im Kern jedoch als anthropologische Konstante gesehen werden können. Als Gegenthese also:

Was wir über die Welt wissen, wissen wir aus eigenem Erfahren. Wir übertragen es auf die Welt, wie sie in den Massenmedien konstruiert wird. Aus den Massenmedien lernen ist möglich, wenn deren Inhalte auf unserem bestehenden Wissen aufbauen.

In ihren Beschreibungen der Gesellschaft und der Welt *konstruieren* die Massenmedien eine Realität, die dann für uns bzw. die Gesellschaft entsprechend ihrer quantitativ massiven Darbietung als die Realität erscheint. Die Beschreibung der Realität ist dabei an die Lebens- und Arbeitsbedingungen derer gebunden, die diese Beschreibung entsprechend ihrer eigenen Möglichkeiten und Sichtweisen schaffen. Inwieweit Medienrealitäten als

⁸⁶Die bei Luhmann in der Fußnote zum Satz behauptete Abhängigkeit des Soziologen von den Massenmedien ist m.E. überspitzt. Ein guter Wissenschaftler überprüft seine Vorannahmen an den Beobachtungen und passt die Erklärung an die Empirie an. Dass Theorien und Inhalte vor allem über Massenmedien transportiert werden, stimmt allerdings.

⁸⁷Siehe auch: Hartmut Winkler: *Basiswissen Medien*. Frankfurt a.M. 2008.

außerhalb der Medien geltend von der Gesellschaft übernommen werden ist schwer messbar, da immer auch andere Faktoren in diese Realitätsbeschreibungen und deren Rekonstruktion hineinspielen. Dies sei kurz an einem Beispiel verdeutlicht: Seit einiger Zeit werden von den deutschen Medien im Vorfeld von Bundestagswahlen so genannte Kanzlerduelle inszeniert. Das Format ist aus dem amerikanischen Wahlkampf übernommen, ist preiswert zu produzieren und bietet sich für zeitintensive Zusatzberichterstattung in allen Massenmedien und zur Quotengenerierung an. Es entspricht in der Fixierung auf einzelne Kandidaten und deren Persönlichkeit jedoch nicht den Funktionsprinzipien der bundesrepublikanischen Demokratie, die Bedeutung der Parteien und vor allem des Parlaments als Souverän werden dabei nicht berücksichtigt. Dies ist nun in zwei Weisen zu lesen: Das Kanzlerduell kann als Beschreibung heutiger bundesrepublikanischer Wirklichkeit mit gestärkter Position der Kanzlerin / des Kanzlers und geschwächtem Parlament verstanden werden oder als Einflussnahme und Verzerrung der Darstellung parlamentarischer Demokratie durch das Fernsehen und andere Massenmedien. Das wiederum bietet zwei Möglichkeiten: Die Komplexität unserer Demokratie wird von den Medien erheblich reduziert dargestellt, ohne dass sich diese selbst ändert. Die Öffentlichkeit und die Medien kennen ungeachtet der Darstellung die Hintergründe und Zusammenhänge. Oder aber die in der Verfassung eigentlich beabsichtigte Machtverteilung und ihre Konsequenzen sind der Öffentlichkeit mehrheitlich nicht bekannt, die sich aufgrund der vereinfachten Darstellung in den Massenmedien ein falsches Bild von der beabsichtigten Machtverteilung auf Parlament und Regierung macht und als Realität akzeptiert.

Luhmann bestreitet im Gegensatz zu anderen konstruktivistischen Ansätzen nicht, dass es eine objektive Realität gibt, vielmehr ist sie in der Ferne sichtbar, als Horizont unerreichbar fern, aber Hintergrund und Orientierungsfeld menschlichen Denkens und Handelns. Vor diesem Horizont muss man sich ein Bild von der näher am Einzelnen stehenden Realität machen, nach Luhmann *konstruieren*. Das kann jeder individuell für sich allein, aber dann ist es eine isolierte Einzelsicht, die keine verbindende Wirkung hat. Menschen brauchen eine sozial verbindliche, ge-

meinsame Realitätsvorstellung, von der bei und in Kommunikation ausgegangen werden kann. Dieses Realitätskonstrukt wird in der heutigen westlichen Gesellschaft vor allem von den Massenmedien geliefert. Es bildet gleichsam das Gedächtnis der Gesellschaft und liefert Anleitungen dazu, wie die Welt und Ereignisse in ihr verstanden werden können (ebd. 143). Dabei können sich die Realitätskonstruktionen zwar erheblich von der Sicht auf die Realität entfernen, die außerhalb der Massenmedien die Welt und das Leben bestimmen, aber sie verlieren dabei entsprechend ihrer Deutlichkeit unterschiedlich schnell ihre Glaubwürdigkeit. Die Beschreibung der Realität in den Massenmedien wird dann nur als innerhalb dieser Massenmedien geltend angenommen.

Die Kriterien, nach denen die Massenmedien die Welt und die Gesellschaft beobachten und beschreiben, sind wesentlich für die Analyse der Massenmedien und der Gesellschaft selbst. Die Beschreibungen der Realität innerhalb und außerhalb der Massenmedien sind – nicht zuletzt in ihrer Glaubwürdigkeit – zuerst abhängig von den Verhältnissen in der Welt und erst dann als Ableitung von den Ideen, mit deren Hilfe man die Welt zu interpretieren versucht. Luhmann teilt die Beschreibung der Welt in die, die in den Massenmedien geschieht und in die, die durch die Rezipienten von Massenmedien geleistet wird: Dabei sind Massenmedien *Beobachter erster Ordnung*: Sie beobachten die Welt und soziale Gruppierungen in dieser, wobei sie gleichzeitig Teil dieser Welt sind, sozusagen Gestalter und Interpret einer spezifischen Weltsicht. Daraus folgt, dass sie manche Zusammenhänge nicht wahrnehmen oder berichten, und dass blinde Flecken in der Weltkonstruktion aus ihrer Position und Perspektive folgen. Jeder, der Massenmedien rezipiert und berücksichtigt, dass sie auch die eigene Sicht auf die Welt beeinflussen, beobachtet dabei zugleich die Massenmedien beim Beobachten, der reflektierende Nutzer ist also ein *Beobachter zweiter Ordnung*. Der Beobachter als Teil des Systems kann Einfluss auf die Funktion des Systems nehmen, quasi als Steuermann (von diesem griech. „Kybernos“ kommt der Begriff der Kybernetik). Dass die Einflussmöglichkeiten des Einzelnen in einer heutigen pluralistischen Gesellschaft in der Regel begrenzt sind, ist ein anderer Aspekt.

Eine Anmerkung zum in diesem Zusammenhang immer wieder gemachten Vergleich mit Heisenbergs Unschärfe-Relation scheint notwendig: Dass die Unschärfe-Relation auf soziale Systeme und deren Beobachtung übertragen werden kann, ist zweifelhaft. Nach Werner Heisenberg und Niels Bohr ist die Definition der Unschärfe bei Beobachtungen immer auf den jeweils individuell betrachteten Messprozess bezogen. Die Soziologie gleicht wie die Physik individuelle Erhebungs- oder „Messunschärfen“ durch quantitative Datenerhebung und deren Vergleich und ggf. Mittelung aus, Übertragbarkeit oder Allgemeingültigkeit dürfte darüber hinaus nur auf der metaphorischen Ebene sinnvoll sein.

Teil II

Medienkultur

Kultur

Kulturbegriff

Das Wort Kultur leitet sich von lat. *colere* = anbauen, bebauen, beackern etc. ab. Kultur bezeichnet das vom Menschen Hervorgebrachte.⁸⁸

Wer Kultur hat, ist kultiviert – also nicht mehr im Rohzustand, sondern geformt und gebildet. Im Europa der frühen Neuzeit sah sich vor allem der Adel als kultiviert an, bald folgte das Bürgertum, immer in Abgrenzung von den Nicht-Kultivierten. Kultur wurde so gebunden an gesellschaftliche Hierarchisierung, an soziale Klassen, an ein Oben und ein Unten. Kultur war damit auch wertend.

Der europäische Kolonialismus globalisierte diese Wertung, die Teilung in „Uns“, die wir Kultur haben und die „Anderen“, die unzivilisiert sind, denen wir die Kultur bringen müssen. „Wir“ sind dann die Abendländer, die Europäer, die Christen, die westlichen Industrieländer oder die „erste Welt“. Seit dem späten 19. Jahrhundert wird dieses Oben und Unten gerne evolutionär gedreht: Wer Kultur hat, ist weiter auf dem Weg der Evolution, die anderen sind noch nicht so weit. Heute findet sich diese Einteilung zum Beispiel in der Einteilung von Musik in U- und

⁸⁸Ich folge bei den Ausführungen zum Kulturbegriff Jens-Ulrich Davids: *Erste Überlegungen zum Kulturbegriff*. Typoskript eines Beitrags zur Ringvorlesung *Kultur* an der Carl von Ossietzki-Universität Oldenburg, 2000.

E-Musik oder allgemeiner in der Unterscheidung von Hoch- und Populärkultur.

Aus der Ethnologie und Ethnographie kommt die Auffassung, dass Kultur die Gesamtheit der Hervorbringungen einer abgegrenzten Ethnie ist. Aus diesem Verständnis leitet sich ab, dass Nationen eine eigene – nationale – Kultur hätten.

In Britannien entstand nach dem Zweiten Weltkrieg aus marxistischer Theorie und sozialreformerischem Antrieb ein Verständnis von Kultur, das nicht klassenbezogen und nicht hierarchisch oder wertend sein wollte: Alle sind Teilhaber an Kultur, die Hervorbringungen des Bürgertums sind nicht wertvoller als die der Arbeiterklasse etc. Dieser allgemeine Kulturbegriff schließt an den der Ethnologie an: Kultur ist das, was Gruppen von Menschen gemeinsam haben und hervorbringen, was ihre Gemeinsamkeit ausmacht, ihre kulturelle Identität. Im Sinne Raymond Williams' ist Kultur die gesamte Lebensweise und bezeichnet die Organisationsprinzipien, die in allen Praktiken in der jeweiligen Kultur wiederzufinden sind.⁸⁹

Kultur ist demnach zum einen die Gesamtheit aller gemeinsamen Bedeutungen in einer Gruppierung (bei Stuart Hall "Systems of shared meaning") und zum anderen der Prozess ihrer Hervorbringung und Verbreitung. Die Gesamtheit der Hervorbringungen und der gemeinsamen Bedeutungen beinhaltet natürlich auch negative Aspekte von Kultur wie Verbrechen, Foltermethoden und andere Gewaltexzesse.

Die Bedeutungen, die eine Gesellschaft – oder ihre Teile – Dingen der Welt zuweist, wie die Welt durch Gruppen interpretiert wird und wie ihr Sinn gegeben wird, das ist Kultur. Kulturanalyse ist die Untersuchung dieser Bedeutungszuweisungen an Dinge. Diese haben nicht an sich schon Bedeutung, sondern erhalten diese im Prozess der Kommunikation, des gesellschaftlichen Lebens zugewiesen. Bedeutungszuweisungen ändern sich dementsprechend mit der Gesellschaft, aus der sie stammen und können in einzelnen Subkulturen deutlich unterschiedlich sein. Kultur ist die Art und Weise, wie diese Bedeutungszuweisungen geschehen.

⁸⁹Raymond Williams: *The long revolution*. Harmondsworth 1965.

Die Berührungspunkte der einzelnen Gruppen oder Kulturen innerhalb der Gesellschaft (bis hin zu den vielgenannten Parallelgesellschaften) liegen überall dort, wo unterschiedliche Realitäten konkret werden. Dabei verdeutlichen einzelne Situationen die Widersprüchlichkeit gesellschaftlicher Verhältnisse: Gesellschaft und Kultur ist inkonsistent. Das kann im öffentlichen Raum, aber auch privat geschehen, von den Massenmedien vermittelt und inszeniert oder in direktem Kontakt. Dabei wird schnell deutlich, dass sich menschliches Miteinander nicht in eine Frage oder auf eine Erklärung reduzieren lässt, da die Facetten der gesellschaftlichen Gruppen zu unterschiedlich und zahlreich, und da heutige Gesellschaften sehr komplex und widersprüchlich sind. Entsprechend können Theorien und Vorstellungen wie z.B. die von einer Multikulturellen Gesellschaft nicht alle Bedingungen und Zusammenhängen in einer Gesellschaft erklären oder lenken.⁹⁰

In diesem Zusammenhang ist Film natürlich ein Kulturprodukt, das von Angehörigen einer Kultur erstellt und vom Publikum unter Bezug auf dessen geltende Werte und Normen gesehen wird. Jeder Film transportiert in Form, Erzählstruktur und Inhalt Aussagen zur Kultur der Erzeuger und wird über den Rezeptionsprozess Teil der Kultur der Konsumenten. Zum Beispiel kann ein banaler Ballerfilm aus Hollywood die Themen und die Sprache anderer Kulturen massiv beeinflussen (Sie erinnern sich: "I'll be back!").

Kulturelle Hervorbringungen können als bedeutungstragende Zeichen gesehen werden, als Repräsentanten von Bedeutungen, die eine Art Sprache sind. Das Modell für solche Zeichensysteme – wie zum Beispiel Architektur, Umgangssprache, Verkehrszeichen, Werbung, Video-Clips – gibt die Sprache selbst ab. Diese lassen sich wie gesprochene Sprache untersuchen. Diese Kultursemiotik fußt auf Überlegungen des Linguisten de Saussure und des Kulturtheoretikers Roland Barthes. Zu beachten bleibt, dass „Kultur als Praxis der Bedeutungszuweisung“ in der Materialität der Dinge fußt. Kultur ist Teil des gesellschaftlichen Kräftespiels, das sich Macht-, Herrschafts-, Global-, Klassen- und Mi-

⁹⁰Hierzu sehr lesenswert: Mark Terkessidis: *Interkultur*. Berlin 2010.

lieuverhältnissen zuordnen lässt. Wer die Definitionsmacht hat, bestimmt viel mehr als die Begriffe innerhalb einer Kultur.⁹¹ Definitionsmacht ist Teil der Macht.

Kulturelle Kompetenz

Für das Erlernen von kultureller Kompetenz spielen didaktische und psychologische Aspekte eine große Rolle. Wesentlich ist auch der kultur- / landeswissenschaftliche Anteil des Hintergrunds, vor dem das reine Erlernen und Beherrschen z.B. einer Sprache zu einer Auseinandersetzung mit anderer Kultur wird: Zentral ist die Vermittlung von Wissen über kulturelle Mechanismen und Prozesse, zu denen z.B. kommunikative Strategien gehören, die für das weiterführende Lernen und den Gebrauch der Sprache Voraussetzung sind.

Wenn also ein Grundstock an kultureller Kompetenz gegeben ist, kann auf diesem zunehmend leicht aufgebaut werden, da eine wachsende Vertrautheit mit den kulturellen Rahmenbedingungen entsteht, die für eine selbständige Auseinandersetzung mit weiterführenden Inhalten Voraussetzung ist. Die andere Kultur soll verstehbar werden und ein Bewegen in diesen Kulturkreisen soll ermöglicht und gefördert werden.

Informationen und Daten werden heute aus einem wesentlich weiteren Umfeld gezogen und weitergegeben, als das noch 1990 oder 2000 der Fall gewesen ist. Diese Informationsflut transportiert auch Elemente fremder Kulturen, die im Zuge dessen weniger fremd werden. Einzuschränken ist dies allerdings insofern, als nur isolierte Phänomene und oberflächliche Reize zum Thema gemacht werden – zumeist wird nur behandelt, was werbewirksam ist.

Elemente fremder Kulturen werden in die vertraute Umwelt integriert und werden so selbst zu Aspekten der eigenen Kultur. Dies ist kein neues Phänomen, sondern so alt wie der Kontakt zwischen Kulturen. Am Beispiel der Übernahme von

⁹¹Z.B. „Standort Deutschland“; „Ossi“ gegen „Wessi“ etc.

Shakespeare-Texten in z.B. den deutschen Kanon kann man dies gut sehen.

Identität entsteht durch die Trennung von Objekt und Subjekt: Einerseits die Integration von Objekt-Repräsentanzen im allgemeinen Verständnis vom Objekt-Sein und andererseits der Selbst-Repräsentanzen zu einem einheitlichen Selbst.⁹² Identität kann daraus folgend nach David J. de Levita⁹³ ganz allgemein als ein „Bündel von Rollen“ definiert werden. Jeder Mensch entwickelt eine Vorstellung, ein Bild seiner selbst. Mit diesem im Hinterkopf begegnet er anderen Menschen und tritt mit seiner Umwelt in Kontakt. Hierbei wird das Selbstbild und damit das Selbstverständnis an der Wirkung auf die anderen Menschen und deren Reaktionen auf die Person und ihr Verhalten überprüft. Deutliche Unstimmigkeiten zwischen dem Selbstverständnis und der Wirkung auf Andere, also dem Image, führen normalerweise zu Änderungen in der Selbstsicht oder in der Bewertung der anderen Menschen. Die Bilder werden aneinander angeglichen.

Kleinere Unterschiede sind hierbei wohl normal, größere können aber zu ernststen Problemen führen, da das Selbstverständnis des entsprechenden Menschen bei diesen Diskrepanzen in Frage gestellt wird und damit ein ganzes Stück weit auch seine Identität.

Kultur ist zweierlei: Zum einen die Gesamtheit aller gemeinsamen Bedeutungen in einer Gruppierung, d.h. das, was eine Gesellschaft (oder Teile von ihr) den Dingen an Bedeutung zuweist, welche Werte und Normen sie womit verbindet – Stuart Hall nennt dies *System of shared meanings*. Zum anderen der Prozess ihrer Hervorbringung und Verbreitung: Die Dinge haben nicht an sich schon Bedeutung, sondern sie bekommen sie im Verlauf der Kommunikation und des gesellschaftlichen Umgangs zugewiesen. Kultur ist die Art und Weise, in der dies geschieht: Kultur ist die Menge der Zeichenprozesse, durch die Bedeutungen innerhalb einer Gruppe produziert und ausgetauscht werden.⁹⁴

⁹²Ute Volmerg: *Identität und Arbeitserfahrung. Eine theoretische Konzeption zu einer Sozialpsychologie der Arbeit*. Frankfurt a.M. 1978.

⁹³David J. de Levita: *Der Begriff der Identität*. Frankfurt a.M. 1971; 244

⁹⁴Jürgen Kramer: *British Cultural Studies* München 1997; 83.

Kulturelle Identifikation: „Kultur als Praxis der Bedeutungs-zuweisung“ fußt in der Materialität der Dinge. Gegenstände können mehr sein als nur eine Ware, sind aber dennoch etwas anderes als etwa Symbole. Sie belegen nicht nur eigenes Erleben, die eigene Vergangenheit, sondern auch die „Interaktionen eines Selbst“. Sie sind geeignet, durch Wertung, durch Identifikation, Identität zu erzeugen. Objekte stabilisieren also die Identität.⁹⁵

Der Umgang mit der eigenen Geschichte, mit dem ideellen und materiellen Erbe, sagt sehr viel über die geistige und moralische Verfassung und die Zukunftsfähigkeit einer Gesellschaft aus. Es besteht ein Zusammenhang zwischen der dominierenden Ausrichtung auf die Vergangenheit, Gegenwart oder Zukunft einer Gesellschaft und der Fähigkeit, sich auf eine neue Situation einzulassen.⁹⁶ Wie in einer Gesellschaft mit als historisch bedeutsam angesehenen Orten umgegangen wird, etwa in der Betonung bestimmter Bauten und deren Ursprungszeiten, erlaubt Rückschlüsse auf das Selbstverständnis dieser Gesellschaft und deren Bewertung der einzelnen Abschnitte der Vergangenheit. Bauten aus der Blütezeit der Industrialisierung werden oft zu erhalten versucht und für neue Nutzungsmöglichkeiten adaptiert, während z.B. Bauten aus etwa den letzten 50 Jahren abgerissen werden, da sie nicht dem gewünschten Bild entsprechen.

Während die Frage nach der Genese von Traditionen und Geschichtsbildern schon relativ alt ist, zeigt die vor allem in Britannien diskutierte Heritage-Debatte spezielle Ausformungen der Frage nach den eigenen historischen Wurzeln und der eigenen geschichtlichen Bedeutung. Die individuelle, regionale, soziale und nationale Ebene dieser Frage ist jeweils sehr voneinander abweichend diskutiert worden.

Wenn man davon ausgeht, dass in der post-industriellen oder Dienstleistungsgesellschaft Heritage zentral für die Legitimation staatlichen Handelns wird, was mit dem Wandel von Kultur zur Handelsware einhergeht, dann bedeutet das, dass alles,

⁹⁵Detlef Hoffmann: „Kulturelle Identifikation“ in: Jutta Held (Hrsg.): *Kunst und Alltagskultur*. Köln 1981; 122 – 131.

⁹⁶Stefan Reiß-Schmidt: „Alles Museum?“; in: *Stadt Bauwelt* Heft 36, 1994; 1936 f.: 1937.

was mit diesen Bereichen verbunden werden kann, vermarktbar, aber auch durch bestimmte politische Tendenzen vereinnahmbar ist.⁹⁷

kompetent Adj. stil. (< 18. Jh.). Entlehnt aus l. *competens* (-entis), dem PPräs. von l. *competere* „zusammentreffen, etwas gemeinsam erstreben, gesetzlich erfordern“, dann auch „zustehen, zukommen“, zu l. *petere* „begehren, zu erlangen suchen“ und l. *con-*; das Adjektiv bedeutet also zunächst „zuständig“. Früher bezeugt ist das Abstraktum *Kompetenz* (16. Jh.), das aber zunächst „Recht auf Einkünfte“ bedeutet, als Abstraktum des Adjektivs erst im 19. Jh. (Kluges Etymologisches Wörterbuch 1999: 466)

Sachwissen über die fremde Kultur und Gesellschaft ist notwendig, wenn zwischen den Sphären der eigenen und der fremden Sprache und Kultur vermittelt werden soll. Hierbei soll nicht nur spezifisches, sondern auch strukturelles, d.h. auf alle Kulturen anwendbares Wissen erworben werden. Die dafür notwendige Kompetenz muss auf (mindestens) vier Ebenen aufgetrennt werden (die Listung folgt Kramer 1997; 48 f.):

1. Vermittlung von Sachwissen über die fremde Kultur und Gesellschaft: Sprache, Literatur, Kultur, Geschichte, Politik usw. Hier kann die Vermittlung aufgrund der Stoffmenge nur exemplarisch erfolgen.
2. Vermittlung von kommunikativen Strategien unterstützt und erweitert die Aneignung von Sachwissen: So wird der selbständige Erwerb von Sachwissen und die Auseinandersetzung mit unklaren Situationen und Zusammenhängen immer besser möglich.

⁹⁷Hierzu auch Jakob F. Dittmar: *Inszenierte Industrie in der postindustriellen Stadt*. Essen 2002. < <http://www.medienberatung.tu-berlin.de/mitarbeiter/dittmar/dissB.pdf> >

3. Entwicklung bestimmter Einstellungen und Fähigkeiten ist die Voraussetzung für Interesse an der fremden (und der eigenen) Kultur. Die Motivation und das Vermögen, sich auf unklare Situationen und fremde Sachverhalte einzulassen, sind wesentliche Voraussetzung dafür, dass Sachwissen und kommunikative Fähigkeiten angewandt werden.
4. Bei praktischen Erfahrungen mit der fremden Kultur (egal wo) müssen sich die ersten drei Punkte bewähren. Die Vorbereitung auf solche Situationen, die komplexe Reflexion und die sorgfältige Evaluation dieser Erfahrungen machen die Vermittlungsmethoden auf ihre Tauglichkeit hin überprüf- und anpassbar.

Kulturelle Kompetenz wirkt sich auf den Umgang mit der Umwelt aus. Nicht nur im Kontakt mit einer fremden Kultur, z.B. im Ausland, sondern auch im Umgang mit fremden Elementen der eigenen Kultur. Umwelt besteht dabei aus geografischen Orten und aus konzeptionellen Orten, die in der Interpretation von Informationen aufgrund von Ideologien oder Konzepten entstehen. Solche konzeptionelle Umwelten entstehen zum Beispiel in der medialen Beschreibung geografischer, sozialer und historischer Verhältnisse und Ereignisse. Auch durch literarische und/oder grafische Beschreibungen geschaffene virtuelle Welten gehören zu dieser Art von Umwelten.⁹⁸ Auch mediale Orte, also bestimmte virtuelle Umwelten oder in analogen Medien vorliegende Weltkonstruktionen können vertraute Orte werden und (geistige) Heimat werden.

Orte könne in zwei Kategorien geteilt werden, in besondere und gewöhnliche Orte. Bekannte Bauwerke, Plätze und Monumente, vielleicht auch ganze Orte, die mit symbolischer Bedeutung behaftet sind und sich entsprechend aus der undifferenzierten Masse der Bebauung abheben sind *besondere Orte*: Fixpunkte, die mit historischer, individueller oder kollektiver sozialer Bedeutung aufgeladen sind und deren Besonderheit zumeist an ihrer Gestaltung erkennbar ist. Dies gilt auch für virtuelle Orte, für deren Nutzung und Gestaltung, jedoch vermutlich nicht

⁹⁸Zu *virtuelle Welten* siehe Seite 58 f.

für deren historische Dauer und Rekonstruierbarkeit aufgrund archäologischer Fundstücke. Die andere Kategorie sind *gewöhnliche Orte*, d.h. Orte, die nicht mit kultureller Ausnahmebedeutung belegt sind, aber Lebensraum für Einzelne oder Gruppen sind.

Fremde Orte können vertraut werden, beginnend mit ihrer Darstellung in den Medien, als Hintergrund in Spielfilmen oder Nachrichtensendungen, oder aber auch durch persönlichen Kontakt. Wachsende Ortskenntnis verbindet sich mit persönlichen Erlebnissen, wodurch ein *fremder Orte* zu einem *eigenen Ort* werden kann, da sich individuelle Routinen und eine gewisse Vertrautheit mit dem Ort entwickeln, weil der Ort auch Hintergrund für das alltägliche Leben geworden und kein reines Ausflugsziel geblieben ist. Das gilt sowohl für reale Orte als auch Konstruktionen wie z.B. die räumlichen Begebenheiten an Bord des Raumschiffs *Enterprise* oder in Entenhausen. Eigene Orte sind Bestandteil des eigenen Selbstverständnisses, auch über sie definiert jeder Zugehörigkeit zu Gruppen, wobei dazu natürlich andere Faktoren ebenfalls extrem wichtig sind. Nicht zuletzt bedeutet Vertrautheit mit Orten auch ein gewisses Heimatgefühl oder zumindest Aspekte von „zu Hause sein.“⁹⁹

⁹⁹Diese Überlegungen bauen auf *Third-Places* auf, wie sie Ray Oldenburg definiert hat: Ray Oldenburg: *The Great Good Place: Cafes, Coffee Shops, Bookstores, Bars, Hair Salons, and Other Hangouts at the Heart of a Community*. New York 1999.

Medien und ihre Wirkung

Evolution der Massenmedien

Die Evolution der Kommunikationsformen hat dazu geführt, dass diese sich ausdifferenzieren. Gründe hierfür sind die Zunahme an Selektionsbedarf aufgrund wachsender Abdeckung und der Zunahme an Informationen, über die berichtet werden könnte. Ebenso die Reichweite von Informanten und Medien, die Kreativität, Präzision und die Abnahme der Ortsbindung, die oft in dem Satz zusammengefasst wird: „Immer passiert woanders was.“

Mit Alternativen bei der Wahl der Kommunikationsformen entsteht eine Hierarchie, die in der Regel mit dem Alter und der Etabliertheit der möglichen Kanäle zusammengeht:

nonverbale Kommunikation

verbale Kommunikation

mediale Kommunikation

Kommunikationsformen haben sich evolutionär ausdifferenziert. Dabei verhält es sich analog zu allen technischen Entwicklungen: Neues hat sich aus dem Bestehenden, aus Anwendungen

und daraus folgendem Bedarf, also der Verwendung, der Praxis, oder „von außerhalb“ entwickelt, also beeinflusst aus anderen Produktionszweigen, die nicht primär Kommunikationsmedien entwickeln oder aus theoretisch-wissenschaftlichen Erkenntnissen.¹⁰⁰ Nach der nonverbalen Kommunikation entsteht in einem evolutionären Schub die verbale. Interessant ist nun, dass mit dem Aufkommen der neuen Kommunikationsform die ältere in ihrer Bedeutung aufgewertet wird. Denn in der menschlichen Kommunikation dienen die nonverbalen Signale dazu, die Relevanz der verbalen Mitteilungen und die Glaubwürdigkeit, Kompetenz, Befindlichkeit sowie den Positionsanspruch des Mitteilenden einzuschätzen. Im Zweifelsfall wird eher dem nonverbalen Ausdrucksverhalten als den expliziten verbalen Aussagen vertraut. Der Grund für die Beförderung des älteren Modus: Die neu erfundene Sprache erhöht die potentielle Menge, Differenziertheit und Komplexität der Kommunikation und steigert damit den Selektionsbedarf. Dabei können die Kriterien der Selektion nicht auf derselben Ebene liegen, sondern müssen über eine Meta-Ebene gewonnen werden. Beim hier gewählten Beispiel stellt die evolutionär schon bewährtere nonverbale Kommunikation diese Aufsichts- und Steuerungsfunktion zur Verfügung. In Watzlawicks Begriffen heißt das, dass der Beziehungsaspekt den Inhaltsaspekt bestimmt und daher eine Metakommunikation ist (also: Kommunikation über das Kommunizieren) (Watzlawick u.a. 1969, 56). Die Entwicklung der technischen Kommunikationsmedien kann aus psychologischer, sozialer und aus technischer Sicht betrachtet werden. Es ist ziemlich interessant, diese Aspekte zu verbinden, wie es Brian Winston getan hat, um den Widerstand gegen technische Neuerungen und den Zusammenhang von Neuerungsschüben und sozialen Bedingungen im jeweiligen Moment zu verdeutlichen.¹⁰¹ Dabei beschreibt er die selben gesellschaftlichen Mechanismen, die Norbert Elias in *Über den Prozeß der Zivilisation* als Antrieb oder gegebenenfalls Bremse bei der Einführung von sprachlichen oder kulturel-

¹⁰⁰vgl. Dieter Kimpel: „Struktur und Wandel der Mittelalterlichen Baubetriebe“, 11–50, hier: 12, in: Roberto Cassanelli (Hg.): *Die Baukunst im Mittelalter*. Düsseldorf 2005.

¹⁰¹Brian Winston: *Media, technology and Society. A history: from the telegraph to the internet*. London and New York 1998.

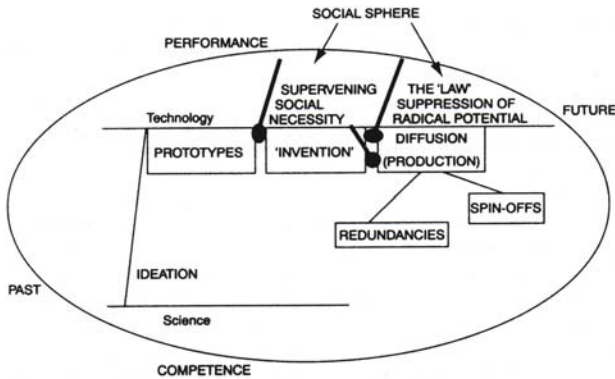


Abbildung 4: Brian Winston: Faktoren des Erfolgs bzw. Misserfolgs technischer Neuerungen wie z.B. neuer Medien- oder Kommunikationstechnik.

len Neuerungen beschreibt.¹⁰² Der Schwerpunkt liegt bei beiden – wie Elias’ Titel schon sagt – auf der Prozesshaftigkeit der Veränderungen, bei Elias auf den gesellschaftlichen und bei Winston auf den technischen Veränderungen und wie diese im größeren Zusammenhang stehen und sich gegenseitig beeinflussen. Das wesentliche Prinzip, das bei der Annahme oder Ablehnung technischer Neuerungen greift, ist in Winstons Modell das Abwägen zwischen sozialer Notwendigkeit von Veränderung und dem Bestreben der gesellschaftlichen Eliten, radikales Potential zu unterdrücken, da dies unkontrollierbare Auswirkungen auf die Machtverteilung innerhalb der Gesellschaft haben, also Machtverlust bedeuten kann (siehe Abb. 3 auf Seite 89). „Macht“ ist in diesem Zusammenhang definiert als Befähigung zum verändernden Eingreifen in gegebene Ereignisse und als Befähigung, über den Ablauf von Geschehnissen zu entscheiden:

transformative capacity – the capacity to intervene in a given set of events so as in some way to alter them.

¹⁰²Norbert Elias: *Über den Prozeß der Zivilisation*. 2 Bd. Frankfurt a.M. 1997.

the capacity to effectively decide about courses of events, even where others might contest such decisions¹⁰³

Als gegenwärtiges Beispiel sei die zunehmende Verbreitung des Internets in China erwähnt und die Versuche der dortigen Machthaber, dessen Inhalte zu zensieren. Die Zensur des Internetzugangs z.B. in Nordrhein-Westfalen ist gerade in diesem Vergleich ebenfalls sehr interessant, da sie vor scheinbar völlig anderen kulturellen Bedingungen und aufgrund entsprechend formulierter Motive stattfindet.¹⁰⁴

Die Evolution der einzelnen Kommunikations- und Massenmedien baut ebenso aufeinander auf:

Sprache (Gebärden; gesprochene Sprache)

Bilder / Zeichen / Gemälde

Schrift

Druck (Holzschnitt; bewegliche Lettern; usw.)

Telegrafie (optisch; elektrisch)

Fotografie

Telefon

Film

Radio; Fernsehen

Internet

Dass sich die Kommunikation im Lauf der menschlichen Geschichte immer schneller ausbreitet, liegt in der Verbindung der technischen Evolution der Medien und der menschlichen Adaption der jeweiligen Möglichkeiten, Artefakte etc. zur Kommunikation zu nutzen. Die wachsende Verbreitung und Etablierung

¹⁰³siehe Antony Giddens: *A contemporary Critique of Historical Materialism. Vol. 2. The Nation-State and Violence*. Cambridge 1985; 7, 9.

¹⁰⁴siehe Chaos Computer Club <<http://www.ccc.de/censorship/>>; auch in Jurawelt <<http://www.jurawelt.com/anwaelte/4534>> (10.09.2009)

von (Massen-)Medien führte dazu, dass der Mensch sich an das damit zusammenhängende Ausmaß an Information gewöhnt hat und dieses seitdem entsprechend als gegeben voraussetzt. Querverbindungen zwischen den einzelnen Medien führen zudem zu einer weiteren Intensivierung und Beschleunigung der Kommunikationsmöglichkeiten.

Bei Luhmann wird das Phänomen, dass Kommunikation zunimmt, aus der Definition selbst abgeleitet: Die Differenz zwischen Information und Mitteilung ist ein ständig laufender Anreiz zur Ankurbelung von Anschlusskommunikation. Jede Mitteilungsselektion verweist auf eine prinzipiell mögliche, andere, vielleicht bessere Selektion und auf ein mögliches, aber nicht realisiertes *Mehr* an Information. Es wird also einerseits in der Mitteilung auf der positiven Seite Gewissheit geschaffen, aber gleichzeitig auf Ungewissheit verwiesen.

Das ausdifferenzierte Angebot der Massenmedien führt zu wachsender Konkurrenz der Medienprodukte. Es bilden sich Angebote, die sich auf spezielle Themen konzentrieren, aber keinen Überblick über das Geschehen außerhalb der eigenen Schwerpunkte bieten, z.B. Bastelmagazine oder Angebote zu spezifischen Sportarten. Alle auf ein allgemeineres Publikum ausgerichteten Medienprodukte bearbeiten aber das im Großen und Ganzen selbe Feld und müssen, um unterscheidbar zu sein, unterschiedliche Schwerpunkte setzen, Perspektiven zeigen oder Themen wählen, die von der Konkurrenz nicht in gleicher Weise betont werden. Auch zielen sie aufgrund von Gestaltung, Sprachstil, Ausführlichkeit der Berichterstattung auf unterschiedliche Segmente der Gesellschaft, also Zielgruppen. Dabei stehen diese Medien, trotz der unterschiedlichen Ausrichtung, in Konkurrenz zueinander. Inhalte aus verschiedenen Medien werden z.B. von wiederum anderen Medien aufgegriffen und weiterbearbeitet. Dem Publikum wird mehr und mehr an Themen angeboten, aus denen es auswählen kann, die auf Interesse stoßen oder eben nicht.

Um die Aufmerksamkeit der Rezipienten zu gewinnen, müssen Themen entsprechend der derzeitigen Gepflogenheiten der Massenmedien bestimmte Kriterien erfüllen, die als Nachrichtenwer-

te bezeichnet werden (siehe hierzu Seite 30). Inhalte werden dramatisiert dargestellt oder wenn möglich als Skandal inszeniert, obwohl diese Art der Darstellung der Aufarbeitung der betroffenen Sachverhalte oder Konflikte nicht dienlich ist. Dabei ist wesentlich, dass Skandale so weit in das Bewusstsein der Allgemeinheit eindringen, dass sie die Einordnung des Themas im bestehenden Verständnis von Zuständen, Zuständigkeiten, von Missständen, von Sicherheiten oder Gefahren in Frage stellen. Das „Weltbild“ wird in Frage gestellt, denn der Skandal zeigt ja, dass etwas außerhalb dieser Annahmen über die Ordnung der Verhältnisse geschehen kann. Das Zielpublikum ist irritiert und überprüft zum einen seine Sicht auf die Welt und zum anderen die Organisation der eigenen Gesellschaft, ihre Werte und Normen, damit die Ursache des Skandals behoben oder ausgeschlossen wird.¹⁰⁵

Heute ist jedoch immer deutlicher festzustellen, dass aufgrund der Skandalisierung aller möglichen und (eigentlich) unmöglichen Themen keine wirkliche Irritation mehr einsetzt. Emile Zola konnte durch seinen Offenen Brief „J'accuse!“ an den Präsidenten der französischen Republik die Befreiung des zu Unrecht verurteilten Hauptmann Dreyfus auslösen, heute fallen Offene Briefe kaum auf oder selbst wenn sie breite Aufmerksamkeit erregen, bleibt diese zunehmend oft folgenlos.

Das *a priori* der Medien

Verschiedene Medientheorien formulieren Vorbedingungen, auf denen ihre Überlegungen aufbauen und ohne die sie nicht schlüssig wären. In philosophischer Tradition werden Zustände, von deren Bestehen vor dem Einsetzen einer Idee oder eines Prozesses ausgegangen wird, als „a priori“ bezeichnet. So behauptet z.B. die Idee eines *a priori der Medien*, dass die Existenz und Funktion konkreter Medien Bedingung für deren Erkenntnis und Erfahrung durch die Menschen seien. Unter Verweis auf

¹⁰⁵Hans Mathias Kepplinger: *Die Kunst der Skandalisierung und die Illusion der Wahrheit*. München 2001.

die Prozesse der Zeichenbildung, die Entwicklung von Sprachen etc. und in Vorgriff auf die Bandbreite des Medienbegriffs führt ein solches a priori nicht weiter.¹⁰⁶ Die Folgen von Medien für Gesellschaften können rückblickend aus der Perspektive eines solchen a priori beschrieben werden. Wie die verschiedenen Medien in die Welt kommen, wie der Mensch sie seinen Zwecken anpasst, wird dabei jedoch ausgeklammert. Dies läßt sich am Beispiel von Bau- bzw. Konstruktionszeichnungen gut verdeutlichen, deren möglichen technischen und sozialen Folgen in ihnen selbst angelegt waren, aber nicht geplant bzw. planbar oder gar absehbar gewesen sind: Das Entstehen der Bauzeichnung führte zu einer zunehmenden Komplexität der Bauten in Gestaltung und Detaillösungen, zugleich ermöglichten sie die Lösung des Planers vom Bauplatz, d.h. die Entwicklung des Werkmeisters zum Architekten in der heutigen Form des Berufs und die damit zusammenhängende Ausdifferenzierung der Bauorganisation.¹⁰⁷

Bei Kittler bedeutet das a priori der Medien, dass die jeweilige historische Medienlage unserer konkreten Erkenntnis und Welt-sicht voraus gehe. Das macht nur Sinn, wenn man jeweils im Rückblick die später entdeckten Möglichkeiten auswertet, die in den betreffenden Medien angelegt waren. Welche unentdeckten Nutzungsmöglichkeiten angelegt sind, bleibt jedoch unsichtbar und unberücksichtigt, denn nur was beobachtet, interpretiert und gedacht werden kann, kann analysiert werden. Was dem jeweiligen Interpreten nicht vorstellbar ist, kann er nicht erfassen. Wie Medien von den Nutzern verwendet werden, ist nicht immer planbar, da dies an den Bedürfnissen und dem Einfallsreichtum der Nutzer liegt, die die jeweiligen Nutzungsmöglichkeiten entdecken und etablieren. Dabei bleiben die Akteure und Absichten gezielter Entwicklung bestimmter Medientechniken für konkrete Zwecke jedoch diffus.¹⁰⁸

¹⁰⁶Für eine ausführliche Darstellung siehe Hartmut Winkler: *Basiswissen Medien*. Frankfurt a.M. 2008.

¹⁰⁷Hierzu: Dieter Kimpel: „Struktur und Wandel der Mittelalterlichen Baubetriebe“, 11–50, (besonders 13, 41 ff.) und Barbara Schock-Werner: „Die Münsterbauhütte in Strassburg“, 221–248 (besonders 224 f., 230). Beide in: Roberto Cassanelli (Hg.): *Die Baukunst im Mittelalter*. Düsseldorf 2005.

¹⁰⁸Ich danke Hartmut Winkler für die Erklärung des a priori, die ich hier

Bilder- und Textwirkung

Es ist viel einfacher, einen Film zu sehen als einen Text zu lesen. Bilder stellen Zustände dar und sind in ihrer Aussage zu Zuständen, Hintergründen etc. unterschiedlich offensichtlich. Dargestelltes ist in der Regel sofort zu erkennen und muss nicht erst in der Vorstellung konstruiert werden. Bilder sprechen andere Kriterien bei der Wahrnehmung an als Texte: Sie betreffen einen aufgrund anderer Aspekte, da sie konkrete Personen und Objekte zeigen, nicht jedoch verallgemeinerte Konzepte ohne individuelles „Gesicht“. Als Erklärung für die Faszination, aber auch die Kulturkritik an den Bildern dient die These von ihrem „partiell außersozialen“ Charakter: Der Mensch ist fähig, Bilder teilweise unmittelbar durch vorkulturelle, angeborene Entschlüsselungscodes zu verarbeiten.¹⁰⁹ Die Sprache dagegen bedarf einer total soziokulturellen Vermittlung und verlangt damit dem Individuum eine vergleichsweise höhere, d.h. anstrengendere Anpassung an gesellschaftliche Deutungsmuster ab. Sie erlaubt aber auch, dass ein Leser Inhalte nicht verbildlicht oder ausmalt, sondern auf einer diffuseren, abstrakteren Ebene belässt. Das wird z.B. bei der Darstellung interpersonaler Gewalt sofort deutlich: In Text kodierte Gewaltdarstellungen können ganz andere Ebenen des Geschehens beschreiben, ganz andere Ausmaße annehmen, als dies in bildlicher Darstellung möglich ist.

Dolf Zillmann bezeichnet Kommunikation durch Bilder als *ikonische Kommunikation*. Ihre Wirkung ist stärker, fundamentaler, schneller, emotionaler, nachhaltiger als die rein soziokulturell kopierte Zeichen (also Schrift), was an der evolutionären Entwicklung von Mediennutzung durch den Menschen und an der Funktionsweise von Denken, Erinnern, Erleben usw. liegt:

Ikonische Kommunikation ist fundamental und primitiv [...] Das limbische System fasst Strukturen zusammen, die auf alles Vitale ansprechen und Emotionen auslösen - ohne notwendige Bemühung der

hoffentlich nicht zu sehr durch Verkürzung entstelle.

¹⁰⁹Hierzu: Gottfried Boehm: *Was ist ein Bild?* München 1994, 325 f.

neueren Strukturen [...] Die Sprachfähigkeit ist also wesentlich jünger und in bezug auf vitale Interessen weniger entscheidend.¹¹⁰

Bilder zeichnen sich durch Ähnlichkeit mit der realen Realität¹¹¹ aus. Sie wirken zumindest so, weil Bildinhalte zum Teil als Zeichen nicht soziokulturell überformt sind. Schrift und darauf aufbauende Druckerzeugnisse weisen im Unterschied dazu aufgrund ihrer umfassenden soziokulturellen Überformung der Zeichen eine größtmögliche Differenz zur realen Realität auf.

Sprachgebundene Aktivitäten sind immer auch soziale Arbeit. Dagegen sind Bilder zur gedanklichen Entlastung geeignet, weil sie nicht entschlüsselt werden müssen, sondern direkt in Ähnlichkeit mit dem Abgebildeten verbunden sind und keine sprachliche Übersetzung brauchen. Wenn Bilder zu einem Teil ohne kulturspezifische Bedeutungscode verständlich sind, dann sind dabei andere, psychologische oder anthropologische Entschlüsselungskonzepte wirksam. Deutlich wird dies daran, dass auch der Großteil der Bestandteile oder Momente in kulturell ausformulierten, hochcodifizierten Textsorten deutlich auf anthropologischen Konstanten¹¹² aufbaut, also ohne sprachliche Übersetzung zugänglich ist, im Text aber nicht so scheinbar direkt dargestellt wird, wie es im Bild oder in Bildsequenzen die Regel wäre. Spielfilme variieren z.B. immer wieder solche konstanten Themen und Handlungen, die deswegen im Grunde *außersozial* ansprechen: Zuneigung, Liebe, Aggression, Erotik; Mann-Frau-Beziehungen; Kämpfe und Verfolgungsjagden. Zu bedenken ist – daher auch die Formulierung „scheinbar direkte Darstellung“ in Bildern – dass ein Bild sprichwörtlich mehr sagt als 1000 Worte und das Lesen von Bildern so unterschiedlich sein kann, wie deren Rezipienten. Es gibt ggf. im Bild ein Hauptmotiv, einen Hauptinhalt,

¹¹⁰Dolf Zillmann: „Über die Ikonisierung der Weltanschauung.“ In: Internationales Forum für Gestaltung Ulm (Hg.): *Mensch – Masse – Medien: Interaktion oder Manipulation*. Frankfurt a.M. 1997; 56–64; 58.

¹¹¹Die Bezeichnung baut auf Luhmanns Unterscheidung zwischen realer Realität und der scheinbaren Realität der Medien auf.

¹¹²Anthropologische Konstanten: Essen und Trinken, Schlaf, Erholung, Körperpflege, Angst, Absonderung, Spiel, Neugier, Jagd, erotische Fähigkeiten, sexuell motivierte Kämpfe und Eifersucht, elterliche Aktivität usw.

der thematisch eindeutig sein kann, aber es gibt keine eindeutige Denotation oder Reihung der Konnotationen, geschweige der Assoziationen, die durch Bildinhalte und den gezeigten Blick auf diese ausgelöst werden können.

Menschen verfügen über angeborene Schemata der Umweltwahrnehmung und des Verstehens anderer Menschen, speziell bei Emotionen, Bedürfnissen und interpersonellen Einstellungen. Das liegt vor allem daran, dass hierbei existentielle Überlebensfunktionen der Art und des Individuums betroffen sind. Viele der in diesem Kontexten nötigen Verständigungsreize werden optisch übermittelt, wobei der Träger dieser Informationen oft das menschliche Gesicht ist. Das wäre eine Erklärung dafür, dass Menschen- oder menschenähnliche Tiergesichter für uns eine unmittelbare Attraktivität haben; deutlich wird dies bei Betrachtung von Foto-, Film- und Fernsehwerbung, deren Funktion von diesen Zusammenhängen abhängt. Die sprachliche Erwähnung oder Beschreibung eines Menschen ist nicht so direkt, dauert auch deutlich länger als das (ggf. periphere) Wahrnehmen einer Person oder eines Menschen und kann daher das anthropologische Interesse nicht in gleichem Ausmaß ansprechen.¹¹³

Neben der beschriebenen Direktheit der Wahrnehmung und Auseinandersetzung mit Bildern spielt ebenfalls eine wichtige Rolle, dass Bilder im Vergleich mit Sprache glaubwürdiger wirken. Das liegt nach Luhmann daran,

- (1) dass sie nicht leicht eindeutig verneint werden können (man kann zwar sagen z.B. „Es regnet nicht“, aber man kann es bildlich nur bedingt zeigen), und
- (2) an ihrer Realzeitabhängigkeit (man kann ein Geschehen nur filmen, während und solange es geschieht).

Der Realität kann man nicht widersprechen, und auch die Bilder lassen formal keinen Widerspruch zu, da sie keinen Rückkanal

¹¹³Margot Berghaus: „Zur Theorie der Bildrezeption. Ein anthropologischer Erklärungsversuch für die Faszination des Fernsehens.“ In: *Publizistik* 31 1986/Heft 3–4; 278–295.

bieten, und sind inhaltlich schwer zu fassen, da sie keinen eindeutigen Code benutzen, sondern aus vielen zugleich schöpfen. Es gibt also keine eindeutige Sprache der Bilder und technisch, je nach bildgebendem Medium, keinen Kanal, über den man reagieren könnte – zumal, das ist wesentlich – man nur sprachlich widersprechen kann, weil die Sprache eine Ja / Nein-Codierung hat, die Bilder nicht bieten.

Abgefilmte Realität ist realzeitabhängig. Bei Sprache, Schrift und Druck ist das ganz anders: Wenn diese die Realität beschreiben, lösen sie sich von der Realzeit und schaffen eine eigene Zeit (vergl. z.B. den zeitlichen Abstand zwischen Vollmond und Neumond: In der Realität rund 15 Tage, als sprachliche Aussage nur Sekunden). Wenn dagegen Film und Fernsehen die Realität filmen, geht das nur, *während* diese geschieht; der Filmvorgang währt exakt so lange wie das Originalgeschehen, und den (ungeschnittenen) Film anzuschauen ebenfalls. Das vermittelt den Eindruck von Deckungsgleichheit zwischen realer Realität und gefilmter Realität.

Ein Film kann nur aufgenommen werden, wenn das, was gefilmt wird, tatsächlich geschieht – weder vorher, noch nachher. [...] Als Folge jener Realzeitabhängigkeit bleibt aber ein gewisser Glaubwürdigkeitsbonus zurück; denn man hat weder beim Aufnehmen noch beim Sehen des Films die Zeit für komplexe Manipulierungen oder ihre Kontrolle. (Luhmann 1997, 306)

Zwar können Montage- und Bearbeitungstechniken auch die Filmzeit manipulieren. Aber es entsteht doch eine konkrete, direkte, gleichsam natürliche Beziehung zur realen Vorlage – vergleichbar der Beziehung zur konkreten umgebenden Situation in einer oralen Kultur. Luhmann nennt das einen „Rückfall in ein quasi-orales Zeitverhältnis“. Film und Fernsehen simulieren eine quasi-orale Ursprünglichkeit und wirken daher glaubhaft.

Diese Grundbedingungen führen dazu, dass Bilder und entsprechende ikonische visuelle Informationen in ihrer Wirkung über

abstraktere Konstruktionen und Inhalte dominieren. Nicht zuletzt hängt mit dieser Tendenz auch die „Text-Bild-Schere“ zusammen, die beschreibt, dass bildliche Informationen über die sie begleitenden sprachlichen Inhalte dominieren und diese in der Erinnerung in der Regel überdecken.

...that iconically presented information, although consisting of potentially unreliable exemplifying cases, has the power to overwhelm more reliable abstract presentations. Icon communication appears capable of overpowering messages of the digital type, emotionally engaging icon communication may eventually exert a greater influence on the perception of social reality than careful abstractions that appeal to rationality.¹¹⁴

Die möglichen Auswirkungen dieser Feststellung auf die Wirkung von Medien und die Manipulationsmöglichkeiten durch entsprechende Kombination von Bildern mit Sprechtexten ist offensichtlich.

Medienwirkung

In der Öffentlichkeit schreibt man den Massenmedien vor allem Wirkungen auf Einstellungen und Meinungen ihrer Rezipienten zu: etwa Manipulation der politischen Meinung, das Wecken falscher Konsumbedürfnissen, die Förderung der Abstumpfung in Bezug auf Einstellungen zur Gewalt usw. Aber theoretische und empirische Befunde aus der Psychologie, Kommunikationswissenschaft und anderen Disziplinen sprechen dagegen.

Relevante Einflussfaktoren von Medienwirkung sind zahlreich und sowohl in der Biografie und aktuellen sozialen und psychischen Situation des Rezipienten angelegt, als auch von der jeweiligen individuellen Rezeptionssituation abhängig. Auch greifen

¹¹⁴Dolf Zillmann: „Cognitive and Affective Adaptation to Advancing Communication Technology.“ In: Peter Zoche (Hg.): *Herausforderungen für die Informationstechnik*. Heidelberg 1994; 416–428, 423.

individuelle und soziale (also gesellschaftliche) Faktoren ineinander: Persönliche Beeinflussbarkeit ist von Mensch zu Mensch unterschiedlich und hängt auch mit den jeweiligen über soziale Bindungen vermittelten Werten und Meinungen zusammen. Aus individuellen Vorbedingungen, die das Selbstbild eines Menschen stabilisieren aber auch verunsichern (Ängste, Sorgen und Unsicherheiten, Selbstvertrauen, Religiosität usw.) leitet sich das Ausmaß der persönlichen Anfälligkeit für Beeinflussbarkeit ab. Diese wird in Ergänzung oder Abwägung mit der jeweiligen formalen Bildung in der individuellen Rezeptionssituation wesentlich. Diese Faktoren beeinflussen die Kritikfähigkeit gegenüber Medieninhalten. Und die Kritikfähigkeit wiederum ist wesentlich für die Reaktion auf entsprechende Medieninhalte.¹¹⁵

Margot Berghaus hat ausgehend von der Forschung zur Medienwirkung in den verschiedensten Disziplinen ein hierarchisches Stufenmodell entwickelt, das Medienwirkung differenziert beschreibt. Sie unterscheidet drei Wirkungsstufen mit abnehmender Bedeutung und wiegt die Wirkungsmöglichkeiten im Vergleich ab. In dem Modell hat auch die spezielle Beeinflussung von Einstellungen und Meinungen ihren Platz, aber dem wissenschaftlichen Erkenntnisstand entsprechend wird dies an letzter Stelle in der Medienwirkungshierarchie eingeordnet. Die folgende Darstellung rezitiert ihre Ausführungen zur gestuften Medienwirkung.¹¹⁶

Die Art und Weise in der – zumeist in den Massenmedien selbst und in der Öffentlichkeit allgemein – Medienwirkung angenommen und argumentiert wird, ist eine erheblich verkürzte Sicht auf die Zusammenhänge und Phänomene der Medienwirkung. Nach Berghaus liegt die Hauptschwäche dieser Sicht darin, dass sie die vorgelagerten Selektionsstufen überspringt. Auch kann festgehalten werden, dass die Darstellung und Diskussion von Medienwirkung – vor allem im Zusammenhang mit Gewalthandlungen – selbst den Mechanismen der Massenmedien, also der Hierarchisierung nach Nachrichtenwerten und der Tendenz der

¹¹⁵Hadley Cantril: *The Invasion from Mars. A study in the Psychology of Panic*. Princeton, NJ 1966.

¹¹⁶Margot Berghaus: „Wie Massenmedien wirken.“ In: *Rundfunk und Fernsehen* 1999/2; 195 ff.

Skandalisierung, vor allem aber immer dem Bestreben der Komplexitätsreduktion bei der Darstellung unterliegen. Soziale und psychologische Zusammenhänge lassen sich aber nicht immer sinnvoll in einem für die Darstellung in den Massenmedien angestrebten Maß vereinfachen: Gerade die Komplexität der Zusammenhänge ist wesentlich für die Beurteilung von beispielsweise Medienwirkung. Aber gegen Komplexität sträubt sich nicht nur der massenmediale Stammtisch sondern auch der Quotenhunger von Fernsehmachern usw.

Stufe Eins: Soziales Umfeld und Medien

Das soziale Umfeld steuert durch vor- und außermediale Faktoren grundlegend Medienwirkungen. Familie, Erziehung, Gruppenbindungen und persönliche Kommunikation liefern die Selektionskriterien für die Beurteilung von Medien. Sie sind eine wirksame soziale Kontrolle und bauen gleichsam einen „Schutzschild“ gegen die Übernahme möglicher abweichender Medienbotschaften auf. Das funktioniert aber nur gut, wenn die sozialen Lebensumstände so stabil sind, dass diese Kontrollinstanz gebildet werden kann. Auch müssen Personen die Chance haben, angemessene Orientierungsregeln aus ihrer primären Lebenswelt zu beziehen und sich dort immer wieder zu vergewissern, dass diese immer noch gelten. Wenn dabei aber Defizite bestehen – z.B. durch noch fehlende soziale Orientierung oder Orientierungsverlust, durch Desintegration oder Vereinsamung bei Kindern und vernachlässigten Jugendlichen, aber ebenso durch sozialen Kontaktmangel bei alleinstehenden Alten und ausgegrenzten Benachteiligten aller Art –, dann können die Medien mit ihren Botschaften in diese Lücke stoßen, von der Sekundär- zur Primärinstanz aufrücken und die Macht gewinnen, auch sozialschädliche Botschaften unterzubringen. Medien ersetzen dann die Bezugsgruppe, man spricht von parasozialen Beziehungen zu z.B. den fiktiven Figuren von Seifenopern oder Nachrichtensendungen. Ähnliches kann gelten, wenn Personen zwar nicht desintegriert, aber in antisozial eingestellte Subgruppen integriert sind. Diese Gesetzmässigkeit erklärt, warum beispielsweise ein Film wie *Natural Born Killers* von Millionen ge-

sehen, aber „nur“ von wenigen Zuschauern nachgeahmt wurde. Zusammenfassend sei also festgehalten, dass das diskriminierende Merkmal nicht im Medienangebot, sondern im direkten sozialen Umfeld der Rezipienten liegt.

Stufe Zwei: Medium und Medieninhalt

Das Medium selbst ist mehr als seine Inhalte. Es enthält eine mächtigere, wirkungsvollere Botschaft, die der Wirkung einzelner Medieninhalte vorausgeht. Allein die Existenz und Verfügbarkeit eines Mediums hat kulturelle Auswirkungen, unabhängig vom Rezeptionsverhalten einzelner Personen. Man denke z.B. an die heutigen Möglichkeiten, sich jederzeit vom Fernsehen berieseln zu lassen.

Die individuellen Rezeptionsentscheidungen folgen in der Regel vorrangig allgemein-mediumspezifischen Erwartungen und erst innerhalb dieses Kontextes auch inhaltsspezifischen Kriterien. Das bedeutet unter anderem, dass Kontrollen von einzelnen Medieninhalten nicht geeignet sind, gesamtgesellschaftliche Auswirkungen des Mediums selbst zu korrigieren. So lässt sich beispielsweise durch eine respektvollere Darstellung von Politik und Politikern im Fernsehen nicht verhindern, dass Politik und Politiker im „Fernsehzeitalter“ grundsätzlich respektloser beurteilt werden, als es im „Printzeitalter“ der Fall war. Sobald es ein Medium gibt und es seine charakteristischen Möglichkeiten entfaltet, ist die sogenannte Unschuld aus der Zeit davor verloren und nicht künstlich wiederzugewinnen. Auch ist zu beachten, dass die Inhalte eines Mediums in der Regel nicht isoliert stehen, sondern durch andere Medien und deren Inhalte ergänzt werden: Politikverdrossenheit liegt nicht an der Darstellung von Politik, d.h. vor allem von Politikern, in einem Massenmedium, sondern rührt aus dem Zusammenklang der medialen Darstellung und den vom Rezipienten im eigenen Alltag selbst erlebten Auswirkungen des Handelns bzw. Nicht-Handelns der dargestellten Gruppe (z.B. in geforderten Steuerzahlungen und anderen Abgaben, der Art und dem Ausmaß des Kontakts mit öffentlicher Verwaltung usw.).

Stufe Drei: Informationen und Meinungen

Medien stellen Informationen über die Welt zur Verfügung, geordnet nach Themen. Das gemeinsame Wissen und die gemeinsame Themenstruktur (beides ständig im Wandel) hat für die Gesellschaft integrative Kraft. Auf diesem Themen- und Informationssektor liegen große Wirkungspotenzen und in dieser Hinsicht können Medieninhalte ihren größten Einfluss ausüben. Dagegen werden Einstellungen und Meinungen im sozialen Umfeld gebildet (vergl. Stufe Eins), dort stabil gehalten und allenfalls in Medieninhalte hineinprojiziert. Dies impliziert unter anderem: Die Macht der Medien ist Informationsmacht oder im Umkehrschluss Macht zur Fehlinformation, zum kompletten Verschweigen von Ereignissen oder Zusammenhängen. Schließlich bleibt als letzte Möglichkeit der Medien schlicht und einfach Gleichgültigkeit gegenüber Themen.

Umgekehrt lassen sich Themen, Personen, Ideen und Werke vertuschen, verschweigen, wahrlich „tot“schweigen oder einfach vergessen und übersehen, weil die Informationen den Selektionskriterien der Massenmedien nicht entsprechen und generell nicht genug Aufmerksamkeitskapazität zur Verfügung steht. Hier – nicht bei den Einstellungen und Meinungen – liegt der interessantere Ansatzpunkt für die Kommunikationswissenschaft und die Wirkungsforschung. (Berghaus 1999, 195 ff.)

Die Lenkung der Aufmerksamkeit auf bestimmte Themen und Informationen steuert, wie wir unsere Welt sehen und was wir über diese wissen. Wie unabhängig vom umgebenden Kollektiv ein Individuum sich diesbezüglich entwickeln kann, ist sehr unterschiedlich und aufgrund der Menge der Einflussfaktoren kaum messbar. Die öffentliche Diskussion bildet wiederum den Hintergrund für Handlungen und Verhaltensweisen: Wenn das Fernsehen über eine Katastrophe anschaulich berichtet, aber nicht über eine andere, gehen für die erste ggf. erhebliche Spenden ein, nicht aber für die zweite. Besonders eindringlich zeigt sich die Wirkung von Informationen bei abwertenden Informationen:

Die Diffamierung von Personen kann Existenzen vernichten, ein Gerücht unter speziellen Bedingungen wie z.B. Aufmerksamkeit und Handlungskonsequenz bei den Wählern bzw. dem Volk eine Politikerkarriere beenden, die Infragestellung ökonomischer Solidität kann Unternehmen ruinieren, die Verdächtigung bestimmter Lebensmittel ganze Produktionszweige in den Zusammenbruch treiben, die Fokussierung auf mögliche Impfschäden Impfstreiks und Krankheitswellen nach sich ziehen usw.

Kitsch

Massenmediales Erzählen baut auf die emotionale Wirkung des jeweiligen Angebots. Um entsprechend große Zielgruppen zu erreichen und deren Unterhaltungsanspruch zu befriedigen, wird dabei auf unterschiedlich ausgeprägte stereotype Figuren und Situationen zurückgegriffen, die entsprechend bekannt sind und erwartet werden: So finden in Fernsehseifenopern romantische Spaziergänge oder Gespräche fast immer vor der Kulisse kleiner Seen mit weißem Schwan statt, nach Möglichkeit bei Sonnenuntergang. Schon das Fehlen des weißen Geflügels ist ein Bruch mit dem Katalog der erwarteten Standardsituationen. Auch die Abläufe und Reaktionen der Figuren auf bestimmte Krisen oder Konflikte ist derart einheitlich, dass das Publikum zu jeder Zeit mit dem Handlungsablauf und den zwangsläufigen Folgen von Taten und Ereignissen vertraut ist.¹¹⁷ Erschreckend ist, dass zunehmende Zuschauerzahlen diese Verhaltensmuster für ihr eigenes Leben kopieren: Eine Trennung läuft daher immer auf Nervenzusammenbruch hinaus, alle sichtbaren Symptome werden entsprechend der bekannten Bilder dargeboten. Die mit Nervenzusammenbrüchen einhergehenden nicht offen sichtbaren körperliche Symptome werden jedoch dabei nicht gezeigt und erlauben die Unterscheidung echter Nervenzusammenbrüche und medial vermittelter Pathosformeln.

¹¹⁷Hierzu auch: Niels Werber *Global Soap. Zur Globalisierungsgeschichte von Universalismen* Telepolis 01.10.2001.
<<http://www.heise.de/tp/r4/artikel/9/9676/1.html>>

Die Formen, mit denen in entsprechende Genres¹¹⁸ erzählt wird, sind dabei z.T. lupenreiner Kitsch, was angesichts der Definition von Kitsch schnell deutlich wird:

Gemeint ist geschmackloser, billiger Ersatz (Surrogat) wirklicher Qualität, Pseudo- und Halbkunst, die behauptet, etwas zu sein, was sie nur als Schein an sich trägt, und bei glatter, das Altmeisterliche vortäuschende Technik auf minderwertige Gefühle nicht so sehr des Volkes als des „Publikums“ spekuliert: auf Sentimentalität, verlogenes Pathos, versteckte Sinnlichkeit.¹¹⁹

Natürlich gibt es nur begrenzt viele Arten von menschlichen Grundkonflikten, diese können aber entsprechend vielseitig individuell ausgestaltet und dargestellt werden, wie die Weltliteratur deutlich zeigt. Stereotypes Erzählen reduziert die mögliche Bandbreite auf eine sehr überschaubare Menge erwartbarer Variationen, die immer so zusammengefügt ist, dass mit immer wieder denselben stumpfen Klichees, gerne in Dopplung eine möglichst dichte Stimmung produziert wird. Dabei geschehen auch alle narrativen Wendungen stereotyp zur weiteren Dramatisierung der Lage. Abgezielt wird genau „auf Sentimentalität, verlogenes Pathos und versteckte Sinnlichkeit.“ (s.o.)

Neben der Machart von Artefakten kreist die Definition um deren Inszenierung, die in der heutigen Zeit in der Regel massenmedial vermittelt, beeinflusst oder zumindest medienaffin angelegt ist. Die Grenzen zur echten Kunst bleiben dabei fließend, da durch Beleuchtungseffekte und Inszenierung (Aufstellung im Kontext zu anderen Artefakten usw.) auch nicht der Definition entsprechende Gegenstände verkitscht werden können.

¹¹⁸Rosamunde Pilcher begründete mit ihren Romanen und Erzählungen ein eigenes Genre, dass sich schon in seiner Benennung *Love and Landscape* auf seine wesentlichen Faktoren bezieht, die in der Regel mit geringer Varianz und den Erwartungen des Publikums ohne Erweiterungen voll entsprechend durchgespielt werden.

¹¹⁹G.F. Hartlaub: „Kitsch“ in: *Religion in Geschichte und Gegenwart*. (RGG). Tübingen 1960; 1626.

Trends und Moden

Trends und Moden dienen der gesellschaftlichen Unterscheidung sozialer Gruppen. Sie werden schon lange von der Warenwirtschaft und der Werbung für Konsumartikel zum Zwecke der Gewinnmaximierung bearbeitet. Dass Werbung und Bekanntmachung von Produktangeboten in der Regel über Massenmedien erfolgt, ist bekannt. Auch Moden aus Subkulturen, also sehr marginalen Märkten, werden zunehmend aufgrund der Medienkonkurrenz und der ständigen Suche nach Neuigkeiten und Neuheiten, über die man berichten kann, im *Mainstream* der Massenmedien dargestellt und so einem breiten Publikum bekannt. Wichtig ist die Abfolge von Moden und wie sich diese gegenseitig auszuschließen versuchen – auch dabei zum einen mühsam mit erheblichen Werbeetats konstruiert und kommuniziert. Zum anderen aber wachsen Abgrenzungen in der Auseinandersetzung mit den in der Gesellschaft und ihren Subgruppen vertretenen Vorlieben und Geschmäckern aus dem gesellschaftlichem Miteinander der Subkulturen.¹²⁰ Die Ausdifferenzierung von Gesellschaften in Teilgesellschaften mit unterschiedlichen Geschmäckern erlaubt auch die Entwicklung unterschiedlichster Einstellungen gegenüber den Mehrheitsmeinungen und ihren Moden.

Gerade begrenzt verbreitete Moden eignen sich, Gruppensolidarität und Abgrenzung von anderen auszudrücken. Susan Sonntag zeigt beispielsweise auf, wie homosexuelle Moden aufgrund ihrer Übernahme durch heterosexuelle Milieus bzw. Szenen ihre Eigenständigkeit und Zeichenfunktion innerhalb der ursprünglichen Subkultur verlieren und daher durch neue abgelöst werden müssen, was sich als Prozess zunehmend schnell wiederholt.¹²¹

Auf der Suche nach Neuem, mit dem sich Gruppen auszeichnen und abgrenzen können, werden immer wieder stilfremde Elemente wegen oder trotz ihrer Andersartigkeit wichtige Requisiten der jeweiligen (Selbst-) Darstellung. Sie funktionieren

¹²⁰Hierzu: Pierre Bordieu: *Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft*. Frankfurt a.M. 1987.

¹²¹Susan Sonntag: „Anmerkungen zu Camp“ in: Dies.: *Kunst und Anti-kunst. 24 literarische Analysen.*, Frankfurt 1982.

aufgrund ihrer Form bzw. Oberfläche, die – zumindest bei Gebrauchsgegenständen – zusätzlich zur eigentlichen Funktion des Artefakts zeichnerische Bedeutungen trägt.

Trends und Moden werden durch die Massenmedien beeinflusst, wobei diese sie nicht wirklich steuern können, da sie als Teil lebender Kultur zugleich außerhalb der Massenmedien interpretiert werden und ein Eigenleben entfalten können. Dabei ist grundsätzlich zwischen mediengemachten Trends oder Moden und solchen zu unterscheiden, die von den Massenmedien nur als Thema aufgegriffen werden.¹²²

Medien dienen aber durchaus der Verbreitung von Moden, von bestimmten Vorlieben, wobei sich die Medienwirkung mit der gesellschaftlichen Entwicklung ergänzt und nicht immer voneinander getrennt werden kann. Mediengemacht ist die immer wieder von einschlägigen deutschen Privatsendern als aktuelle gesellschaftliche Entwicklung dargestellte „Intimperücke“ – vor allem wohl, weil das Thema Vorwand zum quotenbringenden Vorführen nackter Frauen ist. Es gibt diese aber weder als marktwirtschaftlich wahrnehmbare Produkte noch dazugehörige Produzenten. Eine reine Medienmode. Beispiele für medial vermittelte Trends, die so nicht zum Thema im Angebot der Privatsender werden, gibt es viele: Wolfgang Fritz Haug hat am Beispiel der Werbung für den wachsenden Hygieneartikelmarkt die mit der Verbreitung dieser Artikel einhergehende zunehmende Feindlichkeit gegenüber dem natürlichen menschlichen Körper und seinem Geruch und Aussehen aufgezeigt.¹²³ Die Betonung von Jugendlichkeit als Zwang mag als weiteres Beispiel ausreichen.¹²⁴

¹²²Diese Unterscheidung entspricht der Unterscheidung von *Medienereignissen* und *mediatisierten Ereignissen*: Die ersteren fänden ohne massenmediale Veranlassung gar nicht statt, während es die letzteren zwar gäbe, aber sie wären anders. Viele Ereignisse werden für die Berichterstattung gezielt verändert: typisch sind z.B. Regeländerungen bei Sportarten, die fernsehtauglicher werden sollen, um mehr Aufmerksamkeit zu erzielen.

¹²³Wolfgang Fritz Haug: *Kritik der Warenästhetik*. u.a. 112–121.

¹²⁴ebd. 68 ff.; 136–146.

Öffentliche Meinung

Öffentlichkeit, Privatsphäre und öffentliche Meinung

Massenmedien und deren Zielgruppen sind natürlich nur als Öffentlichkeiten vorstellbar, wobei das Verständnis davon, was Öffentlichkeit ausmacht, wie sie strukturiert ist und vor allem, wo sie endet, sehr unterschiedlich ist.

Das Gegenteil des Öffentlichen ist das Private und die Sphäre des Privaten. In verschiedenen Kulturen wurden diese Sphären – vor allem in Reaktion auf öffentliche Berichterstattung – unterschiedlich definiert. Dabei ist zwischen der juristischen Position und der in den jeweiligen Traditionen etablierten Tradition zu trennen. Das heutige westliche Verständnis von Privatsphäre enthält unter anderem das Konzept der christlichen Innerlichkeit, die bei Augustinus als Zwiesprache mit Gott beschrieben wird. „Privat“ ist demnach ein mentaler Zustand, zu dem kein anderer Mensch (direkt) Zugang hat.¹²⁵ Die sprichwörtliche Feststellung, dass man Menschen nicht in den Kopf sehen kann, fasst die Grundbedingung menschlichen Lebens, dass Menschen einander opak sind, zusammen.

Daraus folgt, dass die Bereiche des „Öffentlichen“ und des „Privaten“ nicht fixiert sind, sondern gesellschaftlich definiert werden – immer kann es auch anders werden. Das Beispiel des

¹²⁵Raymond Geuss: *Privatheit. Eine Genealogie*. Frankfurt a.M. 2002.

Telefonierens im öffentlichen Raum kann einen solchen Wandel gut verdeutlichen: Wohin früher der geschützte Raum der Telefonzelle gesucht wurde, man leise und recht kurz mit anderen telefonierte, wird heute an allen Orten ausführlich und laut in Mobiltelefone gesprochen. Themen, die vormals absolut privat oder sogar intim waren, werden heute in der Öffentlichkeit inszeniert, in der Regel ohne Rücksicht auf das unfreiwillige Publikum. Eigentlich definiert sich Öffentlichkeit darüber, dass dort Dinge verhandelt werden, die jeden angehen, aber nicht der jedem mögliche offene Zugang. Natürlich ist ohne Zugang zu Themen, ohne Zugriff auf Informationen, keine Verhandlung ihrer Bedeutung möglich. Dennoch ist die Unterscheidung von öffentlichen und privaten Themen anhand der Beurteilung ihrer Wichtigkeit für die Gesellschaft wesentlich und leicht möglich. Wie viele Firmeninterna, Dienstgeheimnisse und andere sensible Informationen auf diese Weise fahrlässig preisgegeben werden, kann nur spekuliert werden. Die Menge privater Zerwürfnisse aufgrund solcher Indiskretionen steigt jedoch kontinuierlich, obwohl sie bereits hoch ist und man ein wachsendes Bewusstsein der Nutzer gegenüber diesen Zusammenhängen annimmt. (Bisher geht man davon aus, dass Menschen den Umgang mit ihren Werkzeugen und entsprechende Nebeneffekte zu kalkulieren lernen.)

Entsprechend der nationalen Traditionen wird z.B. bei der Berichterstattung z.B. über Politiker aufgrund ihrer Verantwortung für die Allgemeinheit kaum Rücksicht auf deren Privatsphäre genommen. Vielmehr wird argumentiert, dass ihr Verhalten im Privaten entscheidende Informationen zum Charakter biete, was für ihre Einschätzung und Glaubwürdigkeit als Politiker entscheidend sein könne. So müssen sich Politiker in Großbritannien z.B. öffentliche Kritik auch an ihrem privaten Verhalten gefallen lassen, wohingegen in anderen Ländern das Privatleben auch von für die Allgemeinheit entscheidenden Personen – z.B. eben „Volksvertretern“ – geschützt wird. An diesem Punkt greifen Vorwürfe der Zensur und Unaufrichtigkeit, die Abgrenzung von „Personen des öffentlichen Interesses“ und der Öffentlichkeit. In Deutschland soll bei Uneinigkeit über das Berichten oder die Darstellung von Ereignissen etc. zwischen der Meinungsfrei-

heit und dem „Schutz von Amt und Würde“ abgewogen werden, wobei Beleidigungsmöglichkeiten, „Gute Sitten“ und das „Öffentliche Ärgernis“ Zusatzfaktoren sind, die je nach Situation sehr unterschiedlich bewertet werden. Der darin angelegte Entscheidungsspielraum und daraus resultierende Unterschiede in der Bewertung individueller Fälle, hinterlässt in der Öffentlichkeit oft einen schalen Beigeschmack. In Britannien ist aufgrund völlig anderer Traditionen die deutsche Situation kaum zu vermitteln. Zwar werden die Möglichkeiten der wertenden Darstellung in der Öffentlichkeit vor allem durch Regelungen zur Rufschädigung, *libel laws*, begrenzt, Politiker berufen sich jedoch erheblich zurückhaltend auf sie, da sie deswegen schnell als empfindlich und humorlos, vor allem aber als Zensoren der Medien angesehen werden können.

Kulturelle Traditionen sind von historischen Entwicklungen abhängig. In der griechischen Antike bedeutete Öffentlichkeit den freien Zugang für alle und dass alles an solchen Orten beobachtet werden kann. Im Alten Rom war nicht der Zugang wichtig, sondern dass es um Dinge geht, die jeden betreffen, aus der *res publica*, der „öffentlichen Sache“ entsteht das Verständnis des Gemeinwesens. Dabei zeigte sich bereits das Kernproblem, dass die persönliche Würde des Einzelnen dem allgemeinen Wohl entgegenstehen kann. Das Private ist entsprechend vor Veröffentlichung durch Dritte geschützt, wobei in Deutschland aufgrund der Sphärentheorie unterschieden wird zwischen Privat- und Intimsphäre, über die grundsätzlich nicht ohne Einwilligung der Betroffenen berichtet werden darf, während über die Privatsphäre berichtet werden darf, wenn das Informationsinteresse der Öffentlichkeit größer zu bewerten ist als der Schutz einer Privatsphäre. Bei der Bewertung dieser Schutzwürdigkeit wird zwischen *absoluten* und *relativen Personen der Zeitgeschichte* unterschieden, wobei dabei entscheidend ist, wie dauerhaft oder vorübergehend das Informationsbedürfnis der Öffentlichkeit zu diesen Personen ist.¹²⁶

¹²⁶Das allgemeine Persönlichkeitsrecht ist in Art. 1 u. 2 GG geregelt und wird durch Verletzung der Rechte Dritter eingeschränkt. Die Informations- und Pressefreiheit ist in Art. 5 GG geregelt und wird durch andere Gesetze eingeschränkt. §823 BGB regelt daraus abzuleitende zivilrechtliche Ansprüche. Und §22 Kunsturhebergesetz regelt das Recht am eigenen Bild.

Wer die Öffentlichkeit ist, wird aufgrund der eigenen Interessen von jedem anders gesehen. Forderungen im Namen der Öffentlichkeit sind oft der Versuch, Partikularinteressen als allgemeingültig darzustellen. Erkundigungen nach Einstellungen, Meinungen etc. zu bestimmten Themen machen diese Themen in der Art, wie gefragt wird, überhaupt erst zum Inhalt – vorher hat man an dieses Thema schlicht nicht gedacht – und schon gar nicht so. Verbindungen zu anderen Themen oder bestimmten Sichtweisen auf Zusammenhänge oder Themen werden überhaupt erst durch das Nachfragen konstruiert. Entsprechend argumentiert Pierre Bourdieu, dass eine öffentliche Meinung gar nicht existiert, sondern durch die Meinungsforschung behauptet, geschaffen und manipuliert wird.¹²⁷ Die Schamlosigkeit mancher Interessengruppen, die dabei beobachtet werden kann, ist – auch für die instrumentalisierten Zielgruppen solcher Lobby-Arbeit – immer wieder unfassbar, wie am Beispiel der Aktivitäten der Atomlobby in Deutschland festzustellen ist.

Was bei solchen Auftritten im Namen der Öffentlichkeit nicht bedacht wird, ist, dass Öffentlichkeit in ausdifferenzierten pluralistischen Gesellschaften aus vielen Öffentlichkeiten zusammengesetzt ist. Man kann zwar von der Öffentlichkeit in einem Land oder einer Kultur sprechen. Diese ist jedoch nur eine Verdichtung und Verzerrung verschiedenster Positionen, quasi der vereinfachte Mittelwert aus den verschiedenen wesentlichen Öffentlichkeiten, wobei individuelle Hintergründe nicht aufgenommen werden und entsprechend quantitativ aufgefangen werden müssen. Entsprechend ist jede Darstellung öffentlicher Meinung mit Vorsicht zu sehen, da sie immer eine vereinfachende ausschnittshafte Reduktion darstellt, deren quantitative Breite und qualitative Tiefe zu prüfen ist. Oft wird ein sinnvoller Querschnitt durch die Bevölkerung nicht erreicht, die Subkulturen und Gegenöffentlichkeiten, aus denen jede Gesellschaft besteht, sind nicht repräsentiert. Spätestens wenn man verwendete Fragestellungen im Zusammenhang prüft, ist ein Ziel der Befragung und eine entsprechende Führung der Befragten erkennbar.

¹²⁷Pierre Bourdieu: „Die öffentliche Meinung gibt es nicht.“ In: ders.: *Soziologische Fragen*. Frankfurt 1993; 212–223.

Medien als Vierte Gewalt

Den Massenmedien wird seit langem vorgeworfen, Inhalte und Positionen entsprechend der im- oder expliziten Vorgaben von Besitzern oder einflussreichen Eliten zu formulieren. Entsprechend dieser sich stetig wandelnden Interessen und Parteinahmen verändern sich die vertretenen Positionen z.T. sehr schnell und berichten nicht in Annäherung oder Rekonstruktion historischer Zustände, sie versuchen nicht, aufzuklären, sondern entsprechend der aktuell vertretenen Position zu manipulieren.

As far as the mass of the people go, the extraordinary swings of opinion which occur nowadays, the emotions which can be turned on and off like a tap, are the result of newspaper and radio hypnosis. In the intelligentsia I should say they result rather from money and mere physical safety.¹²⁸

Dieser Zustand ist weit vom Ideal entfernt, das feststellt, dass freier Zugang zu Informationen, Medien und Gedanken für die Demokratie unverzichtbar sind. Diese Forderung wird zwar von allen Interessengruppen in Demokratien bestätigt, aber die Umsetzung sieht sehr unterschiedlich aus. Das liegt zum einen am Wandel der Massenmedien, deren finanziellen Abhängigkeiten, dem Rückgang des investigativen Journalismusses und der Bereitschaft, in Opposition zu treten zu wirtschaftlich oder politisch Mächtigen. Zum anderen liegt es an der – durch Medienberichte erheblich vertieften – Frustration der gesellschaftlichen Mehrheit angesichts der wachsenden Unerreichbarkeit von Politikern, Managern usw. und der relativen Folgenlosigkeit festgestellten Fehlverhaltens dieser Berufsgruppen.

Die Medien sollen Politik und Wirtschaft kontrollieren. Diese Forderung beschreibt in aller Kürze das Konzept der *Vierten Gewalt*, die die Medien neben den staatlichen Gewalten (Legislative, Judikative und Exekutive) sieht, obwohl die Presse

¹²⁸George Orwell: “Looking back on the Spanish War“ in: ders.: *Shooting an Elephant and other Essays*. London 2009; 160.

nicht tun kann, was diese anderen Gewalten können. Sie haben, jenseits des im Art. 5 des Grundgesetzes allgemein formulierten Schutzes der Medien, keine verfassungsgegebene Macht, um diesen Auftrag zu erfüllen. Entsprechend schwierig ist für Medienanbieter, die sich nicht über ihre Unabhängigkeit und Kritikfähigkeit profilieren, sondern über Unterhaltung und unterschiedlich weitreichende Vereinfachung in der Darstellung bzw. komplette Vermeidung komplexer Themen, die Realisierung des Anspruchs an Massenmedien, Kontrolleure von Politik und Wirtschaft zu sein.

Den Medien wird – obwohl sie nach marktwirtschaftlichen Kriterien als Teil des Wirtschaftssystems arbeiten – eine gesellschaftlich bedeutsame Aufgabe zugeschrieben, ohne dass sie dafür entsprechend staatlichen Schutz oder finanzielle Unabhängigkeit erhielten. Auch ist das Selbstverständnis vieler Redaktionen nicht mehr diesem Ideal journalistischer Unabhängigkeit verpflichtet, viele Journalisten sind nicht adäquat ausgebildet oder gebildet, um entsprechend kritisch die Inszenierungen von Politik und Wirtschaft zu hinterfragen.¹²⁹ Dabei besteht das Problem, dass privatwirtschaftliche Massenmedien aufgrund dieser Einbindung ins Wirtschaftssystem – wenn sie Gewinnmaximierung als Hauptziel ihrer Tätigkeit sehen – vor allem von Werbekunden abhängig und darüber erpressbar sind.¹³⁰ Öffentlich-Rechtliche Medienanbieter unterliegen diesen Zwängen formal nicht, haben die finanzielle Unabhängigkeit inoffiziell faktisch aufgegeben und den – in den meisten Ländern, in denen es solche Angebote gibt, klar formulierten – gesellschaftlichen Auftrag uminterpretiert oder an Partikularinteressen ausgerichtet. So ist z.B. die Quotenorientierung des öffentlich-rechtlichen Fernsehens in Deutschland nach wie vor inoffiziell, bestimmt aber wesentlich über Formate und Inhalte. In Großbritannien ist der öffentlich-rechtliche Rundfunk immer wieder als unkritisches

¹²⁹In diesem Zusammenhang wesentlich: Andreas Dörner: *Politainment. Politik in der medialen Erlebnisgesellschaft*. Frankfurt a.M. 2001. Erhellend sind auch die Beiträge aus: Jörg-Uwe Nieland u. Klaus Kamps (Hrsg.): *Politikdarstellung und Unterhaltungskultur*. Köln 2003.

¹³⁰Hierzu einleitend: Jeanette Simon: „Journalismus an der Kette. Wirtschaftlicher Druck zwingt ein System zum umdenken.“ In: *Fachjournalist* Nr. 6/2006; 16–19.

Sprachrohr der jeweiligen Regierungen aufgefallen. In den westlichen Staaten ist diese Tendenz bekannt und wird von demokratischen Kritikern immer wieder thematisiert. Dabei sind die massenmedialen Plattformen der Kritik an den Massenmedien und ihrer Berichterstattung von den jeweiligen Möglichkeiten abhängig, die breite Öffentlichkeit wird in der Regel nicht erreicht.¹³¹

Beziehungen zwischen Journalisten und Politikern können persönlich werden, da Zwänge und Versuchungen entstehen, die die journalistische Unabhängigkeit gefährden und oft einschränken. Die Auswirkungen solcher Beziehungen auf die Kontrolle demokratischer Prozesse ist offensichtlich.¹³²

Auch die Selbstbeobachtung der Medien im *Medienjournalismus* schwankt zwischen sachlich-kritischer Beobachtung der eigenen Profession (auch innerhalb der eigenen Produktion) und der Werbung für bestimmte journalistische und andere Medienprodukte, die als Werbung oder PR zu bezeichnen ist, aber nicht den Ansprüchen an Journalismus entspricht. Diese zweite Form kann mit den Kriterien des Propagandamodells treffend beschrieben und untersucht werden. Idealer Medienjournalismus kann mit dem *Pluralismusmodell*¹³³ beschrieben werden, dabei werden aber die ökonomischen Zwänge journalistischer Arbeit und deren faktische Auswirkung nicht berücksichtigt.

Während in der Vergangenheit ein journalistischer und verlegerischer Ethos auch in den privatwirtschaftlichen Medien vertreten wurde, der den Forderungen an die „Vierte Gewalt“ immer wieder unterschiedlich nah kam, so nimmt diese Haltung

¹³¹Hierzu: Harald Müller: *Unkritisch zu Diensten. Zwischen Information, Inszenierung und Zensur*. HSKF-Standpunkte 4/2002. <<http://www.hskf.de>> Gekürzt abgedruckt in: Frankfurter Rundschau, 13.11.2002.

¹³²Siehe: Philip Baugut, Maria-Theresa Grundler: *politische (Nicht-) Öffentlichkeit in der Mediendemokratie. Eine Analyse der Beziehungen zwischen Politikern und Journalisten in Berlin*. Berlin 2010.

¹³³Das Pluralismusmodell fokussiert auf Transparenz, journalistische Verantwortung, Kontrolle und Kritik (die ggf. selbstreferentiell sind), Legitimität, Objektivität, journalistischer Verantwortung als *Gatekeeper* und Teil der Vierten Gewalt. Siehe hierzu: Matthias Karmasin: „Die Verantwortung der Beobachtungsbeobachter. Zum ethischen Problem des Medienjournalismus.“ In: *Journalistik Journal* Nr. 2/2006; 14 f.

seit den späten 1980er Jahren deutlich ab und droht, zu verschwinden. Die eigentlich als unabhängige und kritische Medien angelegten öffentlich-rechtlichen Anbieter gleichen sich den privat finanzierten an. Die Beobachtung der Annäherung wird als Konvergenzhypothese bezeichnet, wobei diese komplexer ist als hier dargestellt wird.

Massenmediale Konsensproduktion

Die Massenmedien werden gerne zur Themensetzung und Steigerung bestimmter Stimmungen verwendet. Je nach Interesse der Redaktion, der Eigner und der Absichten gegenüber dem Publikum lassen sich solche Interessen unterschiedlich weit umsetzen. So versucht etwa die Politik, die Massenmedien zu manipulativen Zwecken zu usurpieren. Aber Medien können gleichzeitig potenziell mächtige Verbreiter kritischer Botschaften sein. Das heißt, sie können positiv zur gesellschaftlichen Integration beitragen, aber können durch entsprechende Berichte genauso negativ dagegen arbeiten.

Überredung ist eine bewusste Kunst und ein anerkanntes Organ der Volksregierung geworden. Jede politische Überlegung wird davon verändert, dass überlegt wird, wie sie zu präsentieren ist, um möglichst viel Zustimmung zu erhalten. Alternativ werden unangenehme Entscheidungen oder unvorteilhafte Ereignisse gerne so präsentiert, dass sie von angenehmeren Informationen überlagert oder verdrängt werden. Manipulation durch und mit Hilfe von Massenmedien bedient sich der für die jeweiligen Medien etablierten spezifischen Erzählweisen, Inhalte werden auf dem Publikum vertraute Weise dargestellt und eingebunden, um durch emotionale Aufladung wirken zu können. Im *Propagandamodell* hat Noam Chomsky am Beispiel der US-amerikanischen Massenmedien die entsprechenden Mechanismen sehr deutlich beschrieben (siehe Darstellung ab Seite 126). Vergleichbar ist die internationaler ausgerichtete Darstellung bei Manuel Castells und deren Anwendung auf den

deutschsprachigen Raum durch Christian Fuchs¹³⁴: *Framing, agenda-setting, priming* und *indexing* sind laut Manuel Castells die wesentlichen Mechanismen, mit denen Macht bestimmt, was kommuniziert wird.¹³⁵ Fuchs verdeutlicht, dass 16 der 20 dominierenden Domains im deutschsprachigen Raum Organisationen mit Sitz in den USA gehören, dass 19 davon profitorientiert sind mit *Wikipedia* als einziger Ausnahme. Er beschreibt Sichtbarkeit und Aufmerksamkeitsökonomie als die wesentlichen Internet-Filter, die die Interessen mächtiger Akteure deutlich bevorzugen. Die Profitorientierung des Nachrichten- und Informationssektors und deren Auswirkung auf die öffentliche Meinung wird von Roberto Verzola am Beispiel von Online-Angeboten ausführlich diskutiert, wobei er die Verbreitungskosten als zentralen Aspekt isoliert:

While the cyberlord class has become increasingly powerful, the source of its power is also the key to its weakness. This is the extremely low cost of reproducing information, which is the basis of the social nature of these goods. It is impossible to stop people from sharing information, regardless of the will of information producers and cyberlords. The more we freely share information that they want locked up under IPR, the weaker information monopolies will become.¹³⁶

Medienöffentlichkeiten hierarchisieren den Horizont möglicher Kommunikationen und einschränken ihn zugleich. In dieser Gleichzeitigkeit und Verknüpfung ist das ambivalente Potential der Massenmedien begründet, das nicht nur Jürgen Habermas und Noam Chomsky thematisieren. Sie können, soweit sie Kommunikationseinflüsse in einem zentralisierten Netzwerk einseitig, von der Mitte zur Peripherie oder von oben nach unten kanalisieren, die Wirksamkeit sozialer Kontrollen erheblich

¹³⁴Christian Fuchs: „Some Reflections on Manuel Castells’ Book ‘Communication Power’ “ in: *TripleC* 7(1), 94–108, 2009. <<http://www.triple-c.at>>

¹³⁵Manuel Castells: *Communication Power*. Oxford 2009, 192.

¹³⁶Roberto Verzola: „Lords of Cyberspace: The return of the Rentier“ 2004; 8. <<http://www.forumonpublicdomain.ca/roberto-verzola-lords-of-cyberspace-the-return-of-the-rentier>>

verstärken. Als Gegenargument gibt Habermas jedoch zu bedenken, dass die Ausschöpfung dieses autoritären Potenzials aber stets prekär bleibt, weil in die Kommunikationsstrukturen selber das Gegengewicht eines emanzipatorischen Potenzials eingebaut ist.¹³⁷ (Zum Konzept der Massenmedialen Konsensproduktion siehe auch Seite 56).

Theatralität der Gewalt

Soziale und kulturelle Verhältnisse, *systems of shared meaning*, werden durch Kommunikationen geschaffen und weiterbearbeitet, wobei Gesellschaften auf symbolische Inszenierungen ihrer offiziellen Kultur angewiesen sind, die den vereinbarten Wertekanon in Erinnerung bringen oder aus aktueller Notwendigkeit an die neuen Verhältnisse anpassen. Das geht nur mit Hilfe massenmedialer Vermittlung der entsprechenden Ereignisse und Veranstaltungen, die derart inszeniert stattfinden müssen, dass sie für die Medien brauchbare Bilder liefern. Szenerie und Dramaturgie müssen entsprechend angelegt sein, dramatis personae idealerweise etablierten und für mediale Berichte idealem Character Design entsprechen. Um in die Berichterstattung aufgenommen und von der Allgemeinheit wahrgenommen zu werden, versucht jede Partei entsprechend eingängige Bilder zu liefern. (Sei das ein Greenpeace-Schlauchboot zwischen Harpune und Wal oder Guido Westerwelle im Big Brother-Container.)

In diesem Zusammenhang ist festzuhalten, dass Kultur zum einen die Gesamtheit aller gemeinsamen Bedeutungen in einer Gruppierung und zum anderen der Prozeß ihrer Hervorbringung und Verbreitung ist. Diese Gesamtheit beinhaltet natürlich auch alle Ausdrücke von Gewalt und Reaktionen darauf, denn tatsächliche Kultur drückt sich in allem aus, was geschieht. Die offizielle Kultur versucht unter Rückgriff auf Werte und Normen, z.B. auf das Konzept der Gewaltenteilung und die Abgabe von Gewaltbefugnissen in der Gesellschaft, deren Idealzustand nicht

¹³⁷Jürgen Habermas: *Theorie des kommunikativen Handelns*. 2 Bd. Frankfurt 1981; II 573.

aus den Augen zu verlieren. Gewalt resultiert dabei in der Regel aus Anpassungszwängen innerhalb der Gesellschaft, aus Angst vor Machtverlust und vor Konkurrenz. Dabei kommt Gewalt nicht nur von außen, sondern sie ist Teil des gesellschaftlichen Lebens. Dabei dient sie sowohl der Abgrenzung von Gruppen innerhalb der Gesellschaft als auch von Gesamtgesellschaft nach außen. Aber auch innerhalb von Gruppen hat Gewalt massiven Einfluß auf individuelle und kollektive Lebensweisen. Gewalt ist dabei nicht völlig formlos, sondern reicht von der in Werten, Normen und Vorschriften liegenden strukturellen Gewalt bis zu Exzessen körperlicher Gewalt in Familien und anderen engmaschigen Gruppen.

Massenmedial transportierte inszenierte Gewalt bzw. ihre Androhung wird im Folgenden zur Verdeutlichung der kulturellen Beschreibung durch Gewaltakte an zwei Beispielen verdeutlicht: Umgang mit Protest gegen Atomtransport bzw. -lagerung und Mißhandlungsfotos aus dem Gefängnis Abu-Ghraib im Irak.

Veränderungen der Gesellschaft hinterfragen die bestehende Machtverteilung, sie wirken sich als drohender Macht- bzw. Autoritätsverlust, der sich mit Sorge um individuell erreichten Wohlstand verbindet, auf die Selbstverortung und Gesellschaftsbeschreibung aus: Eine Gesellschaft flüchtet in Vorurteile und Glauben an Stereotypen, reduziert oder negiert das Mensch-Sein der anderen Gruppen oder Individuen, um ihnen ohne schlechtes Gewissen unterschiedlich weit reichende Gewalt antun zu können, ohne die eigenen Werte hinterfragen zu müssen und Selbstachtung zu verlieren. Daher wird die Ursache der Gewaltausübung in diesen Konstruktionen immer den *Anderen* zugeschrieben, auf deren Fehlverhalten man reagieren muß.

Das „Publikum zu Hause an den Bildschirmen“ ist für die Bewertung von Gewalthandlungen als „notwendig“ oder als „regelbrechend“ auf deren massenmedialen Präsentationen angewiesen, die die verschiedenen Positionen darstellen sollten. Dabei wirken sich Widersprüche zwischen internalisierten Werten und abweichendem Verhalten auf die Bewertung aus, auch wenn Gewaltanwendung im Namen der Allgemeinheit geschieht: Hierzu ein Beispiel: Atommüll stellt eine Gesundheitsgefährdung dar.

Da der Müll aber existiert, muss er irgendwo gelagert werden. Mögliche Lagerorte werden von Volksvertretern nach sozialen und geografischen und auch geologischen Kriterien gesucht. Dabei üben sie im Namen der Gesellschaft strukturelle Gewalt gegen Teile der Gesellschaft aus. Transport und Lagerung stellen in der Praxis eine Gefährdung der Allgemeinheit dar, gegen die in unterschiedlichen Weise protestiert wird. Sowohl die Transporteure und deren Geleitschutz, als auch die Proteste wenden vorbereitend und im Verlauf unterschiedliche Formen von Gewalt an. Beide Seiten des Konflikts sehen sich als Vertreter der



Abbildung 5: Anti-Atom-Treck 2009, T-Shirt eines Mitglieds der Bereitschaftspolizei, Magdeburg (Foto: Karin Behr / PubliXviewinG). Das T-Shirt zeigt gekreuzte Schlagstöcke als selbstgewähltes Zeichen der benannten Polizeieinheit. Die Zeichenwahl in ihrer Gestaltung eignet sich als Prämissenbeschreibung der Träger im Bezug auf ihre Arbeit. Auch das in der Situation eine Gewalteskalation billigend in Kauf nehmende Verhalten der Beamten vor Ort deutet auf deren Selbstverständnis als „Ordnungsmacht“ hin, andere Konzepte von Polizeiarbeit, die im Auftrag der Allgemeinheit geschieht, werden dabei nicht kommuniziert...

Gesellschaft, für deren Erhalt sie in der konkreten Situation handeln. Dabei werden gesellschaftliche Vereinbarungen hinterfragt und z.T. gebrochen, nicht zuletzt, weil die von der Politik ver-

tretenen Gesellschaft als Auftraggeber der Transporte und Lagerungen die Einhaltung der Vereinbarungen durch alle Beteiligten gar nicht prüft oder prüfen kann: Die Polizei repräsentiert zwar das von der Gesellschaft delegierte Gewaltmonopol, das nun gegen einen Teil der Gesellschaft, dessen Verhalten die öffentliche Ordnung stört, angewandt wird. Ob die Polizeigewalt jedoch im Sinne der Gesellschaft angewandt wird oder nur im Sinne einer Minderheit innerhalb dieser Gesellschaft, ist unklar.

Die Grundmuster des Denkens und Wertens stimmen dabei in keiner Weise überein und zeigen die Grenzen der Kommunikation auf: Von einer Seite wird z.B. die Einhaltung vordergründiger Ordnung höher bewertet als die hintergründige Frage der Sicherung des Gemeinwohls, ein In-Frage-Stellen der Anweisungsmacht der Polizei wird nicht als Dialog mit mündigen Bürgern gesehen, die ein verbrieftes Recht auf Ausdruck und Berücksichtigung ihrer Meinung haben, sondern z.T. sogar als Angriff auf die persönliche Autorität. Dabei versuchen alle Seiten, den massenmedialen Bedürfnissen zu entsprechen, und planen und gestalten ihre Auftritte soweit möglich so, dass die eigene Seite als stellvertretend für die Allgemeinheit gesehen werden kann. Dabei liefern besonders Situationen, in denen Fehlverhalten von Mitgliedern der beteiligten Gruppen deutlich wird, die Bilder, die Rückschlüsse auf deren tatsächliche Kultur erlauben.

Gewalt in der Spannweite ihrer Ausdrucksformen ist vielgestalt, aber immer mit bestimmten Grundtönen und Verhaltensmustern verbunden, mit dem Bestreben, die eigenen Vorstellungen anderen Menschen aggressiv aufzuzwingen oder Frustration über eigene Unzulänglichkeit oder Benachteiligung abzureagieren. Zu unterscheiden ist dabei zwischen der auf Außenwirkung zielenden inszenierten Gewalt und affekthaftem hemmungslosem Wüten: Inszenierte Gewalt dient der sozialen Stabilisierung und funktioniert vor allem als Androhung. Erst wenn das Drohen als Abschreckung scheitert, folgt ihr Ausagieren. Aufgrund dieser planbaren Abfolge der Schritte können solche Gewaltausübungen in der Regel journalistisch dokumentiert und mit Hilfe der Massenmedien kommuniziert werden. Die Bilder der Gewaltanwendung wirken dann als Abschreckung und stärken (zumindest zeitweilig) die Wirkung der primären

Gewaltandrohung. Beide Stufen dienen der Verängstigung von nicht an die Werte und Normen der Gruppe angepaßte, von Dissidenten und Gegnern. Sie dienen der Präsentation eigener Stärke gegenüber dem Gegner, gegenüber der Gruppe und Dritten, also der Stabilisierung der eigenen Gruppe und ihrer Hierarchien. Sie dienen auch der Unterdrückung von Konkurrenzangst, die primär evolutionspsychologisch ist: Die *Anderen* drohen, mögliche Geschlechtspartner wegzunehmen, verringern also die Möglichkeiten zur eigenen Reproduktion, zur Weitergabe eigener Gene, zum Erhalt der eigenen Gruppe.

So sind z.B. Kriegstänze vor Rugby-Spielen formelhafte Drohgebärden und Kraftakte, deren Aufführung vor einem anstrengenden sportlichen Wettkampf vorhandene Reserven und Kräfte verdeutlichen und den Gegner einschüchtern sollen. Ebenfalls wichtige Faktoren inszenierter Gewalt betreffen gesellschaftlich randständige Gruppen. Gewaltanwendung ist dabei gespeist aus einer Mischung aus Aggressionskompensation und dem Wunsch, aufzufallen und wahrgenommen zu werden. Auch der Wunsch, zur Allgemeinheit zu gehören, kann zu Grunde liegen: Gewaltanwendung drückt dabei den Wunsch aus, für Regelverletzung bestraft zu werden, um unter die Regeln der Gesellschaft, die bekannt sind, unterworfen zu werden und dadurch als Teil der Gesellschaft akzeptiert zu werden.

Dagegen ist Gewalt als hemmungsloses Wüten ein Zeichen des Verlusts über die Triebkontrolle (in etwa ein Ausbruch des Aggressionsstaus), eine enthemmte Reaktion auf (nicht immer unterschwellige) Konkurrenzangst, von der abgeleitet hemmungslose Gewaltanwendung den Versuch darstellt, Konkurrenz zu vernichten oder zu vertreiben. Diese Form der Gewalt geschieht nicht als Drohgebärde, nicht aufgrund ihrer kommunikativen Wirkung, sondern ist triebhaft und antisozial. Gewalt dient scheinbar der Verteidigung eigener Werte, zumeist untergräbt sie jedoch deren behauptete Idealform. Man denke beispielhaft an die Dokumentation der Gewaltexzesse in Abu-Graib durch deren Verursacher: US-Soldaten fotografieren Häftlinge, die sie zu bestimmten Stellungen und Handlungen gezwungen in tableaux vivants arrangiert haben, von denen sie glauben, dass sie die Häftlinge besonders erniedrigen. Diese Bilder und Kon-

zepte sind dem eigenen kollektiven Bildervorrat und Annahmen über die Wertvorstellungen der Opfer entsprungen. Akte der Erniedrigung werden aufgeführt und zur Erinnerung der Folterer dokumentiert – so weit man weiß ohne Skrupel. Eine Armee und deren Berater, die gekommen sind, um „zu befreien“, um „Demokratie zu bringen“, liefern ein Zerrbild ihrer Gesellschaft, das den Vorurteilen ihrer Gegner genau entspricht. Trotz aller in der Öffentlichkeit beschworenen Werte brechen sich in den weltweit rezipierten Bildern Inszenierungen von Macht und Gewalt Bahn, die zugrunde liegende kollektive Vorstellungen über die *Anderen* illustrieren und in der Folge stereotypenbildend auf das Kollektiv der US-amerikanischen Bevölkerung projiziert werden.



Abbildung 6: Demo-Aufruf von 2009 unter Verwendung eines Folterfotos aus Abu Ghraib von 2004 (Foto: Jakob F. Dittmar). Die zugrunde liegende Fotografie ist nach ihrer Veröffentlichung sehr schnell zum Symbol des Skandals um Folter in US-Armeegefängnissen geworden. Sie wird auch als Indiz für amerikanische Werte und Imperialismus verwendet.

Schweigespiralen

Aus dem menschlichen Wunsch, sich Gruppen zuzuordnen und zu diesen vollwertig zu gehören, in diesen anerkannt zu sein, leitet Elisabeth Noelle-Neumann die These ab, dass sogar Mehrheitsmeinungen, weil sie in den Massenmedien verschwiegen werden, auch im nicht-massenmedialen Diskurs, in der Öffentlichkeit, nicht mehr thematisiert werden, weil jeder einzelne glaubt, seine Meinung sei nicht konsensfähig.¹³⁸ Pierre Bordieu¹³⁹ und Horst Pöttker (s.u.) zeigen dagegen Mechanismen auf, die über die von Noelle-Neumann beschriebenen verhaltenspsychologischen Hintergründe hinausgehen und die Gefahren und unsichtbaren Beeinflussungen der Mechanismen von Schweigespiralen deutlich anders beschreiben.

Wesentlich ist für ihre Argumentation, dass nicht nur Minderheiten ihre Positionen in den Massenmedien nicht finden oder darstellen können, sondern dass dies auch mit Mehrheitsmeinungen geschehe. Sowohl sie als auch Hans Mathias Keppinger behaupteten, dass die öffentlich-rechtliche Berichterstattung die CDU in der Wahlkampfberichterstattung benachteiligt hätte. Das wurde später zwar deutlich widerlegt, aber ihre Theorie steht zeitlich und argumentativ in engem Zusammenhang mit der Einführung des Privatfernsehens in Deutschland und ergänzt sich sehr gut mit den Behauptungen der Regierung Kohl, dass der öffentlich-rechtliche Rundfunk politisch links-lastig sei und konservative Positionen vor allem negativ darstelle – wenn sie überhaupt berichtet würden. Wie sich im Laufe der Zeit gezeigt hat, ist eher die generelle Ablehnung aller Kritik an Kohls Person und Partei Ursache dieser Meinung gewesen. In direktem Bezug auf die These der Schweigespirale ist der Nachweis schwer zu erbringen, ob Medien Themen tatsächlich tabuisieren können, ohne entsprechenden Rückhalt in der Öffentlichkeit oder bei der Staatsmacht zu haben. Hierzu bieten Alexander und Margarete Mitscherlichs *Die Unfähigkeit*

¹³⁸ Elisabeth Noelle-Neumann: *Die Schweigespirale. Öffentliche Meinung – unsere soziale Haut*. München 1980.

¹³⁹ Pierre Bordieu: *Über das Fernsehen*. Frankfurt a.M. 1998.

zu trauern¹⁴⁰ und Victor Klemperers *LTI*¹⁴¹ wichtige Beispiele und Argumente. Ohne die Bereitschaft der Öffentlichkeit, Medienmeinungen zu übernehmen oder Schweigen als Tabu zu interpretieren, funktioniert die Schweigespirale weder in Demokratien noch in Diktaturen. Zum Beispiel waren Themen, die in der DDR offiziell verschwiegen wurden, durchaus und z.T. erst recht Thema – zumindest für Teile der Gesellschaft.¹⁴² In Britannien war Kritik an der Teilnahme am Irak-Krieg unter der Regierung Blair offiziell unerwünscht und in regierungsnahen Medien nur sehr unterschwellig (wenn überhaupt) zu finden, die öffentliche Meinung hat sich desungeachtet anders erhalten und entwickelt.

Horst Pöttker formuliert dagegen eine andere Schweigespirale, die darauf beruht, dass

Unbekanntes, Verschwiegenes ganz unabhängig von
der psychischen Präposition der meisten Menschen,
beim besten Willen nicht dikutiert werden *kann*¹⁴³

Das Nicht-Auftauchen von Themen in den Medien liegt nach Pöttker auch am Wesen des Schweigens selbst: Man kann nur wissen, dass ein Zustand, Ereignis oder Geschehen verschwiegen wird, wenn man weiß, dass es dieses überhaupt gibt. Man braucht also Informationen, um zu merken, wie wenig man informiert ist. Das Nicht-Thematisieren von Inhalten bleibt unbemerkt, bis sich diese Themen auf andere Weise bemerkbar machen. Probleme müssen so rechtzeitig wie möglich thematisiert werden, damit sie gelöst oder zumindest angegangen werden könnten. Dass sie nicht recherchiert und berichtet werden, fällt aber nicht auf, da das Publikum ihr Fehlen nicht bemerkt, zumal statt dessen anderen Themen Aufmerksamkeit geschenkt wird. Dies ist mit Harold Pinters Unterscheidung der zwei Arten

¹⁴⁰Alexander und Margarete Mitscherlich: *Die Unfähigkeit zu trauern. Grundlagen kollektiven Verhaltens*. 20. Aufl. München 2007

¹⁴¹Victor Klemperer: *LTI*. 22. Aufl. Stuttgart 2007.

¹⁴²Z.B. in: Hartmut Zwahr: *Die erfrorenen Flügel der Schwalbe. DDR und „Prager Frühling“ – Tagebuch einer Krise 1968 bis 1970*. Bonn 2007.

¹⁴³Horst Pöttker: „Eine andere Schweigespirale. Öffentliche Vernachlässigung bringt sich selbst hervor“ in: *Journalistik Journal*, 12. Jahrgang, Nr. 2, 2009; 10 f.

von Schweigen erklärbar, von denen nur die eine Stille bedeutet, während die andere durch Redeflüsse überdeckt sein kann.¹⁴⁴ Pöttker erinnert in diesem Zusammenhang auch daran, dass konkrete Inhalte den Medien nur sehr begrenzt abverlangt werden können, dass nur sehr eingeschränkt die Möglichkeit besteht, auf das Fehlen bestimmter Themen in der Berichterstattung hinzuweisen bzw. die Aufmerksamkeit von Medien auf bestimmte Informationen zu lenken.

„Experten“

Medienberichte zitieren gerne sogenannte Experten, um ihre Darstellungen mit mehr Glaubwürdigkeit aufzuladen und ihre Argumente schlagkräftiger zu machen. Aufgrund der Vielzahl der Medienanbieter gibt es eine entsprechend große Zahl an Fachleuten oder Prominenz, die in Zusammenhang mit den jeweiligen Themen gebracht werden können. Es hat sich aber gezeigt, dass es zu jeder Position Gegenpositionen gibt, die aufgrund der Konkurrenzsituation in den Massenmedien auch oft dargestellt werden. Auch reduziert die Darstellung in den Massenmedien die Glaubwürdigkeit dieser „Experten“, da in der dramaturgisch begründeten Verkürzung und Zuspitzung, die Argumentationen für ihre mediale Darstellung erfahren, ggf. tatsächlich gegebenes Fachwissen oder wissenschaftliche Solidität für das breite Publikum erkennbar verzerrt wird.

Es gibt viele solide Experten für deren jeweiliges Feld und oft gelingt es auch, diese für entsprechende Stellungnahmen in den Massenmedien zu gewinnen. Aber neben diesen Fachleuten existieren „Experten“, die sich selbst gut zu vermarkten wissen, reddegewandt sind und so dazu kommen, zu den verschiedensten Themen Stellungnahmen und Thesen zu ventilieren, obwohl sie erkennbar keine Experten für diese Themen sind. Dabei spielt eine Rolle, dass wichtige Faktoren bei der Auswahl von Experten für die Massenmedien deren performativen Qualitäten

¹⁴⁴Harold Pinter: „Writing for the Theatre“ in *Evergreen Review* 8, Aug.–Sept. 1964.

vor der Kamera oder am Mikrofon, ihrer Stimm- und Formulierungsstärke, und natürlich deren terminliche Verfügbarkeit sind. Sie werden von den Medienproduzenten entsprechend „besetzt“, fachwissenschaftliche Expertise kann dabei als bestenfalls zweitrangig bezeichnet werden. Sabine Trepte und Benjamin Boecking haben verdeutlicht, dass Meinungsführer nicht mehr wissen als andere Personen, dabei kann klar zwischen wissenden und unwissenden Meinungsführern unterschieden werden.¹⁴⁵

Das zugrundeliegende Streben nach Aufmerksamkeit, Rampenlicht und ggf. Ruhm ist psychologisch interessant, aber nur ein Faktor der Bewertung solcher *Medienexperten*, deren Aussagen bestenfalls nichtssagend, aber auch gefährlich falsch sein können (und nicht zuletzt eine Verhöhnung des Publikums darstellen). Deutliches Beispiel für solche Karrieren sind Peter Scholl-Latour und Gerhard Konzelmann, die als „Nahostexperten“ in den deutschsprachigen Massenmedien beinahe omnipräsent waren. Durch die öffentliche Intervention echter Fachleute nach dem Zweiten Golfkrieg wurde Konzelmann als „unkundiger Publizist“ demontiert. Scholl-Latour wurde detailliert nachgewiesen, wie er

mit seinen Vorurteilen Ängste und Missverständnisse geschürt und somit zu einer Wiederbelebung des Feindbildes *Islam* beigetragen hat.¹⁴⁶

¹⁴⁵Sabine Trepte, Benjamin Boecking: „Was wissen die Meinungsführer? Die Validierung des Konstrukts Meinungsführerschaft im Hinblick auf die Variable Wissen.“ In: *Medien & Kommunikationswissenschaft*. 57. Jahrgang, Heft 4. 4/2009, 443–463.

¹⁴⁶Aus dem Klappentext zu: Verena Klemm u. Karin Hörner (Hrsg.): *Das Schwert des „Experten“*. Peter Scholl-Latours verzerrtes Araber- und Islambild. Heidelberg 1993.

Noam Chomskys Propagandamodell

Massenmedien dienen als System zur Übermittlung von Symbolen und Botschaften an die breite Masse. Sie sollen amüsieren, unterhalten und informieren, vor allem die gesellschaftliche Stabilität sichern, indem sie die von der Mehrheit vertretenen Werte und Normen, Verhaltensmaßregeln usw. kommunizieren und damit die von der Gesellschaft geteilten Werte in Erinnerung halten.

Die Medien kritisieren die Regierung oder auch die Wirtschaft von Zeit zu Zeit, wodurch auch der Eindruck entstehen mag, dass sie von diesen nicht abhängig seien, aber der Kritik in den Medien sind enge Grenzen gesetzt – durch die Mittel, mit denen der Zugang zu den Medien kontrolliert wird. Das jeweils Druckbare wird herausgefiltert, abweichende Meinungen werden an den Rand gedrängt.

Noam Chomsky hat diese Mechanismen am Beispiel der US-amerikanischen Massenmedien im Propagandamodell zusammengefasst, das – aufgrund der Veränderung oder Amerikanisierung des Medienmarkts – zunehmend deutlich auch in anderen westlichen Ländern Gültigkeit hat. Er und andere analysieren v.a. die Medienproduktion, nicht deren differenzierte Rezeption und/oder individuelle oder gezielte Reaktionen auf diese marktbeherrschenden Verhältnisse, die sich in intellektuellen und anderen Gegenöffentlichkeiten zeigen. Chomsky stellt fest, dass im Allgemeinen Ideologie die Maske liefert, hinter der sich Eigeninteressen verbergen. Die wichtigsten Komponenten dieses Modells sind:

1. Die Größe der wichtigsten Mediengesellschaften, die Konzentration und das Vermögen ihrer Eigentümer sowie ihre Gewinnorientierung,
2. die Werbung als Haupteinnahmequelle der Massenmedien,
3. die Abhängigkeit der Medien von den Informationen, die ihnen von der Regierung, der Wirtschaft und den von diesen Machtzentren alimentierten und approbierten „Experten“ geliefert werden,

4. „Flak“¹⁴⁷ als Mittel zur Disziplinierung der Medien,
5. „Antiterrorismus“, früher „Antikommunismus“ als nationale Religion und Kontrollmechanismus.

Filter der Nachrichtenauswahl

Die oben beschriebenen Komponenten des Propagandamodells sind auch als Filter beschreibbar, die sich aus den jeweiligen Zusammenhängen ergeben. Erläutert werden muss hier der vierte Filter: *Flak* bezeichnet negative Reaktionen auf Äußerungen oder Programme der Medien. Briefe, Anrufe, einstweilige Verfügungen, Prozesse, Parlamentsreden, Gesetzesentwürfe oder sonstige Beschwerde-, Druck- oder Strafmittel. Flak kann – vor allem, wenn sie Geld kostet – nur von denen praktiziert werden, die Macht und Mittel haben, sonst wirkt sie kaum als Drohung. Wichtig ist, dass man sich vergegenwärtigt, dass das Propagandamodell keine Verschwörungstheorie ist, sondern die Auswirkungen der freien Marktwirtschaft auf die Massenmedien beschreibt.

Direkte Variante

Anrufe aus dem Weissen Haus bei der US-Behörde für Funk und Fernsehen (Federal Communications Commission) oder bei den Größen der Fernseh-Netzwerke. Gefragt wird nach Dokumenten, auf die sich einzelne Sendungen stützen. Alles muss bis ins kleinste Detail belegt und abgesichert sein, weit über die eigentlich übliche journalistische Sorgfaltspflicht hinaus. Auch verlangen aufgebrachte Werbeagenturen oder Sponsoren Sendezeit für Gegendarstellungen oder drohen mit Vergeltungsmaßnahmen.

Indirekte Variante

Mächtige beklagen sich bei ihren Aktionären oder Angestellten über die Medien, platzieren entsprechende Annoncen, finanzieren Überwachungs- oder Analyseoperationen / Institute, die sich gegen entsprechende Medien richten.

¹⁴⁷Erläuterung im Anschluss an diese Listung

Beispielsweise wird "Accuracy in Media" vor allem von Großunternehmen finanziert. Wahlkampagnen werden unterstützt, um entsprechenden Politikern zur Macht zu verhelfen, die im Sinne der Unternehmen die Medien mit einschränken bzw. beeinflussen können.

Die Medien schenken den Flak-Mechanismen und ihren Institutionen stets respektvolle Aufmerksamkeit, analysieren deren Propagandarolle und Verpflichtungen auf übergeordnete Ziele jedoch so gut wie nie.

Die Größe und Gewinnorientierung der maßgeblichen Medien sowie die Konzentration und das Vermögen ihrer Eigentümer sind ebenfalls erhellend, wenn man Motivationen für jeweilige Handlungsrichtungen usw. untersucht. Viele große Medienbetriebe gehören zu Konzernen mit weiterreichenden wirtschaftlichen Interessen außerhalb des Medienebereichs. Entsprechend werden die Interessen der anderen Geschäftsbereiche auch von den konzerneigenen Medien beworben und verteidigt.

Die Formung und Steuerung der Berichterstattung, der vertretenen Positionen führt zu einer bestimmten Sichtweise auf die Welt. Die Allgemeinheit wird marginalisiert, damit sie den Eliten, die alles bestimmen, nicht hineinreden.

Zensur ist hierbei nicht direkte staatliche Zensur, sondern die Art und Weise, wie Themen in den Medien behandelt werden, verzerrt dargestellt oder eben ignoriert werden.

Programme, die nicht von der Wirtschaft gefördert werden, verschwinden zumeist sehr schnell wieder von der Bildfläche. So sendete der Fernsehsender WNET einen Dokumentarfilm über die Landkäufe der Multi-Konzerne in der „Dritten Welt“ unter dem Titel „Profithunger“. Daraufhin stoppte Gulf & Western die Unterstützung des Senders, der Gulf-Präsident schrieb an den Sender, dass ein Freund so etwas nicht tue und dass der Film massiv wirtschaftsfeindlich sei, um nicht anti-amerikanisch zu sagen. WNET oder andere Sender werden solch einen „Fehler“ kaum noch einmal machen.¹⁴⁸

¹⁴⁸siehe: *The Economist*, 05.12.1987

Werbung ist die Haupteinnahmequelle der privatwirtschaftlichen Massenmedien, daher sind die Sender recht einfach durch die Wirtschaft „abzustrafen“, wenn Nachrichten oder Inhalte missfallen.

Gegen das „patriotische Schema“ zu arbeiten, ist aufwändig und teuer: Alles muss bis in die letzten Details, Argumente und Redewendungen belegt und abgesichert sein, sonst droht zumindest erstmal eine Klage oder man wird zur Gegendarstellung gezwungen. Jede kritische Analyse kann bei denen, die in der Lage sind, zu belohnen oder zu bestrafen, Missfallen auslösen. Ausfälle gegen den offiziellen Feind hingegen müssen nicht besonders begründet werden, auch ist kaum mit dem Zwang zur Gegendarstellung zu rechnen.

Die den Markt dominierenden Medien dienen als Indoktrinierungssystem, vergleichbar den Wettkampfsportarten, die eine irrationale Unterwerfung unter eine Autorität / Führung üben und Corpsgeist fördern. Die Diskussion und Positionen kritikfähiger Gesellschaftsgruppen in den USA erfolgt aufgrund der Strukturen der dortigen Medienlandschaft begrenzt in entsprechend positionierten inhaltlich hochwertigen Printmedien und deren Internetablegern, im Fernsehen jedoch nur in Nischenprogrammen wie dem *Public Broadcasting Radio*, jedoch so gut wie gar nicht über die großen Netzwerk-Anbieter, die die Bevölkerung flächendeckend erreichen. Über das Internet werden ursprünglich auflagenschwächere gesellschaftskritische Publikationen, die für die politische Meinungsbildung wesentlich sind, inzwischen kostengünstig veröffentlicht und sind auch aus ländlichen Regionen ohne nennenswerte lokale Presseauswahl allgemein erreichbar.¹⁴⁹

Die Massenmedien dienen demnach der Ablenkung, wobei in allen möglichen Bereichen durchaus Intelligenz und Gründlichkeit entwickelt wird. So sind in der Sportberichterstattung Fachwissen und Analyse wesentlich, die auf politische Entwicklungen angewendet durchaus erhellende Hintergründe verdeutlichen könnten. Die Medien wirken, als sei ihr Hauptanliegen, den größten

¹⁴⁹Wenn man auf das Internet uneingeschränkt zugreifen kann:

The Nation <<http://www.thenation.com>>

oder: TomPaine.Common Sense <<http://www.tompaine.com>>

möglichen Anteil der Bevölkerung vom politischen und wirtschaftlichen Tagesgeschehen abzulenken mit Hilfe der diversen Sportligen und Einzelwettkämpfe, der „Mutter mit dem 6-köpfigen Kind“, Produktinformationen und Werbung, Horoskopen und Formaten, die dann doch eine US-amerikanische Eigenart zu sein scheinen, die in Deutschland nicht sendefähig sein dürfte: Bibelsendungen.

Literatur von und über Noam Chomsky:

Herman & Chomsky: *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*. 2002.

Noam Chomsky: *Necessary Illusions*. 1989.

ders.: *Haben und Nichthaben*. Berlin und Wien 1998.

ders.: *Media Control: The Spectacular Achievements of Propaganda*. 2002.

Brian Morton: „Chomsky then and now“; in: *The Nation* 07.05.1988.

Die Netzwerk-Gesellschaft

Vergleichbar und auf Chomskys Vorarbeit aufbauend argumentiert Manuel Castells, der bisher argumentierte, dass die Netzwerk-Gesellschaft die neue Form der Gesellschaft sei, da in ihr die Beziehungen zwischen Produktion, Macht und Erfahrung (bzw. Wissen und Können) zunehmend in Netzwerken organisiert seien, die die gegenwärtigen und kommenden gesellschaftliche Formen vorgäben.¹⁵⁰ Für ihn ist dabei „Informationalism“ die Basis der Netzwerk-Gesellschaft, deren Wirtschaft als Informationskapitalismus oder Global Economy beschreibbar sei, deren politische Sphäre im Netzwerk-Staat liege und deren Kultur die der echten Virtualität sei.¹⁵¹

¹⁵⁰ Manuel Castells: *The Rise of the Network Society*. Malden, MA 2000.

¹⁵¹ Manuel Castells: *The End of Millenium*. 366–391.

An die Warnung im Umgang mit dem Begriff *Virtualität* sei hier erinnert, siehe Seite 58.

Medien werden manipuliert durch konkrete Standardmethoden wie *Framing*, *agenda-setting*, *priming* und *indexing*, wobei das letztere dem dritten Filter der Medienmanipulation bei Herman und Chomsky entspricht. Sie beschreiben – sehr kurz gefasst – die Tendenz der Massenmedien, sich auf Informationen von mächtigen Akteuren zu verlassen, was Castells am Beispiel des stattgefunden habenden Framings und *Counter-Framings* im Irak-Krieg verdeutlicht.¹⁵²

Castells zeigt auf, wie sehr das kommunikative Potential des Internets jedoch von wirtschaftlichen Interessen ausgewertet und eingeschränkt wird: Deutlich wird dies am schnellsten beim Blick auf die Besitzverhältnisse und den Umgang der Betreiber mit den Nutzerdaten der wesentlichsten sozialen Plattformen des Internets. Diesen Gedanken setzt Christian Fuchs fort und beschreibt entsprechende Hintergründe für das Internet im deutschsprachigen Raum.¹⁵³

Auf den ersten Blick ist Castells Vorstellung der Gesellschaft als Netzwerk-Gesellschaft (nur) im Ausmaß der Einbindung neuer Medien und der Ausnutzung der Produktivkraft der bzw. aller an diesen Kommunikations-Netzwerken Beteiligten die Beschreibung einer neuen Situation. Wenn man aber die Durchdringung v.a. des Privatlebens, der Freizeit, mit Kommunikation und medialen Netzwerken bedenkt, wird das Ausmaß und die Bedeutung der Beobachtung deutlich. Wie Frank 2009 darlegt (s.o.), macht der Kommunikationssektor nur einen sehr begrenzten Teil der Wirtschaft aus, er bestimmt jedoch das menschliche Zusammenleben. Auch ist anzumerken, dass mediengestützte Kommunikation und deren Auswertung schon sehr lange wesentlicher Bestandteil menschlichen Handelns ist, dass soziale Bindungen (Abhängigkeiten, Freundschaften aber auch Abneigungen, Verwandtschaft usw.) vermutlich schon immer wesentlicher Faktor sozialen und wirtschaftlichen Handelns waren, dass Machtpolitik schon immer von solchen Netzwerken abhängig betrieben wurde.

¹⁵²Manuel Castells: *Communication Power*. Oxford 2009.

¹⁵³Christian Fuchs: „Some Reflections on Manuel Castells' Book 'Communication Power' “ in: *TripleC* 7(1), 94–108, 2009. <<http://www.triple-c.at>>

Das Neue an Castells Darstellung ist das Ausmaß der Netzwerke heutiger Kommunikation, die er in Untergruppen teilt, die in seinen Augen wesentlich für die Abwägung und Entwicklung von Machtverhältnissen in Gesellschaften sind. „Mass-Self-Communication“ ist dabei der Kern seines Modells der Netzwerk-Gesellschaft. Sie beschreibt die individuelle Positionierung innerhalb der erreichbaren Netzwerke durch Verbreitung von Informationen zur eigenen Meinung und Situation. Neu und entscheidend ist das Ausmaß der kommerziellen Nutzung aller Arten von Netzwerk-Kommunikation, die vor keinem Lebensbereich halt macht und auf diese Weise auch alle Wirtschaftszweige durchdringt.

Antonio Negri und Michael Hardt beschreiben in *Commonwealth* (2009) dieselbe umfassende kommerzielle Erschließung aller Kommunikationswege. Das Gemeinsame, die Allmende (im Englischen „Commons“) ist dabei das Ziel der Ausbeutung, wobei „Commonwealth“ für den Versuch steht, dieses Gemeinsame jenseits privater und öffentlicher Aneignung zu formulieren. Dabei wird als Ausgangsthese beschrieben, dass der heutige Kapitalismus der des Finanzkapitals ist, für den die Frage des Profits aus Grundeigentum und Immobilien zentral ist. Heute findet sich eine Art der Akkumulation ökonomischer Macht, die aus allen möglichen Quellen gespeist wird und die von der juristischen Macht, die Kontrolle auf Grundlage demokratischer Prämissen und Prinzipien üben soll, nicht kontrolliert oder gar eingedämmt werden kann, da Mischformen wirtschaftlicher Organisation der Kontrolle über ständig entstehende Zwischenräume zwischen Herrschaft und Widersetzlichkeit diese dem demokratischen Blick entzieht. Zukünftige Konflikte werden dabei v.a. die Entwertung der Arbeit, die „Präkarisierung der Arbeitsverhältnisse“, Mobilität und Flexibilität in Zeit und Raum vorausgesehen. Sie sind angelegt in der bereits etablierten bündigen Fortsetzung der Schule in der Produktion und der Ausbeutung migrantischer Arbeit, ihren Grenzen und Einschränkungen.

Medienkultur am Beispiel Filmförderung

Film ist sowohl Wirtschaftsgut als auch Kulturträger. Diese beiden Aspekte sind nicht voneinander zu trennen. Eine erfolgreiche Filmwirtschaft transportiert immer auch kulturelle Werte, die mit dem Wirtschaftsgut auch exportiert oder ganz allgemein kommuniziert werden. Eines der wesentlichen Beispiele für US-amerikanische Kulturdominanz ist die in diesem Zusammenhang immer wieder angeführte Beherrschung des weltweiten Filmmarktes.

Offen bleibt hierbei, inwieweit sich Film bewusst als Propagandainstrument einsetzen lässt oder sogar gezielt für diese Aufgabe produziert wird. So werden Drehorte von Spielfilmen zum Teil gezielt als die Landschaft aus den entsprechenden Filmen beworben und für die Tourismuswerbung eingesetzt – als Beispiel mag dazu die Verfilmung des *Herrn der Ringe* in Neuseeland angeführt sein, wobei in diesem Beispiel nur die Landschaft genutzt wurde, Aspekte neuseeländischer Kultur finden sich nicht in den Filmen und werden auch nicht im Rahmen dieser an Filmbildern anknüpfenden Werbung verwendet. Das Fehlen einer zwingenden regionalen Bindung hat die Verbreitung und Bezugnahme auf die Produkte um das Thema eher erleichtert als behindert. Die von J.R.R. Tolkien beschriebenen Welten sind

nicht zuletzt aufgrund ihrer Anknüpfung an etablierte Erzähltraditionen längst fester Bestandteil der westlichen Kulturen und werden marktwirtschaftlich umfassend ausgeschlachtet.¹⁵⁴

Anders ist es mit dem britischen Film, der unter Merchant & Ivory das Empire und die Kolonialgeschichte Britanniens höchsthetisiert thematisiert hat und danach vor allem im Bereich hintergründiger Kommödien eine deutlich auf der britischen Kultur aufbauende Erzählweise entwickelt hat. Typische Szenarien und kulturelle Eigenarten werden kombiniert und effektiv für die Erzählung von kleineren und größeren Geschichten genutzt. Der Großteil dieser Filme hat sich auch auf dem außerbritischen Markt gut positionieren lassen. Nicht zu klären ist hierbei, wieweit schon bei der Konzeption und Stoffentwicklung der jeweiligen Filme die Möglichkeit des Exports – und die Verstehbarkeit der Inhalte – gezielt eingeplant und berücksichtigt werden.

Zu fragen ist in diesem Zusammenhang aber, wie weit man die eigene Kultur einem aussenstehenden Publikum nahebringen will, in wie weit man für eigene Positionen um Verständnis werben will, in wie weit man Werbung für das eigene Land oder Teile seiner Kultur machen möchte. Dann ist aber festzustellen, dass das aussenstehende Publikum schon im angrenzenden Bundesland leben kann. Erzählungen aus spezifischen Landschaften verwenden häufig entsprechend stereotype „Originale“, die eher als folkloristisches Element zu begreifen sind. Bekannt ist dieses Vorgehen auch bei nur für den deutschen Fernsehmarkt produzierten Filmen und Serien wie etwa besonders deutlich im *Bullen von Tölz*.

Verbreitete Stereotype und Besonderheiten, allgemein bekannte Gebäude, typische Bebauungsarten oder Landschaften lassen sich aufgrund des Wiedererkennungswertes natürlich leichter für Filme nutzen als kulturelle Aspekte, die einem größeren Publikum nicht bekannt sind. Die Gefahr hierbei ist jedoch, dass sich

¹⁵⁴Eine umfassende Besprechung der Verfilmung durch Peter Jackson und ihre marktwirtschaftlichen Zusammenhänge und Folgenutzungen in: Kristin Thompson: *The Frodo Franchise. The Lord of the Rings and Modern Hollywood*. Berkeley; Los Angeles; London 2007.

bestimmte Ansichten und Drehorte verbrauchen und Filmemacher nach dem Neuen, Unbekannten suchen, um es entsprechend inszenieren zu können. Vom Bekannten und Etablierten ausgehend wird Neues eingeführt. Das Gleichgewicht zwischen Neuem und Vertrautem ist wesentlich, wenn man für das Massenpublikum produziert.

Da Bilder und Filme die Kommunikation von Stimmungen massiv erleichtern, wird ein großes Augenmerk auf die beabsichtigte Konnotationen von Szenerien gelegt. Die Auswahl von Drehorten geschieht also nach deren Verbrauchtheit, Wiedererkennbarkeit und der in ihrer bildlichen Wiedergabe möglichen Stimmungsschaffung. Diese Abwägung kann dazu führen, dass Szenen, die in Hamburg spielen sollen, an einem Kanalufer in Berlin gedreht werden, weil die dort möglichen Bilder so „typisch hamburgisch“ wirken.

Wer Abbildungskonventionen brechen will, muss sich von diesen Darstellungs- und Erzählweisen abheben. Dann muss etwas ganz Neues gefunden werden, was im geglückten Falle zu einer großen Wiedererkennbarkeit der entsprechenden Werke führt. Dies lässt sich zum Beispiel am Neuen Deutschen Film sehen, der durchaus als klassisch zu bezeichnende Themen in neuen Formen des filmischen Erzählens umsetzte und so ganz andere Perspektiven auf diese alten Fragen erlaubte, der darüber hinaus auch schwierigere Zusammenhänge thematisiert hat, was ebenfalls zu seinem bleibenden Wert beiträgt.

Ein anderes Beispiel sind die frühen Filme Detlef Bucks, der das Leben in der Provinz als Hintergrund verwendete. Diese Filme waren aufgrund der in ihnen vorherrschenden Bilder leicht wiedererkennbar, in den dargestellten Stereotypen provinziellen Lebens findet sich zudem vieles wieder, was das Leben in der deutschen Provinz ausmacht. Sie sind, genau wie der Neue Deutsche Film viele Jahre vor ihnen, gute Beispiele für das Leben in Deutschland und für deutsche Kultur. Obwohl die hierbei dargestellten Beobachtungen auch auf die Peripherie in anderen Ländern übertragbar bleiben, obwohl sie aus der Aussensicht einiges typisch Deutsches zeigen und erklären können, sind diese Filme nur begrenzt im Ausland wahrgenommen worden.

Dennoch ist immer wieder darauf hinzuweisen, wie erfolgreich der deutsche Film im internationalen Wettbewerb ist. Bei den verschiedenen Filmfestspielen und Wettbewerben kann zum Teil sogar von einer Dominanz des deutschen Films gesprochen werden, die auch darauf beruht, dass der Ruf des deutschen Films im Ausland – auch dank des Neuen Deutschen Films – immer noch ein sehr guter ist. Den deutschen Beobachter mag das zunächst erstaunen, da die deutschen Produktionen, die im Inland massiv beworben werden und wirtschaftlich erfolgreich sind, oft nicht gerade anspruchsvolle Geschichten sind, die einen eher pubertären und fäkalfixierten Humor transportieren. Dass es neben diesen „Knallern“ aber auch gewitzte, hintergründige Kommödien und vor allem viele ernsthafte Filme gibt, die dennoch nicht moralinsauer und bleischwer erzählen, ist nur schwierig zu verfolgen.

Eine der großen Ausnahmen, ein nicht erwarteter internationaler Erfolg war *Good Bye Lenin*, in dem ein typisch deutsches Thema in nicht zu ernster Weise aufgegriffen und zum Hintergrund der Haupthandlung gemacht wird. In diesem Fall ist der historische Hintergrund aufgrund der Bedeutungsschwere des Endes der DDR allgemein und international bekannt, was als Hintergrundwissen für das Verständnis der Handlung ausreicht. Alle Details im Film sind in ihrer Dramaturgie gut zu verstehen – und zum Teil auch nachzuvollziehen – wobei dem Publikum in den Nachbarländern zum Beispiel ganz andere und jeweils auch unterschiedliche Details besonders aufgefallen sind. Trotz der Spezifik des Themas ist die Erzählung des Films so detailreich, dass unterschiedliche Sehweisen möglich bleiben und den Zuschauer befriedigen können, was ihn wiederum zu einem Exportschlager hat werden lassen.

Deutsche Kultur, auch jenseits großer historischer Umbrüche, kann Erzählungen tragen, die auch außerhalb Deutschlands ein nennenswertes Publikum ansprechen können. Die erzählerischen und thematischen Schwerpunkte haben sich verschoben, was wiederum viel über die Deutschen und ihre Kultur berichten kann. So ist der anspruchsvolle Humorfilm, den es gegeben hat und der international beachtet wurde, inzwischen nicht mehr als Gegebenheit, sondern als Ausnahme zu sehen.

Kulturvermittlung und Export

Die Kommunikation des Eigenen, das sich vom Globalen abhebt, über das allgemein Menschliche hinausgeht, die spezifischen Ausformungen des Lebens in Deutschland oder wie es Deutschen im Kontakt mit anderen Kulturen ergeht, gerade dieses speziell Deutsche bietet nach wie vor Stoffe, die international durchaus beachtet werden, was nicht unbedingt an der jüngeren deutschen Geschichte liegt, sondern an der Beachtung, die die deutsche Kultur auch gerade trotz der Geschehnisse von 1933 bis 1945 zugemessen wird.

Denn nicht nur aufgrund der jüngeren deutschen Geschichte wird Deutschland im Ausland wahrgenommen. Die Auseinandersetzung mit der eigenen Geschichte wird natürlich auch von außerhalb Deutschlands aufmerksam verfolgt. Für viele Deutsche zum Teil immer noch schwer verständlich werden Teile der deutschen Kultur, die außerhalb dieses kurzen aber katastrophalen Abschnitts der deutschen Geschichte liegen, im Ausland deutlicher wahrgenommen als im eigenen Land. Inwieweit das spezifisch Deutsche im Kulturschaffen aus deutschen Landen entdeckt werden kann, ist dabei immer wieder beliebter Streitpunkt der Feuilletons. Mit der Perspektive aus dem Ausland stellt sich die Frage nach einer deutschen „Leitkultur“ gar nicht.

Die jeweilige Gegenwartskultur hat immer wieder wesentliche Impulse für Weiterentwicklungen geben können. Kulturelle Strömungen drücken dabei nicht nur die deutsche Gesellschaft betreffende Stimmungen aus, sondern haben immer auch allgemeinere Entwicklungen und Gefühle darstellen können. Im Film ist dies in der Nachkriegsgeschichte nur im Falle des Neuen Deutschen Films geschehen. Vergleichbar stark, aber auf einer breiteren Ebene wahrgenommen worden sind die Impulse, die in der Musik von Deutschland ausgegangen sind: Hierbei sind vor allem *Die Einstürzenden Neubauten* zu nennen, deren Musik auch als Reaktion auf und Ausdruck von gesellschaftlicher Entwicklungen zu verstehen ist. Am Beispiel der Musik lässt sich ein Weg für die Vermittlung deutschen Filmschaffens als Ausdruck der deutschen Kultur – bei gleichzeitiger Förderung des deutschen Filmexports – aufzeigen.

Die Musik der *Einstürzenden Neubauten* ist nicht nur im industrialisierten Teil der Welt als wesentlicher Impulsgeber für die Weiterentwicklung musikalischer Möglichkeiten wahrgenommen worden, weshalb zum Beispiel das Goethe-Institut sie als Vermittler deutscher Kultur immer wieder in die verschiedensten Teile der Welt einlädt. Die Reverenz, die der Gruppe in den Zielländern erwiesen wird, bestätigt die Bedeutung, die ihrer Musik beigemessen wird.

Nun wäre es vermessen zu behaupten, dass der gegenwärtige deutsche Film eine vergleichbare Bedeutung für das filmische Erzählen an sich haben könnte. Dazu ist er in Qualität und Masse zur Zeit zu eingeschränkt. Die beschränkten Mittel der Filmförderungsprogramme wurden bisher immer durch die verschiedensten Fernsehfilmproduktionen der Fernsehsender erheblich erweitert. Bei den öffentlich-rechtlichen Sendern ist dies immer weniger der Fall: Die gestiegene und weiter zunehmende Finanzknappheit reduziert die Zahl der durch die öffentlich-rechtlichen Sender neuproduzierten Spielfilme. Durch die unsittlich hohen Lizenzgebühren, die zum Beispiel die ARD zur Zeit für Fußballberichte der Sportschau investiert, werden immer mehr Spielfilmproduktionen verhindert: die Fußball-Lizenzen für eine Sportschau kosten so viel wie die Produktion zweier *Tatort*-Krimis.¹⁵⁵ Ohne die Konkurrenz der öffentlich-rechtlichen Sender nehmen auch die Eigenproduktionen der werbefinanzierten Sender ab.

Die Knappheit der Mittel für deutsche Filme lässt nur wenige Filme pro Jahr entstehen, die in Deutschland wahrgenommen werden. Die vor allem entstehenden Kommödien sind natürlich auch Ausdruck der gegenwärtigen deutschen Kultur, in wie weit sie jedoch exportierbar sind, ohne den eigenen Ruf und Anspruch zu gefährden, bleibt fraglich.

Aber auch in anderen Genres entstehen wichtige Filme, die allerdings keine Förderung erlangen, weshalb sie kaum beworben und vorgeführt werden – und daher auch außerhalb von Cineastenzirkeln nicht bekannt sind. Hierbei bleibt viel kulturelle

¹⁵⁵Günter Rohrbach: „Die Krise kommt wie gerufen“ in: *Süddeutsche Zeitung* 7.2.2006; 11.

Ausdruckskraft ungenutzt, viel – auch marktwirtschaftliches – Potential bleibt unerkannt. Mehr Förderung kann sich dabei durchaus bezahlt machen, nicht nur finanziell, sondern vor allem auch im Bezug auf den Stellenwert der deutschen Kultur im Ausland und darüber auch im Inland. Denn nach wie vor ist es so, dass man manches in Deutschland erst anerkennt, wenn es im Ausland angekommen ist...

Die zunehmenden internationalen Filmproduktionen sind als Kulturförderung zweischneidig: Zum einen erlauben sie die Verbindung von Entnahmen aus mehr Fördertöpfen in den beteiligten Nationen und Körperschaften – womit aufwändiger produziert werden kann. Zum anderen müssen aber, um die jeweiligen Vergabebedingungen zu erfüllen, Drehorte und Besetzungen entsprechend gewählt werden. Es müssen festgelegte Prozentanteile der Dreharbeiten in den entsprechenden Ländern erfolgen, es müssen bestimmte Mengen an Haupt- und Nebenrollen mit Schauspielern aus den einzelnen Ländern erfolgen, die Tricktechnik, aber auch die ganze Vor- und Nachproduktion werden entsprechend taktisch platziert. Dennoch sind so zustande kommende Filme nicht unbedingt Ausdruck der Kulturen, von denen sie gefördert wurden. Förderung wird dann auch für unkontroversen *Mainstream* genutzt, der wirtschaftlich erfolgreich sein mag, bei dessen Betrachtung sich das Publikum gut unterhalten fühlt, der aber keine erhebliche – und daher besonders förderungswürdige – kulturelle Leistung darstellt.

Auch verschärfen internationale Koproduktionen die Konkurrenz um die verfügbaren Mittel: Was für die 2007er Version von *Krieg und Frieden* ausgegeben wurde, konnte natürlich nicht mehr für kleine Produktionen ausgegeben werden. Quentin Tarantinos *Inglorious Basterds* wurde zwar ein erheblicher wirtschaftlicher Erfolg, der von der deutschen Filmförderung mitgetragen wurde und dieser nicht geschadet hat, aber es ist ein sehr amerikanischer Film, trotz deutscher Drehorte und Schauspieler. Wieviel Filme über Leben in Deutschland hätte man damit finanzieren können?

Die Debatte um die Grenzen der Subventionierung von Kultur wird vor allem in Zeiten knapper Kassen immer wieder angesto-

ßen, ungeachtet der Tatsache, dass viele Bestandteile der Kulturen unter wirtschaftlichen Kriterien ohne die nötigen gesellschaftlichen Freiräume nicht entstehen oder existieren könnten, dass sie aber wiederum wesentliche Folgen für das kulturelle Selbstverständnis haben. Nicht bedacht wird in diesen Debatten in der Regel auch, dass die heutigen europäischen pluralistischen postindustriellen Gesellschaften mit ausdifferenzierter Marktwirtschaft ohne Kultursubventionen ihre individuellen gemeinsamen Werte und Besonderheiten, die sie bisher ausgezeichnet haben, verlieren würden. Und während in Deutschland kein Opernhaus ohne Subventionen überlebt und für sein Nischenpublikum produziert (eine kulturelle Minderheit neben vielen anderen), verschwinden die Treffpunkte und Ausdrucksformen anderer Subkulturen aufgrund wachsender Kommerzialisierung des öffentlichen Lebens...

Medienkultur am Beispiel Fernseh-Spielshows

Spielshows als Dokumente

Das Standardproblem der Ethnographie ist, dass die Anwesenheit des Beobachters das Experiment beeinflusst. Dasselbe Problem besteht für jede Art von Dokumentation: Die Anwesenheit des Forschers mit dem Dokumentationsgerät Kamera wirkt sich auf das Verhalten der beobachteten Gruppe aus, diese inszeniert sich, ihre Taten oder bestimmte Geschehnisse vor der Kamera und dem Beobachter.

Bilder entpersonalisieren zudem unsere Beziehungen zur Welt. Exotische Dinge werden vertraut, nah und bekannte oder gewohnte Dinge werden klein, abstrakt, fremd und entfernt. Die Teilnahme an unserem eigenen Leben und an dem Anderer ist in Bildern und Filmen angelegt, man kann gleichzeitig teilhaben und die eigene Entfremdung, Entfernung bestätigen (Sontag 1977, 167).

Filmen oder Fotografieren bedeutet vor allem eine Auswahl aus allem Möglichkeiten zu treffen. Man kann zu einem Zeitpunkt nur ein Bild machen, eine Ansicht, Perspektive oder einen Ausschnitt filmen. Das Auswählen ästhetisiert diese Auswahl zu-

gleich, da sie dadurch, dass sie ausgewählt wird, quasi gerahmt und zum abbildenswerten Motiv wird. Der Prozess des Abbildens konstruiert dabei – weil der Fotografierende eine bestimmte Sicht auf das Motiv bevorzugt / aus den Möglichkeiten auswählt – die Sicht auf das Abgebildete entsprechend geschmacklicher Vorlieben und Sehtraditionen:

We consume images at an ever faster rate and [...] images consume reality. Cameras are the antidote and the disease, a means of appropriating reality and a means of making it obsolete.¹⁵⁶

Man kann also nur nach der Auswertung des entsprechenden Materials wissen, wie sich Personen oder Gruppen bei Anwesenheit der Kamera (und eventuell anwesendem Bedienpersonal) verhalten haben, nicht jedoch, wie sie sich ohne die Anwesenheit des Geräts, ohne diese zusätzliche Öffentlichkeit verhalten hätten. Auch, ob neben der Kamera „normales“ Verhalten beobachtet werden kann, ist strittig.

Übertragen auf das Angebot im Fernsehen sind Dokumentationen oder “Reality-TV“ und Spiel-Formate entsprechend konstruierte Inszenierungen von Figuren und Millieus, die von den jeweiligen Medien-Machern mit entsprechenden Absichten produziert und ausgestrahlt werden. Die Bereitschaft, die angebotenen Inhalte als unbeeinflusste Darstellungen von Realität zu glauben, weist auf entsprechend fehlende Medienkompetenz hin. Die Bereitschaft, an solchen Inszenierungen aktiv teilzunehmen, kann eine wesentlich größere Bandbreite an Gründen haben. Selbstinszenierung bzw. Inszenierung geschieht in entsprechendem Verhalten vor der Kamera und in der Auswahl von Szenen durch die Produzenten einer Sendung: Ob zum Beispiel bei *Leben wie vor 100 Jahren* der Familienvater immer ein guter Erzähler von Geschichten ist, wissen wir nicht. Aber im Beisein der Kamera ist er es definitiv gewesen (Bericht vom ersten Markttag).¹⁵⁷

¹⁵⁶Susan Sontag: *On Photography*. London 2002; 179

¹⁵⁷Siehe hierzu: Jessica Maas: *Vom „Über-Leben“ in der Fremde. Niveau von Reality-Shows im Fernsehen*. Berlin 2009.

Die Absichten hinter einzelnen Spiel-Formaten im deutschen Fernsehen scheinen breit gefächert zu sein, wobei sich durchaus ein qualitativer Unterschied zwischen den öffentlich-rechtlichen und den so genannten privaten Sendern feststellen lässt, sowohl bezüglich der Umsetzung und Inszenierung der Spielidee, als auch hinsichtlich der mit der Produktion des entsprechenden Spiels verfolgten Absichten. Gesellschaftliche Tendenzen werden in Spielshows deutlich. Noch deutlicher jedoch in Reflexionen über Spielshows, wie dies in herausragender Weise *Das Millionenspiel*¹⁵⁸ – trotz seines inzwischen erreichten Alters – vorführt.

Spielshow

Die Definition von Spielshows im weiteren Sinne ist die von Knut Hickethier, im engeren Sinne – also unter Ausschluss von Talkshows, Sportübertragungen im herkömmlichen Sinne etc. – definiert eine Spielshow folgendes: Ein Spiel ist eine Erzählung, bei der die Erzählposition entsprechend wesentlich zur Wirkung beiträgt. Die Strukturierung von Zeit und Raum ist in der Narration gegeben. Der Begriff des Spiels ist nach Hickethier nicht in der medialen Narration enthalten, sondern beschreibt angelehnt an Johan Huizinga¹⁵⁹ etwas anderes:

Spiel ist eine Aktivität mit eigener Tendenz.

Es besteht eine Abgeschlossenheit und Begrenztheit des Spielorts.

Spiel ist eine auf das Ergebnis hin offene Struktur: Das Resultat steht nicht fest, angenehme Erwartung erhält die Spannung aufrecht. Wenn das Ergebnis feststeht (z.B. beim Catchen oder bei manipulierten Fußballspielen) hat man es nicht mit Spielen, sondern mit Inszenierungen wie auf dem Theater zu tun.

¹⁵⁸Tom Toelle (Regie): *Das Millionenspiel* Buch: Wolfgang Menge nach einer Kurzgeschichte von Robert Sheckley. Erstausstrahlung: Deutschland 1970.

¹⁵⁹Johan Huizinga: *Homo ludens. Vom Ursprung der Kultur im Spiel* Reinbek 2001.

Spielshows können demnach keine Spiele sein, sie können auch nur in sehr begrenzter Weise Spiele zeigen (wenn wie gesagt Sportübertragungen nicht Teil der Definition sind). Denn der Spielraum im Fernsehen ist nur sehr begrenzt zum Zuschauer hin offen, dieser kann nur indirekt „mitspielen“. Der kommunikative Zweck ist allein die Herstellung und Interaktion als Unterhaltung. Es sind in der Regel *personenzentrierte Spiele*, die Wettbewerbe der Unterhaltungsindustrie und vom Fernsehen selbst inszenierte Shows zeigen. Der Zuschauer rät als „fiktiver Kandidat“ mit, wobei der Gewinn für den Zuschauer in der Ergebnisantizipation liegt: Es ist befriedigend, wenn ein sympathischer Kandidat gewinnt, diese emotionalen Aktivitäten sind jedoch Zusatzhandlungen, die über das gezeigte Spiel selbst hinausgehen.

Die Form der Präsentation, der Moderation, ist entscheidend. Sie ist bestimmt durch appellative Ansprache des Zuschauers (verbal / visuell), wodurch dieser sich einbezogen fühlt, obwohl die Ansprache allgemein und unspezifisch bleibt und aufgrund des massenmedialen Charakters bleiben muss. Dabei wird dem Zuschauer eine scheinbar *intime Kommunikationsgemeinschaft* mit den Moderatoren und deren Helfern angeboten.

Die Handlung ist dabei immer extrem einfach aufgebaut: Kandidaten treten an und versuchen, gestellte Aufgaben wie in einer mittelalterlichen Queste zu lösen. Die Moderatoren / Kommentatoren / Jury werten die Bemühungen der Kandidaten und leiten den Fortgang der Sendung und des gezeigten Spiels.

Als weiteres Charakteristikum der Spielshow ist von der Talkshow übertragbar, dass festgefügte Rituale mit (Selbst-) Inszenierungsformen in diesen erwartet werden und entsprechend üblich sind. Dabei geschieht eine ständige Überschreitung gesellschaftlicher Normen durch die öffentliche Ausstellung von intimen und privaten Verhaltensweisen.

Die Spielshow ist zusammenfassend also bestimmt durch:

Erzählzusammenhang („Setting“) der Aufgaben

Episodenhaftigkeit der einzelnen Aufgaben

Serialisierbarkeit des Spiels / der Aufgaben

Einbindung des Publikums in das Spielgeschehen (Hilfe für
Kandidaten / Bewertung der Bemühungen / nur Zuschauer / ...)

Der Hintergrund von Spielen bzw. der Nutzen von Aufgaben ist die Prüfung und Wertung der Fähigkeiten der Spielenden: So kann deren Geschicklichkeit getestet und bzw. oder Wissen geprüft werden. Spiele bieten aber auch die Möglichkeit, Wissen zu vermitteln, zu bilden und zu unterhalten.

Tendenzen der Spielshow

Laut McLuhan sind die Medien selbst inhaltslos, ihre technischen Möglichkeiten der Bilder- und Textübermittlung sind wesentlicher Bestandteil aller mit ihrer Hilfe vermittelten Inhalte, da sie nur entsprechend ihrer Möglichkeiten Inhalte darstellen können. Diese Erkenntnis ist Grundlage aller Auseinandersetzung mit Inszenierungen von Inhalten für, in und mit Hilfe bestimmter Medien, wie z.B. des Fernsehens.

Abgesehen von diesem Zusammenspiel technischer und dramaturgischer Möglichkeiten werden Fernsehinhalte durch Absichten aller an ihrer Produktion beteiligten Akteure beeinflusst. Die Auswahl von Moderatoren, Themen, Handlungsorten, von Kleidung und anderen Requisiten geschieht aufgrund der verschiedensten Kriterien, die von persönlichen Zu- und Abneigungen der Produzenten bis zur Unterbringung von Produkten für Geld (Product Placement) reichen. Die Methoden, mit denen Produktionen finanziert werden, wirken sich natürlich auch auf die Planung und Durchführung von Spielen im Fernsehen aus. Spiele werden entsprechend so gestaltet, dass die Möglichkeiten der Einnahmengenerierung optimal sind: Wenn die Finanzierung im Mittelpunkt steht, werden Formate entsprechend um diese Einnahmemöglichkeiten aufgebaut und auf diese hin ausgerichtet. Das ist vor allem bei privatwirtschaftlichen Fernsehanbietern offensichtlich, wird aber bedenkllicherweise auch bei öffentlich-rechtlichen Sendern immer häufiger und

umfangreicher angewandt. Jede Art der Finanzierung verlangt nach anderen Spielformen: Sponsoring, direkte oder indirekte Zuschauerbeteiligung in Anruf-Sendungen, Spielformate mit Zuschauerbeteiligung über Televoting, TED etc.

Aus den Massenmedien kann man eine Menge darüber erfahren, was in einer Gesellschaft als wesentlich angesehen wird, welche Themen und Lebensbereiche mit welcher Perspektive gerade thematisiert werden. Die Mediendominanz bestimmter Themen, die Inszenierung von Personen oder Figuren, Schaffung von Berühmtheit und Prominenz, aber auch die oft dahinter aufscheinende Suche nach individuellem Ruhm verdeutlichen beispielsweise Tendenzen zur Konstruktion idealisierter Individuen und die Gier nach Aufmerksamkeit und Anerkennung. Die Dominanz von Prominenten in allen Lebensbereichen und allen Medien weist auf die Wichtigkeit hin, die ihnen von den Medien und der durch diese geschaffenen Öffentlichkeit zugestanden wird. In diesem Zusammenhang verändert sich auch die in den Massenmedien vorgeführte Sicht auf Privatsphäre und Öffentlichkeit. Die Grenzen dessen, was als schicklich, als zeigbar und als sehenswert angesehen wird, verschieben sich dabei und wirken sich über deren schleichende Gewöhnung an diese Thematisierung auf das Sozialverhalten vieler Medienkonsumenten, der breiten Öffentlichkeit aus.

Erkenntnisbringend sind die Fragen danach, wer welche Formate mit welcher Absicht produziert und was für Bilder produziert und kommuniziert werden. Die Analyse von Formaten erlaubt Rückschlüsse auf die Absichten der Produzenten, aber beeinflussen auch die Teile des Publikums, die sich nicht vergegenwärtigen, dass die Szenenauswahl, Zeit- und Materialreduktion auf das Spannende, Dramatische, allgemein die Darstellung von Abläufen im Fernsehen wesentlich längere Abläufe entsprechend kondensiert.

Alles bildliche und filmische Präsentieren basiert auf der technischen und psychologischen Einschränkung, die die verwendeten Medien, in diesem Fall also das Fernsehen, bieten: Dinge im Film sind schwerer zu ertragen als dieselben Dinge in direkter Konfrontation. Wo man selbst beteiligt ist, entscheidet man selbst

darüber, auf welche Details man achtet, wann man wohin sieht etc. Im Film wird diese Entscheidung für einen selbst getroffen, es gibt jeweils nur ein Bild in einer bestimmten Einstellung, diese muss der Betrachter oder die Betrachterin akzeptieren oder aber das Filmbild nicht ansehen (Sontag 1977, 169). In diesem Zusammenhang verweist Sontag darauf, dass Ludwig Feuerbach Bilddominanz als wesentlichen Aspekt der Gegenwart diskutierte.¹⁶⁰ Dazu gehört, dass eine Gesellschaft modern ist, wenn eine ihrer Hauptaktivitäten die Produktion und der Konsum von Bildern ist. Bilder determinieren heute die Ansprüche an die Realität und werden selbst zu wesentlichem Ersatz für eigenes Erleben. Bilder gelten inzwischen als unerlässlich für die Schaffung und Aufrechterhaltung der Stabilität z.B. der Wirtschaft, der Politik und auch der Suche nach persönlichem Glück (nach Sontag 1977, 153).

Wesentliche Bedeutung für die Stimmungen, die von Formaten transportiert werden, für unterschwellige oder offene Aussagen über die Gesellschaft, aus der sich das Zielpublikum rekrutiert, sind vor allem in der Spielidee und ihrer Dramatisierung, aber auch in der Darstellung der Moderatoren angelegt, die als souveräne Stimmungsführer oder neutrale Moderatoren im eigentlichen Wortsinn auftreten können. Ebenso deutlich werden die Kandidaten als Experten, Exoten oder als „Opfer“ inszeniert und das Publikum als Masse oder differenzierter dargestellt und instrumentalisiert.

Die Harmlosigkeit von *Verstehen Sie Spass?* wurde abgelöst von *Im Angesicht des Todes* oder *scarred* und anderen Formaten, in denen Filmmitschnitte von oft schmerzhaften Unfällen (z.T. mit Todesfolge) und Ungeschicklichkeiten zum Amusement der Zuschauer gezeigt werden, ohne dass man sich um die Folgen für die beobachteten Personen sorgt:

We are no more concerned about their broken bones
and torn cartilages than we are about those of Tom
and Jerry. And they too seem less concerned about

¹⁶⁰Ludwig Feuerbach: *Das Wesen des Christentums*. Vorwort 2. Ausgabe.

making an exhibition of themselves than their parents would have been.¹⁶¹

Das Leben ist durchdrungen von Massenmedien und deren Präsentationen von Themen und Inhalten, wobei die mediale Präsentation verteilt auf die einzelnen Anbieter die ganze Bandbreite abdeckt von hinterfragend, aufklärerisch und bildend bis zu übermäßiger Vereinfachung, die jedes Thema zum Skandal zu machen sucht oder mit Trivialthemen (Prominente, Sport, „Volksmusik“) von gesellschaftlich relevanten Themen ablenkt.¹⁶² Wichtig ist die Auswirkung dieser Themensetzungen auf die Gesellschaft, da große Teile der Bevölkerung ihre Aufmerksamkeit und geistigen Ressourcen entsprechend der Themensetzung vor allem im Fernsehen widmen. Solche Themen werden im Ringschluss wiederum von den Medien weiter ausgewertet.¹⁶³ Entsprechend zeigen sich gesellschaftliche Tendenzen im Umgang mit Individuen und Themen immer auch sehr schnell in Spielshows, und es ist anzuzweifeln, ob irgend ein Lebensbereich vor Spielshows sicher ist:

The media have substituted themselves for the older world. Even if we should wish to recover that older world we can do it only by an intensive study of the ways in which the media have swallowed it.
(Marshall McLuhan)

Sendeformate aus anderen Kulturen werden auf der Suche nach Neuem und Gewinnträchtigem importiert, zum Teil variiert, zum Teil aber auch unverändert übernommen. Solche Formate zeigen – wie oben beschrieben – Entwicklungen der jeweiligen Ursprungsgesellschaften und können entsprechend vorsichtig als Beleg für Tendenzen und Sichtweisen (zumindest von Teilen) der betroffenen Bevölkerung gelesen werden. Sie wirken sich aber

¹⁶¹ Germaine Greer “We are Big Brother“ in: *The Observer* 12 July 2001

¹⁶² Offen bleiben muss an dieser Stelle, ob Anbieter zeigen, was die Konsumenten wünschen oder ob die Konsumenten einfach sehen, was die Sender anbieten (siehe Watzlawicks Kommunikationsaxiom Nr. 3 auf Seite 33).

¹⁶³ Dabei greift beispielsweise der Nachrichtenwert „Anknüpfbarkeit“.

durch ihre Einbringung als Katalysatoren dieser Veränderungen in den Gesellschaften aus, in die sie importiert werden – ohne Rücksicht auf den Formatideen zugrunde liegende kulturelle Eigenheiten. Entsprechend funktionieren die übertragenen Formate und Spiele oder eben nicht:

In Spain, where libertarian anarchism once had a genuine chance, the denizens of the Big Brother house refused to evict anybody, but in carping, envious, class-bound Britain everyone bitched about everyone else. Not surprising, then, that a nonentity won at the first go-round, or that we have a nonentity Government. (Greer 2001)

Die Frage danach, wer welche Formate warum konsumiert, ist – wenn man sie detailliert beantworten will – relativ komplex, da sie von Faktoren aus verschiedensten Bereichen beeinflusst wird. Ein Faktor ist gesellschaftlicher Umgang mit Privatheit und Intimität, mit der Würde des einzelnen und ob diese in der Öffentlichkeit thematisiert oder gar beschädigt werden dürfen und ob größere Mengen Einzelner vor diesem Hintergrund bereit sind, sich von den Massenmedien zum Thema machen zu lassen. Die generelle Bereitschaft, Schadenfreude als Hauptmotiv der eigenen Unterhaltung zuzulassen, hängt hiermit eng zusammen, denn um Unterhaltung geht es bei fast allen Fernsehhalten. Zweiseitig ist, dass auch gut recherchierte sachliche Nachrichten- und Magazinsendungen informieren, bilden und zugleich Unterhaltungswert haben: Im schlechten Fall aufgrund des Grusels, der einem angesichts des Unglücks anderer befällt. In welchem Ausmaß man dabei Mitgefühl oder Schadenfreude entwickelt, ist ethisch und moralisch bedingt und damit Teil der jeweiligen Kultur. Deutlicher treten diese kulturellen Zustände im Zusammenhang mit vor allem zur Unterhaltung produzierten Sendungen und Formaten zu Tage. Die erheblichen Unterschiede in der Wertung dieser Formate macht das Spektrum der Reflexionsbereitschaft der Kommentatoren deutlich und zeigt deren Bereitschaft, die medienübergreifende Thematisierung und Vermarktung dieser Formate mitzutragen.

So idealisierte beispielsweise Victoria Coren die Funktionsweise von Spielshows zu einer gerechten Beurteilung von Charakteren, ohne die Produktionsbedingungen zu bedenken:

This is how it works. A bunch of people go into a house, a music studio or a jungle. They are filmed so intensively, over such a long period, that (despite occasionally prejudicial editing) their true characters cannot be hidden from view. At that point, the British nation's moral spine goes rigid. The bad characters are punished and the good rewarded.¹⁶⁴

Gezeigt wird ein für eine Journalistin erschreckend unreflektierter Blick auf die Themenkonstruktion durch Massenmedien: Eine solche Position kann nur vertreten, wer nicht begreifen will, welche Mengen an Material bei entsprechenden Formaten aufgenommen werden und wie umfassend die Möglichkeiten bei der Editierung des jeweiligen Bildmaterials sind. Was die Produzenten nicht zeigen wollen, können sie ohne Mangel an alternativem Material fallen lassen, Zusammenhänge von Äußerungen werden geschnitten, ummontiert oder auch völlig weggelassen, kurz: Die Charakterisierung der Teilnehmer in der Sendung wird komplett gesteuert. Was der Zuschauer sieht, ist nur das, was die Produzenten ihn sehen lassen wollen.

Germaine Greer beschreibt unter Verweis auf kulturelle Werte und Grundhaltungen die Entwicklung, die von solchen Formaten mindestens unterschwellig mitgetragen wird und stellt sie in Relation zu anderen Ausdrücken gesellschaftlichen Verhaltens:

In the 17 countries that have worked the Big Brother formula, the programs have had besotted fans; though they may be sad and lonely, they are not voyeurs. They are worse than voyeurs, for the part they agree to play is not that of a helpless peeping Tom but that of Big Brother, chief of the Thought Police. The viewers who vote for exclusions from the

¹⁶⁴Victoria Coren: "If you want to see true morality, tune into Big Brother" in: *Observer* 23.01.2005

Big Brother house, and we are told that they are far more numerous than the people who voted for the present British Government, are happy to observe, evaluate and judge their fellow humans on capricious and partial evidence and condemn them to ostracism, one of the most powerful weapons in the human social armoury, just because they don't like them. (Greer 2001)

Der britische Channel 4 hatte versucht, mit *Celebrity Big Brother* das Image des Formats zu verbessern und seine Zuschauerkreise zu erweitern. Es war gelungen, neben anderen Prominenten Germaine Greer als Teilnehmerin zu gewinnen, was zunächst als großer Erfolg gewertet wurde: Germaine Greer ist Professorin, hat wesentlich zur Feminismus-Debatte beigetragen und war auch vor ihrem Eintritt in die Sendung eine ausgesprochene Gegnerin von Reality-TV und entsprechender Spielshows. Sie ist aber auch dafür bekannt, dass sie gerne unbesetzte, kontroverse Positionen vertritt, jeden ihrer Meinungswechsel medienwirksam verkündet und in Diskussionsrunden prinzipiell gegen die Meinung der anderen Teilnehmer argumentiert, auch wenn ihre so entstehende Position nicht begründbar ist. Ihre Zeitungsbeiträge verkauft sie bekannterweise an den Meistbietenden – egal welcher politischen Grundhaltung. Ihre intellektuellen Fähigkeiten sind unbestritten und ihr Ruf in der bürgerlichen Mitte trotz des beschriebenen Verhaltens durchaus gut. Die Absicht der Image-Aufbesserung scheiterte jedoch an der gründlichen Kritik, die Greer nach Abbruch ihrer Teilnahme medienwirksam verbreitete. Sie offenbarte der entsprechend nicht informierten Öffentlichkeit Details zu den Produktionsverhältnissen und zur Szenenauswahl – generell zu der Art der Konstruktion von Stimmungen und Klischees in der Sendung, so z.B. die gezielte Schaffung von Konfliktpunkten – wie mangelnde Hygiene, extreme Beleuchtungsverhältnisse, zusätzliche Einschränkung der bereits geringen Bewegungsfreiheit und die Ausübung von gezieltem psychischen Druck auf einzelne Teilnehmer – um diese in zunehmend gespannten Stimmungszuständen zu halten, die zu Konflikten zwischen den Teilnehmern führen würden und von denen man sich entsprechend gut vermarktbar Bilder versprach. Gre-

er argumentierte in ihrer umfassenden Kritik an *Celebrity Big Brother* und vergleichbaren Sendungen, dass ein deutlicher Zusammenhang zwischen entsprechendem Verhalten, das im Fernsehen gezeigt wird, und dessen Auswirkung auf das Sozialverhalten in der Gesellschaft bestehe ("Bullying" von Schwächeren etc.):

It is the politics of the playground projected back to people as entertainment, and it gives children in particular and people in general absolutely the wrong idea about what is acceptable behaviour.¹⁶⁵

Ein anderes Beispiel aus Britannien ist *Vote for me* – ein Format, in dem die Teilnehmer gegeneinander antreten, um als unabhängiger Kandidat für einen Wahlkreis bei den Wahlen für das Unterhaus im Mai 2005 ausgewählt zu werden. Beworben wurde die Sendung als eine Westminster-Version des *Reality-TV*, diskutiert wurde schließlich auf unterstem Stammtisch-Niveau, gewonnen wurde die Auswahl von einem rassistische Untertöne bemühenden Kandidaten mit einem „Kastriert alle Pädophilen“-Programm. Ursprünglich sollte der Gewinner gegen Tony Blair oder Michael Howard in deren Wahlkreis antreten, wovon der Sender ITV1 aber auch aufgrund der eingebrochenen Quoten der Sendung schließlich definitiv Abstand nahm. Die Annahme, auf der das Format beruhte, war angeblich, dass die üblichen Politiker die Öffentlichkeit verachten.

but the laziest, dumbest parliamentary lardarse would really have to go some to match the disrespect for the political process shown by this programme.¹⁶⁶

Sowohl bei *Vote for me* als auch bei *Celebrity Big Brother* wurde eine Grenze überschritten, die sich in der fehlenden Akzeptanz der Sendungen und der an diesen aufgehängenen Berichterstattungen zeigte. *Vote for me* drohte aufgrund seiner unverantwort-

¹⁶⁵Germaine Greer: "Germaine Greer: Filth!" in: *The Times* 16.01.2005

¹⁶⁶"EYE TV" in *Private Eye* #1124; 21.01.–03.02.2005

lichen Grundposition¹⁶⁷ zu Fragen im Parlament zu führen, was für den Ruf des Senders sehr abträglich geworden wäre, entsprechend wurde als eine der ersten Reaktionen die Sendezeit in die späte Nacht verlegt. Grundsätzlich scheinen die Entwickler von Sendeformaten in Britannien diese Reaktionen entsprechend als Zeichen begriffen zu haben, neue Formate sind jedenfalls zur Zeit deutlich weniger kontrovers. Für den deutschen Markt hat man entsprechende Formate entschärft umgesetzt und einzelne in Realisierung ihrer gesellschaftlichen Brisanz und rechtlichen Bedenklichkeit nicht übernommen. Angesichts unerwartet heftiger Kritik an manchen Formaten wird von den ausstrahlenden Sendern in der Regel versucht, diese als Versuch der Überprüfung der in der Bevölkerung vertretenen Werte und Normen und als Stabilisierung des gesellschaftlichen Konsenses darzustellen, übersetzt in systemtheoretische Terminologie also als Irritation und selbstüberprüfende Rekonstruktion, als Selbstvergewisserung der Gesellschaft über ihre Werte und Normen. In diesen Worten wird das zwar in solchen Situationen nicht ausgedrückt, aber in dieser Weise wird diese Standardthese zur Funktion der Darstellung von Verbrechen etc. in den Massenmedien auch auf Formen und Inhalte von Spielshows angewandt.

Wenn Spiele selbst der Erprobung der Teilnehmer dienen, so dient das Zusehen bei Spielen der Zerstreuung und Beschäftigung. Spielshows bieten kurzweilige Unterhaltung, während sie erhebliche Sendezeit belegen. Sie verbrauchen Zeit, die so nicht mit anderen Beschäftigungen gefüllt werden müssen, sie dienen dem Totschlagen von Freizeit, der Bekämpfung von Langeweile. Dabei haben sie grundsätzlich die Möglichkeit, durch Einbinden entsprechender Themenfelder weiterführendes Wissen auch an die Zuschauer zu vermitteln. Ob diese Möglichkeit im Einzelfall genutzt wird, ist von der dramaturgische Absicht abhängig, nach der die einzelnen Spiele innerhalb einer Sendungen gestaltet, durchgeführt, aufgenommen und für die Ausstrahlung geschnitten und kommentiert werden: Wenn das Hauptaugenmerk

¹⁶⁷ Vor allem kritisiert wurde das Bild von parlamentarischer Meinungsbildung und der Funktionsweise von Volksvertretung, das durch das Format gezeichnet wurde, ebenso die Missachtung ethischer Grenzen bei der Darstellung von unreflektiertem Populismus, Rassismus usw.

eines Formats auf Schadenfreude und der Inszenierung der Kandidaten in bestimmten Situationen liegt, wenn es beispielsweise nicht um Geschicklichkeit, sondern um Ekelresistenz geht, dann ist eine Verbindung mit Bildungsinhalten wenig wahrscheinlich. Trotzdem bleibt dies möglich: Es ließe sich beispielsweise viel über Urwald, dessen Bewohner und Funktionsweisen erzählen, den man als Spielort für Formate wie *Dschungelcamp* inszeniert. So hat *Leben wie vor 100 Jahren* Hintergründe und Zusammenhänge, vor denen das Spiel stattfindet, immer wieder informativ eingebunden – ohne den Unterhaltungswert oder Spielablauf zu stören, wurde auch die Kartoffelfäule erklärt und eine reflektierende Sicht auf unsere kollektive Vorstellung vom Leben in der Vergangenheit erlaubt.¹⁶⁸

Je nach ihrer Qualität nutzen Spielshows ihre Sendezeit und bieten mehr Information zu kulturellen Zusammenhängen als für das Spiel selbst notwendig. Viele begnügen sich jedoch mit der Konstruktion und Inszenierung stereotyper Kandidaten und Moderatoren zur kurzfristigen Erheiterung des Publikums ohne nachhaltigen Wert. Es ist durchaus interessant festzustellen, wie weit die Kritik Tertullians an den Spielen des antiken Roms übertragbar ist auf das Unterhaltungsangebot des Fernsehens und dessen Ablenken von die Gesellschaft betreffenden Missständen oder Notwendigkeiten.¹⁶⁹ Darüber hinaus ist nur schwer zu prüfen und zu belegen, in wie weit Spielshows gesellschaftliche Zustände darstellen oder eben aufgrund ihrer Suche nach immer neuen Themen und publikumswirksamen Aufhängern (zumeist kleinen Skandalen) aktiv Veränderungen im Denken und Verhalten (von Teilen) des Publikums bewirken.

¹⁶⁸Siehe Jessica Maas: *Vom „Über-Leben“ in der Fremde. Niveau von Reality-Shows im Fernsehen*. Berlin 2009.

¹⁶⁹Tertullian: *De spectaculis* / *Über die Spiele* Stuttgart 1988.

Teil III

Werkzeugkasten

Referate

Referate sind möglichst frei gehaltene Vorträge zu einem jeweils bestimmten Thema:

Das Referat muss eine gute Mischung aus Anteilnahme oder Begeisterung für den Gegenstand und sachlicher, wissenschaftlicher Auseinandersetzung mit ihm aufbieten. Für einen Gegenstand, an dem man als Referent(in) kein sichtbares Interesse aufbringt, kann man auch kein Interesse von den Zuhörerinnen und Zuhörern verlangen.¹⁷⁰

Medieneinsatz

Jeder Medieneinsatz muss auf seine Zweckmäßigkeit im Rahmen des Referats überprüft sein, um sicherzustellen, dass er nicht zum Selbstzweck wird. Bei jedem Bild und Element einer Präsentation ist zu fragen, ob es dem eigentlichen Thema des Referats dient oder eine andere Aufgabe hat (z.B. die Darstellung der Möglichkeiten, die das Computer-Programm bietet usw.). Zu bedenken ist z.B. bei Powerpoint-Präsentationen, dass das Programm für Werbe- und Verkaufsvorträge entwickelt wurde, nicht jedoch für wissenschaftliche Vorträge. Die programmbegleitenden Empfehlungen und Vorlagen sind daher in

¹⁷⁰Benedikt Jeßing: *Arbeitstechniken des literaturwissenschaftlichen Studiums*. Stuttgart 2001; 152 f.

der Regel unbrauchbar für die gründliche Darstellung komplexer Themen.¹⁷¹ Auch lenken vor allem teilanimierte Präsentationen leicht vom Inhalt des Referats ab und sind mit großer Vorsicht einzusetzen.

An dieser Stelle sei auch an die sogenannte Bild-Text-Schere erinnert, die besagt, dass ein Publikum sich eher an die verwendeten Bilder als an den begleitenden Text erinnert, vor allem dann, wenn sich Bildinhalt und Textinhalt sehr voneinander unterscheiden oder gar widersprechen.

Ich verweise auf „Handreichung zu Referaten“ in: Benedikt Jeßing: *Arbeitstechniken des literaturwissenschaftlichen Studiums*. Stuttgart 2001; 151–158. Das Bändchen sei hiermit auch Studierenden der Medienwissenschaft sehr nahegelegt!

¹⁷¹Hierzu: Edward R. Tufte: *The Cognitive Style of Powerpoint: Pitching out corrupts within*. Graphics Press
<<http://www.edwardtufte.com/tufte/powerpoint>> (02.11.2009)

Zur Form schriftlicher Arbeiten

Trotz der unterschiedlichen Denk- und Redeweisen in den einzelnen wissenschaftlichen Disziplinen gibt es Gemeinsamkeiten. Diese liegen weniger im Inhalt, als vielmehr in den Formen, Regeln und Normen, die die verschiedensten Disziplinen miteinander teilen. Bei diesem bestimmten Verfahren des Erkenntnisgewinns soll nicht alltäglich oder auch ästhetisch, sondern wissenschaftlich argumentiert werden. Die sichtbarste Form des wissenschaftlichen Arbeitens findet sich in entsprechenden schriftlichen Arbeiten.

Referate, Aufsätze und Monographien teilen sich in die zwei Ebenen der wissenschaftlichen Kommunikation: Den fortlaufenden Text, der Sachverhalte darstellt, und die abgesetzten Fußnoten, in denen der Nachweis über die Quellen des Wissens geführt wird. Auf dieser zweiten Ebene werden auch Verweise auf Methoden und auf Inhalte, die an anderen Orten weiter verfolgbar sind, gegeben: Quellen, Sätze, Passagen, Artikel und Bücher, auf denen die vorgelegte Abhandlung aufbaut, aber auch wodurch sie methodisch eingegrenzt ist, wird angegeben. Auch wird hier gekennzeichnet, woran der Verfasser bzw. die Verfasserin sich anschließt, was bezweifelt und welchen Positionen widersprochen wird. Wesentlich für das Prinzip der Wissenschaftlichkeit ist die Überprüfbarkeit des Dargelegten.

Jeder wissenschaftlichen Arbeit sollte die Struktur der wissenschaftlichen Methode zugrunde liegen: Einfälle, Assoziationen,

Antizipationen, Einsichten etc. sind in erster Linie Thesen, die dann einer rationellen Prüfung unterzogen werden. Die jeweilige Prüfung geht so weit, dass die Thesen schließlich als allgemeingültige Sätze oder sogar als Theorien widerspruchsfrei wiederholt werden können. Um das zu ermöglichen, müssen allen Lesern die Mittel zur Erkenntnis gegeben sein, die der Autor selbst für seine Argumentation benutzt hat. Vorausgesetzt wird, dass der jeweils dargelegte Sachverhalt schon vorher auf seinen Zeugniswert untersucht worden ist. Grundlage aller Studien ist die Prüfung aller Quellen, die benutzt werden.

Dies bedeutet jedoch nicht, dass emotionale Betroffenheit, leidenschaftliches Interesse und soziales Engagement für die Mitmenschen im allgemeinen und im Einzelfall, sowie für alles, was Menschen getan und unterlassen haben, nicht Untersuchungsgegenstände der Wissenschaft sein können. Ja, die damit verknüpften Probleme rücken offensichtlich nach und nach ins Zentrum der Disziplinen, die unter dem Namen Geisteswissenschaften sich bisher vorwiegend mit den Objektivierungen des Geistes in Sprache, Kunst und Technik beschäftigt haben. (Dilly 1988: 357)¹⁷²

Wissenschaftliches Arbeiten charakterisiert also die emotionale Distanzierung vom jeweils gewählten Objekt und den jeweiligen Gesprächspartnern. Ideal ist die unvoreingenommene Prüfung von Glaubenshaltungen und Überzeugungen aufgrund empirischer und logischer Kriterien – das ist *organisierter Skeptizismus*.

Anmerkung: Dieser Text baut in Teilen auf Informationen des Studienführers Anglistik der Carl von Ossietzky Universität Oldenburg auf. Ich danke Winfried Boeder und Richard Stinshoff für die freundliche Genehmigung, ihren Text weiterverarbeiten zu dürfen.

¹⁷²Heinrich Dilly: „Wechselseitige Erhellung: Die Kunstgeschichte und ihre Nachbardisziplinen“. In: Belting, Hans [et al.]: *Kunstgeschichte: eine Einführung*. 3. durchges. und erw. Aufl. Berlin: Reimer, 1988; 345–358.

Titel

Auf dem Titelblatt stehen: Bei Semester- und Hausarbeiten: Thema; Name des Verfassers bzw. der Verfasserin; Titel des Seminars; Semester, in dem die Arbeit vorgelegt wird; Datum.

Bei einer Diplom-, Magisterarbeit oder Masterthese: Name der Universität, der Fakultät, des Fachgebiets bzw. des Studiengangs. Es folgt: „Zum Erlangen des akademischen Grades [Titel: z.B. Diplom-Medienberater/in] vorgelegte Diplomarbeit/Magisterarbeit/Masterthese“. Titel und Untertitel der Arbeit; Name des Verfassers bzw. der Verfasserin; Matrikelnummer; postalische Adresse; Namen der Gutachter; Ort, Datum.

Bei einer Promotion: Titel und Untertitel / Thema; „Dissertation zur Erlangung der phil. Doktorwürde eingereicht am Fachbereich [Name des Fachbereichs] der [Name der Universität] vorgelegt von [Name des Verfassers bzw. der Verfasserin]“; Geburts- oder Wohnort¹⁷³; Datum.

Gliederung

Die Arbeit muss gegliedert sein, damit Sie Übersicht behalten und vermitteln, dies kann (muss aber nicht) durch eine Nummerierung der Teile verstärkt werden – am einfachsten nach dem Dezimalsystem (z.B. 1. für die Einleitung, 1.1 für den Teil der Einleitung, der die Einschränkung des Themenbereichs enthält, 1.2 für den Stand der Forschung usw., 2. für den Hauptteil, 2.1 ..., 2.2 ... usw., 3. für den Schluss).

„Hauptteil“, „Schluss“ usw. sind keine Überschriften, sondern strukturelle Charakterisierungen; Überschriften sollen etwas über den Inhalt sagen (z.B. „Fragestellung“, „Konzeptuelle Selbstbildnisse“, „Ergebnisse“ usw.).

Ein guter Weg, die Arbeit nicht in ein bloßes Abschreiben von Sekundärliteratur ausarten zu lassen, besteht darin, die Gliederungspunkte **zunächst** einmal für sich als Fragen zu formu-

¹⁷³ Abhängig von der jeweils gültigen Promotions- oder Prüfungsordnung.

lieren, die in den betreffenden Abschnitten beantwortet werden sollen. Die Überschriften der einzelnen Gliederungspunkte sind aber normalerweise **nicht** diese Fragesätze, sondern Begriffe oder dergleichen.

Zusammenhänge darstellen

Eine wichtige intellektuelle Leistung von wissenschaftlichen Arbeiten besteht darin, logisch Zusammengehörendes zusammen darzustellen und den Zusammenhang auch erkennen zu lassen. Diese geschieht durch Verknüpfungen wie „also“, „folglich“, „aber“, „insbesondere“ usw., aber auch dadurch, dass zusammengehörige Sätze zu sinnvollen Absätzen zusammengefasst werden: **Satz ist nicht gleich Absatz!**

Einleitung

Dieser Teil sollte z.B. enthalten: Die Fragestellung (und zwar zunächst möglichst einfach und anschaulich, wenn möglich anhand eines kleinen Beispiels), das Erkenntnisinteresse, die Einordnung des Themas in einen grösseren Zusammenhang (z.B. in bestimmte Bereiche der wissenschaftlichen Systematik, d.h. die Frage, in welchem Gebiet der Wissenschaft eine Antwort auf die Probleme der Arbeit zu erwarten ist), den Stand der Forschung (soweit Sie ihn kennen können), eine Definition der zentralen Begriffe, mit denen gearbeitet werden soll, eine Charakterisierung der Vorgehensweise („Im Folgenden stelle ich zunächst ... dar (2.1), um aber zu einem brauchbaren Ergebnis zu kommen, muss ... (2.2); darauf folgt eine Übersicht über ... (2.3). schließlich werden die Hypothesen anhand der Ergebnisse überprüft (3.1); eine Zusammenfassung und einige weiterführende Überlegungen beschließen die Arbeit (3.2) ...“), und dergleichen. Abkürzungs- und andere Verzeichnisse und Anhänge sind im Inhaltsverzeichnis aufzuführen, auch sollte auf diese und (soweit sinnvoll) ihren Inhalt hingewiesen werden.

Der Überblick über den Stand der Forschung bzw. Diskussion zum Thema ist essentiell. Der theoretische Unterbau entschei-

det über die Tiefe, Stringenz und Aussagefähigkeit der Arbeit. Schwachstellen in der eigenen Arbeit lassen sich oft auf einen nicht ausreichenden theoretischen Unterbau zurückführen.

Hauptteil

Dieser Teil bietet in sinnfälliger Gliederung Antworten auf die zuvor formulierten Fragen: Material wird ausgebreitet und ausgewertet (besonders bei empirischen Arbeiten), Argumente werden vorgeführt und abgewogen, Sekundärliteratur wird im einzelnen referiert und diskutiert (soweit es sich um eher theoretische Arbeiten handelt). Wichtig ist ein zusammenhängender Gedankengang. Gedanken werden in Absätzen entwickelt, nicht in Einzelsätzen aneinandergereiht. Die Absätze sind logisch miteinander verknüpft. Der Fortgang der Darlegung muss deutlich werden, eventuell von Sätzen wie „Von hier ergibt sich die Frage ...“ oder „vergleicht man beide Darstellungsweisen ...“ oder „Bisher habe ich ... Jetzt werde ich ...“. Zwischenüberschriften helfen. Genauigkeit der Sätze und Begriffe führen zu Klarheit. – Es ist empfehlenswert, den Stoff (das Thema) sowohl im ganzen als auch mit Blick auf einzelne Abschnitte und Gliederungspunkte immer wieder auf die Frage(n) zu beziehen, die es zu beantworten gilt. Auf diese Weise entgehen Sie der Versuchung, allzuviel Unwichtiges zusammenzutragen.

Der – begründete – eigene Umgang mit dem Thema, den zugrundeliegenden Theorien und dem Stand der Forschung soll zeigen, dass man die Theorien begriffen hat und in der Lage ist, mit diesen zu arbeiten. (Natürlich ist hierbei der kritische Umgang mit Thesen und Theorien gefragt, nicht das getreuliche Übernehmen der entsprechenden Positionen.)

Schluss

Der Schlussteil enthält das Ergebnis (wobei er z.B. die Einzelbefunde interpretiert und bewertet). Es kann sich um die Bestätigung einer These, die in der Einleitung formuliert wurde, handeln, um eine neue These, um die Feststellung, dass nach Aus-

weis des Hauptteils die Hauptthese nicht zu beantworten ist, um eine kurze abstrahierende Zusammenfassung, um einen Horizont öffnenden Kommentar oder auch um einen Ausblick auf weitere Forschungsnotwendigkeit.

Auch das Ergebnis, dass die zentralen Fragen der Arbeit mit den gewählten Methoden oder Instrumentarien nicht beantwortet werden konnten, kann ein durchaus gutes Ergebnis sein.

Sekundärliteratur

Grundsätzliches

Sie referieren sie am besten so, dass Sie erstens Thema und Zielsetzung des Aufsatzes oder Buches (kurz) darstellen, und dass Sie zweitens schreiben, welche Antwort Aufsatz oder Buch zu Ihrer eigenen Fragestellung anzubieten haben.

Zitate

Wörtliche Zitate (oder Übersetzungen¹⁷⁴) sind nur dann sinnvoll, wenn es auf den Wortlaut ankommt oder wenn man glaubt, dass man den Sachverhalt nicht anders formulieren kann; aber auch dann muss man das Zitat mit eigenen Worten erläutern („... D.h., ...“) – Zitate sprechen nie für sich selbst, sondern müssen eingebettet und kommentiert werden. Die Arbeit soll ja u.a. zeigen, dass die Verfasserin bzw. der Verfasser den Stoff durchdrungen hat und das Verstandene angemessen ausdrücken kann. Und noch etwas: Schreiben Sie nie etwas, was Sie selbst nicht verstehen. Das Eingeständnis, dass man etwas nicht versteht, kann intelligenter sein als die bloße Wiedergabe von Unverstandenenem.

¹⁷⁴Übersetzungen sind als solche kenntlich zu machen. Wenn Sie eine Übersetzung selbst vornehmen, geben Sie das bei der Quellenangabe zum Zitat an: „Meine Übersetzung [Initialen des Verfassers]“.

Fachtermini und Fremdworte

Fachtermini aus fremdsprachlicher Sekundärliteratur sind zu übersetzen, wenn es eine Übersetzung gibt. Wenn man keine Übersetzung findet, sollte man den fremdsprachlichen Ausdruck in Anführungszeichen setzen. Dies bedeutet nicht, dass man keine Fremdwörter benutzen soll. Aber diese Fremdwörter sollten dem üblichen Sprachgebrauch entsprechen.

Über Sprache schreiben

Objektsprachliche Ausdrücke (Wörter, Phrasen, Sätze), d.h. Ausdrücke, über die man spricht und deshalb auch nicht übersetzt, werden **unterstrichen** oder **kursiv** geschrieben, wenn sie im Satz auftreten („... das Pronomen who wird, wie deutsch wer, bei Personen gebraucht...“; „die Wendung *to kick the bucket* ist idiomatisch, denn ...“). Werden aber Beispielsätze außerhalb des Satzes zitiert, werden sie eingerückt und (wenn nötig) numeriert, aber nicht unterstrichen oder kursiv geschrieben:

- (1) Mein ganzes Leben ist eine giving story.

Bibliographische Angaben

Am Ende der Arbeit steht eine Liste der benutzten Literatur und Quellen. Diese folgt in der Medienwissenschaft zumeist den von der *MLA*¹⁷⁵ oder den von der *APA*¹⁷⁶ vorgeschlagenen Formalien, wobei auch andere Lösungen möglich sind, wenn diese bei vergleichbarer Übersichtlichkeit entsprechend informativ sind. Die Angaben zu einer Monografie hier im Vergleich:

MLA:

Name, Vorname. Titel. Ort: Verlag, Jahr der Veröffentlichung.

¹⁷⁵Modern Language Association: < [http : //www.mla.org/style](http://www.mla.org/style) >

¹⁷⁶American Psychological Association: < [http : //www.apastyle.org/](http://www.apastyle.org/) >

APA:

Name, Vornamen als Initial abgekürzt (Jahr der Veröffentlichung). Titel. Ort: Verlag.

Das Auffinden einzelner Einträge kann durch typografische Hervorhebung der Autorennamen verbessert werden. Eine Angabe in dieser Liste sieht so aus: Name, Komma, Vorname des Verfassers, das Erscheinungsjahr des Beitrags in gebogenen Klammern, Doppelpunkt, gefolgt von:

1. Bei Büchern: Titel (kursiv oder unterstrichen – wobei Unterstreichungen in Drucktexten kaum verwendet werden), Punkt, Erscheinungsort, Doppelpunkt, Verlag, Punkt;
2. bei Aufsätzen oder Beiträgen in Zeitschriften oder Sammelbänden: Titel (in Anführungszeichen), Komma oder Semikolon, „in“, Doppelpunkt, Name, Komma, Vorname des Herausgebers, „(Hrsg.)“, Doppelpunkt, Titel der Zeitschrift bzw. des Sammelbandes (kursiv oder unterstrichen – Einschränkung: s.o.), dann – je nach Quelle –
 - bei einem Zeitschriftenband: Dessen Nummer, Komma, Erscheinungsjahr, Doppelpunkt oder Semikolon, Seitenzahlen des ganzen Aufsatzes (von–bis);
 - bei einem Sammelband: Punkt, Ort, Doppelpunkt, Verlag, Doppelpunkt oder Semikolon und die Seitenzahlen des ganzen Beitrags (von–bis).

Beispiele:

1. ZAUNSCHIRM, THOMAS (2001): *Sphingen, bunte Kühe und eine Ente* (Schriftenreihe des Instituts für Kunst- und Designwissenschaften der Universität Essen, Bd. 4). Essen: Klartext.
GOMBRICH, E. H. (1996): Die Geschichte der Kunst. 16. Ausgabe. London: Phaidon Press.
2. DAALDER, REMMELT (1996): „Seegeschichte auf Gemälden, Seebilder als historische Quelle“; in: GILTAIJ,

JEROEN UND JAN KELCH (Hrsg.): *Herren der Meere – Meister der Kunst*. Rotterdam: Museum Boijmans Van Benningen; und Berlin: Staatliche Museen: 37–44.

MURTI, K.V.S. (1990): „Bacchus and Buddha, Rushdie and Narayan“. In: *The Commonwealth Review* 1 (2), 1990; 157–168.

Wichtig: Denken Sie daran, immer die Titel Ihrer Quellen genau zu notieren (einschließlich der Seitenzahlen), das spart Zeit und Ärger. Legen Sie sich einen Zettelkasten oder ein Verzeichnis mit den genauen Titeln an.

Elektronische Medien als Quellen

Auch elektronische Informationsquellen können und müssen angegeben werden (Internet, CD-Rom). Allerdings sind hier oft nicht alle bei bibliographischen Angaben üblichen Details erhältlich. Trotzdem ist Vollständigkeit anzustreben. Die Angaben zu im Internet eingestellten Projekten oder anderen Daten sollten beispielsweise diese Angaben enthalten:

1. Den Titel des Projekts oder der Datei,
2. den Namen des Herausgebers / der Herausgeberin,
3. Angaben zur elektronischen Publikation (Datum der Veröffentlichung bzw. der letzten Aktualisierung, Namen von Sponsoren u.ä.),
4. Datum des Zugriffs,
5. URL (= Internetadresse) in Winkelklammern <>.

Beispiel:

Victorian Women Writers Project. Ed. Perry Willet.
Juni 1998. Indiana University. 26.6.1999
<<http://www.indiana.edu/~letrs/vwwp/>>

Für andere Arten von Veröffentlichungen (z.B. in wissenschaftlichen online-Zeitschriften) gilt entsprechend dasselbe:

Sohmer, Steve. "12 June 1599: Opening Day at Shakespeare's Globe." *Early Modern Literary Studies* 3.1 (1997): 46 pars. 26.06.1999
<<http://www.humanities.ualberta.ca/emls/03-1/sohmjuli.html>>

Was man nicht weiss, kann man nicht angeben. Zielvorstellung ist indessen auch hier, wie bei Büchern etc., dass Andere dieselbe Quelle, die man benutzt hat, finden können. Ist die Fundstelle eine CD-Rom, wird dies dann eben auch angegeben (samt Herausgeber etc.).

Je nach dem, was man anhand einer Internetseite o.ä. belegen will, und abhängig von Inhalt und Verfasser / Herausgeber, empfiehlt es sich, eine Kopie oder einen Ausdruck der betreffenden Seite zu sichern und gegebenenfalls eine Abbildung der eigenen Arbeit (z.B. im Anhang) beizulegen.

Die Praxis zeigt, dass es vielen Studierenden schwer fällt, die Qualität und Verwendbarkeit von Internetquellen einzuschätzen. Auch wenn es z.B. oft bequemer ist, für Erklärungen etc. auf Wörterbücher und Lexika im Internet zuzugreifen, sind diese in der Regel gedruckten Nachschlagewerken inhaltlich nicht ebenbürtig, sondern sind stark verkürzt oder recht einseitig in ihrer Darstellungsweise. Auch geben sie zumeist ihre Quellen nicht an. Die Qualität des Inhalts wird bei (seriösen) Buchverlagen dagegen durch Herausgeber und Lektorat garantiert. Daher können Fachwörterbücher etc. auch im Internet nicht kostenlos bereitgestellt werden.

Da das Internet keinerlei inhaltliche (oder formale) Qualitätssicherung enthält, ist man bei der Bewertung des Angebots auf seine Fachkenntnisse und seinen gesunden Menschenverstand angewiesen. Besonders in Bereichen, die man nicht beherrscht, sollte man auf die Vorauswahl der Lektoren und Verlage vertrauen und die notwendige Recherche- und Definitionsarbeit auf einem Vergleich etablierter Printquellen aufbauen und hierzu die vorhandenen Bibliotheken aufsuchen.

Quellenverweise bei Bild- und Audiomaterial

Bei Verweisen auf Gemälde, Bild- und Tonmaterial geht man wie bei der Angabe von Texten vor. Abbildungen werden, soweit das nötig erscheint, durchgehend nummeriert. Es gibt unterschiedliche Gepflogenheiten, was Angaben zum Besitz und zu den Abmessungen des jeweiligen Werks betrifft. Hierbei müssen Sie abwägen, welche Informationen für Ihre Argumentation von Bedeutung sind.

Beispiele:

Abb. 47: Jean-Michel Basquiat: o.T. (1960), 1982. Acryl und Öl/Papier, auf Holz aufgezogen, 91,4 x 60,9 cm.

Willem van der Velde d.J. (1633 - 1707): *Die Seeschlacht bei Kijkduin (bei Texel) am 21. August 1673*; Öl auf Leinwand, 1687; Greenwich: Nat. Maritime Museum

Filme werden vergleichbar zu Printquellen und CD-Roms angegeben, dabei ist es unerheblich, ob ein Film als Kopie auf VHS-Videocassette, DVD oder auf Filmspule vorliegt – bei historischen Filmen, die nicht im Handel erhältlich sind, ist die Angabe des Archivstelle allerdings notwendig:

FRANK BEYER (Regie) (1966): *Spur der Steine*
Drehbuch: Karl Georg Egel, Frank Beyer. Kamera: Günter Marczinkowski. Musik: Wolfram Heicking & Kunze. DEFA. [Süddeutsche Zeitung Cinemathek 2006, Nr. 65. Icestorm Entertainment GmbH, Lizenzgeber: Progress Filmverleih.]

A-HA (1985): *Take on me* Regie: Steve Barron für Limelight Production; Kamera: Robert Erdmann; Animation: Michael Patterson / Candace Reckinger; WEA.

Hörstücke werden entsprechend angegeben:

ZAIMOGLU, FERIDUN (2001): *Kopf und Kragen. Kanak-Kultur-Kompendium*. O.O.: Hoffmann und Kampe Hörbücher mit S. Fischer Verlag.

BEIER, PETER (1997): „Die Wahrheit braucht keine Dome. Predigt anlässlich der Wiedereingebrauchnahme des Berliner Domes.“ in: DERS.: *Peter Beier 1934–1996. Predigten*. Düsseldorf: FFFZ.

Bei Fotografien von Installationen, Skulpturen, Gebäuden oder auch Fundstücken sollten Sie das Datum, den Ort und auch den Fotografen angeben. Bei Abbildungen von Gemälden u.ä. ist es üblich, die Quelle der jeweiligen Abbildung anzugeben. **Cave:** Bei Veröffentlichungen müssen Sie die bestehenden Urheberrechte von enthaltenen Abbildungen beachten.

Zitierweise

Es ist absolut erforderlich, auf die Quellen hinzuweisen, aus denen man sein Wissen schöpft, und zwar an jeder Stelle; dies geschieht am einfachsten durch Angabe von Verfassersname, Jahr, Doppelpunkt, Seitenzahl in Klammern: Z.B. „Ousby versteht unter Geschmack die Anwendung allgemeiner kultureller Haltungen, die man in der Gesellschaft vorfindet, wenn man die eigene Umwelt als interessant, schön usw. beurteilt (Ousby 1990: 5).“ Oder auch „Ousby (1990: 5) versteht ...“; „... wie Chomsky (1965: 325) sagt ...“; „dieses Problem kann ich hier nicht lösen (vgl. aber Pennybaker 1864: 517 – 523)“.

Bezieht man sich auf einen Autor, dessen Werk nicht unmittelbar zugänglich ist, verweist man auf das Zitat mit „zitiert nach“ – z.B.: „... diese Ansicht vertritt schon Firth (1937: 121, zitiert nach Mitchell 1958: 623) ...“; in diesem Fall müssen sowohl Firth 1937 als auch Mitchell 1958 im Literaturverzeichnis erscheinen.

Auslassungen im Zitat kennzeichnen Sie durch Punkte – am besten in eckigen Klammern: ... „Die intellektuelle Tätigkeit [...] wird durch den Laut in der Rede [...] wahrnehmbar für die Sinne“, schreibt Humboldt (1836: 66) in seinem Werk

Fußnotenzeichen nach dem schließenden Satzzeichen verdeutlichen, dass die Fußnote sich auf den gesamten Satz bezieht, Fußnotenzeichen, die auf ein Wort innerhalb eines Satzes folgen, beziehen sich nur auf dieses Wort.

Vom Zitieren weiterer Extrakte in Fußnoten wird abgeraten, da diese oft nur wenig zur Erkenntnis beitragen. Eine Paraphrasierung¹⁷⁷ ist vorzuziehen.

Es gibt bekanntlich andere Zitierweisen. Wenn Sie auf eine andere Zitierweise Wert legen, muss sie konsequent sein und mindestens soviel Information enthalten wie die hier vorgeschlagene.

Eidesstattliche Erklärung

Aufgrund zunehmender Plagiate, die durch die heutigen Möglichkeiten elektronischer Datenverarbeitung erleichtert werden, müssen Sie sich von solchen „Kopieren-Einfügen“-Unsitten abgrenzen. außerhalb der als Zitat kenntlich gemachten Stellen darf eine wissenschaftliche Arbeit nur Ihre eigenen Formulierungen enthalten. Die wörtliche Übernahme von Textstellen ohne Kenntlichmachung der Quelle und des Zitatcharakters dieser Übernahme gilt als Täuschungsversuch und entwertet die gesamte Arbeit.

An der Fakultät I der Technischen Universität müssen beispielsweise auch Ihre Hausarbeiten die folgende schriftliche Versicherung enthalten:

Hiermit erkläre ich an Eides statt gegenüber der
Fakultät I der Technischen Universität Berlin, dass
die vorliegende, dieser Erklärung angefügte Arbeit

¹⁷⁷Wortgebrauch hier im Sinne von „freie, nur sinngemässe Übertragung“, nicht jedoch als „Ausschmückung“.

selbständig und nur unter Zuhilfenahme der im Literaturverzeichnis genannten Quellen und Hilfsmittel angefertigt wurde. Alle Stellen der Arbeit, die anderen Werken dem Wortlaut oder dem Sinn nach entnommen wurden, sind kenntlich gemacht.

Eine solche Erklärung ist natürlich von Ihnen zu datieren und zu unterschreiben. An welcher Stelle der Arbeit diese schriftliche Bestätigung der Autorenschaft unterzubringen ist, kann variieren. Zumeist findet sie sich am Ende der Arbeit hinter möglichen Anhängen und der Literaturliste.

Stil

Formulieren Sie klar und eindeutig. Umgangssprache gehört in der Regel nicht in eine wissenschaftliche Arbeit. Bedienen Sie sich des Fachvokabulars, beachten Sie hierbei aber die oben genannten Einschränkungen bei Fremdworten. Korrekte Orthographie und Kommasetzung werden ebenso erwartet wie die Anwendung der Regeln der Grammatik.

Bei gewöhnlichen Arbeiten reichen Sie das Original oder eine einwandfreie, gut lesbare Kopie ein. Je nach Prüfungsordnung muss diese zusammen mit einer digitalen Version abgegeben werden. Die eigentliche Arbeit – und ggf. Prüfungsleistung – ist die von Ihnen unterschriebene Papierversion, eine Abgabe nur in Dateiform entspricht den allermeisten Prüfungsordnungen nicht und muss daher vorher vereinbart worden sein. Behalten Sie immer eine Kopie bei sich (auf Papier, Diskette, Festplatte).

Bei Diplom- und Masterarbeiten, Masterthesen und Dissertationen regeln die jeweiligen Prüfungsordnungen die Anzahl der einzureichenden Exemplare. Schreiben Sie keine Arbeit in einer Fremdsprache, ohne das vorher mit dem Lehrenden abgesprochen zu haben.

Zum Verfassen des Exposés

Im Exposé sollten der Stand der Forschung bzw. der Diskussion, die zentral für die eigene Arbeit sein wird, referiert sein. Diese bildet den theoretischen Unterbau der eigenen Arbeit, auf den immer wieder Bezug genommen wird und an der eigene Thesen zu überprüfen sind.

Da das gewählte Thema einen für lange Zeit begleiten und den Inhalt der eigenen akademischen Arbeit bestimmen wird, ist zu prüfen, inwieweit das Thema genug Substanz für eine langjährige Auseinandersetzung hat und genug Anknüpfungspunkte für die eigene Doktorarbeit enthält.

Die Thematik und die zentralen Fragestellungen der eigenen Arbeit sollten genannt und soweit möglich, von benachbarten Themen abgegrenzt werden. Im Exposé soll geklärt und erklärt werden, wo der Schwerpunkt der eigenen Arbeit liegt und auf welche Aspekte des theoretischen Hintergrundes in welchem Ausmaß zurückgegriffen wird. Es ist zu begründen, welche Aspekte, die üblicherweise zum Thema gezählt werden, in der eigenen Arbeit nicht weiterverfolgt werden. Diese Eingrenzung des Themas ist unbedingt notwendig, wenn man sich im weiteren Verlauf des Arbeitens nicht in unzähligen Seitenaspekten verlieren will.

Schwächen der eigenen Arbeit werden zuerst bei Schwächen des theoretischen Unterbaus deutlich. Die Stringenz und Aussagekraft der eigenen Überlegungen hängt direkt von ihrer Einbin-

dung in Theorien und Konzepte ab, wie sie im Stand der Forschung zu referieren waren: Ohne Überblickswissen ist eine umschließende Betrachtung des jeweiligen Themas kaum möglich. Dabei ist auch zu klären, wie mit dem theoretischen Unterbau umgegangen wird.

Es sollte umrissen werden, was der zu erwartende Erkenntnisgewinn der Arbeit sein soll. Natürlich steht das Exposé recht weit am Anfang der Auseinandersetzung mit dem Thema. Schlüsse und Ergebnisse können im Exposé daher nur allgemein formuliert und vermutet werden, sonst wäre die vertiefte Arbeit wohl kaum zu begründen.

Im Zuge der Auseinandersetzung mit dem Thema kann sich herausstellen, dass es nicht im geplanten Maß oder auf die vorgesehene Weise zu bearbeiten ist. Diese Gefahr kann durch die Erarbeitung des Exposés gemildert, aber nicht ausgeschlossen werden. In solchen Fällen kann das Thema oder der Untersuchungsschwerpunkt oft an die tatsächlichen Befunde und Bedingungen angeglichen werden. In einzelnen Fällen werden Promotionsprojekte an diesem Punkt abubrechen sein.

Der Umfang des Exposés ist nicht festgelegt. Da das Thema und die Hintergründe ausführlich vorgestellt und besprochen werden sollen, ergibt sich zumeist ein längerer Aufsatz.

Beim Verfassen sollte auf eine saubere akademische Methodik geachtet werden, da die oder der Betreuende auch anhand dieses Textes über die intellektuellen Fähigkeiten der Verfasserin oder des Verfassers urteilen und die eigene Bereitschaft zur Betreuung der Arbeit hiervon mit abhängig sein wird.