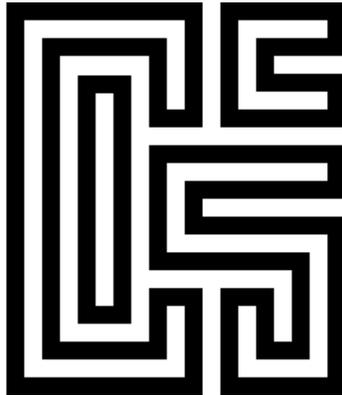


CISC



CENTRO INTERDISCIPLINAR DE SEMIÓTICA DA CULTURA E DA MÍDIA

**Zum Verhältnis von Kulturwissenschaft und
Kommunikationswissenschaft
Entwürfe zu einem blended theory-Modell**

Thomas A. Bauer

Kultur und Kommunikation werden zunehmend zu Features einer offenen und sich selbst beobachtenden Gesellschaft. In diesem Gestus der kritischen Aufmerksamkeit der Gesellschaft sich selbst gegenüber wird auch immer deutlicher: Kultur und Kommunikation erklären sich im Kontext der gesellschaftlichen Selbst- beobachtung gegenseitig und stehen dadurch in so enger Beziehung zueinander, dass man das Eine nicht ohne das Andere denken oder handeln kann. So evident diese enge Beziehung dieser beiden features ist, so unklar ist aber doch, worin diese Beziehung letztendlich besteht, was sie für eine nachhaltige Entwicklung der Gesellschaft ausmacht und wie man deren (die Wissenschaft selbst veränderndes¹) Prinzip wissenschaftlich sichtbar und dadurch gesellschaftlich verwertbar macht.

Gerade die wissenschaftliche Annäherung an dieses Verhältnis, wirft die Frage auf, ob es legitim oder hilfreich ist, das Eine durch das Andere zu ersetzen, wenn beide im Grunde das Gleiche meinen: gesellschaftliche Praxis. Wenn sie also das Gleiche darstellen, ohne das Gleiche oder gar das Selbe zu sein, dann ist auszumachen, wodurch sie zueinander vermischt, überblendet oder verschmolzen (blended) und wodurch sie zueinander dissimiliert (als jeweils spezifischer Theoriestatus entähnlicht) werden können. Der Status einer blended theory kann aber nur dann glaubwürdig beansprucht werden, wenn durch das blending nicht eine zufällige und irgendwie sich ergebende Mischung von Kultur- und Kommunikationswissenschaft entsteht, sondern wenn die Mischung der Destillate erkenntnistheoretisch und substanztheoretisch nachvollziehbar ist und durch sie die Absicht einer neuen Kontamination (theoretischer Blend) erkennbar wird. Um das Verhältnis von Kultur- und Kommunikationswissenschaft plausibel zu machen, muss am Ende klar werden, warum die Reflexion und Analyse von gesellschaftlichen Kommunikationsphänomenen nicht ohne kulturtheoretische Einmischung und die Analyse und Reflexion von Kulturphänomenen nicht ohne kommunikationstheoretische Einmischung Sinn macht. Das Modell der wechselseitigen Erklärung von Kultur und Kommunikation wird wissenschaftlich-

¹ Vgl. Foucault, Michel (1991): 12

theoretisch zu einem Modell gegenseitiger Intervention mit dem Ziel einer neuen Emergenzstufe der gesellschaftsreflexiven Diskurses.

Diese Herausforderung anzunehmen wird für die Kommunikationswissenschaft zur Überlebensfrage, wenn sie nicht von anderen Wissenschaften inkorporiert oder vom Wissensmanagement der Praxis selbst (z.B. der auf effiziente PR und Organisationskommunikation eingeübte Unternehmen) überholt werden möchte.

Kommunikation und Kultur sind in der gesellschaftlichen Praxis und in der Wissenschaft von der gesellschaftlichen Praxis nicht nur trendige und dekorative Chiffren für Projektivität und Perspektivität, sondern auch boomende und viel (mehr) versprechende Konzepte im Versuch avancierter und anspruchsvoll organisierter Gesellschaften bzw. gesellschaftlicher Organisationen, sich intern nachhaltig regenerativ und extern nachhaltig reproduktiv zu positionieren. Organisationen, Institutionen, Unternehmungen und communities verlassen sich darauf, dass die einschlägigen Wissenschaften die in beiden Begriffen implizit eingeschriebenen Ahnungen humanen Bewusstseins offenkundig machen und dass sie die in ihnen archivierten Ressourcen für das Verstehen der Welt aktualisieren und nutzbar machen. Kultur und Kommunikation werden für Begriffe gehalten, die den eigenen und anderen Lebensinteressen nicht nur mehr Weite der Geltung, sondern auch mehr Tiefe in der Begründung von Geltungsansprüchen geben.² Kommunikation und Kultur werden so zunehmend zu Ressourcen des gesellschaftlichen Fortschritts stilisiert. Darin kündigt sich eine Ideologisierung von sozialer Praxis (Kultur und Kommunikation) an, der eine kulturtheoretisch engagierte Kommunikationswissenschaft rechtzeitig kritisch und analytisch entgegentreten soll.

1. Positionen im wissenschaftlichen Universum

Meine Sorge gilt in dieser Abhandlung der Frage, ob oder wie (erkenntnistheoretisch, substanztheoretisch) die Kommunikationswissenschaft im Hinblick auf das Postulat der gesellschaftlichen Verwertbarkeit wissenschaftlicher Gedankenarbeit die Kulturalität von Kommunikation bzw. die Kommunikativität von Kultur so darstellen kann, dass mit dem Blick auf die Brauchbarkeit (Nützlichkeit) zugleich der Blick auf die Unverbrauchbarkeit (inspiratives, konstruktives Potential) von Kultur und Kommunikation sichtbar machen kann. Noch mehr: ob und wie es der Wissenschaft gelingen kann, der Praxis der gesellschaftlichen Kommunikation dadurch eine Qualitätsforderung zu stellen, indem sie herauszuarbeiten und darzustellen in der Lage ist, dass erst durch das Prinzip der Unverbrauchbarkeit die Brauchbarkeit immer wieder regeneriert werden kann. Diese – selbstverständlich ethisch und normativ konzipierte Vorstellung der Unverbrauchbarkeit und Unverspielbarkeit von Kommunikation ist m. E. nur aus einer kulturtheoretischen Betrachtung, nicht aus einer techniktheoretischen oder sonst- wie funktionstheoretischen Betrachtung möglich. Denn der Ansatz der Technik ist es, die Dinge (Probleme) für endlich und abfertigbar (Perfektion) zu halten. Alle bislang im wissenschaftlichen Gebrauch befindlichen techniktheoretischen oder funktionstheoretischen Modelle der Kommunikations- und Medienwissenschaft suggerieren die Erledigung der Probleme durch Ausklammerung der Störmomente. Dabei übergeht man geflissentlich, dass gerade die Störmomente es sind, die auf den letztlich auch praktisch unmöglichen Alleinbesitzanspruch (Verbrauchbarkeit) von Kommunikationswissen verweisen. Diese Einsicht verpflichtet die Kommunikationswissenschaft auf eine kulturwissenschaftliche Ausrichtung (weil technik- oder organisationstheoretische Ausrichtungen diesem Dilemma ausweichen) und stellt sicher, dass es nicht die Aufgabe der Kommunikationswissenschaft sein kann, praktische Probleme zu beseitigen, sondern den Blick auf die eigentlichen Probleme hin zu vertiefen. Kommunikationswissenschaft als Kulturwissenschaft ist eine gesellschaftliche Ressource kreativ-bewusster Problemproduktion, die sich aus dem Widerspruch von theoretischer Unverbrauchbarkeit und praktischen Verbrauchsinteressen ergibt. Wenn und weil sie das sein soll, muss sie – obwohl sie systemische

Strukturen braucht – ein für Widersprüche offener (und deshalb kommunikativer) Zusammenhang des Denkens und der Beobachtung der Gesellschaft der Kommunikation und der Kommunikation der Gesellschaft sein.

1.1. Wissenschaft für den gesellschaftlichen Gebrauch

Kultur und Kommunikation sind sensible Ressourcen zur inspirativen und sozialen Regeneration gesellschaftlicher Zusammenschlüsse, deren Generativität im Interesse der Nachhaltigkeit (soziale Reichweite, Dauer, Tiefe der Gültigkeit) durch eine sorgsam ökologische Behandlung in Praxis durch ethische Orientierung, in Wissenschaft durch theoretische Orientierung sicher zu stellen ist. Diese beiden generativen Ressourcen sind allerdings nur vermittelt aktivierbar. Daher mischen sich in den sozialen Gebrauch von Kultur und Kommunikation auch mittelbare Interessen, die den (ökonomischen) Verbrauch (Standardisierung, Kopie, Wegwerfformen) und sozialen Missbrauch (Machttechnik Herrschaftstechnik, Beschaffung von Vorteil selbst unter Einrechnung des möglichen Schadens oder des Nachteils anderer) begünstigen. Weil beide Praxen sind auf Medien angewiesen, also auf fluide Beziehungskonstrukte (Flussbett, „Durchgangspunkte“²)³ sozialer Praxis, in denen durch encoding und decoding Bedeutungen ausgekämpft und ausverhandelt werden.

Organisationen, die ihre Strukturen und Aktivitäten auf Zwecke hin rationalisieren, konzentrieren ihre Aufmerksamkeit auf die Instrumentierbarkeit und die technische Machbarkeit und sichern sich so strategischen Vorteil durch kulturelle Repräsentation. Sie kompensieren Kulturlücken durch ritualisierte Kommunikation oder füllen Kommunikationslücken durch zelebriatorisch inszenierte Kultur. Wie umgekehrt kulturintensive Gemeinschaften erhebliche Probleme haben, sich kommunikativ erfolgreich zu organisieren (z.B. Kirchen) oder kommunikativ intuitive Gemeinschaften (z.B. Netz-communities) Probleme haben, ein kulturelles Vernunftmodell (Kulturtechnik) zu Stande zu bringen. So oder so, in der

² vgl. dazu Göttlich, Udo (1997): 15

praktischen Wahrnehmung wie in der wissenschaftlichen Analyse von Gelingensmodellen wie auch von Verfehlersmodellen gesellschaftlicher Zusammenschlüsse rücken Kultur und Organisation in zunehmend gegenseitiger Verwiesenheit in den Blickpunkt der Betrachtung.

Umso wichtiger ist die Stimme kritischer Wissenschaft. Je näher sich, vor allem unter der Prämisse von Rationalisierung, Kultur und Kommunikation kommen, umso klarer muss man sie unterscheiden. Erst dann ist die Beschreibung ihres wechselseitigen Verhältnisses wissenschaftlich legitimiert und gesellschaftlich nützlich. Die Beobachtung der Alltagspraxis ergibt eine Konstruktion des wechselseitigen Einschlusses von Kultur und Kommunikation. Natürlich ist die Praxis wie auch deren Beobachtung strategisch durchmischt. Es entspricht der alltäglichen Erfahrung, dass das Eine ohne das Andere keine abgeschlossene oder auch keine vernünftige Gestalt ergibt.

Objektivität (Vergegenständlichung und Ausstattung mit sozialer Relevanz) und Subjektivität (Selbstentwurf und Ausstattung mit Identität) sind in der Praxis von Kommunikation und Kultur, sowie in deren Beobachtung entscheidende Faktoren der Gestaltentwicklung. Zum Einen erkennt man immer deutlicher den instrumentellen (Objektivation, Sozialisation) wie auch den subjektstiftenden (Subjektivation, Personalisation) Wert der Kommunikation für Kultur: Was Kultur werden will, wird es durch verständigungsbetonte Kommunikation. Zum anderen erkennt man deutlicher den ästhetischen oder auch rituellen Wert der Kultur für Kommunikation: Was eine gelungene Kommunikation werden soll, braucht die Kultur der Begegnung.

1.2. Wissenschaft als kritische Ressource für Plausibilität

Ganz von außen und sehr vorläufig beschrieben ist das Verhältnis von Kultur und Kommunikation wie das der beiden Seiten ein und derselben Medaille, wobei die eine jeweils als das autogene Register der anderen zu verstehen ist. Kultur ist das Bedeutungsreservoir der Kommunikation und spielt die Rolle des gesellschaftlichen Konjunktivs der Sinnverständigung, Kommunikation ist das

Diskursreservoir der Kultur und spielt die Rolle des gesellschaftlichen Indikativs von Bedeutung. Sollte das Verhältnis von Kultur und Kommunikation so zu beschreiben sein, so müssen Kultur- und Kommunikationswissenschaft sich auf diese wechselseitige Verwiesenheit in Perspektiven-, Theorie- und Methodenentwicklung einstellen, ohne deshalb, wenn es ihnen der gesellschaftlichen Ordnung von Wissenschaft wegen wichtig wäre, ihre jeweilige Eigenständigkeit aufzugeben.

Die nun folgende Auseinandersetzung will daher zunächst nichts anderes als dafür zu plädieren, Kommunikationswissenschaft erkenntnistheoretisch, substanztheoretisch und methodisch kulturbewusster und mit kultureller Ambition (kulturtheoretische Perspektive)³ auszulegen, um sie so eindeutiger und zuerst für die Kulturentwicklung der Gesellschaft zu relevieren und in dieser Richtung neue (alte) Prioritäten zu setzen. Die Technik- und Ökonomieperspektive sind für die gesellschaftliche Praxis der Kommunikation selbstverständlich entscheidend, sie sind in der normativen Ordnung des Universums von Kommunikation aber Auslegungen der kulturellen Teleonomie von Kommunikation bzw. der kommunikativen Willenserklärung (Dispositiv) von Kultur.

In der Auslotung des Verhältnisses von Kultur- und Kommunikationswissenschaft und der Bestimmung der Möglichkeiten der kulturtheoretischen Vertonung der kommunikationswissenschaftlichen Partitur bleibt die folgende Analyse aber mehr eine Plausibilitätsstudie im Rahmen exemplarischer Diskurse (Hermeneutik, Heuristik, Phänomenologie). Für die eigentliche Feasibility-Study aber, die Ziele, Wege, Bedingungen, Probleme und Evaluationsmöglichkeiten klären sollte, liegen schon zahlreiche, allerdings sehr unterschiedlich dimensionierte Bauelemente vor⁴, wenn auch das architektonische Konzept noch nicht überzeugend genug ist.

2. Heuristischer Diskurs

³ Sievert, Holger (1999): 308; Bauer (2000): 56

Kommunikationswissenschaft beschreibt die Möglichkeiten, Chancen, Herausforderungen und Probleme der Vergemeinschaftung von Sinn und Erfahrung. Um diese zu orten, analysiert sie⁵ den heterogenen Verlauf der Gesellschaft sowie der kulturellen Bedingungen von Gesellschaftlichkeit. Kulturwissenschaft beschreibt die Möglichkeiten, Chancen, Herausforderungen und Probleme der Verteilung der Gesellschaftlichkeit in Gemeinschaften oder zwischen Gemeinschaften. Um diese zu orten, analysiert sie die ethischen und ästhetischen Implikationen der Verständigung auf verteilte Gesellschaftlichkeit sowie deren Objektivation.

⁴ z.B. so weit ausgreifende Sozialtheorien der Kommunikation wie: Habermas, Jürgen (1981) oder auch in unzulässiger Vereinfachung wie: Postman, Neil (1985)

⁵ mitunter mit naturkundlich verkürzten, homogenisierenden Modellen. Vgl. Reckwitz, Andreas (1999): 28 ff.

2.1. Heterologische Annäherung

So ähnlich sich und möglicherweise verwechselbar Kommunikation und Kultur, phänomenologisch betrachtet, sind, so sehr sind sie doch unterschiedliche Beobachtung von Erfahrung. Sie sind soziale Konstrukte zur Kontrolle des anthropogenen Faktors in der Bildung von Gesellschaft im Spannungsfeld von Herkunftsvorstellungen und Zukunftsvermutungen mit einem heterologischen Ansinnen. In den beiden Konstrukten thematisiert sich einmal die unverbrauchbare (nicht entledigbare) Abkömmlichkeit des Menschen (Kultur) und zum andern die unverbrauchbare (nicht erledigbare) Entwurfsfähigkeit des Menschen (Kommunikation), jeweils unter Verweis auf deren soziale Bedingtheit.

So gesehen ist das Verhältnis der Wissenschaften von Kultur und Kommunikation eine komplementär produktive Beobachtung von Beobachtung, ein Projekt von *blended studies*, in deren Rahmen sich nicht nur Inhalte und Themen heterarchisch vermischen, sondern auch Erkenntnisinteressen, Theoreme, Problematisierungsgesichtspunkte, Wertvorstellungen und Methoden. Die Vermischung (Überblendung?) macht es möglich und notwendig, Kulturwissen kommunikationswissenschaftlich zu entwickeln wie es nicht nur möglich, sondern auch notwendig ist, Kommunikationswissen kulturwissenschaftlich aufzubereiten.

Wie Kulturwissenschaften an Kompetenz gewonnen haben, seit sie bewusster und überzeugter mit kommunikativen Suchmodellen arbeiten⁶, so gewinnt die Kommunikationswissenschaft durch eine kulturwissenschaftliche Grundauffassung – trotz der immer noch skeptischen Distanz so mancher Kanoniker und Dogmenverwalter⁷ – an Kompetenz. Die Erweiterung (enlargement) und Bereicherung (enrichment) der Kommunikationswissenschaft durch die kulturwissenschaftliche Projektausrichtung (Ziele, Ansätze, Zugänge, Theoreme, Methoden) – insbesondere durch die Cultural Studies – haben der Wissenschaft, die das Projekt der gesellschaftlichen Verständigung auf den möglichen bzw. verbindlichen Sinn von Erfahrungen coachend zu begleiten versucht, einen neuen

⁶ z.B. auf der Basis von Mead, George Herbert (1968). Vgl. auch: Domsich, Johannes (1991)

⁷ z.B. Saxer, Ulrich (1980). Ebenso: Saxer, Ulrich (1992) (Hrsg.) (1992):

Status der Erklärung, Ordnung, Klassifikation und Risikoverwertung ermöglicht. Durch sie ist Kommunikationswissenschaft nicht mehr nur die Analyse der Kommunikation der Gesellschaft (Strukturwissenschaft), sondern auch das Projekt die Analyse der Gesellschaft der Kommunikation (Kulturwissenschaft).

Selbstredend sind die beiden nicht identisch und das Eine mit dem Andern nicht einfach tauschbar. Wäre es so, könnte man kein Blend –Modell konstruieren. Es entscheidet das phänomenologische Suchmodell und die darin implizierte Absicht⁸, ob Kommunikationsvorgänge kulturwissenschaftlich oder Kulturvorgänge kommunikationswissenschaftlich analysiert werden. Was man im Alltagsvollzug des Lebens als Kultur gleich Kommunikation oder als Kommunikation gleich Kultur erfahren kann, ist durch die (Wissen schaffende) Beobachtung, wiewohl vergleichbar, doch nicht das Selbe. Jede Beobachtung ist, weil sie methodisch intendiert ist, anders als Erfahrung: sie ist eine Intervention des Blicks, eine Exemplifizierung von Empirie durch vergleichbare empirische Modelle, durch abstraktive Beleuchtung oder durch normatives Interesse. Was mit dem Begriff der Kommunikation besetzt und im Spektrum dessen betrachtet wird, ist für die von Verwertungsinteressen unbedarfte Erfahrung nichts anderes als eine Summe von aufeinander beziehbaren Handlungen, die man unter dem Begriff Kommunikation subsumiert, weil in deren Relationalität das Ergebnis (Erlebnis) der Vergemeinschaftung (Verständigung) von Wirklichkeit erfahren (oder verfehlt) werden kann. Der Wunsch, diese (beglückende, nützliche, entlastende, harmonisierende, Homogenität schaffende etc.) Erfahrung (und sei es durch Zuschauen) zu wiederholen (oder deren Verfehlung zu vermeiden), mobilisiert die Technik der Reproduktion von Ressourcen (Ausschluss von Risikofaktoren) in Theorie und Praxis. In der Praxis formiert sich diese Reproduktion zur Kultur (Objektivierung des Willens zur Bezeichnung der Vergemeinschaftung verteilter Gesellschaftlichkeit), in der Theorie objektiviert sich dieser Wille zur Verständigung in Begriffen, Modellen, Hypothesen, Methoden. Damit ist eine normative Einmischung durch die Theorie in die Kultur der Praxis (nicht unbedingt: in die Praxis der Kultur) so gut wie sichergestellt.

⁸ vgl. dazu Flusser, Vilém (1998): 244 ff

2. 2 Komplexe Modelle für komplexe Erfahrungszusammenhänge

Kommunikationswissenschaft ist immer (nur) Wissenschaft über Kommunikation und der Bedingungen (Welten), in denen sie sich jene Erfahrungen vollziehen, über die man - oft sehr vorläufig - übereinkommt, sie als Kommunikation zu interpretieren. In diesem Sinne ist Kommunikationswissenschaft nicht mehr, aber auch nicht weniger als die (Ver)Wissenschaft(lichung) der gesellschaftlichen Beobachtung (Alltagstheorien, Interpretamente) von Erfahrungen und der Entscheidung, diese an die Wahrnehmung von Kommunikation zu binden. In diese Wahrnehmung mischen sich Normen, Erwartungen, schon gemachte Erfahrungen und Einstellungen. Kommunikationstheorie ist in diesem Sinne auch theoretische Konstruktion (Erklärung, Ordnung, Klassifikation, Prognose) über die praktische Konstruktion von Theorien zur Kommunikation.⁹

Dieser geschichteten Beobachtung wegen ist eine klare und entschiedene erkenntnistheoretische wie wissenschaftstheoretische Positionierung der Kommunikationswissenschaft im Umfeld von anderen Gesellschafts- und Kulturwissenschaften besonders wichtig. Die traditionelle Medien- und Kommunikationswissenschaft hat sich auf weite Strecken mit der Position einer Kommunikationskunde oder Kommunikationslehre zufrieden gegeben. Sie hat sich so nicht aus dem Beobachtungsstatus der Alltagserfahrung frei gemacht, sondern diese bestenfalls sprachlich elaboriert und systematisch organisiert. Damit schafft sie vielleicht informationelles, aber nicht kritisches Wissen. Gerade weil es die Vorstellung gibt, dass Kommunikation mit Entscheidungen aus komplexen Welten zu tun hat und durch sie Komplexität maximiert oder minimiert wird, braucht deren wissenschaftliche Beobachtung einen kritischen und komplexitätsresistenten

⁹ Diese Verwissenschaftlichung wird oft von Kommunikationspraktikern als überflüssige Sprachaufblähung kritisiert. Vielmehr aber ist es wohl so, dass die Alltagssprache nicht die Regeln und nicht die Kompetenz aufbringt, Erfahrungen im Stile der (ordnenden) Beobachtung zu erklären. Alltagssprachliche Erklärungen bleiben daher auch (nur) Alltagstheorie. Diese oft sehr schlüpfrige Nähe der Kommunikationspraktiker zur Kommunikationstheorie – ob Journalisten, PR-Berater oder Kommunikationstrainer – ist aber auch möglich, weil die Kommunikationswissenschaft selbst sich mitunter mit dem Status einer operativen Theorie begnügt.

Kontext. So naive, triviale und der simplifizierenden Berechnung¹⁰ ausgesetzte Modelle von Kommunikation, wie sie nun schon seit den ersten praktizistischen, vornehmlich im anglo-amerikanischen Kontext entwickelten strategischen Analysen¹¹ die Medien- und Kommunikationswissenschaft dominieren, sind im Grunde – und vor dem Hintergrund der an Komplexität enorm bereicherten Human-, Kultur- und Gesellschaftswissenschaften – rückständiger und unverantwortlicher Wissenschaftsgebrauch. Wider besseres Wissen werden disziplinäre Extensionen (Medienpolitik, Ordnungspolitik für Medien und Kommunikation, Medienpädagogik, Medienökonomie, etc.) nicht von einem komplexen Kommunikationsbegriff (der immer ein Kulturbegriff von Kommunikation sein wird) abgeleitet, sondern von technisierten, mechanisierten, mathematisierten oder schlicht ökonomisierten Begriffen (Modellen) gesellschaftlicher Verständigung¹².

2.3. Die kulturelle Komplexität von Kommunikation

Was der Wissenschaft aber zur Beobachtung überantwortet ist, ist mehr als ein technisch, organisatorisch, sozial oder ökonomisch komplexes Phänomen. Es ist das Phänomen der Weltaneignung, das Phänomen der Konstruktion von Realität und Sinn, in dem sich die technische, organisatorische, soziale, ökonomische Beobachtung in eins und zugleich widersprüchlich findet. Das ist kulturelle Komplexität.

Kommunikation ist wegen ihrer aporetischen Offenheit (Sinnkontingenz) und wegen ihres anthroponomischen Bedürfnischarakters in erster Linie ein kulturelles und ein kulturell komplexes Geschehen. Sie vollzieht sich trotz technischer Ordnungsmodelle (Rhetorik, Medien) in nicht ausrechenbaren Dimensionen (Prinzip der endogenen Unverbrauchbarkeit) und erreicht sich selbst auch in (der Vermutung) ihrer Verfehlung. Kommunikation wird nur, was frei ist,

¹⁰ vgl. dazu die Kritik an den realistischen Konzepten der Medienwissenschaft bei Weber, Stefan (1997): 37 ff.

¹¹ stellvertretend für viele stabilitätsideologische Modelle vgl. Heider, Fritz (1946)

nicht das zu werden, was man begehrt, dass es sei. Das ist die autogene Ressource der Kommunikation: sie momentiert Überraschung. Sie ist das soziale Modell, in dem Überraschungen zu Sinn und Aporien zu Entscheidungen verarbeitet werden können. Überall sonst stört ein solches Moment. In diesem Charakteristikum ist die (der Sinn der) Freiheit von Kommunikation begründet. Wäre sie ausrechenbar, hätte die Technikkunde der Kommunikation sie längst erfolgreich domestiziert. Um überhaupt das Potenzial an Vergemeinschaftung von flüchtigem Sinn entwickeln zu können, liegt es in der spezifischen Kompetenz der Kommunikation (in der ihr unterstellten Fähigkeit, Möglichkeit und Zuständigkeit), Verständigung durch Widerspruch, Differenz und Überraschung zu generieren. Dieser drei Momente wegen braucht die Technik der Kommunikation Kultur wie die Kultur Technik braucht.

Die Widerspruchsfähigkeit, der Wille zur differenten Sicht und die dem Vorgang inhärente Möglichkeit der Überraschung sind weder mit einem Technikbegriff (z.B. Übertragung, Übermittlung), noch nicht mit einem (strukturellen) Sozialbegriff (z.B. Rollenspiel, soziale Interaktion) der Kommunikation hinreichend (normativ, empirisch, strategisch, operational) zu erklären. Diese reichen vielleicht, um vorzubuchstabieren, wozu (Zweck) und wie (Professionalisierung) man sie macht, wie man sie technisch vereinfacht (Operation) oder wie man deren Irrationalitäten (Organisation) ausschaltet. Aber sie erklären nicht den impliziten Wertgehalt der sozialen Dramen, eben jener Welten (Bedeutungszusammenhänge), aus denen und in denen es Sinn macht, den subjektiven Lebensvollzug der sozialen Praxis (Kultur und Kommunikation) anzuvertrauen. Also ist jeder Versuch mit der Berechnung – auch mit der in den Denkmodellen der Wissenschaft implizierten – auszukommen, eine tendenzielle Umgehung der Kultur (bzw. der Kulturbetrachtung) der Kommunikation.

Ein so komplexes Geschehen wie Kommunikation braucht - zumindest für den wissenschaftlichen Gebrauch – komplexitätsfähige theoretische Modelle der Beobachtung, solche, die sich – zumindest theoretisch - der Berechnung von

¹² vgl. dazu das unter „Sterbehilfe für die Publizistikwissenschaft?“ übertitelte Kapitel bei Merten, Klaus (199): 454 ff.

Zwecken oder Ergebnissen bzw. Ideologien entziehen, obwohl sie ebensolchen Zwecken und Ergebnissen auch kulturellen bzw. gesellschaftlichen Dienste erweisen können. In einer Gesellschaft (aber), die sich ihrer wechselseitigen Verantwortung für die Ressourcen des Lebens zunehmend bewusst wird, muss sich die Wissenschaft im Dienste dieser verteilten Verantwortung auf ein emergentes Niveau einigen. Sie kann daher Kultur nur mit einem Kommunikationsbegriff und Kommunikation nur mit einem Kulturbegriff hinreichend (wie, was, wofür ?) reflektieren, um so darüber Verständigung zu finden, warum es einen Wert hat, der Qualität von Kommunikation auf den Grund zu gehen (Know-Why-Kompetenz in Universaltheorien), worin die Qualität von Kommunikation liegt (Know-What-Kompetenz in Modelltheorien) und wie man sie generiert (Know-How-Kompetenz der Operationstheorien)¹³.

3. Konzepte zur Kulturanalyse gesellschaftlicher Kommunikation

Es ist nicht so als ob es bisher noch keine kulturtheoretisch ambitionierte Medien- und Kommunikationswissenschaft gegeben hätte. Die Kulturperspektive hat die Medien- und Kommunikationswissenschaft zu allen Zeiten interessiert. Dieses Interesse war aber in der Regel normativ motiviert.. Das Verhältnis der Kommunikationswissenschaft zur Kulturtheorie blieb auf weite Strecken wie das einer Adoptiv-Verwandtschaft. Noch heute gibt es zwischen ihnen eine Distanz, wie sie für Territorien mit gleicher Sprache typisch ist. Diese Kluft des mehrfach falschen Blicks besteht vor allem in den Konzepten der modernen, naturalistisch-

¹³ Wissen schaffen heißt die Beobachtung der realen Welt der Dinge zu rekonstruieren und in Theorien zu fassen. Theorien selbst sind unterschiedlich komplexe Systeme, in denen Erfahrungen durch Bezüge, vermutete oder intendierte Verweise Funktionen bzw. Bedeutungen zugeschrieben werden, die zu erklären, ordnen, klassifizieren und für weiteres Handeln zu problematisieren sie anbietet. Drei Komplexitätsebenen lassen sich benennen:: operative Theorien fragen nach dem Wie, Modell-Theorien fragen nach dem Was, Universaltheorien fragen nach dem Warum/Wozu in größeren Zusammenhängen. Vgl. dazu auch Merten, Klaus (1999): 44 ff.

sozialwissenschaftlichen und sich aufklärerisch verstehenden Kommunikationswissenschaft. Sie arbeitet meist mit einem kompensatorischen Kulturbegriff: Für sie ist Kultur das Produkt (Objektivierung) kathartischer Weltbetrachtung, die Zelebration des Schönen, die Leistung der Purifikation des ästhetischen Ausdrucks, der Gradmesser des Abstands von naiver Existenz, die Autorisation zur Behauptung von Territorien.¹⁴ Ähnlich falsch, weil naturalistisch und utilitaristisch¹⁵ ist der begriffliche Blick auf Kommunikation: er begnügt sich mit der Rekonstruktion von subjektiv gemeintem Sinn (Zweck) sozialen Handelns. Der intrinsische Gehalt (Konstruktion von Sinn auf der Basis der Beobachtung von Beziehung, Erlebnis, Bedeutung, Überraschung, Weltaneignung) wird weitgehend (weil zu interpretativ, zu spekulativ) ausgeblendet oder an philosophische Disziplinen delegiert, der extrinsische Gehalt (Wirkung, Einfluss, Effekte etc.) wird funktionalisiert: Kommunikation wird – so auf Kultur angewandt – zum simplen Mittel, zum Transmissionsriemen für Kultur, Fortschritt, Aufklärung, Vorteilsbeschaffung, Vorsprung, Maximierung von Wissen, Herrschaft und Macht. Mit einem naturalistischen Kommunikationsbegriff kann man die soziale Intertextualität von Kultur und Kommunikation nicht darstellen, Kultur theoretisch nicht kommunikationsinhärent und Kommunikation nicht kulturinhärent betrachten. Naturalistische Konzepte bleiben in diesem Zusammenhang kompetenzschwach. Sie spielen das konstruktive, integrative (Autogenese) und wechselseitig interpretative (Dispositivität) Verhältnis von Kultur und Kommunikation (als sinngenerierende soziale Praxis)¹⁶ auf ein Verhältnis wechselseitiger Funktionalität (Ausdruck, Einfluss) herunter.

Die kulturtheoretische Analyse gesellschaftlicher Kommunikation ist keine Erfindung der Cultural Studies¹⁷ oder der Kultursemiotik¹⁸. Seit jeher gibt es

¹⁴ Zum Thema Territorialisierung/Aneignung siehe Certeau, Michel de (1988), Hepp, Andreas (2002)

¹⁵ Vgl. Reckwitz, Andreas (1999): 25

¹⁶ Kulturwissenschaftliche Sozialwissenschaft arbeitet mit der „doppelten Hermeneutik“: ihr Modus ist nicht die Beobachtung von Gegenständen (Analyse), sondern die Beobachtung von Beobachtung bzw. die Deutung von Bedeutung (Interpretation). Vgl. Giddens, Anthony: (1993,

¹⁷ vgl. Bromley, Roger (1999): 32 ff.

¹⁸ vgl. Derrida, Jaques (1992), Eco, Umberto (1991), Foucault, Michel (1990)

kulturell ambitionierte Kommunikations- und Medienwissenschaft.¹⁹ Was nun aber im Umbruch ist, sind die paradigmatischen Begriffe und Konzepte von Medien, Kultur und Kommunikation. Sie machen den eigentlichen „cultural turn“ der Kommunikationswissenschaft²⁰ Das verlangt eine neue Verhältnisbestimmung und die erkenntnistheoretisch, substanztheoretisch und methodologisch neu zu argumentierende²¹ Einforderung des Kulturblicks der Kommunikation.

In dem Versuch die kulturtheoretischen Einmischungen der Kommunikationswissenschaft zu skizzieren, kann man folgende Positionen ausmachen: normative, verstehende, anthropologische, kulturhistorische, semiotische. Die Kulturvorstellungen (Definitionen) sind in diesen Annäherungen selbstverständlich unterschiedlich, weil historisch und gesellschaftlich kontextuell mitbestimmt.

3.1. Normative Kulturkonzepte

Typisch für sie sind zwei Grundsatzentscheidungen:

- die Unterscheidung von symbolischen Formen oder kulturellen Praktiken, die hochwertig sind, gegenüber solchen, die gesellschaftlich niederwertig sind.
- Die Annahme der Kausalität zwischen Medien (Ursache) und Kultur (Wirkung), die die Analyse in die Richtung bringt auszumachen, wie Medien die Kultur konstituieren, generieren, stabilisieren oder brechen.

Dialektische Kulturkritik:

Die in diesem Zusammenhang für die Analyse des kommunikativen bzw. kulturellen Zustands der Gesellschaft relevanteste Position vertrat die Frankfurter Schule.²² Die Dichotomisierung von hoher und niedriger Kultur, die in Adornos

¹⁹ vgl. dazu z.B. das Konzept des Symbolischen Interaktionismus bei Mead (1968)

²⁰ vgl. Sievert, Holger: (1999): 307-329

²¹ eine orientierungsfähige Auseinandersetzung dazu findet sich bei Reckwitz, Andreas / Sievert, Holger (Hrsg.)(1999)

²² stellvertretend für viele andere: Horkheimer, Max; Adorno, Theodor W. (1969); Enzensberger, Hans Magnus (1997); Erd, Rainer et al. (Hrsg.) (1989)

dialektischer Kultursoziologie am deutlichsten wird, dient als Schema, die medienproduzierte Kultur („Kulturindustrie“) als Ware zu verstehen, die durch ihren technisierten, standardisierten, trivialisierten und auf Reproduktion hin beabsichtigten Charakter nicht Kultur, sondern Konsum produziere. Als durchorganisierte Industrie sei der mediale Kulturbetrieb Ausdruck eines nicht zu durchbrechenden Hegemonie- und Manipulationszusammenhangs, der der Affirmation der etablierten Systeme diene, aber nicht der kulturellen Konstitution des Selbst. Im Gegenteil: die „Bewusstseinsindustrie“ (Enzensberger) sei an der bewusstlosen Passivität des Rezipienten interessiert, weil dem herrschenden System daraus keine Änderungen abverlangt würden.

Diese kritische Interpretation der Kulturleistung der (noch dazu im stimulus-reponse-Modell aufgefassten) Massenmedien hat einen Boom an kritischen Medienanalysen ausgelöst und damit Eingang gefunden in ästhetisch und / oder pädagogisch ambitionierte Analysen gesellschaftlicher Kommunikation.²³

Praxeologische Kulturanalyse

Daneben hat sich aber auch eine weniger dialektisch, weniger sozialtheoretisch, dafür mehr akteurstheoretisch argumentierende Tradition etabliert, die kulturtheoretisch ähnlich dichotomisch zwischen Hoch- und Massenkultur unterscheidet, sich aber vor allem dem gesellschaftlichen Bildungsauftrag der Medien(-Akteure) verpflichtet weiß. Sie versteht sich daher gewissermaßen als praxeologische Kulturanalyse medialer Berufe. Sie fragt nach den verantwortungsethischen und bildungsethischen Kompetenzen der Akteure, nach deren gesellschaftlicher Kompensationsleistung (Kultur und Qualität) und fokussiert ihre analytische Aufmerksamkeit in diesem Zusammenhang vor allem auf den Journalismus. Dabei fällt auf, dass diese Forschungsrichtung (Kommunikatorforschung - vermutlich unter den Prämissen einer ontologischen und normativen Geschichtsauffassung. einer tendenziell autoritären Berufsauffassung und einer kompensatorischen Kulturauffassung) dazu neigt, die authentischen Interpretamente oder Modelle kulturverantwortlichen Handelns (wie

²³ z.B.: Ehmer, Hermann Karl (1971); Bauer, Thomas A. (1980)

auch dessen ideologische Pathogenese²⁴ in der (Kommunikations-) Geschichte zu suchen. Historische Quellen (z.B. historisch autorisierte, legitimierte Persönlichkeiten) interpretieren die kulturelle (oft auch gleichgesetzt mit: die verantwortungsethische) Authentizität medienberuflichen Handelns. Daraus entsteht dann auch so etwas wie eine kulturell kompensatorische Praxeologie journalistischen Handelns, die gerne an exponierten Persönlichkeiten²⁵ oder journalistisch herausragenden Berufsbiografien dingfest gemacht wird. Der Akteur rückt in den Blickpunkt: Journalisten als intellektuell begabte Mediatoren zwischen Weltgeschehen und Alltagsgeschehen.²⁶ Solche an historisch herausragenden Traditionen orientierte Konzepte betonen die Kunst des Journalismus als kulturelle Präsenz der aufgeklärten Gesellschaft, als kulturell bemühte Objektivierung exemplarischer Begabung, persönlicher Berufung, inspirativer Berufsauffassung und reflexiver Verdichtung von Erfahrung, Beobachtung und Kritik.²⁷ Neuere Konzepte integrieren in diese kulturell ambitionierte Analyse des Journalismus bereits die verstehende Perspektive (vor allem die Kategorie der kulturablen Alltagspraxis) der Cultural Studies und kommen so auch zu verstehenden Wertungen. Sie analysieren Journalismus als „Kulturindustrie“, als „das wichtigste bedeutungsproduzierende Textsystem der Welt“,²⁸ worin aber dem Publikum eine proaktive und produktive Rolle zugeordnet wird.²⁹ Dieses koproduziert im Kontext von populärkulturell definiertem Lebensvollzug eben für diesen warenhafte Codes, die diesem Lebensvollzug kommunikative Legitimation geben. Populärjournalismus, Infotainment, Advertainment, Boulevardjournalismus, Unterhaltungsgenres werden als authentische Formate des konversationellen Diskurses einer Mediengesellschaft

²⁴ Untersuchungen zum politischen und ideologischen Missbrauch der Medien durch das NS-Regime beinhalten bei aller Kritik des Missbrauchs aber doch – theoretisch- die prinzipielle Akzeptanz der Technik. Vgl. z. B.: Beutl, Bernd (1996): Die nationalsozialistische Presse der Ersten Republik (1918 - 1933). Ergebnisse zweier Forschungsprojekte des Arbeitskreises für historische Kommunikationsforschung. In: Medien & Zeit 1/1996: 22 – 34; Duchkowitsch, Wolfgang (Hrsg.)(2001)

²⁵ z.B.: Langenbucher, Wolfgang R. (1992); aufschlussreich ist in diesem Zusammenhang auch Schulz, Jürgen (1980)

²⁶ vgl. Langenbucher, Wolfgang R.; Mahle, Walter A. (1975): 12

²⁷ Riehl-Heyse (1999)

²⁸ Renger, Rudi (1997): 23 ; Grossberg ; Lawrence et al (1998)

erkannt. In diesem Versuch, der Alltagsgesellschaft in die Augen zu schauen, verliert die Wissenschaft den herablassenden Gestus und schafft so eine viel effektivere Lernpartnerschaft mit der Gesellschaft

3.2. Kultursemiotik

Kultursemiotische Theorien und Konzepte stehen in der deutschsprachigen Kommunikationswissenschaft im Unterschied zu anderen Sprachräumen mehr oder minder im linguistischen bzw. im philosophischen Abseits.³⁰ Zunehmend aber werden sie rezipiert und vor allem als Bausteine einer poststrukturalistischen und postnaturalistischen Kommunikationswissenschaft verarbeitet. Semiotische Kulturtheorien analysieren die Kommunikation der Gesellschaft über das Phänomen der Schriftlichkeit und ihrer Implikationen zuerst als Strukturen bezeichnenden Handelns,³¹ später dann als Texte, in denen die sozial-kulturelle Welt als in Zeichenzusammenhängen zueinander verwiesen vermutet wird. In diesem Text-Paradigma wird Kommunikation als diskursive Reproduktion symbolischer Ordnungen ausgelegt, die soziale Zusammenhänge nicht schlicht abbilden, sondern diese (im Rahmen sozialer Praxis) konstituieren.³²

Auf die in dieser Konzeption mitvermuteten dezentralen Stellung des Subjekts wurde immer wieder hingewiesen.³³ Sie wurde erst in der weiteren Radikalisierung des Textbegriffs durch Foucault und Derrida schwach kompensiert. In deren zum Diskursbegriff ausgeweiteten Textbegriff positionieren sie die Annahme, dass in Ereignisketten sozialen Handelns, in denen die Welt getextet (geschrieben, gesprochen) wird, die symbolische Ordnung der Welt eben durch Subjekte ausverhandelt wird. Durch die Diskursanalyse lassen sich so gesellschaftlich verzweigte Gesprächszusammenhänge nachvollziehen.

Der Textbegriff hat durch die kulturwissenschaftliche Semiotik weitere Ausweitungen erfahren. Nicht nur sprachliche Diskurse, sondern auch nicht-

³⁰ Ricoeur, Paul (1981) ; Foucault, Michel (1990.), Derrida, Jaques (1992)

³¹ Saussure, Ferdinand de (1985)

³² vgl. de Saussure (1985) , auch de Certeau (1988)

³³ vgl. Reckwitz 1999, S. 37

sprachlich zueinander verwiesene Handlungen ergeben semiotische Systeme, innerhalb deren Bedeutungen generiert und verteilt werden:³⁴ jenseits natürlicher Sprachen konstatiert die Kultursemiotik Systeme kultureller Codes, durch die Bedeutungen gesellschaftlich verhandelt werden.³⁵ So kommen, Design, Mode, Konsum etc. in den Blick der Kommunikationswissenschaft.

3.3. Cultural Studies: Die verstehende Kulturanalyse

Das Problem der normativen Konzepte ist: sie sind rückwärtsgewandt und an der (Glorie) der Vergangenheit orientiert. Sie beziehen sich auf einen sublimierten und zelebratorischen Kulturbegriff einer aufgeklärten und privilegierten Gesellschaft. Sie verfügen über kein Konzept, durch das sie die Gegenwart und deren Zeitbrüche konstitutiv verstehen. Das Problem der Kultursemiotik ist die Rückstellung der Bedeutung des Subjekts. Das Projekt der Cultural Studies versucht diese Mängel durch eine erkenntnistheoretisch und methodologisch fundierte Auffassung von Kultur bzw. Kulturanalyse als einer vom Subjekt gemeinten (und daher bei ihm abzufragenden) „gesamte Lebensweise“ aufzufangen..

Der Kulturbegriff:

Unter Kultur verstehen die Cultural Studies:

- Das Format sozialer Beziehungen:
Kultur ist ohne Subjektivität nicht zu verstehen. Kultur konstituiert soziale Beziehungen, die durch ökonomische Verhältnisse zwar nicht determiniert, aber doch begrenzt werden. Kultur hat in diesem Sinne immer Nähe zum kapitalistischen Produktionsprozess.
- Den Kampf um Bedeutungen:
Da Bedeutungen aus Interpunktionen der Wahrnehmung und Aufmerksamkeit entstehen, werden sie im Zuge des Gebrauchs zu Zeichen

³⁴ vgl. Barthes, Roland (1957) – er fasst die nichtsprachlichen Bedeutungszusammenhänge als semiologische Systeme zweiter Ordnung auf

³⁵ Eco, Umberto (1991)

für Wahrnehmung und Aufmerksamkeit, die durch das soziale Zusammenspiel von Enkodierung und Dekodierung ausverhandelt werden. Gemeinsame Bedeutungen (shared meanings)³⁶ entstehen aus dem Kampf um Zeichenmächtigkeit bzw. Bezeichnungsmacht, also zwischen Signifikationspraktiken und (unterschiedlich angepassten)³⁷ Dekodierungspraktiken³⁸

- Die soziale Praxis:

Kultur realisiert sich als Interpunktion des sozialen Handelns im Kontext gesellschaftlicher Beobachtung. In diesem Sinne gibt es nicht kulturelle (sublime, metaphysische) Bedeutungen, auf die sich das individuelle Handeln bezieht und dadurch kulturell würde, sondern: kulturelle Bedeutungen werden durch Alltagspraktiken generiert und ausgehandelt. Welche Bedeutungen sich (kommunikativ) durchsetzen, hängt in erster Linie vom Kontext ab, in dem die Handlungen gesetzt werden.

Auswirkungen:

Mit diesem Verständnis von Kultur als auszuhandelnde Lebensweise schaffen die Cultural Studies eine verstehende Perspektive der Populärkultur, befreien die Analyse der Massenkultur von ihrer pejorativen Konnotation und richten das Interesse der Analyse nicht auf die in den Text eingeschriebenen Merkmale, sondern auf die Praxis („Lesearten“)³⁹ des „people“ unter den Bedingungen der ökonomischen Zirkulation.⁴⁰

Die vergleichsweise neuen, weil horizontalen Perspektiven der Cultural Studies brachten neue Themenstellungen und auch neue Bewertungskriterien in die Analyse des alltäglichen Medien- und Kommunikationsgebrauchs. Aus einer ursprünglichen Kombination von Textanalyse und ethnografischen Studien⁴¹,

³⁶ vgl. Barker (2000): 37

³⁷ Hall, Stuart (1999)

³⁸ Winter, Rainer (1997): 55: „Die Medien schaffen symbolische Karten der Welt....“

³⁹ – vgl. Fiske, John (1999), (2000)

⁴⁰ vgl. Müller, Eggo (1993)

⁴¹ Studien am Birmingham Centre for Contemporary Cultural Studies, vgl. z.B. Hoggart, Richard (1957)

angewandt auf die Analyse der kulturellen Ausdrucksformen Jugendlicher⁴² entwickelte sich das Konzept der Kultur als kontextuelle Alltagsgestaltung, aus dem die Analyse des sozialen Mediengebrauchs nicht anders zu machen ist denn als kontextuelle Kulturanalyse. Der interdisziplinäre Forschungsansatz verlangt und ermöglicht breit ausgelegte alltagsrelationale Fragestellungen, durch die kommunikative und intertextuelle Bezüge (und eben nicht nur apparative, strukturelle oder institutionelle Belange) thematisiert werden. Im Vergleich zu kulturwissenschaftlich konzipierten Problemstellungen der gesellschaftlichen Kommunikation nehmen sich Spezialisierungen, wie sie für die herkömmliche und strukturwissenschaftliche Publizistik- und Medienwissenschaft zur Selbstverständlichkeit wurden (z.B. Publikumsforschung, Handlungsorientierte Medienpädagogik etc.), wie abgetrennte Verirrungen im eigenen Hause aus.⁴³ Überdies lenken die CS wegen ihres deklarierten Interesses zur kritischen Intervention in ein durch kulturelle Stilisierung und technische Ästhetisierung ökonomisch etabliertes Herrschaftsgefüge den Blick der Medien- und Kommunikationswissenschaft auf die kulturelle Problematik von Themen, die den Qualitätsstatus von Gesellschaften nachhaltig bestimmen: z.B. Gender-Blick, Identität, Subjektivität, Globalisierung⁴⁴ Mehr noch: sie konzipieren den Medienbegriff neu, weil der herkömmliche Medienbegriff, in Metaphern des Transportes, der Vermittlung, des Marktes oder des Einflusses gebildet, nicht mehr hinreicht, um die laufenden und erwartbaren Veränderungen (in) der gesellschaftlichen Kommunikation angemessen zu analysieren. Zunehmend etabliert sich anstelle eines strukturellen Medienbegriffs der Diskurs-Begriff. Dieser bindet eine Summe von kommunikationsbeschaffenden Phänomenen (Verteilung von Gesellschaftlichkeit) in ein analytisches Konzept.⁴⁵

Horizontale Perspektive:

⁴² Hebdige, Dick (19979)

⁴³ vlg. Ang, Jen (1991); diess. (1996): 280

⁴⁴ Busch, Brigitta; Hipfl, Brigitte; Robins, Kevin (2001)

⁴⁵ Foucault, Michel (1974)

Indem die wissenschaftliche Reflexion so bewusst in die Augenhöhe der Alltagsgesellschaft zu kommen versucht, bekennt sie zugleich die Notwendigkeit der Kommunizierbarkeit (Austauschbarkeit, Erreichbarkeit, Adressibilität) ihrer Betrachtungen mit dieser Alltagsgesellschaft. So erreicht auch die Wissenschaft (alltägliche und alltagskulturelle) Relevanz und wird über diesen Weg auch das, was sie dem Journalismus attestiert: ein bedeutungsproduzierendes Textsystem, in dem Betroffene sich als (kulturell) Beteiligte wiedererkennen können.

Diese Subjektgleichstellung von Alltagswissen, Kultur und Wissenschaft auf einer gesellschaftlich heterarchisch ausbalancierten und grundsätzlich offen zugänglichen Ebene gegenseitiger Wahrnehmung, wechselseitiger Kooperation und Austauschbarkeit wird von manchen Kommunikationswissenschaftlern wie eine feindliche Übernahme der Kommunikationswissenschaft vor allem durch die Cultural Studies gewertet. Die Angst, gesellschaftlich geordnete Unterschiede umzuordnen, führe zum Kompetenzverlust der Wissenschaft oder zur Kompetenzanmaßung unausgereifter Mitspieler, ist noch nicht ausgeräumt.⁴⁶

3. 4. Anthropologischer Zugang

Eine kulturwissenschaftliche Analyse der Kommunikation der Gesellschaft und der Gesellschaft der Kommunikation geht über die Nachverfolgung kommunikativer Kausalstrukturen (Medien, Systeme, Prozessorganisationen) hinaus. Sie ist interessiert an der Kasualität der gesellschaftlichen Zusammenschlüsse, insofern sich durch sie die Vergemeinschaftung von Wirklichkeiten (gesellschaftlich definierte Umgebungen) ergibt. Sie ist deshalb nicht auf der Suche nach Strukturprozessen und deren theoretischer Rationalisierung, sondern sie versucht den Menschen und seine Bewegungen zu verstehen, in denen er sich Umgebungen schafft oder sich auf solche einstellt.⁴⁷ Diese Bewegungen kommen Netzbildungen gleich, weil durch sie variable Orte variabler Erinnerung zueinander in vielmaschige Beziehung gesetzt werden und weil sie gewissermaßen als

⁴⁶ Skeptiker z.B. Saxer u a. Konservative Systemtheoretiker. Vgl. dazu Saxer, Ulrich (1992)

⁴⁷ vgl. Faßler, Manfred (2001): 13

Behausung (Haushalt) der Kultur in Zeichen und Symbolen objektiviert werden. Um aus diesem Vorgang ablesen zu können, was Kommunikation ist und was sie mit Kultur zu tun hat, ist es zu wenig, dies am möglichen Ergebnis (Produkt) zu messen. Entscheidend an diesem Vorgang ist, welche Aussage es über den Menschen macht, auf welche Weise er sich welche Umwelten generiert. Stellt man den Menschen in den Mittelpunkt der Betrachtung, dann muss am Ende es auch der Mensch (das anthropologische Verständnis) sein, an dem entschieden wird, welche Kulturen als kommunikationsfähig und welche Kommunikationen als kulturfähig zu betrachten sind.

Kultur ist eine paradigmatische Ressource, aus der eine lernfähige Kommunikationstheorie sich am Puls der Zeit hält. Die Kulturbetrachtung der Kommunikation muss sich aber auch auf die axiomatischen Ressourcen (der Generierung bzw. der Regeneration) von Kultur einlassen. Diese liegen in der anthropologisch benennbaren Kompetenz des Menschen zu sich selbst. Was er tut, macht ihn zu dem, was er ist. Was er ist, gibt ihm Optionen des Handelns. In diesem Sinne bleibt der Mensch wohl der, nicht aber das Selbe. Er lernt mit der Verwendung seiner Werkzeuge und generiert durch sie wechselnde Umgebungen, auf die er sich so einstellt, dass ihm durch sie auch Umstellungen möglich sind. So wechselhaft, überraschend und nicht vorhersagbar die Ergebnisse (Umwelten) sind, so ident bleibt er in der Frage nach sich selbst.

Wenn also die Frage des Menschen nach sich selbst der Motor von Kultur und Kommunikation ist, dann muss man schon feststellen, dass sich im Verhältnis zur Wichtigkeit dieser Frage die Kommunikations- und Medienwissenschaft weit von ihrem Kompetenzfokus entfernt hat. Sie ist auf weite Strecken den schwierigen, weil immer nur durch neue Fragen beantwortbaren Fragen ausgewichen und hat sich zunehmend mit dem Status einer Antwortwissenschaft begnügt, die sich durch Rationalisierungen selbst standardisiert. So gefällt sie sich zunehmend darin, der Organisationslogik den Vortritt zu geben, was sie einfach nicht mehr frei genug macht gegenüber Institutionen und Systemen.⁴⁸ Die zunehmende

⁴⁸ Zur Problematik: Kommunikationswissenschaft als affirmative Gesellschaftswissenschaft vgl. Merten (1999): 454 ff

Mediatisierung und Ökonomisierung von Kommunikationschancen in einer organisierten Gesellschaft muss nicht (zwangsläufig) gleichgerichtet theoretisch abgedeckt werden durch ein organisationslogisches Modell von Kommunikation. Gerade da braucht es in Rückerinnerung an das anthropologische Ausgangsdatum „neue Gesten der Selbstbeobachtung“.⁴⁹ Eine im Sinne dieser Kritik bewusster anthropologische Ausrichtung der Kommunikationswissenschaft wäre eine Geste an eine neue Generation, deren Überlebensfrage angesichts des vielfältigen Know-hows nicht in der Frage liegt, wie sie sich organisieren könnte, sondern was es wofür noch zu tun gibt, um vor der Herrschaft der Strukturen der Würde des Menschen entgegenzuarbeiten.⁵⁰ Gesellschaften überleben in Gemeinschaften. Diese stellen in den Kulturen, die sie zur Objektivierung ihrer sozialästhetischen Architektur entwickeln, Sinn- und Deutungszusammenhänge zur Verfügung, in denen und in Bezug auf welche Menschen (ob individuell oder in sozialer Formation) Erfahrungen ordnen, unterscheiden und werten können. Dort entscheidet sich, was ein Thema ist und was ein Tabu. Durch Erinnern und Wiederholen werden solche Sinnzusammenhänge zu festen Matrizen, durch die man Erfahrungen einschließt und ausschließt. Über diese mitunter ritualisierte Übung werden schwierige und die Tiefen der Herkunft kommunizierende Haltungen zu Narrationen (oft mythischen Charakters) verdichtet und als (in sozialem Verhalten formatierter) Bezugstext zur Regelung sozialer Verhältnisse releviert. Durch diese wird die Konstitution von Subjektivität, Individualität und Identität immer kulturell kontextualisiert. In diesem Sinne haben Kulturen nicht nur Orientierungs- und Kontroll-, sondern auch Entlastungsfunktion.

Zunehmend aber mischen sich in die virtuelle Architektur (narrative Diskurse des Bestands) von Gemeinschaften (technisch-)mediale Konstruktionen, (die ihrer bewusst gewählten flachen Tiefe und kurzfristigen Bedeutung wegen besser als Konversationen bezeichnet werden), die, weil sie kulturell transversal oder auch ungebunden sind, den inneren Bestand (Statik, soziale Balance) wie auch den dekorativen Zustand (Schauseite, Ansehen, Image) von Gemeinschaften einmal

⁴⁹ Faßler, Manfred (2001): 27

gesellschaftlich verallgemeinern (Spezifikationen verblässen) und zum Andern kulturell mischen (Patchwork). Eine in Mediendiskursen sich über sich selbst verständigende Gesellschaft mischt sich nicht nur in die unterschiedlichen Milieudiskurse ein, sie mischt sie durch Importe und Exporte auf, macht Vergleiche und Widersprüche offen und kompliziert so die möglichen Sinnbezüge konkreter Erfahrung bei gleichzeitig (vergleichsweise) nachlassendem sozialen Druck zu definitiver Entscheidung. Das Wandern in sozialen Räumen wird zur Herausforderung wie auch zur Strategie von Erleben und Überleben. In ihm verändern sich klarer Weise auch die Formen gesellschaftlicher Zusammenschlüsse.

3. 5. Emanzipation verdrängter Paradigmata: Glück, Bewegung, friedliche Nachbarschaft

Offenbar gilt in der Kommunikationswissenschaft die Thematisierung von Glück als psychotherapeutischer Seitensprung einer um Seriosität bemühten Wissenschaft oder als unkeuscher Griff in den falschen Text. Nirgendwo begegnet man diesem archaischen Thema in ungeschminkter Form, obwohl doch Kommunikation, kulturell betrachtet, nichts anderes intendiert und nichts anderes zu halten versucht als den Zustand von Glück, in welcher Ausprägung auch immer. Auch die Kommunikationstheorien, zumindest jene, die nicht ausgesprochen technisch ausgelegt sind, sind nichts anderes als intellektualisierte Metaphern des Glücks. Glück ist in Summe der Wunschzustand, in den die individuellen und sozialen Vorstellungsrepertoires eingebunden werden. Kulturwissenschaftliche Analysen belegen, dass in bis jetzt gültigen gesellschaftlichen Zusammenschlüssen⁵¹ Glück als ein Zustand betrachtet wurde, den man in der Kultur von Gemeinschaft oder Gemeinsamkeit sicherstellte. Die gesellschaftlichen Kommunikationsformen haben darauf abgestellt und waren dadurch auch kontrolliert.

⁵⁰ vgl. Schlegel, Jean-Louis (1997), zitiert in: Taylor, Charles (2002): 79, 80

⁵¹ Taylor, Charles (2002): 76

Nun beobachten Kulturwissenschaftler⁵² eine Reihe von Phänomenen, die auf eine paradigmatische Änderung in der Interpretation der sozialen Konformität hinweisen. Individuelle bzw., bewusst individualisierte Strategien der Maximierung von Glück synchronisieren sich mit der Veränderung des sozialen Vorstellungsrepertoires: nicht (nur) Bindungen oder gemeinsames Lebenswerk stabilisieren die Chance auf Glück, sondern das Vertrauen in sich selbst und die Konzentration auf individuelle Lebenskompetenz. Ein solches Vorstellungsmodell verlangt kommunizierbare Codes und die Objektivation durch Gesten des expressiven Individualismus. In diesem entstehen neue Kulturen der Kommunikation: die der Authentizität, der Unabhängigkeit, der Ethik der individuellen Freiheit (der Selbstpräsentation), des gegenseitigen Nutzens von Offenheit oder des Prinzips der Nichteinmischung.⁵³ Gesellschaftliche Zusammenschlussformen beschreiben den jeweils implizierten kulturellen Raum, in dem sich gemeinsame Sprachen und Zeichenwelten entwickeln, durch die Menschen, auch wenn sich deren Bedeutungen ändern, sich jederzeit auf einen gemeinsamen Hintergrund beziehen können. Während in herkömmlichen gesellschaftlichen Zusammenschlussformen Menschen durch zueinander über- oder untergeordnetes Handeln synchronisiert sind, machen sie sich in wirtschaftlichen Aufbaugesellschaften vor allem durch gegenseitige Darstellung zueinander gegenwärtig (präsent).

Die Mediengesellschaft bildet ein neues Konzept gesellschaftlichen Zusammenschlusses ab⁵⁴ : Menschen halten sich zueinander präsent (wechselseitig verantwortlich) durch kulturell ausgeprägte Subjektivität. Friedliche Nachbarschaft von Kulturen oder kulturellen Milieus bei gleichzeitig ausgeprägter Selbstausrichtung ist nur möglich, wenn Identitätskonstruktionen in der Konstitution von Kultur generell genügend Spielraum (lebensweltlicher Alltag) haben. Der in diesem Konzept des medialisierten gesellschaftlichen Zusammenschlusses gemeinte soziale Raum entsteht quasi wie ein hintergründig geregelter,

⁵² Taylor, ebda.

⁵³ mit dem John Stuart Mill besagt, dass niemand das Recht hat, sich in meine Dinge zu meinem vermeintlichen Besten einzumischen, es sei denn, um dadurch andere vor Schaden zu bewahren

⁵⁴ Taylor, Charles (2002): 77

mediatisierender kultureller Unterstrom, der den Individuen jeweils genug sozialen Bezug, aber auch genug Bewegungsfreiheit gibt, ohne in das Konzept des anderen einzugreifen. Durch die mediale Hintergrundversorgung wird trotz und wegen der Nebeneinanderstellung (Horizontalisierung, Individualisierung) der Austausch von Botschaften möglich. So entstehen metatopische Zusammenschlüsse (ortlose Vernetzungen), durch die kulturelle Bindungen beliebig, aber gewollt synchronisiert werden können.

Medial produzierte und strukturierte Räume vermischen bestehende Sozial- und Kommunikationsräume in Inhalt, Dichte und Reichweite. Die Räume werden zunehmender Offenheit und Durchlässigkeit wegen anschlussfähiger. Natürlich ist dies auch ein Phänomen industrieller Produktion. Die individuelle Wahl eines bestimmten Designs oder einer bestimmten Mode stellt im Nu eine Verbindung her zu unzählig vielen anderen Menschen, mit denen man aber sonst möglicherweise keine Gemeinsamkeiten hat. Da sich die Räume hinsichtlich der Gültigkeit soziokultureller Vorstellungen verändern, verändern sich auch die Kommunikationsformen, in denen und durch die diese Gültigkeit kommuniziert wird.

4. Hermeneutischer Diskurs

Die heuristische Annäherung zur Begründung des zueinander interpretativen Verhältnisses von Kommunikations- und Kulturwissenschaft, aus der sich eine Kulturbegrifflichkeit von Kommunikation und eine Kommunikationsbegrifflichkeit von Kultur ergibt, ist zunächst der erste Schritt zur Plausibilisierung des Verhältnisses von Kultur- und Kommunikationswissenschaft. Es wäre aber zu wenig, diese Koorientierung von Kommunikationswissenschaft und Kulturwissenschaft nur erkenntnistheoretisch und heuristisch plausibel zu machen. So sehr diese Klärung Voraussetzung ist für die Plausibilität der Fragestellung, so sehr macht diese doch erst Sinn, wenn ein zweiter Argumentationsschritt gesetzt wird. Dieser müsste – mindestens – ein hermeneutisch-theoretischer sein und durch ihn wäre herauszufinden, ob in dieser wechselseitigen Kontextualisierung

von Kultur- und Kommunikationswissenschaft auch eine theoretische Substanz abgebildet werden kann.

Die Zusammenschau von Kommunikations- und Kulturwissenschaft muss ja auch, soll sie neben der erkenntnisleitenden auch eine theoriestiftende Funktion erreichen, eine inhaltliche Materie (Erkenntnisobjekte, Hypothesen) ausmachen, die so eben nur aus dieser wechselseitigen Überblendung hinreichend ausgelegt werden kann. Was es nun zu entwickeln gilt, sind Leithypothesen und Leitbegriffe, die diese Überblendung so beschreiben, dass daraus ein inhaltlich abgesteckter Rahmen für eine kommunikationswissenschaftlich legitimierte Kritik (Erklärung der Probleme) des gesellschaftlichen Lebensvollzugs bzw. Ressourcen für die kreativbewusste Gestaltung (Erklärung der Lösungen) des kommunikativen Gebrauchs von Kultur bzw. des kulturellen Gebrauchs von Kommunikation generiert werden können. Nur so lässt sich eine längst notwendige, in Ansätzen schon projektierte und mithin auch schon oft genug eingeforderte Kulturtheorie der Kommunikation als integrative Kommunikationstheorie glaubwürdig machen.⁵⁵

4.1. Intertextualität

Wo die Kommunikationswissenschaft einen funktionalisierten Produktbegriff von Kultur hat und wo sie mit einem nur funktional formatierten Prozessbegriff von Kommunikation arbeitet, dort wird sie mit einem offenen theoretischen Begriff von Kultur als Bezugsbegriff von Kommunikation Schwierigkeiten haben und daher zur Kulturwissenschaft Distanz suchen. Kulturwissenschaft ist nicht

⁵⁵ Dass dies Folgen für die strukturelle Architektur des Faches hat, habe ich an anderer Stelle schon zu argumentieren versucht: Dort wird vorgeschlagen, statt des Fach-Begriffes den Register-Begriff zu verwenden. Register sind exemplifizierende Instrumentierungen von theoretischen Aussagezusammenhängen, die nur auf dem Hintergrund einer integrierten Partitur Aussagesinn machen. In einem solchen Modell wäre z.B. Medienpädagogik nicht eine sektorale Extension des Faches, oder nicht (nur) pädagogisch angewandte Kommunikationswissenschaft, sondern eine mit pädagogischer Ambition (Instrumentierung) eingefärbte Kulturtheorie des kommunikativen Mediengebrauchs, Eine Unterscheidung in Kerngebiet und Periphergebiete der Kommunikationswissenschaft würde in diesem Modell nicht möglich sein. Sie würde ersetzt durch Partituren unterschiedlicher Ambition der Aussage. Ein Kerngebiet „öffentliche Kommunikation“ gäbe es in diesem Modell nicht, wohl aber eine öffentlichkeitstheoretisch ambitionierte Partitur der gesellschaftlichen Formen kommunikativer Zusammenschlüsse..Vgl. dazu Bauer, Thomas A.: (2002)

Kommunikationswissenschaft und Kulturwissenschaft ist nicht nur Kulturwissenschaft. Aber man kann Kommunikationswissenschaft kulturwissenschaftlich und Kulturwissenschaft kommunikationswissenschaftlich anlegen. In einem solchen Verhältnis bleiben Kultur und Kommunikation zueinander, was sie sind: zueinander verwiesene Texte der sozialen Praxis, aus denen eine intertextuelle Interpretation verteilter Gesellschaftlichkeit möglich wird.

4.2. Das Kommunikationsmodell von Kultur

Die Vorstellungen von Kultur sind, weil in ihnen Erfahrungen, Narrationen, Riten, Mythen, metaphysische Themen, aber auch gesellschaftliche und gemeinschaftliche Zusammenschlussinteressen eingeschlossen sind, in ihrer Substanz ziemlich heterodox. Sie binden in sich nicht nur widersprüchliche Inhalte (Lehren, Ideologien), sondern auch widersprüchlichen Gebrauch (ideologische Praxis). Kaum ein Begriff ist so analog und polysem wie der der Kultur und zugleich so abhängig von seinem konkreten kontextuellen Gebrauch. Allen möglichen begrifflichen Einschlüssen der Vorstellungen von Kultur und allen Funktionen des Gebrauchs aber ist gemein, dass sie auf Kommunikation in dem ganz allgemeinen Sinne der Konstruktion von Realität abstellen. Kultur, ebenso allgemein und vorläufig ausgesprochen, ist ein kommunikatives Konstrukt, es bildet und versteht sich im Modell der Kommunikation, es bewahrt (symbolisch) Vereinbarungen zur Realität.

Es kommt im Zusammenhang dieser Abhandlung gar nicht darauf an, irgendeine gültige Definition von Kultur auszumachen. Deren gibt es zu viele. Viel wichtiger und hilfreicher als dogmatische Definitionen nachzubeten ist es, im Zusammenhang der Plausibilisierung des Verhältnisses von Kultur- und Kommunikationswissenschaft auszumachen, in welchem Verhältnis und worin bzw. wofür (Ziele, Funktionen, Desiderate) die Vorstellungen von Kultur und Kommunikation zusammenfinden. Entscheidend ist, dass durch die auf Kommunikation abstellende Semantik des Kulturbegriffs der aporetische Punkt gesellschaftlicher Kommunikation und durch die auf Kultur abstellende Semantik

des Kommunikationsbegriffs der aporetische Punkt von Kultur sichtbar wird. Kultur löst die Aporie der Kommunikation, Kommunikation die der Kultur. Dieser Umstand mahnt ein (normatives)Wissen ein: Ratlos (nutzlos) wird (die) Kultur durch Defizite der Kommunikation, wie umgekehrt Kommunikation ratlos (Rätsel aufgibt) wird durch Defizite an Kultur.

4.3. *Das Kulturmodell von Kommunikation*

Auszugehen ist davon, dass Sender-Empfänger-Modelle oder andere Rollenmodelle der Kommunikation ohnedies, wie schon ausgeführt, die Komplexität dessen, was der Kommunikationsbegriff zu konzeptualisieren versucht, nicht erklären können. Sie erklären die Operativität der Technik, so als ob sich gesellschaftliche Verständigung auf physikalische Operationen zurückführen ließe. Solche in der Tradition des Operationalismus verfassten Theorien bleiben bloße Fachidiotie und triviale Sachkunde. Sie schließen die der Sache eigentlich erst Bedeutung gebende Umwelt (Vorstellungs- und Erfahrungskontext) aus. Deshalb thematisieren sie auch Kultur nicht als kontextuelle und inhärente Umwelt der Kommunikation, sondern als ethisch (und eben auch in Rollen) obendrein einzulösendes ästhetisches Verhalten (Kultur als Dekor der Kommunikation).

Das theoretische Universum des Kommunikationsbegriffs liegt nicht in der Erklärung oder Ordnung des Verhaltens, sondern in der Thematisierung der Komplexität der Verständigung unter den Bedingungen der Beobachtung, dass man sich versteht, wenn (endlich) Unterschiede klar werden und dass es eine gesellschaftliche Praxis gibt, die in der Vermeidung von Unterschied das Prinzip der Vereinbarung zu erkennen vermeint. Das theoretische Potenzial des Kommunikationsbegriffs liegt in der Thematisierung des aporetischen Verhältnisses von Konsens und Differenz.⁵⁶ Diese Aporie entsteht aus der gesellschaftlichen Praxis, in der, wenn Welten vereinbart werden (Kommunikation), immer Kulturen (Weltmodelle) bemüht werden (müssen). Kommunikation ist der

⁵⁶ vgl. Bauer, Thomas A. (2001): 158

im Wege der Interaktion intendierte Versuch der Interpretation des eigenen Weltverstehens (Realität) durch die Erfahrung des Weltverstehens (Realität) eines (generalisierten) Andern. Ein solcher Vorgang ist, wie immer er erfolgt oder ausgeht, per se, qua Modus und post modo kulturproduktiv, weil er sich aus dem Bedürfnis von Bedeutungsfragen ergibt, weil er sich aus dem Kampf um Bedeutungen⁵⁷ strickt und weil er, um wieder Handlungen generieren oder sich in weiteren Handlungen zu reproduzieren, Deutungen entscheidet. Die Entscheidung entspricht in Klarheit oder Gültigkeit dem Willen (Kompetenz) zur Klarheit oder Gültigkeit der Unterscheidungsarbeit: sie erfolgt als Erfahrung (Eingeständnis) der Differenz und ist gerade deshalb kulturproduktive (dissimilative, entähnlichende) Vergemeinschaftung von Sinn (Wirklichkeitsdeutung) oder als Erfahrung der Übereinstimmung (Konsens) und ist gerade deshalb kulturreproduktive oder kulturaffirmative (assimilative, konsonante) Vergemeinschaftung von Sinn (Wirklichkeitsbedeutung).

Die Analyse von Kommunikation erfasst man also, wenn man in ihr das gesellschaftliche Projekt der Vergemeinschaftung dialektischer Gesellschaftlichkeit und den gesellschaftlichen (kulturellen) Umgang mit der Erfahrung der Ratlosigkeit⁵⁸ erkennen möchte, nicht mit einem Strukturbegriff, sondern mit dem Kulturbegriff von Kommunikation.

4.4. Das Medienmodell von Kommunikation: die Technik der Maximierung von Aufmerksamkeit und Erfolg

Eines der Identitätsprobleme der Kommunikationswissenschaft ist das Faktum, dass sie, anstatt sich als kommunikationswissenschaftliche Medientheorie zu verstehen, sich lange Zeit als medienwissenschaftlich gefasste Kommunikationstheorie gerierte. Dafür gibt es viele wissenschaftshistorische Gründe. Unter anderen die eng gefasste, vornehmlich technische Auffassung von Kommunikation: sie sei ein einseitig oder vielleicht sogar wechselseitig fließender

⁵⁷ vgl. Barker, Chris (2000): 37

⁵⁸ in Abwandlung des oft zitierten Gedankens von Flusser, Vilém (1998): 10

Vorgang, der dadurch Wirkungen erziele, dass er durch die Kombination von Intention (Einfluss) und Technik kanalisiert, transmittiert bzw. medialisiert wird. Zu dieser technikkonzentrierten Sichtweise der Medien und in dessen Folge der medienkonzentrierten Sichtweise von Kommunikation mag der gesellschaftlich-kulturelle Kontext beitragen oder in verschiedenen historischen Epochen beigetragen haben, durch die diese praktische Sichtweise (Alltagstheorie) auch wissenschaftlich konventionalisiert und theoriefähig gemacht wurde.

Aufmerksamkeit

Kultur ist auch der Kampf um Bedeutungen und um Territorien (Publika) der Bedeutung. Eine über (technisch-mediale) Diskurse objektivierte (gegenständlich veröffentlichte) Gesellschaft muss, um sich der Gültigkeit der bestehenden Strukturen zu versichern und um sich selbst noch überblicken zu können, auf Rationalisierung setzen, also auf die Bildung von Symbolstrukturen durch berechnende Verfahren der Selbsterzählung. Zählbare Größenmodelle (begrenzte Ressourcen) werden mit Techniken verknüpft, die solche zählbaren Größen auch maximieren können. Eines unter den möglichen Kalkülen ist zugleich das plausibelste: Aufmerksamkeit. Diese wird in jedem Sinne des Wortes berechnet: beabsichtigt, verfolgt, nachgerechnet. Es zählt, was auffällt und wem es auffällt. Es zählt nicht der endogene Sinnverweis eines Ereignisses oder Themas (das, woraus ein Vorgang oder ein Thema seine Deutung bezieht), sondern es zählt die exogene Relation (das, worauf man durch die Kommunikation eines Ereignis oder eines Themas Bedeutung (Relevanz) konstruiert. Rezeptive Aufmerksamkeit ist eine begrenzte Ressource der Weltaneignung. Sie muss daher erreicht bzw. mobilisiert werden, bevor die Energie verbraucht ist oder stirbt. Wenn es das ist, was zählt, muss man (kann man) die eigene produktive Aufmerksamkeit ebenfalls berechnen, also auf jene Faktoren der Darstellung konzentrieren, die die Aufmerksamkeitshaltung von potentiellen Adressaten erreichen kann. Das ist es: medial organisierte Botschaften haben zunächst beliebige Adressaten, die kommunikative Intentionen erst zum Erfolg machen, wenn sich beliebige Adressaten zur Rolle gemeinter Adressaten bekennen. Das geschieht nicht ohne

den Verweis auf mögliche gemeinte oder betroffene Positionen des Identitätswillens von Adressaten. Die Mobilisierung von Aufmerksamkeit ist die auf die Selbsterinnerung zielende Herausforderung von Identität, die man bis zu gewissem Grade umso leichter erreicht oder gibt, je mehr eine solche Herausforderung zugleich mit Entlastung (Wiedererinnerung, Wiederholung, Standardisierung, Ritualisierung) versetzt ist. Auch diese Aufmerksamkeitskosten verselbständigen sich durch laufenden Gebrauch zu fixen Posten im Gesamtbudget kommunikativer Weltwahrnehmung:

Erfolg:

Potentiell fluide und mitunter als beliebig und unberechenbar eingeschätzte Formen der gesellschaftlichen Weltverständigung (das chaosfähige Potenzial der Kommunikation), die auf großteils hierarchisch geordnete gesellschaftliche Zusammenschlussmuster stoßen, verlangen ein kontrollfähiges Verständnis des Vorgangs. Es geht um die Kontrolle von Aufmerksamkeit und die gesellschaftliche Legitimation der darin eingebundenen Kausalitätsvorstellung durch ein allgemein ökonomisch (Gewinn) konnotiertes Erfolgsverständnis von Kommunikation. Auffällig ist jedenfalls, dass die medienwissenschaftliche bzw. auch die öffentlichkeitstheoretische Kommunikationswissenschaft (Publizistik) ohne langes Zögern diese Suggestion des Erfolgs, die in der technischen und ökonomischen Konnotation des Kommunikationsbegriffes liegt, in ihr Denkprogramm übernommen und so auch wissenschaftlich reputiert hat.⁵⁹ Kulturthoeretische Analysen dieses hier nur hypothetisch formulierten Zusammenhangs könnte eine Antwort darauf geben, warum in auf solche Vorsorge (des Vorsprungs und der Aufmerksamkeit) aufgebauten (organisierten) Gesellschaftskulturen Kommunikation nicht mit Erfahrungsmodellen, sondern mit dem Handlungsmodell⁶⁰ theoretisch (Pragmatismus) gefasst wird.⁶¹ Erfolgsdruck

⁵⁹ Die Vielzahl der theoretischen Annahmen und Konzepte bezieht sich ohne jede reflexive Kritik auf dieses erfolgsbetonte Verständnis von Kommunikation, darunter vor allem Begriffe wie: Wirkung, Einfluss, opinion leader, gatekeeping, agenda setting, Objektivität, etc.

⁶⁰ vgl. Gephart, Werner (1998)

verlangt Erfolgstechnik. Die Mischung aus beliebiger Adressibilität und der Rationalisierung des Begehrens legt die Notwendigkeit der Berechnung und der Steuerung der Aufmerksamkeit nahe und setzen so (mediale) Kommunikationen unter Erfolgsdruck. Was berechnet werden kann, kann auch erreicht werden. Was es dazu braucht, ist eine ordnungsverlässliche Technik.

Technik:

Techniken sind kausal rationalisierte Handlungsmuster, deren Einsatz mit Zielergebnissen berechnet wird. Sie werden dort unentbehrlich, wo Intuitionen nicht mehr ausreichend sicherstellen, dass man erreicht, was man beabsichtigt. Da solche (kommunikativen) Absichten komplex sind, muss man sie außer Versagen stellen. Die Technik vermeidet das Versagen. Durch die Perfektion der Technik wird Kommunikation zu einer Konfektionsgröße gesellschaftlichen Verhaltens. Medienformen wie Höfische Berichterstattung oder Höflichkeit des Verhaltens werden in diesem Zusammenhang zu adaptiven Mustern des bürgerlichen Erfolgs. So wird der Medienbegriff (wissenschaftlich und praktisch) zum Kontrollbegriff (Ordnungsbegriff) von Kommunikation. In Folge dessen werden beziehungsklärende und komplexitätsentlastende gesellschaftliche Kommunikationsordnungen nicht durch einen kulturstiftenden metakommunikativen Diskurs, sondern durch die formale Regelung der Mediengestaltung (Medienordnung)sichergestellt.⁶²

4.5. *Der Kulturbegriff des Mediums: Erfolg durch Maximierung von Bedeutung*

⁶¹ Übrigens ist es nicht anders mit dem Kulturbegriff. Er wird technisiert und zum Begriff technischen Vermögens, indem man Kultur als Handlung, nicht aber auch als Erleben versteht.

⁶² Dabei stellt sich zugleich die Frage; was den Erfolg von Kommunikation ausmacht: das intendierte Ziel dadurch zu erreichen, dass man Kommunikation medial (technisch) geschickt fasst oder dass man Medien kommunikativ geschickt gebraucht. Das intendierte Ziel zu erreichen kann dazu verleiten, die Technik darauf auszulegen, alles zu vermeiden, was vom Ziel ablenkt. Eben dieses affirmative Erfolgsverständnis könnte möglicherweise das eigentliche Missverständnis (Vermeidung von Differenz) ausmachen.

Die Vorstellung, dass Kommunikation die mediale Kanalisierung braucht und dass die Medien (Struktur) es wären, die Kommunikation (Funktion) objektivieren (vergegenständlichen), zentriert den Blick so sehr auf das Medium als technische facility, so dass man sich schwer tut, das Verhältnis von Medien und Kommunikation einmal anders zu sehen, nämlich in dem Sinne, dass die soziale Praxis der Kommunikation der Ort ist, der (eine je spezifische und kultur-typische) Medialität ermöglicht, bedingt oder zulässt. Sieht man es so, dann ist nicht der Mediengebrauch die (technische feasibility) Umwelt von Kommunikation, sondern Kommunikation ist die (soziale Disposition) Umwelt des kulturellen Mediengebrauchs (Diskurs) In dieser Auffassung des Verhältnisses ist Kultur (als die autogene Ausdrucksseite von Kommunikation) das Dispositiv der Medialität von Kommunikation: Kultur produziert Medialität, sie entscheidet über den Charakter (Gebrauch) des Mediums.

Klar ist, dass in diesem Zusammenhang der Medienbegriff nicht die technische Perspektive dominiert, sondern die sozial-kulturelle: Medium ist die begriffliche Konstruktion der Objektivierung (Symbolisierung, Signifikation) des kulturellen Charakters der sozialen Verständigung. In dieser Sichtweise erhält auch der oft zitierte Satz eine neue (kulturtheoretische) Bestätigung: zu fragen ist nicht, was die Medien mit den Menschen (wie die Medien die soziale Praxis beeinflussen), sondern was die Menschen mit den Medien machen (wie die soziale Praxis den Mediengebrauch bestimmt).

Mit dem Kulturmodell des Medienbegriffs lassen sich Analysen gesellschaftlicher Kommunikation mit bedeutend ausgeweiteter theoretischer Reichweite machen, abgesehen davon, dass ein solches Modell mehr Komplexität einfängt als das Modell der Technik. In dieser Perspektive geht es der Kommunikationswissenschaft nicht um die analytische Isolierung des Erfolgs von organisierten Handlungen (von Personen, Institutionen, Unternehmungen), sondern um den kulturellen Erfolg der Botschaft durch die Maximierung von (potentiell dissidenten) Bedeutungen. Der Gewinn liegt in der Maximierung von Überraschung.

Während traditionelle (vornehmlich techniktheoretische) Medienkonzepte wirkungstheoretische Annahmen bedienen und in dieser Annahme eindeutige

Botschaften zu isolieren beabsichtigen, arbeiten kulturtheoretische Medienkonzepte mit dem Konzept der Polysemie und interessieren sich in dessen Folge für die alltagskulturellen Zusammenhänge (Kontexte) im Umgang mit der Variabilität und Mobilität von Bedeutungen.

4.6. *Kultur und Kommunikation als Interpunktionen der sozialen Praxis*

Der gesellschaftliche Alltag vollzieht sich in Strukturen des sozialen Handelns (Beziehungskontext) und in Strukturen des relationalen des Erlebens (Bedeutungskontext). Er vollzieht sich aber nicht diffus, er passiert nicht einfach, sondern er inszeniert sich als soziale Praxis, als Drama von Zeichensetzungen (Interpunktionen). Gerade dieser Interpunktionen wegen werden Kulturen erkennbar, zueinander unterscheidbar und vergleichbar. Durch sie werden aber auch Kultur und Kommunikation zueinander unterscheidbar (und vergleichbar. Als soziale Praxis ist der gesellschaftliche Alltag, wie immer er sich individuell oder in sozialen Formationen vollzieht, daher von sich aus sinngerichtet. Er ist mehr oder minder selbstbewusste (selbstreflektierte) oder entfremdete (fremdgesteuerte) Darstellung der Sinnarbeit des Individuums unter den Bedingungen gesellschaftlicher Beobachtung. Geht man von diesem Konzept der Interpunktion aus, dann hat man ein tool in der Hand, mit dem das gesellschaftliche Handeln des Individuums nach seiner kulturellen oder seiner kommunikativen Absicht differenziert werden kann: als Kulturabsicht oder als Kommunikationsabsicht, als individuelle Kommunikation unter den Bedingungen kultureller Determiniertheit⁶³ oder als individuelle kulturelle Zeichensetzung unter den Bedingungen kommunikativer Dramaturgie.

Die Interpunktion macht also die (gemeinsame) Medialität von Kommunikation und Kultur aus. Sie kann den Charakter einer flüchtigen Geste, einer beiläufigen Intonation oder den Status einer technisch ausgereiften Organisation haben. Das setting entscheidet über die mögliche Begrenzung der Polysemie der

⁶³ vgl. Karmasin, Helene ; Karmasin, Matthias (1997): 17, Douglas, Mary (1973)

Bedeutungen. Wenn man also behauptet, dass es unter den Bedingungen der Gesellschaftlichkeit des (individuellen) Lebens keinen medienfreien Zustand oder keine medienfreie Existenz gäbe⁶⁴, dann stimmt diese Behauptung insofern als es dem Individuum nicht möglich ist, zeichenfrei zu leben. Gesellschaftliches Leben heißt Überleben durch Zeichensetzung.

Die Interpunktion bildet gewissermaßen das kulturelle Dispositiv für Kommunikation bzw. das kommunikative Dispositiv für Kultur. Sie sind die „Durchgangspunkte sozialer Praxis“⁶⁵, eine Ordnung setzende Zeichengebung, die zwischen potentiellen Kommunikationspartnern Aufmerksamkeit konstituiert und so dem Handeln einen Ort der Bedeutung gibt.

5. Blended Features

Weil es die Erfahrung gibt, dass im Kontext des – wie intuitiv oder artifiziert auch immer - ethisch-ästhetisch reflektierten Lebensvollzugs Kommunikation den kulturellen Formenkreis ausmacht wie umgekehrt Kultur das kommunikative Programm bestimmt, soll man sich auf die Suche machen, was diese wechselseitige Überblendung begrifflich, inhaltlich miteinschließt, welches Wissen also aus dieser Erfahrung zu schöpfen ist. Will man das Verhältnis von Kommunikationswissenschaft und Kulturwissenschaft zueinander bestimmen, dann kommt man nicht darum herum, das Verhältnis von Kommunikation und Kultur zu beschreiben, was aber in sich schon ein wissenschaftlicher Versuch ist. Kultur und Kommunikation sind trotz performativer Überblendung aber doch zwei unterschiedliche features, die weil sie ähnliche, gleiche oder gar die selben Inhalte fassen, aus denen sich das Leben begründet, sich wechselseitig organisieren, erst in der Gegenüberstellung ihrer genuinen Kompetenzen zu definieren. Ihre (begriffliche, konstruktive)Kompetenz ist unterschiedlich. Ohne in diesem Rahmen

⁶⁴ vgl. Bauer (2001): 167

⁶⁵ Göttlich (1997): 15

auf die vielen Definitionsversuche für beide Begriffe näher eingehen zu können, soll hier eine vorläufige Gegenüberstellung durchdacht werden, um ein theoretisches Modell der blended features für die Verhältnisbestimmung von Kommunikations- und Kulturwissenschaft inhaltlich zu begründen.

Mit dem Kommunikationsbegriff unterstellt sich die Gesellschaft die Kompetenz (Kapazität, Möglichkeit, Herausforderung, Verantwortung) der gesellschaftlichen Verständigung auf Sinn und Wirklichkeit aus dem Potenzial (Ressourcen) der Differenz von Wahrnehmung, der Freiheit des Widerspruchs und der Kontingenz (Kasualität) des Ergebnisses (Überraschung), Mit dem Kulturbegriff unterstellt sich die Gesellschaft die Kompetenz (Fähigkeit, Fertigkeit, Möglichkeit, Recht) zur gesellschaftlichen Differenzierung aus dem Potential von sinnverständigten Gemeinsamkeiten.

5.1. Kommunikation und Kultur: Ressourcen gesellschaftlicher Kompetenz

Will man das Verhältnis von Kommunikation und Kultur bestimmen, dann ist man auf das beiden Begriffen inhärente Modell der (anthropologisch und soziologisch axiomatischen) Kompetenz zur Konstruktion von Realität verwiesen. Kompetenz beschreibt die reflektierte Erfahrung des Menschen, in allen möglichen sozialen Formationen jeweils genügend Kapazität, Fähigkeit, Fertigkeit, Bereitschaft, Zuständigkeit, Recht, Verantwortung aus sich selbst zu beziehen, um ethisch, ästhetisch und operativ (und jeweils in dieser Integration der Dimensionen) identisch zu überleben. Definiert man nun Kultur und Kommunikation als features gesellschaftlicher Kompetenz, dann kann daraus die wechselseitige Überblendung sowohl der alltäglichen Erfahrung wie auch der theoretischen Betrachtung ersichtlich werden. Das legitimiert und verlangt es, die Betrachtung der Variationen gesellschaftlicher Kultur (neben anderen Perspektiven) kommunikationswissenschaftlich einzufärben. Das legitimiert und verlangt aber auch, die Variationen der gesellschaftlichen Kommunikation kulturwissenschaftlich auszulegen. Um es in herkömmlichen wissenschaftstheoretischen Begriffen zu sagen: für die Kommunikationswissenschaft findet sich das Materialobjekt in den

Fragen der Inhalte und Formen der Vergemeinschaftung von Wirklichkeit aus der kritischen Perspektive der Bestimmung (Formalobjekt) der Möglichkeiten und Grenzen der Verteilung der Gesellschaftlichkeit von Wirklichkeit.

5.2. *Blended theory: Problemproduktion und Problemlösung*

Es war möglicherweise typisch für sich wirtschaftlich und politisch zunehmend organisierende Gesellschaften im zwanzigsten Jahrhundert, Stabilität in Theorien zu vermuten, die den Aufbau von Macht, Herrschaft, Besitz, Bestand und Souveränität in ein logisches System brachten. Systemtheorien sind diesem Interesse „bestens“ nachgekommen, sie insinuieren den Ausschluss zufälliger Fehler und suggerieren so Machbarkeit.

Theorie als Problemlösung

Systeme sind problemrezeptiv, sie übernehmen Erfahrungen in Form von Aufgaben, die sie zu Lösungen (Strukturen) verarbeiten, weil sie auf Sinnlogik ausgerichtet sind. Sucht man Sicherheit (Wissen) in der Verfolgung eines (irgendwie) logischen Sinns, dann denkt man die Gesellschaft in funktional zueinander geordneten Zusammenhängen, die man durch (gesteuertes) Handeln realisiert. Um dies sicherzustellen, identifiziert man Strukturen, die sich aus der Leistung von berechenbaren (und daher reproduzierbaren) Problemlösungen legitimieren.⁶⁶ Eine solche Weltbetrachtung zielt auf berechenbare (und daher feste, standardisierte und wiederholbare) Ordnungen. Betrachtungen der Gesellschaft aus der Systemstrukturperspektive führen in die Versuchung stabilisierende Interessen einzumischen.

⁶⁶ Tacke, Veronika (2001): 43

Systemtheorien gehen vom „Primat der Problemlösung“ aus⁶⁷ Sie verstehen Strukturen, die sie hinsichtlich ihrer Funktion betrachten, als Zusammenhang geordneter und reduzierter Komplexität, als strukturelle Objektivierung gelöster Probleme. Das Prinzip der Rechenbarkeit entlastet vom Kontingenzdruck und macht sie plausibel. Dass vor allem die einfachen, des konstruktivistischen Erklärungspotentials⁶⁸ oft entledigten und an simpler Funktionalität interessierten Interpretationen der Systemtheorie⁶⁹ nicht zuletzt deshalb „kalte“ Theorien sind, weil sie der rigiden Rechenbarkeit wegen produktiven (fließenden) Lücken keine Chance (Bedeutung) geben, weil sie irrationale Momente des Denkens, Handelns und Erlebens nur als Fehlerquellen (und nicht als Qualitätsverweis) in Betracht ziehen, wollte man so lange nicht merken, solange man - der Maximierung von wie immer definierter Systemordnung wegen - die Aufgabe von Theorien darin sah, (Modell-) Strukturen zur Problemvermeidung zu entwickeln. An die (kulturell dissipativen) Grenzen der Funktionalisierung gekommen, entdeckt man die Notwendigkeit der Theorie und Praxis von Qualität von Kontingenz. Diese erkennt man nicht in einer funktionalen Zu-Ordnung von Beständen zu Erwartungen, sondern im Zustand (der Funktionslosigkeit)⁷⁰ selbst. Dass etwas ist wie es ist, hat einen Wert. Die Fehlerfälligkeit des menschlichen Handelns (vor allem des kommunikativen Handelns) ist nicht nur ein Hinweis auf die Grenzen der Sinnstimmigkeit von Theorien, sondern auch ein Hinweis auf die Produktivität jenseits der Erwartenslogik. Theorien (und Praktiken) solchen Zuschnitts, die sich (verstehend) einlassen auf Bestehendes sind in dem Sinne warme Theorien, weil sie nicht auf Distanz gehen, sondern eine empathische Position der Betrachtung einnehmen. Eine solche Nähe zur Realität erreichen Theorien nur, wenn sie sich selbst als Teil der Realität betrachten, die sie betrachten, das heißt: frei von Determinismen, veränderlich, fehlerfreundlich, selbstlernend.⁷¹

Theorie als Problemproduktion:

⁶⁷ Tacke, Veronika (2001) ebda

⁶⁸ das bei Marcinowski wohl am deutlichsten herausgearbeitet wird. Vgl. Marcinowski, Frank (1996)

⁶⁹ Vgl. Saxer, Ulrich (1992)

⁷⁰ Fuchs, Peter (2001): 55

⁷¹ vgl. Bauer, Thomas A. (2000): 51

Im Zusammenhang der Theoretisierung der Kommunikation der Gesellschaft und der Gesellschaft der Kommunikation kommen Netztheorien dieser Erwartung der Nähe (des Verstehens) besser nach als Systemtheorien. Sie sind nicht an der Problemlösung, sondern an der Problemproduktion interessiert Ihre Versuchung aber ist es, in dem, was sie betrachten, sich aufzulösen und so den erkenntnistheoretisch notwendigen Unterschied zwischen Erfahrung und Betrachtung zu verwischen. Würde alle Betrachtung zu den selben Schlüssen kommen wie die Erfahrung, dann bräuchte man keine Objektivierung der Erfahrung. Betrachtung ist der Vorgang der Objektivierung von (subjektiver) Erfahrung, wobei Objektivierung in diesem Zusammenhang nicht darauf abzielt, die Subjektivität der Erfahrung auszuschließen, sondern ganz im Gegenteil: der Subjektivität der Erfahrung einen methodischen Ort zu geben.

In diesem Modell lassen sich die heterodoxen Ambitionen von Kultur und Kommunikation adäquat beschreiben. Sie sind (sozial kommunizierte / kultivierte) Konstrukte, die – im Modell von Medien (Sprache, Symbole, Riten etc.) durch Subjekte vergegenständlicht – gesellschaftliche Funktion erhalten. Diese aber erhalten sie, weil es Akteure (Faktor Subjektivität) gibt, die ihnen diese Bedeutung zuschreiben und die mit diesen Bedeutungen ihre Welt formen. Vor den Systemen, so nimmt die Netztheorie an, gibt es Adressaten⁷², durch die ein *kasual* (intentional beliebig) kommunizierendes Netz entsteht, das sich in Absicherung ihrer Erfahrungen (Kenntnisse) zunehmend *kausal* (rational und zweckintendiert) organisiert und ab einem gewissen Grade der Strukturierung ein operierendes Netzwerk darstellt. Vor diesem Übergang in ein systemisch organisiertes Modell sind Netz-Zusammenschlüsse aber beliebig und daher problemproduktiv. Sie entstehen des Primats der Adressaten (Träger von Bedürfnissen, Entwürfen, Lust etc.) wegen: es gibt sie vor jeglicher Funktionsbestimmung und sie beziehen ihre Existenzberechtigung nicht aus bestimmten Funktionen oder bestimmbar Leistungen) und in ihnen ereignen sich Themen (Beliebigkeit, Dissipativität etc.), die im Rahmenwerk einer systemisch bzw. funktional organisierten Gesellschaft Unruhe auslösen.

⁷² Tacke, Veronika (2001): 43 ff.

Das Unruhe und Überraschung stiftende Moment der Kommunikation ist das eigentlich kulturproduktive Moment der Netze und in diesem Sinne Urbild der Wissenschaft. Die Netzmedien sind das sprechende Beispiel für diesen Faktor produktiver Ratlosigkeit. Sie signalisieren die Möglichkeit wie die Notwendigkeit eines Paradigmenwechsels: Beweglichkeit statt Bestimmung, Einschluss statt Ausschluss.

Denkt man die Gesellschaft radikal empirisch und nicht im Interesse irgendeiner Organisationslogik, dann erkennt man hinter der Oberfläche hermetisch zueinander geschlossener Systeme bewegte Netze, beliebig bewegliche Zusammenschlüsse, die sich so fließend ergeben wie sie sich auch wieder auflösen. Fließende Lücken finden vorübergehend Anschluss und geben diesen wieder ab im Wissen um eine nächste fließende Beziehung. Dahinter steckt kein System, keine *Kausalität*, sondern der Wille zum Experiment (*Kasualität*) der Bewegung. Was dabei chaotisch anmuten mag, weil man es nicht vorausberechnen kann, ist aber nicht ohne Balance oder ohne Ordnung. Es handelt sich vielmehr um fließende (dissipative, bewegliche) Strukturen, die dem Spiel offener Ordnung nachkommen. Der Unterschied der Netzstruktur zu Systemstrukturen ist: sie entsteht aufgrund der ortsungebundenen, aber jederzeit durch Anschluss identifizierbaren Adressaten. Deren Existenz sucht nicht nach Berechtigung (Funktion, Kausalität), sondern nach Erfahrung (Veränderung, Kasualität). Fließende Ordnungen (rhizomanische Strukturen) sind erfahrbar, aber nicht berechenbar, man kann sie entdecken, aber nicht erfinden. In diesem Sinne sind kommunikativ-mediale Netze nur bedingt technische Werke, sie entziehen sich der Perfektionierung, der Standardisierung wie der Reproduktion.

In diesem Sinne sind Systemtheorien (Problemlösungsperspektive) und Netztheorien (Problemproduktionsperspektive) kongeniale Partner der kulturtheoretisch ambitionierten Kommunikationswissenschaft. Durch Systemtheorien werden Betrachtungsorte (Standpunkte der Unterscheidung) und durch Netztheorien Ortsbetrachtungen (die Unterscheidung der Standpunkte, Ort der authentischen Nähe) möglich. Eine solcherart synoptische Zugangsweise zur

theoretischen Analyse von Kommunikation löst die einzelperspektivischen (naturkundliche, technische, naturalistisch-sozialwissenschaftliche) Kommunikationsbetrachtungen kulturwissenschaftlich ein.

Literaturhinweise

Ang, Jen (1991): Desparately Seeking the Audience. London - New York: Routledge,

Ang, Jen (1996): Living RoomWars. Rethinking Media Audiences for a Postmodern World. London, New York.: Routledge

Barthes, Roland (1957): Mythologies. Paris

Barthes, Roland (1988): Das semiologische Abenteuer. Frankfurt/M.: Suhrkamp

Barker, Chris (2000): Cultural Studies. Theory and Practice. London- Thousand Oaks- New Delhi: Sage

Bauer, Thomas A. (1979): Medienpädagogik. Einführung und Grundlegung. Bd 1: Theorie-Diskussion: der Kommunikationssinn. Graz-Wien: Böhlau

Bauer, Thomas A. (2000): Zukunft der Kommunikationswissenschaft – Kommunikationswissenschaft der Zukunft. In: Medien Journal 2/2000: 47 – 58

Bauer, Thomas A. (2001): Medien mobilisieren das Gedächtnis. In: Bauer, Thomas A; Ortner, Gerhard E. (Hrsg.): Medien für Europa. Module für die zeitgeschichtliche Erwachsenenbildung. Düsseldorf: B+B Medien (2001): 155 - 171

Bauer, Thomas A. (2002) : Medienpädagogik als Mediationsagentur zwischen Medienökonomie und Medienkultur. In: Altmeppen, Klaus-Dieter ; Karmasin, Matthias (Hrsg.):

Medien und Ökonomie, Bd. 1/1: Grundlagen der Medienökonomie: Kommunikations- und Medienwissenschaft und Wirtschaftswissenschaft. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag (2002)

Beutl, Bernd (1996): Die nationalsozialistische Presse der Ersten Republik (1918 - 1933). Ergebnisse zweier Forschungsprojekte des Arbeitskreises für historische Kommunikationsforschung. In: Medien & Zeit 1/1996: 22 - 34

Bromley, Roger (1999): Cultural Studies gestern und heute. In: Bromley, Roger; Göttlich, Udo; Winter, Carsten (Hrsg.): Cultural Studies . Grundlagentexte zur Einführung. Lüneburg: zu Klampen (1999): 9 -24

Busch, Brigitta; Hipfl, Brigitte; Robins, Kevin (Hrsg.) (2001): Bewegte Identitäten. Medien in transnationalen Kontexten. Klagenfurt: Drava

Certeau, Michel de (1988): Kunst des Handelns. Berlin

Derrida, Jaques (1992, 5.Aufl.) Die Schrift und die Differenz. Frankfurt/M.

Domsich, Johannes (1991): Visualisierung – ein kulturelles Defizit. Der Konflikt von Sprache, Schrift und Bild. Wien: Böhlau

Douglas, Mary (1973): Rules and Meanings. New York

Duchkowitsch, Wolfgang (Hrsg.) (2001): Die österreichische NS-Presse 1918 – 1933. Bestandsaufnahme und Dokumentation. Wien: Literas

Eco, Umberto (1991, zuerst 1968): Einführung in die Semiotik. München: Fink

Ehmer, Hermann Karl (1971) Visuelle Kommunikation. Beiträge zur Kritik der Bewusstseinsindustrie. Köln

Enzensberger, Hans Magnus (1997): Baukasten zu einer Theorie der Medien. Kritische Diskurse zur Pressefreiheit. Hrsg. von Peter Glotz. Frankfurt/M: Suhrkamp

Erd, Rainer; Hoß, Dietrich; Jacobi, Otto; Noller, Peter (Hrsg.) (1989): Kritische Theorie und Kultur. Frankfurt: Suhrkamp

Faßler, Manfred (2001): Netz-Realitäten / Realitätsnetze. Zur Medienanthropologie der Netzrevolution. In: Medien Journal 3/2001. 12 – 28

Fiske, John (1999): Populäre Texte, Sprache und Alltagskultur. In: Hepp, Andreas ; Winter, Rainer (Hrsg.): Kultur – Medien – Macht. Cultural Studies und Medienanalyse. Opladen: Westdeutscher Verlag (1999): 67 – 86

Fiske, John (2000): Populäre Urteilskraft. In: Göttlich, Udo; Winter, Rainer (Hrsg.): Politik des Vergnügens. Zur Diskussion der Populärkultur in den Cultural Studies. Köln (2000): 53 - 74

Flusser, Vilém (1998): Kommunikologie. Hrsg. von Stefan Bollmann und Edith Flusser. Frankfurt/M.: Fischer

Foucault, Michel (1990, 4. Aufl.): Archäologie des Wissens. Frankfurt/M.

Foucault, Michel (1991, zuerst 1974): Die Ordnung des Diskurses. Mit einem Essay von Ralf Konersmann. Frankfurt: Suhrkamp

Fuchs, Peter (2001): Die world in der Welt des World Wide Web. In: Medien Journal 3/2001: 49 - 57

Gephart, Werner (1998): Handeln und Kultur. Vielfalt und Einheit der Kulturwissenschaften im Werk Max Webers. Frankfurt/M.: Suhrkamp

Giddens, Anthony: (1993, 2.Aufl.): New Rules of Sociological Method. A positive critique of interpretative sociologies. Cambridge: Routledge

Göttlich (1997): Kultureller Materialismus und Cultural Studies. Aspekte der Kultur- und Medientheorie von Raymond Williams. In: Hepp, Andreas; Winter, Rainer (Hrsg.): Kultur – Medien – Macht. Cultural Studies und Medienanalyse. Opladen: Westdeutscher Verlag (1997): 103 - 116

Grossberg, Lawrence; Wartella Ellen, Whitney, Charles D. (1989): Media Making. Mass media in a popular Culture. London-Thousand Oaks-New Delhi: Sage

Habermas, Jürgen (1981): Theorie des kommunikativen Handelns. Band 1: Handlungsrationalität und gesellschaftliche Rationalisierung. Band 2: Zur Kritik der funktionalistischen Vernunft. Frankfurt:/M.: Suhrkamp

Hall, Stuart (1999): Kodieren/Dekodieren. In: Bromley, Roger; Göttlich, Udo; Winter, Carsten (Hrsg.): Cultural Studies. Grundlagentexte zur Einführung. Lüneburg: zu Klampen (1999) : 92 – 112

Hebdige, Dick (1979): Subculture. The Meaning of Style. London, New York: Methuen

Heider, Fritz (1946): Attitude and Cognitive Organization. In: Journal of Psychology, Vol. 21/1946: 107 – 112

Hepp, Andreas (2000): Die Globalisierung von Medienkommunikation. Translokalisierung jenseits von faktischer Basis und virtuellem Raum. In: Achim Braun / Siegfried J. Schmidt: Fakten und Fiktionen. Über den Umgang mit Medienwirklichkeiten. Konstanz: Ölschläger (2002): 551 - 465.

Hoggart, Richard (1957): The Use of Literature. London

Horkheimer, Max; Adorno, Theodor W. (1969). Dialektik der Aufklärung. Frankfurt: Suhrkamp

Karmasin, Helene; Karmasin, Matthias (1997): Cultural Theory. Ein neuer Ansatz für Kommunikation, Marketing und Management. Wien: Linde

Langenbucher, Wolfgang R. ; Mahle, Walter A. (1975): Unterhaltung als Beruf? Herkunft, Vorbildung, Berufsweg und Selbstverständnis einer Berufsgruppe, Berlin: Volker Spiess

Langenbucher, Wolfgang R.. (Hrsg.) (1992): Sensationen des Alltags. Meisterwerke des modernen Journalismus. Wien: Ölschläger

Marcinowski, Frank (1993): Publizistik als autopoietisches System. Opladen: Westdeutscher Verlag

Mead, George Herbert (1968): Geist, Identität und Gesellschaft. Frankfurt/M.: S. Fischer.

Merten, Klaus (1999): Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Bd1: Grundlagen der Kommunikationswissenschaft. Münster: LIT-Verlag

Müller, Eggo (1993): „Pleasure and Resistance“. John Fiskes Beitrag zur Populärkulturtheorie. In: montage/av 2/1/1993: 52 - 66

Postman, Neil (1985): Wir amüsieren uns zu Tode. Urteilsbildung im Zeitalter der Unterhaltungsindustrie. Frankfurt/M.: S. Fischer

Reckwitz, Andreas (1999): Praxis – Autopoiesis – Text. Drei Versionen des Cultural Turn in der Sozialtheorie. In: Reckwitz, Andreas; Sievert, Holger (Hrsg.): Interpretationen, Konstruktionen, Kultur: ein Paradigmenwechsel in den Sozialwissenschaften. Opladen: Westdeutscher Verlag (1999): 19 – 49

Renger, Rudi (1997): Spaß an „Information“. Journalismus als Populärkultur. In: Medien Journal 4/1997: 23 – 37

Ricoeur, Paul (1981, zuvor 1971): The model of the text: meaningful action considered as a text. In: Hermeneutics and the Human Sciences. Essays on language, action, and interpretation. Cambridge/Paris (1981): 197 – 221,

Riehl-Heyse, Herbert (1999): Götterdämmerung. Die Herren der öffentlichen Meinung. Berlin: Siedler

Saussure, Ferdinand de (1985, zuvor 1916): Course de linguistique générale. Paris

Saxer, Ulrich (1980): Grenzen der Publizistikwissenschaft. Wissenschaftswissenschaftliche Reflexionen zur Zeitungs-/Publizistik-/Kommunikationswissenschaft seit 1945. In: Publizistik 4/1980: 525 – 543

Saxer, Ulrich (1992): Systemtheorie und Kommunikationswissenschaft. In: Burkart, Roland; Hömberg, Walter (Hrsg.) (1992): Kommunikationstheorien. Ein Textbuch zur Einführung. Studienbücher zur Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, hrsg. von W.R. Langenbacher, Bd. 8, Wien 1992: Braumüller: 91 – 110

Schulz, Jürgen (Hrsg.) (1980): Journalisten über Journalisten. München: Kindler

Sievert, Holger: (1999): Begonnen – aber (noch) nicht vollzogen. Zum „cultural turn“ in der deutschen Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. In: Reckwitz, Andreas; Sievert, Holger (Hrsg.): Interpretationen, Konstruktionen, Kultur: ein Paradigmenwechsel in den Sozialwissenschaften. Opladen: Westdeutscher Verlag (1999): 307-329

Tacke, Veronika (2001): System und Netzwerk. In: Medien Journal 3/2001: 40 - 48

Taylor, Charles (2002): Die Formen des Religiösen in der Gegenwart. Frankfurt: Suhrkamp

Weber, Stefan: Doppelte Differenz. Schritte zu einer konstruktivistischen Systemtheorie der Medienkommunikation. In: Medien Journal 1/ 1997: 34 – 43

Winter, Rainer (1997): Cultural Studies als kritische Medienanalyse: Vom „encoding/decoding“-Modell zur Diskursanalyse. In: Hepp, Andreas; Winter, Rainer (Hrsg.): Kultur –Medien – Macht. Cultural Studies und Medienanalyse. Opladen: Westdeutscher Verlag (1997): 47 - 63

