

Ben Bachmair

Fernsehkultur

*Subjektivität
in einer Welt bewegter Bilder*

Westdeutscher Verlag

Die Deutsche Bibliothek – CIP-Einheitsaufnahme

Bachmair, Ben:

Fernsehkultur: Subjektivität in einer Welt bewegter Bilder/

Ben Bachmair. – Opladen: Westdt. Verl., 1996

ISBN 3-531-12876-0

Alle Rechte vorbehalten

© 1996 Westdeutscher Verlag GmbH, Opladen

Der Westdeutsche Verlag ist ein Unternehmen der Bertelsmann Fachinformation.



Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Umschlaggestaltung: Horst Dieter Bürkle, Darmstadt

Druck und buchbinderische Verarbeitung: Rosch-Buch, Hallstadt

Gedruckt auf säurefreiem Papier

Printed in Germany

ISBN 3-531-12876-0

Für Dominik und Katarina

Inhalt

1. Teil: Alltag und Medien durchdringen sich. Eine Einleitung	11
1.1 Neue Genres, Wirklichkeit und Subjektivität	14
1.2 Menschen und Medien - Kommunikation und Technologie überlagern sich	18
1.3 Medienkommunikation: Die Menschen integrieren das symbolische Material der Massenkommunikation in ihr sinnvolles Handeln und in ihre Kommunikation	22
1.4 Medienkultur: Die Menschen gestalten mit dem symbolischen Material der Massenkommunikation ihre Lebenswelt	23
1.5 Repräsentations- und Zivilisationsfunktion von Medien - die Beziehung von Darstellungen, Subjektivität und Medien	26
1.6 Die Schlüsselbegriffe "Kultur", "Medien" und "Gestaltung"	28
1.7 Kulturelle Veränderungen in der Folge der Technologisierung von Kommunikation	32
2. Teil: Soziale Räume. Medien, Bedeutungskonstitution und Alltag	38
2.1 Funktion symbolischer Objektivationen für Kommunikation, Institutionen und Generationsbeziehungen	40
2.1.1 Das Faßbare und Semiotische von Kommunikation und Handeln - Entwicklungslinien für die Konzepte von Raum und Zeit	41
2.1.2 Objektivationen und soziale Wirklichkeit - das Realitätskonzept der phänomenologischen Wissenstheorie	54
2.2. Subjektive und individuelle Bedeutungskonstitution	67
2.2.1 Aktive Rezipienten integrieren Fernsehen in ihr Alltagsleben	67
2.2.2 Zeichen und Bedeutung	71
2.2.3 Die thematische Sinnperspektive der Rezipienten als Bedeutungsproduzenten der Massenkommunikation	75
2.3. Massenkommunikation in der Lebenswelt des Alltags	78
2.3.1 Massenkultur ist Alltagskultur	78
2.3.2 Alltag und Massenkommunikation als Lebenswelt	84
2.3.3 Symbolische Welten - soziale Figurationen individueller und medialer Wirklichkeit	87
3. Teil: Bilderwelten. Repräsentation, soziale Wirklichkeit und Mythen	100
3.1 Die Rezeption überlagert die Repräsentationsfunktion der Medien	102
3.1.1 Von der Zentralperspektive zur individuellen Welt	103
3.1.2 Mimesis - die lange Geschichte der Repräsentationsfunktion von Medien	106

3.2	Aktualisierung mythischer Weltauslegung: Männer- und Heldenfiguren	121
3.2.1	Aktualität mythischer Texte - Alltag und Lebenslauf transzendieren	121
3.2.2	Die Spannung zwischen Empirie und Fiktion	131
3.2.3	Ambivalenz und Phantasie	137
3.3.	Lebenspraktische Funktionen von Männer- und Heldenfiguren: Historische Entwicklung, Darstellungsweisen, Motive	142
3.3.1	Vom Kriegeradel zu den Helden im Diskurs	144
3.3.2	Todesinszenierung der Gladiatoren	147
3.3.3	Individualität des Hamlet	148
3.3.4	Fremdheit der Romantik: Trauer und Wanderung	151
3.3.5	Erstarrung und destruktive Erlösung: der entwurzelte, verletzte und zerstörende Gott im Rausch	153
4.	Teil: Medienkommunikation. Vom Medienalltag zur Medienkultur .	163
4.1	Medienkommunikation: die Verbindung von subjektiven Themen, Medien und Situationen	166
4.1.1	Situations- und Interaktionsfunktion am Beispiel von Selbstdarstellung und sozialer Differenzierung	167
4.1.2	Medienfunktionen in der Subjekt-Objekt-Beziehung	170
4.1.3	Der Horrorfilm in der Schule: eine Kommunikationssituation schaffen	173
4.2	Medienkommunikation: die Verbindung von Text, Medien und Alltagshandeln	177
4.2.1	Text-Mensch-Beziehung	178
4.2.2	Einklinken von Medien und Menschen: Rezeption als Aneignung und Gestaltung	189
4.2.3	Medienanalyse als Rekonstruktion der Bedeutungskonstitution der Rezipienten	196
4.3	Veralltäglichen von Massenkommunikation	203
4.3.1	Normalität und Selbstverständlichkeit des Fernsehens und der Fernsehrezeption	203
4.3.2	Durchdringung von Kultur und Fernsehen in der Familie	204
4.3.3	Kulturhistorische Dynamik - Durchdringung von Rationalismus, Aktivismus, Individualismus und Universalismus	214
4.4	Kultivierung: Gestaltung und Reflexion	222
4.4.1	Lebensgestaltung, Identitätsfindung, pädagogische Gestaltungsräume	225
4.4.2	Medien als "öffentliche Sache" zurückgewinnen	234

5. Teil: Subjektkonstitution. Von fiktionalen Erzählungen zu alltagsästhetischen Inszenierungen	238
5.1. Alltagsobjekte im Zivilisationsprozeß	239
5.1.1 Subjektkonstitution mit den Objektivationen des Alltags	240
5.1.2 Medien, kulturelle Differenzierung und Modellierung von Subjektivität	243
5.2. Soziale Figurationen und Alltagsästhetik	257
5.2.1 Von der Fan-Gruppe zum 'entgrenzten' sozialen Gebilde der Szene	257
5.2.2 Lebensstile und Individualisierung	267
5.2.3 Alltagsästhetik und individuelle Nutzungsmuster	278
5.2.4 Die hermeneutische Chance einer Show	286
5.3. Emotionen und Inszenierungen: von der inneren zur äußeren Bühne	292
5.3.1 Rationalität und Fiktionalität	292
5.3.2 Die innere Bühne der Subjektkonstitution	299
6. Teil: Bewegte Bilder. Von der Mechanisierung zur Digitalisierung	309
6.1. Industrie unterwirft Kultur - kulturhistorische Einschätzungen der aufstrebenden Film- und Fernsehindustrie	310
6.2. Mechanisierung von Mobilität und Kommunikation - vom Telegrafen zu Auto und Fernsehen	317
6.3. Tele-System - die objektive 'Seite' der kulturellen Entwicklung	327
6.4. Bewegung, Verdichtung und Schein - Erlebnisweisen einer textuellen Welt	333
Literaturverzeichnis	341

1. Teil

Alltag und Medien durchdringen sich.

Eine Einleitung

Am Samstag abend läuft "Rain Man" in RTL2, ein ehrenwerter Versuch, Qualität ins Serien- und Boulevard-Einerlei zu bringen. Damit die Zuschauer das Prunkstück und Zugpferd eines teuren Programmpaketes auch einschalten, hat der Sender Zeitungsinserate und sogar einen Mini-Werbespot auf dem "Infoscreen", einer großen Projektionsfläche, im U-Bahnhof gebucht.¹ Dustin Hofmann spielt den autistisch Gestörten, der emotional den Alltag nicht bewältigt, weil ihn Alternativen und Gefühle überrollen, Entscheidungen ihn bis zur Panik ängstigen. Der bislang unbekannte Bruder, Tom Cruise, holt ihn aus dem Sanatorium und zwingt ihn in seine geschwätzigte Welt der Händler und Banker, in der ständig geredet und agiert wird. Der altmodische und der superaktive, aktuelle Typ von Autismus stehen einander gegenüber.

Die erste Werbepause unterbricht nun brutal den wohlkomponierten Erzählbogen und nötigt die Zuschauer in die Geschwätzigkeit der Werbung. Ein Schneider sinniert über Qualität und die Kreditkarte von American Express. Es folgen Spots mit Iglós Gemüsestäbchen und "Alles Müller oder was?". Dank Fernsteuerung kann man aus der Werbepause weg- und sich in "Verstehen Sie Spaß?" der ARD einschalten; zieht Harald Schmidt, vertraut von "Schmidteinander", eine irre Satire ab. Über den letzten Werbespot geht es wieder zurück in "Rain Man" bis zu den nächsten Werbespots und der geldwerten Leistung, die man als Zuschauer eben bringen muß, statt direkt zu bezahlen. Mit den Programmalternativen vertraut, läßt sich jetzt leicht sofort zu Harald Schmidts Schnellrednerei mit drei uniformierten Mitarbeitern der Stuttgarter Parküberwachung umschalten. Daß sich Dustin Hofmann gerade der üblichen Entscheidungs- und Reisemobilität erfolgreich widersetzt, mischt sich widerspruchlos mit Schmidts Show.

Während dieser beiden Fernsehstunden haben sich die Zuschauer ihr individuelles Programm gemischt und den sensiblen Qualitätsfilm zum Thema Kommunikation, Isolierung und Individualität mit Werbespots und Zwischenschnitten aus Shows und Serien überlagert. "Rain Man" plus Werbespot plus Show ist jedoch nur eine kurze Episode eines von den Zuschauern komponierten Bilderflusses, der sich tagtäglich aus den Genres der Massenkommunikation speist. Wird nicht Subjektivität in dieser standardisierten Flut des Banalen erstickt? Was bleibt von einer Kultur des Schönen, Geistvollen, Kritischen? Zeigt sich eine Chance, daß auch in der Bilderflut des

1 "Rain Man" war Teil eines von RTL2 gekauften Programmpaketes im Wert von 150 Millionen DM. Sendung am 25. März 1995 mit 3,4 Millionen Zuschauern, was 11,7% Marktanteilen bei den Zuschauern entsprach. Im Durchschnitt erreichte RTL2 im März 1995 jedoch nur 5% Zuschauer-Marktanteile. Quelle: Interview mit dem RTL2-Geschäftsführer, Süddeutsche Zeitung, 4.4.1995, S. 12.

Fernsehens eine neue Bilderkultur entsteht? Welche Kultur entsteht denn überhaupt mit und durch Fernsehen und Massenkommunikation? Der Wirtschafts- und Technologie-Boom der letzten Jahre verändert auch die Erlebnisweisen der Menschen, beeinflusst die tagtägliche Lebensgestaltung und konterkariert tradierte Kultur und Bildung. Sicher hat der expansive Medienmarkt in den achtziger Jahren mit einem Ökonomisierungsschub im Bereich von Rundfunk und Fernsehen etwas ins Wanken gebracht, worauf die bildungsbürgerliche Klage vom Kulturverfall verweist. Man zeigt auf Banalisierung und "Verbiederung"², auf Brutalisierung, auf die Schwemme gleichartiger Bilder und Geschichten. Gemeint sind die Folgen der Unterwerfung eines bislang an Hochkultur, Buch und kritischer Presse ausgerichteten Lebensbereichs unter Technologie, Konkurrenzmarkt und Konsum. Es ist eine kulturelle Entwicklung, die uns im Prinzip bekannt ist, die vergleichbar ist mit dem, was bei Bewegung, Ernährung, Energie, Kleidung usw. schon abgeschlossen ist. Was ist dann das aktuell Aufregende oder Ärgerliche? Die sogenannte Deregulierung des öffentlich rechtlichen Rundfunks, die Ausbreitung und Ausdifferenzierung des Medienmarktes fällt mit einer wesentlichen Veränderung der Industriegesellschaft zusammen. So hat die Technologisierung nach und nach immer mehr Lebensbereiche und Lebensfunktionen erreicht und unterworfen, schließlich auch Phantasie, Kommunikation, Information, Ausdruck und Gestaltung. Das Leben wurde jedoch nicht einfacher oder sinnvoller. Statt dessen erleben die Menschen die Welt als brüchiger, hektischer, schwieriger, undurchschaubarer, anspruchsvoller. Technologisierung schafft Brüche, auf die tagtäglich zu reagieren ist.

Es gibt kein ganzheitliches Leben, wenn es die Menschen nicht als ihren Alltag innerhalb der vielfältig und wirr geschichteten und verschachtelten Bereiche der Industriegesellschaft 'herstellen'. Dazu müssen sie Arbeit, das persönliche soziale Bezugsfeld, Verkehr, Urlaub, Warenangebote, Fernsehen oder Politik und vieles mehr zu ihrer Lebenswelt verbinden. Die Wirklichkeit des Alltagslebens öffnet nicht nur den Blick in das Innenleben der Industriegesellschaft, sie ist auch die Perspektive der individuell handelnden Menschen, die in der modernen Industriegesellschaft ihr Leben gestalten müssen und können. Das Leben zu gestalten, ist ein riskanter Prozeß inmitten von Optionen und Zwängen, in den zunehmend auch Massenkommunikation als Zwang und Option mit symbolischen Handlungs- und Gefühlselementen eingeht.

Massenkommunikation steht nun sowohl in der Tradition und Logik der Industrieproduktion und des Konsums als auch in der Tradition von Kommunikation, bildnerischer Gestaltung und Realitätsdeutung. Im Alltagsleben, bislang besonders in der Freizeit, durchdringen und überlagern sich diese Linien mit der Mediennutzung und verdichten oder verknoten sich zu symbolischen Formen³ einer von

2 Eine Beschreibung und Bewertung, die von Günther Anders (1956 / 1987) aus den fünfziger Jahren stammt.

3 Vgl. dazu das Konzept der "symbolischen Formen" von Ernst Cassirer (1990) und Pierre Bourdieu (1991).

Medien dominierten Kultur. Voraussetzung dafür sind heute Menschen, die als Individuen handeln und ihr Leben in ihrer persönlichen Erfahrungs- und Themenperspektive gestalten. In der mediendominierten Konsumgesellschaft verändert sich diese Art von Subjektivität in eine spezifische Form von Alltäglichkeit, die geprägt ist von einer bühenhaft inszenierten und doch individuellen Wirklichkeit, die Banalität und Großartigkeit, individuelle Beschränktheit und unbeschränkten Datenfluß mit individuell zu verantwortenden Entscheidungen bündelt. Der tägliche Blick ins Fernsehen oder in die Tageszeitung zeigt, wie dies auf der Oberfläche geschieht: Ob es nun um die Veränderung von Familie und Monarchie anhand von "Dianas Telefon-Affäre" geht oder um die Wirklichkeit der Fernsehbilder ("Touristen filmen ertrinkende Frau", statt zu helfen) oder um die juristische Inszenierung des Ehe- und Morddramas eines prominenten Sportlers ("Falsche Bärte sichergestellt", Mordprozeß des Footballstars O.J. Simpson; Augsburger Allgemeine vom 29.8.1994, S. 14), Alltag und seine Themen drängen sich in den banalen Vordergrund der Medienberichterstattung. Welche Veränderungen jedoch unterhalb der deutlich sichtbaren Oberfläche geschehen, ist alles andere als leicht zu bestimmen. Die öffentliche Diskussion schwankt zwischen dramatischen Betroffenheitsgesten, die die Medienentwicklung mit Katastrophenszenarien beschreiben, und der Unterstellung, nichts sei naheliegender als Fernsehen zusammen mit dem Computer zum neuen Lebenselixier der Industrie und Ökonomie zu machen. Die vielen neuen Genres des Fernsehens, ob Reality-TV, Game-Shows oder Körperinszenierungen wie Wrestling oder Streetball, sind auch Indikatoren für die Veränderung von Subjektivität, also der Art, wie sich die Menschen zu sich selber, zu ihrer sozialen und dinglichen Umwelt stellen.

Die Menschen müssen sich in der brüchig riskanten Welt der Industriegesellschaft, gerade auch deshalb, weil sie eine individuell verfügbare Konsumwelt ist, ihren Lebenssinn im Alltag erarbeiten. Es ist ein individueller Prozeß, der natürlich ganz und gar nicht die Form der Arbeit hat. Es ist ein Prozeß der individuellen Bedeutungskonstitution in einem komplex verflochtenen Medienfeld. Es hat die schlichten Formen, fernzusehen, mit dem Gameboy "Jurassic Park" zu spielen, zur Techno-Party oder zum Fan-Club des Star-Trek zu gehen. Hier bekommt Massenkommunikation und der sie aktuell dominierende Bildschirm die zentrale Funktion, die bislang Schwerindustrie und Auto hatten. Wie in den fünfziger Jahren mit dem Auto eine individuell mobile Gesellschaft entstand, in der die Menschen ihr eigenes Alltagsleben zum Lebensmittelpunkt machten, bauen sich die Menschen mit dem symbolischen, ästhetischen Material der Massenkommunikation ihre voneinander abgegrenzten Milieus und Szenen auf. Die Medien als abgegrenzte Dinge und Ereignisse lösen sich in Life-Style-Konglomerate auf, die die Menschen ständig neu in Prozessen individueller Bedeutungskonstitution arrangieren. Sich dabei selber in Szenen zu erleben, ist dafür Voraussetzung. Hierzu entstehen auch ständig neue Genres wie Infotainment.

Wichtig zum Verständnis der Entwicklung ist hier Ulrich Becks hermeneutisches Konzept der "reflexiven Moderne" (1993), das die Handlungslogik des

Lebens in der postmodernen Industriegesellschaft skizziert. Die Brüche der Industriegesellschaft tragen den Menschen die individuelle Sinnkonstitution auf. Die individuelle Sinnkonstitution wird, veranlaßt durch diese Brüche, die Form der individuellen Bedeutungskonstitution in intertextuellen Medienarrangements und alltagsästhetisch verknüpften Szenen haben. Die Erscheinungsformen sind simpel und deshalb auch leicht zu übersehen; zu sehen ist z.B. nur, wie Kinder auf dem Schulhof die Miniplayback Show nachspielen. Gerade die kulturhistorische Einordnung und die systematische Deutung simpler Alltagsereignisse hilft, den Stand der Massenkommunikation zu untersuchen.

1.1 Neue Genres, Wirklichkeit und Subjektivität

Anhand eines neuen Genres wie Reality-TV läßt sich eine wichtige Verschiebung dessen sehen, was heute Wirklichkeit ist und wie die Repräsentation von Wirklichkeit mit heftigen Emotionen der Zuschauer einhergeht. Dabei ändert sich auch die für die Definition von Subjektivität wichtige Trennungslinie von Nähe und Distanz. Die Veränderung der Beziehung Medien / Wirklichkeit / Subjektivität ist letztlich für die öffentliche Aufregung über das Genre Reality-TV verantwortlich.

"Augenzeuge Video", die deutsche Version des amerikanischen "Eyewitness", läßt die aktuelle Veränderung im Verhältnis von Zuschauern, Medienproduktion und sozialer Wirklichkeit ahnen. Typisch ist ein Beitrag, in dem ein Streifenpolizist seine eigene Ermordung filmte. Erstaunlich ist, daß dieser Amateurfilm zum tragenden Teil eines Fernsehprogramms und auch zum Auftakt einer ganzen Serie wurde (RTL, Sendung vom 15. und 22.9.1992):

Die Eröffnung zeigt eine Frau am Fenster eines brennenden Hauses. Kommentar aus dem Off: "Für diese schwangere Frau geht es um Sekunden. Nur der Sprung in die Tiefe kann sie retten." Harter Schnitt. Es folgt ein Filmausschnitt aus einer Überwachungskamera mit Blick in die offene Kasse eines Supermarktes: "Diese Kassiererin stiehlt. Videokameras haben sie überführt." Dann wieder harter Schnitt auf eine Gruppe von drei Menschen bei einem Auto: "Mordanschlag. Die Kamera hält alles fest. Ein Polizist filmt seine eigenen Killer." Der Sprecher erscheint im Bild und erklärt, daß ein Polizist in Westtexas seine Kamera nicht nur für Familienaufnahmen und Erinnerungsbilder, sondern als "Waffe für Recht und Ordnung benutzt" hat: "Er hat seine Kamera im Auto installiert und alle seine Kontrollen gefilmt. Vor Gericht benutzte er dann die Videobänder als Beweismittel, bis das Unfaßbare geschah. Darry Landword hat seine eigene Ermordung gefilmt." Während der Erläuterung sieht man auf einem Bildschirm einen Ausschnitt aus diesem Video. Die Studiokamera fährt auf den Bildschirm zu und blendet sich in das Video ein, und zwar in den Beginn der Tötungsszene. Dann gibt es eine kurze Wiederholung, die den Polizisten bei der Personenkontrolle kurz vor seiner Ermordung zeigt. Die Authentizität des Videos als Dokument wird durch das eingeblendete Datum "Jan.22.91 PM 6:40" belegt. (Links oben im Bild ist das Senderlogo "RTL".) Der Polizist ist auf deutsch zu hören: "In ihrem Wagen riecht es nach

Marihuana. Ich möchte ihren Wagen durchsuchen. Ich hoffe, Sie haben nichts dagegen." Danach übernimmt die Ehefrau des ermordeten Polizisten die Funktion des Kommentators, sie redet von ihrem Mann und verwendet dessen Vornamen. Die Ehefrau verschwindet im Off. Die Zuschauer sehen wieder das Video und die Durchsuchung des Autos. Ein Kollege des Ermordeten ("Deputy Don Welch") erscheint im Bild, rutscht ins Off und begründet, warum solch eine Videokamera nützlich ist, während das Video weiterläuft. Es erscheint dann wieder die Ehefrau, die von einem "wunderbaren" Gespräch mit dem Ermordeten über dessen Arbeit berichtet.

Bei diesen Überlagerungen von Kommentatoren und Videodokument übersieht man als Zuschauer, daß das eingeblendete Datum mittlerweile auf "Jan.23.91 AM 1:23" gesprungen ist, also mehr oder anderes Videomaterial zur Dokumentation der Ermordung eingesetzt wurde.

Während der Kollege seine Wahrnehmungen erläutert, gehen zwei Männer auf den Polizisten los. Dabei verschwindet die Gruppe aus dem Blickfeld der Kamera. Daß man die Ermordung nicht sieht, wird u.a. auch durch den harten Schnitt auf den kommentierenden Kollegen dramaturgisch aufgefangen. Weil der Videofilm des ermordeten Polizisten nichts mehr bringt, wird jetzt die Ankunft des Polizeikollegen detailliert gezeigt und dann wieder mit dem Bildmaterial des Videofilms aus dem Polizeiauto gemischt.

Nach diesem Schema geht die Dokumentation auch zu Ende, u.a. mit der legitimierenden Aussage eines Sheriffs: "Wenn es das Videoband nicht gegeben hätte, wäre das Verbrechen an Darry vermutlich niemals aufgeklärt worden." Dabei wird der "Angriff" auf den Polizisten noch einmal gezeigt. Danach schildert der Beitrag einen zweiten Fall, bei dem ein anderer Polizist in der gleich Situation wie vorher auf Menschen schießt. Man sieht die Schießerei und zwei leblose Körper. Der Schlußkommentar kommt von der Ehefrau des ermordeten Polizisten. Sie bewältigt ihren Schmerz mit dem Sinn, den der Tod ihres Mannes hat. Indem er seine Ermordung aufzeichnete, rettete er das Leben anderer Polizisten, die aus diesem Videodokument etwas für ihren eigenen Schutz lernten.

Danach geht es mit "Augenzeuge Video" und dem Fall der Schwangeren im brennenden Haus weiter. Das Muster bleibt gleich: private Videos, Kommentare von Menschen aus dem Umfeld der Unglücks und der Opfer. Die Ereignisdokumente werden durch ergänzendes Bildmaterial gestreckt.

Exemplarisch zeigt sich am Auftakt des neuen TV-Genres "Reality-TV" auch, wie sich das vertraute Fernsehen auflöst.

Dominierende Zuschauer

Nicht mehr die professionelle Groß- und Studioproduktion prägt das Genre, sondern die Zuschauer und ihr Alltagsleben. Der Gedanke, daß die in neuen Formen aktiven Zuschauer letztlich die Medien prägen und gestalten, entspricht so gar nicht der vertrauten Vorstellung von machtlosen und passiven Rezipienten, die emotional

und sogar nachahmend die Medienbotschaften reproduzieren. Mit der Entwicklung vom Angebotsfernsehen zum Abnehmerfernsehen sind jedoch nicht nur die Einschaltquoten der Fernsehzuschauer wesentlich. Auch die dabei entstehenden Genres sind von den Zuschauern und ihrem Alltag abhängig. So werden Zuschauer als Videoamateure und mit der Videokamera an neuen Nachrichten-Genres beteiligt, und zwar als Profis des Alltagslebens, die ihre Videokamera auf alles mit Nachrichtenwert halten. Paul Virilio (1992, S. 17) hat diese Produktionsweise mit Hilfe der Rezipienten als Denkmodell bei CNN, dem amerikanischen Nachrichtenkanal, ausgemacht. Diskutiert wurde, die Fernsehzuschauer mit Amateurvideoausrüstung als potentielle Mitarbeiter vor Ort zu gewinnen. Man dachte bei CNN an eine Million: Das sind "eine Million Zeugen, die uns [d.h. CNN] Bilder liefern können, aus denen wir nur noch die Auswahl treffen müssen".

Diese Vor-Ort-Produktionen brauchen also nur die adäquate redaktionelle Bearbeitung, um in eine Serie zu passen. Sie sind deswegen nie zufällig, weil sie die gewünschte subjektive Perspektive des Alltäglichen repräsentieren. Sie dokumentieren den Alltag als die 'wirkliche Wirklichkeit' des subjektiven Lebens in der entwickelten, und das heißt auf die Konsumenten gerichteten Industriegesellschaft. An der Serie bleiben die Zuschauer hängen, bekommen die Bilder, die sie im Alltag aufregen, fesseln, abstoßen und die zudem den Alltag seriell strukturieren. Emotional aufregend sind diese Alltagsdokumente nicht nur wegen der Extremsituationen: ermordet, verschüttet, verprügelt werden, im brennenden Haus, im Krieg ... Mann oder Frau sehen jedoch aus größter Distanz; sie sind über die Aufnahme- und Sendetechnologie und -organisation grundsätzlich von den Ereignissen abgetrennt und abgeschirmt.

Neue Grenzlinien und neue Funktionen

Gleichzeitig drängen sich die Zuschauer in die distanzlose Nähe, sozusagen direkt in die Eingeweide anderer Menschen und in deren intime Lebensvorgänge. In der öffentlichen Diskussion wird die Veränderung in der Beziehung von Zuschauern und berichteten Ereignissen mit Schlagzeilen thematisiert wie "Holocaust live. Wie Kriegsoffer noch einmal entwürdigt werden" (Frankfurter Rundschau vom 21.9.1993); "'Hinrichtungsjournalismus der modernen Art'. Oder: Mit welchen Methoden die SAT1-Sendung 'Einspruch' arbeitet" (Frankfurter Rundschau vom 27.9.1993); "Der fernsehtaugliche Delinquent. In den USA wird heftig darüber diskutiert, ob TV-Filme Hinrichtungen live zeigen dürfen" (Süddeutsche Zeitung vom 17.2.1994). Ob es um homosexuelle Prostitution, Kriegsoffer in Sarajewo oder um Hinrichtungen von Menschen geht, nicht die Menschen, Sachverhalte und Ereignisse leiten den jeweiligen Bericht, sondern die emotionale Funktion des Berichts für die Zuschauer.

Die genrespezifische Beziehung von Alltagsereignissen, heftigen Emotionen und die Veränderung von Intimitäts- und Peinlichkeitsgrenzen bei Reality-TV schieben den Zuschauern eine dominante Rolle zu, und zwar nicht nur die des gehätschelten

Publikums "in der ersten Reihe", sondern die des virtuellen Produzenten. Massenkommunikation mit ihrer Aufteilung in ein rezipierendes Massenpublikum einerseits und in industrielle Medienproduktion und Vermarktung andererseits verändert sich zur Zeit in einem ersten Schritt weg vom Produzenten- hin zum Konsumentenmarkt. Damit veraltet das Modell des öffentlich-rechtlichen Rundfunks, das mit der BBC begann und das ein verantwortetes Gesamtprogramm mit ausgewogenem Verhältnis von Unterhaltung, Information und Bildung für das gesamte Publikum anstrebte. Es veraltet ebenso die Hoffnung der Aufklärung, die Menschen würden sich mit der Orientierung an den Sachverhalten und Ereignissen wie sie sind und nicht wegen deren emotionalen Qualitäten aus ihrer Verstrickung in Vorurteile, Halbwissen und diffuse Ängste befreien. Die Veränderung verläuft in kleinen und meist unauffälligen Schritten; es verschieben sich die vertrauten Genres, Programmdramaturgie und Alltagssituationen verändern sich. Dabei mutieren auch ihre angestammten Funktionen.

Vor den Amateurvideos als Teil des Genre "Eyewitness" / "Augenzeugen", wie z.B. das von der brutalen Mißhandlung eines Farbigen (Rodney King) durch die Streifenpolizisten in Los Angeles, das zu bürgerkriegsähnlichen Kämpfen führte, gab es den bekannten Amateurfilm von der Ermordung Präsident Kennedys⁴. In diesem Amateurfilm kam schon vor dreißig Jahren ein wesentliches Darstellungsprinzip von Reality-TV zu tragen: daß die Alltagsperspektive der Menschen die Medienproduktion leitet. So fehlt u.a. die große dramaturgische Geste des Profifernsehens und des Kinos. Walter Benjamin (1936 / 1981) würde heute vielleicht statt von der großen Geste von der "Aura" sprechen, die jetzt zu fehlen beginnt. Statt dessen dominiert der alltägliche Blick: trivial und banal auf 'human interests' gerichtet. Die prinzipielle Langeweile dieser Dramaturgie wird durch viel Emotion kompensiert, die mit dem Sicherheitsabstand des Bildschirms und der Kamera auch gefahrlos möglich ist.

Soziale und dingliche Außenwelt - subjektive Innenwelt

Die Veränderung von Nachrichten und Reportage als Genre und als Herangehensweise an Ereignisse, Sachverhalte und Menschen provoziert zu Recht eine öffentliche Diskussion und Auseinandersetzung, auch wenn man sich klar machen muß, daß es sich nur um die Veränderung von Genres handelt, die - und das ist entscheidend - als dynamisches Moment in die kulturelle Entwicklungslinie der Veränderung von Subjektivität als einer Beziehung von Außenwelt und Innenwelt⁵ der

4 Vgl. dazu Joachim Kürten (1992) und die Beschreibung der Ermordung Kennedys aus der Sicht des Amateurfilmers in der Süddeutschen Zeitung, 21./22./23.5.1994.

5 Vgl. dazu Hans Mayers "Grundposition" (1986, S. 19ff.), die die Beziehung von Subjekt, Literatur und Wirklichkeit als Beziehung von "Innenwelt und Außenwelt" beschreibt.

Menschen paßt. Die Beziehung von Außenwelt und Innenwelt ist immer symbolisch vermittelt. Die symbolische Vermittlung läuft heute zunehmend mehr und prägender über die industriell hergestellten, auf Wiederholbarkeit und Verfügbarkeit ausgerichteten Medien.

Diese kulturelle Linie der symbolischen Vermittlung von Außenwelt und Innenwelt, in der sich Subjektivität und Wirklichkeit konstituieren, gewinnt die Veränderungsdynamik unter anderem, indem sich die vertraute Grenze von Nähe und Distanz, Aktivität und Passivität verschiebt. Auch Genres greifen hier modifizierend oder treibend ein. Greift z.B. Berichterstattung über die Nachrichten hinaus und verbindet sich mit Erzählweisen des Thrillers, des Krimis, der Abenteuergeschichte, dann verändert dieser neue Nachrichtentyp auch die kulturell definierte Trennungslinie zwischen Öffentlichkeit und Privatheit, zwischen Nähe und Distanz zu sozialen Ereignissen und er intensiviert emotionale Prozesse der Rezipienten. Mit ein wenig mediengeschichtlicher Distanz zeigt sich jedoch auch, daß es sich um langsame und langwierige Veränderungen mit vielen Stufen und Stadien handelt. Dem Reality-TV geht Eduard Zimmermanns "AktENZEICHEN XY" voraus, das den heutigen Erwachsenen schon als Kindern Angst einjagte. Dazu gehören auch die neuen Sagen vom Typ "Die Spinne in der Yucca-Palme", die Rolf Wilhelm Brednich (1990) gesammelt hat. Sie bemühen Formen des Erfahrungsberichtes und der Wirklichkeitsbestätigung, um z.B. die Ängste vor Fremdem ("Rocker als Anhalter", S. 31), vor dem gefährlichen Straßenverkehr ("Kopfloser Motorradfahrer", S. 36) mitteilbar und symbolisch verfügbar zu machen.

Diese Entwicklung ist möglich, weil sich gleichzeitig das Konzept von Wirklichkeit verändert. Es geht nicht nur um Sachverhalte und Ereignisse, nicht nur um die ihnen entsprechenden Darstellungsformen (Bericht, Schilderung, Reportage, Feature), sondern auch, und das ist aktuell wichtig, um die Erlebnisse und Erlebnisweisen der Rezipienten, die sich im Moment um so mehr emotional betroffen, aufgeregt, verängstigt usw. fühlen, als die schrecklichen Ereignisse 'wirklich' wirklich erscheinen.

1.2 Menschen und Medien - Kommunikation und Technologie überlagern sich

In der Beziehung von Menschen und Medien, wie sie sich mit der Medienkommunikation in den sechziger und siebziger Jahren herausgebildet hat, verbindet und überlagert sich die Logik des sinnvollen, alltäglichen Handelns mit der Logik der Technologie. Sinn und Bedeutung des Alltags sind für die Mensch-Medien-Beziehung ebenso maßgeblich wie die Logik der Technologie. Technologie und sinnvolles alltägliches Handeln verändern in ihrer Überlagerung nun wiederum das Verhältnis der Menschen zu sich selber und zu ihrer sozialen Wirklichkeit. Gerade neue Genres wie Reality-TV legen deshalb nahe, sich das gesamte Feld genauer anzusehen, in das die Beziehung der Menschen zu den Medien eingebunden ist. In der allgemeinsten Form greifen Medien in das Verhältnis von subjektiver Innenwelt

und sozialer und dinglicher Außenwelt der Menschen ein und sind Teil oder Folge dieses Verhältnisses. Für unsere Welt ist es selbstverständlich, daß die Menschen mit Technologien im Alltag umgehen.

Wie für alltägliche Zusammenhängen typisch, bleibt unreflektiert, wie diese Mensch-Medien-Beziehung beschaffen und wie sie entstanden ist. Unverstanden bleibt gerade auch, daß Medien in die menschliche Möglichkeit integriert sind, zu kommunizieren, die Welt zu deuten und Sinnperspektiven zu entwickeln. Technologie und Kommunikation sind in der konsumorientierten Industriegesellschaft zudem an den Alltag der Menschen gebunden, den sich die Menschen als ihre Lebenswelt gestalten, in dem sie ihre Sinnperspektiven entwerfen. Ebenso sind Technologie und Kommunikation Teil der für die Menschen jeweils vorfindlichen Welt und als Teil der von ihnen gestalteten Welt kulturelle Phänomene, die sich in kulturhistorisch zu beschreibenden Linien entwickeln.

Was Gestalten in einer technologischen Welt der Medien heißt, was Sinnperspektiven in einer seriellen Welt der Medienerfahrungen sind, wie Medien zur Kommunikationsbedingung werden, welche Subjektivität an der neuen Grenzlinie zwischen innen und außen, zwischen öffentlichem und privatem Raum entsteht, - das sind Fragen, die sich nur hermeneutisch, also sowohl in der Perspektive der kulturhistorischen Entwicklung, als auch in der Lebensperspektive der konkreten Menschen und ihrer Lebensgestaltung entdecken und verstehen lassen. Kultur ist als Voraussetzung für und Ergebnis der Lebensgestaltung zu bedenken, die sich der Medien bedient. Menschen handeln auch mit und in bezug auf Medien sinnvoll in der gestalteten Lebenswelt, deren Kern der individuelle Alltag ist. Kommunikation und Medien des Alltags sind zudem in die technologische Organisation der Welt eingepaßt und sind deren treibende technologische Kraft. 'Lebensgestaltung', 'Alltag' und 'Technologie' sind deshalb theoretische Angelpunkte, um die Beziehung von Kultur und Subjektivität zu erkunden.

Medien als Teil der technologischen Entwicklung verstellen leicht den Blick auf die Menschen und ihren Alltag, weil sie sich zum ökonomischen Entwicklungsfaktor der Industriegesellschaft aufschwingen, einer Gesellschaft, die sich über die Ökonomie vergleichbar mit dem definiert, was früher die Funktion von Religionen ausmachte. Die Medientheorie hatte es lange Zeit schwer, die Menschen und ihre Kommunikation angemessen zu beschreiben; zu sehr drängten sich die Medien in den Vordergrund der alltäglichen und der wissenschaftlichen Reflexion.

Medientheorien

Medien sind dominant, weil sie sich mit der Entdeckung des Telegrafen und in der Tradition des Buches und der Zeitung zum sichtbaren Teil von Kommunikation mauserten. Indem sich Medien industriell herstellen und dann im Alltag konsumieren lassen, garantieren sie die arbeitsteilige Zerlegung von Kommunikation. Von Kommunikation erlebbar bleibt dann nur der technisch herstellbare, vergegenständlichte Teil - die Medien -, um den sich auch in der Theorie lange alles drehte. Um

diese theoretische Verzerrung auszugleichen, richtet sich deshalb nun das Augenmerk auf die Menschen, wie sie in der Industriegesellschaft handeln. Die Menschen handeln in der Sinnerspektive, die sie in ihrem Lebenslauf und ihrer Lebenswelt entwickeln. Theoretisch gesehen, ist sinnvolles Handeln, das Medien einschließt, keine Frage von Ursache und Wirkung⁶, wie das die Medienforschung, z.B. der vierziger und fünfziger Jahre unterstellte. Sprachlich hat dieses Wirkungsdenken Harold D. Lasswell mit dem bekannten Satz gefaßt (1948, S. 37): "Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?"⁷ Damals sollte das jeweils Neue im Leben der Menschen erkundet werden. Gleichzeitig war die Absicht wichtig, die Menschen mit Medien von einer zentrale Stelle direkt und erfolgsorientiert zu beeinflussen. An Lasswells Veröffentlichungen "The Strategy of Soviet Propaganda" (1951), "The Analysis of Political Behaviour" (1947) läßt sich diese Beeinflussungsabsicht auch ablesen. Mit der zunehmenden Zahl konkurrierender Medien stand dann, und zwar bis heute, die Frage nach Einschaltquoten und der Häufigkeit der Mediennutzung im Vordergrund. Es ist immer noch eine Wirkungsfrage⁸, jetzt primär der Werbewirtschaft, und eine Sache der Konkurrenz zwischen den Medienproduzenten. Parallel dazu begann die Untersuchung der Integration von Medien ins alltägliche Leben; z.B. welchen Einfluß die Ehepartner aufeinander haben, wenn es um Fernsehen geht (z.B. McDonald 1985); wie sich das Familiensystem verändert, wenn Videorecorder (z.B. Lindlof u.a. 1988) oder mehr Fernsehkanäle hinzukommen (z.B. Hurrelmann 1988); wie verschiedene Typen von Familien verschiedener Länder auf Darstellungen der Familien im Fernsehen reagieren (Halloran, Linne 1988). Theoretische Bedeutung bekamen zwei Modelle, die mit der Normalität und Selbstverständlichkeit des Fernsehens Ende der sechziger Jahre diskutiert wurden: der Uses-and-Gratifications-Approach⁹ und das Modell des sinnvollen sozialen Handelns (Teichert 1972, 1973). Die "Uses-and-Gratifications-Theory" will die Art und Weise verstehen, wie Seher und Hörer in die Massenkommunikation involviert sind. Statt sie als "passive Opfer" ("passive victims"; Blumer 1980, S. 202) zu betrachten, geht es statt dessen um die "eigenen Erfahrungen und Perspektiven der individuellen Nutzer" ("The individual user's own experience and perspective"; Blumler 1980, S. 202). Diese Forschung bzw. Theorie fragt nach der Einbettung der Mediennutzung und deren Wirkung auf die individuelle soziale Situation der Nutzer, deren individuelle Dispositionen, Fähigkeiten und

6 Klaus Merten (1974) hat diese Aussage methodologisch eingeordnet.

7 Etwas später formuliert Harold D. Lasswell (1952, S. 12): "Someone says something somehow to someone with some effect." Oder als Frage: "Who, says what, how, to whom, with what effect?"

8 Einen Überblick zur "Diskussion um die Wirkung von Medien" und deren Defizite geben Rainer Winter und Roland Eckert (1990, S. 9ff.), im Rahmen ihres medien- und kulturhistorischen Ansatzes.

9 Der sog. "Nutzen-Ansatz" wurde formuliert von Jay G. Blumler, Elihu Katz (1974), Jay G. Blumler (1980), Karsten Renckstorff (1973).

Muster des Medienkonsums.¹⁰ Umgangssprachlich formuliert, geht es dabei um die gegenläufige Frage, was die Menschen mit den Medien und die Medien mit den Menschen machen. In der Denkweise der interaktionistischen Handlungstheorie stellt sich die Frage, wie denn die Menschen zu anderen und zu sich selber symbolisch in Beziehung treten, wenn sie in einer Welt technischer Medien leben.

Das aktuelle Verhältnis der Menschen und der Medien muß man weiter ausgreifend beschreiben, weil die Menschen jetzt mehr an aktiven Gestaltungsleistungen in einer mediendominierten Welt zugeschoben bekommen. Dies ist gerade auch eine Folge des riesigen Medienmarktes, der sich an den Mediennutzern orientiert. Dahinter steht wiederum der Trend in der Industriegesellschaft, zunehmend mehr Lebensbereiche und Lebensfunktionen 'industriell abzudecken' und in die Logik der Technologie einzubeziehen. Mit Rundfunk und Fernsehen wird Kommunikation, Verständigung, Orientierung - allgemein formuliert - symbolische Vermittlung technologisiert.

Medien und Lebensstile

Dazu gibt es sowohl unauffällige als auch provozierende Entwicklungsschritte. Neben der breit diskutierten Veränderung des traditionellen Berichts und der Nachrichten, Stichwort: Reality-TV, überlagern sich Medien und Lebensstile. Obwohl sich hier eine grundlegende kulturelle Veränderung anbahnt, provoziert das nur dann eine öffentliche Diskussion, wenn dabei Grenzüberschreitungen, insbesondere mit Gewalt- und Sexdarstellungen, einhergehen. Harmlos kommt die Überlagerung von Medien und Lebensstilen in der Form des Fan-Clubs daher, z.B. für "Raumschiff Enterprise" ("Star Trek") ("Brigitte", Heft 6, 1994, S. 120):

"Zum 30. Jubiläum der Fernseh-Serie 'Raumschiff Enterprise' veranstalten die Fans zwei Riesenkongresse

Längst ist die TV-Serie 'Raumschiff Enterprise' zum Kult geworden - wie die Werbespots mit Klementine oder Spülhand-Tilly. Rund zehnmals wurden die Space-Abenteuer von Captain Kirk und seiner Crew im deutschen Fernsehen ausgestrahlt. Seit Januar läuft die dritte Staffel 'Deep Space Nine'. Aber auch im Alltag ist die Zukunft allgegenwärtig: In 'Star Trek'-Läden können sich die Trekkies, wie sich die Fans nennen, mit intergalaktischen Artikeln eindecken. Im Augsburger Fan-Club kümmert sich 'Captain Dirk Bartholomä' um den deutschen Star-Trek-Nachwuchs, 'alles Leute, die für eine bessere Welt kämpfen - wie die Star-Trek-Besatzung'. Auch in Mannheim hat sich ein Fan-Club ganz auf die Grundidee des amerikanischen Enterprise-Erfinders Gene Roddenberry eingeschworen, der genau vor 30 Jahren seine Star Trek-Idee dem Fernse-

10 Jay G. Blumer (1980, S. 202): "It was further supposed that variations in such orientations [individual user's own experience and perspective] would covary with numerous other communication-relevant factors, such as (a) people's social circumstances and roles, (b) their personality dispositions and capacities, (c) their actual patterns of mass media consumption, and (d) ultimately, the process of effect itself."

hen vorstellte und 'vom Miteinander aller vernunftbegabten Wesen auf friedlicher Basis' träumte. Zum 30. Jubiläum fängt der Enterprise-Kult in Deutschland jetzt so richtig an zu boomen. Vom 1. bis zum 3. April veranstaltet der Augsburger Fan-Club im Münchener Arabella-Hotel 'den größten Star-Trek-Kongreß, den es bisher gegeben hat.' ...

Weniger prägnant in der sozialen Organisationsform bietet der Medienmarkt "Childish attitudes" als sozialen Stil für die "Erwachsenenwelt" an (Jugendmagazin der Süddeutschen Zeitung vom 16.8.1994, S. 14).

"Mit der Kinderspielkamera Pixel (PXL) 2000 von Fisher-Price werden professionelle Filme produziert. 'Gameboys' sind schon längst nicht mehr nur in Kinderhänden wiederzufinden. Candybars sind zu beliebten Treffpunkten im Nachtleben geworden, kichernd laden sich Erwachsene gegenseitig auf Colaflaschen, weiße Mäuse und Mohrenköpfe ein. Auf Flintstone-Partys erscheint man natürlich verkleidet, und steht Schlange für 'Kevin allein in N.Y.', Bart Simpson baumelt an Autoschlüsseln und Walt Disney würde sicher weltberühmt, wenn er es nicht schon wäre."

1.3 Medienkommunikation: Die Menschen integrieren das symbolische Material der Massenkommunikation in ihr sinnvolles Handeln und in ihre Kommunikation

Weil menschliches Handeln, Denken, Fühlen und Kommunizieren immer symbolisch vermittelt sind, weil gleichzeitig die spezifische Art von Subjektivität und die symbolischen Materialien einer Kultur die Formen der Vermittlung bestimmen, entwickelt sich in der Industriegesellschaft eine spezifische Mensch-Medien-Beziehung. Mit dem dominierenden Leitmedium Fernsehen der sechziger bis neunziger Jahre wurden Fernseherlebnisse, Fernsehsymbolik und Rezeptionssituationen von den Menschen als Ausdrucks- und Gestaltungsmittel in ihre sozialen Situationen, ihr Denken, in ihre Phantasien integriert und zur Darstellung ihrer subjektiven Themen verwendet.

Symbolische Vermittlung, deren subjektive Seite "Sinn" und deren objektive Seite "Geist"¹¹ einschließt, ist eine theoretische Einsicht, die gerade George Herbert Mead betonte, um das Spezifische des individuellen Handelns der Menschen der Industriegesellschaft im ersten Drittel des 20. Jahrhunderts zu beschreiben. Die Menschen der nordamerikanischen Gesellschaft begannen, in einer industriellen Konsumgesellschaft zu leben, die den Einzelnen neue Lebensweisen und Handlungsweisen abverlangte. Es war nicht mehr das 'Abverlangen' der autoritären ständischen Gesellschaft, die in Europa immer noch dominierte, sondern die Forderung nach individueller Leistung, um den eigenen sozialen Ort (Alltag und Lebenswelt) und die jeweils adäquate Lebensweise im Alltag und in der eigenen Lebenswelt individuell zu bestimmen. Die Vis-à-vis-Interaktion war für Mead das angemessene Paradigma in der historischen und sozialen Situation des 20. Jahrhun-

11 Dies ist George H. Meads Terminologie (1934 / 1973, S. 81ff.).

derts, um zu beschreiben, wie sich subjektiver Sinn und objektiver Geist (Mead 1973, S. 115ff., S. 157ff.) realisieren. Für die Menschen der konsumorientierten Industriegesellschaft wird die historisch konkrete Ausprägung von symbolischer Vermittlung (das ist die Beziehung von Handeln, Sprache, Kommunikation, Lebensgestaltung, Situationen) zunehmend mehr von den Medien und der Art der Organisation (als industrielle Medienproduktion und individuell konsumierende Nutzung) geprägt, weil sie Teile der symbolischen Vermittlung sind. Die Art der symbolischen Vermittlung - heute Medienkommunikation - und die zugehörigen Medien passen in die allgemein vorfindlichen "symbolischen Formen" (Cassirer 1944 / 1990, Bourdieu 1970 / 1991) der jeweiligen Kultur.

1.4 Medienkultur: Die Menschen gestalten mit dem symbolischen Material der Massenkommunikation ihre Lebenswelt

Handeln und dessen Sinn sind Teil des Alltags. Alltag ist die Art und Weise, wie die Menschen sich tagtäglich und direkt erfahrbar in ihrer Lebenswelt einrichten. Die Lebenswelt bauen sich die Menschen zunehmend mehr mittels industriell produzierter Medien und der ihnen entsprechenden subjektiven Erlebnisse und Handlungsweisen als soziale Interpretationswelt auf¹². Sinn und Handeln werden von der Organisation des Alltags strukturiert. So wird Alltag zur Erlebnisperspektive und zur Lebenswelt, und damit zur prägnanten und wesentlichen Wirklichkeit des heutigen Lebens. In unserer Gesellschaft haben die Menschen die Aufgabe, sich ihren Alltag als individuelle Lebenswelt in Abstimmung mit ihrer sozialen Umgebung, mit den für sie wichtigen Institutionen, mit ihrem jeweiligen Lebensplan und mit den allgemeinen Lebensformen und den symbolischen Formen aufzubauen. Das ist eine theoretische Einsicht, die gerade die Phänomenologie, und hier besonders Alfred Schütz (1932 / 1974), theoretisch gefaßt hat. Alltag als Ereignisse und Situationen, die Bedeutung des Alltags für die Menschen sowie die Strukturen des Alltags machen Kultur aus und werden von Kultur als dem allgemeinen Deutungs- und Handlungsrahmen integriert bzw. werden selber zum allgemeinen Deutungs- und Handlungsrahmen.

Der Alltag der Menschen und die Massenkommunikation sind nun eine Einheit eingegangen, aus der sich ein spezifischer kultureller Typ, die 'Medienkultur', herausbildet. In welcher Richtung sich Kultur in der Überlagerung und Durchdringung mit Medien und Massenkommunikation - das ist die spezifische Form der verbindenden Organisation für Medien, Kommunikation und Handeln der Industriegesellschaft - entwickelt, das haben - mit widersprüchlicher - Schwerpunktsetzung und Bewertung Walter Benjamin (1936) sowie Max Horkheimer und Theodor W. Adorno (1944) noch vor dem Innovationsschub durch das Fernsehen skizziert. Benjamin ging von der "Reproduzierbarkeit" als der bestimmenden

12 Vgl. Lenks Definition von "Handlungen als Interpretationskonstrukte" (1993, S. 169ff.).

Eigenschaft moderner, technischer Medien aus, die massenhaft und prinzipiell von allen nutzbar sind. So fordert der Film eine spezifische Wahrnehmungsweise heraus, die eine subjektbezogene Weltsicht unterstützt. Hilfreich ist dabei insbesondere, daß die Reproduzierbarkeit und Massenhaftigkeit des Films die traditionelle Herrschafts- und Legitimationsfunktionen des feudalen Kunstwerks (Inszenierung und Zurschaustellung von Macht, die Aura des Kunstwerks) verhindert. Horkheimer und Adorno machten dann in den USA der vierziger Jahre die Erfahrung, wie die Reproduzierbarkeit der Medien dazu beitrug, Kultur den Mechanismen der Industrialisierung und Vermarktung zu unterwerfen. Es entstanden Systemstrukturen, die das bekannte Alltagsleben an die industrielle Produktion, an den Markt und seine generelle Logik anpaßten und immer noch anpassen: Individualisierung, Fortsetzung der Arbeit in der Freizeit, die Konsumenten als eine Art Erfüllungshelfen der Produktion. In dieser Spannung zwischen der Überwindung von Herrschaft und Entfremdung, insbesondere durch subjektive Erlebnisweisen und subjektives sinnbezogenes Handeln, und deren Unterwerfung durch die Einbindung in technologische Mechanismen und Ziele stehen auch heute Medienkommunikation und Medienkultur.

Reflexion in den Medien über die Medien und ihre Trends

In der Medienkultur läuft die Reflexion, also die Selbstverständigung der Menschen über ihren allgemeinen Lebensrahmen, über die Medien selber. Wie Medienkommunikation und Medienkultur funktionieren, interessiert die Menschen; sie ist mittlerweile auch Teil unserer kulturellen Diskussion. Aktuell geht es bei dieser Reflexion z.B. um die Veränderung der kulturell definierten Grenzlinie zwischen Nähe und Distanz.

Das "Streiflicht" der Süddeutschen Zeitung (16./ 17.4.1994), sozusagen deren täglicher satirischer Leitartikel, amüsiert sich über die Talk-Show, ein mittlerweile schon recht vertrautes neues Genre, und deren Hang zur Indiskretion. Dazu paßt auch der folgende Cartoon: Beim "TV Talk" fragt die biedere Moderatorin den erschreckten älteren Herrn: "Nun haben wir sie nicht nur als Experten zum Thema Beamtenrecht eingeladen; wir hätten doch auch gern etwas erfahren über ihre sexuellen Phantasien, perversen Neigungen und Abartigkeiten." Das "Streiflicht" zeigt dagegen mehr vom Alltagsritual der Medienkommunikation (nachdem bei einem Unwetter der elektrische Strom ausgefallen war). Hier wird das Verhältnis von Nähe und Distanz angesprochen, das sich in Form von Grenzüberschreitungen ("wirkliche Panik") und Peinlichkeitsschwellen (wie nah geht 'man' heute heran an das Private anderer Menschen, ob sexuelles Verhalten oder Hund des Talk-Masters) verändert:

"Wollen wir uns mal gemeinsam eine richtig gruselige Situation vorstellen, einen Augenblick wirklicher Panik? Ja doch, das gibt es, gerade hinter den Gardinen der Zivilisation lauert der Horror. Ein Beispiel: Wir hatten uns auf ein paar Stunden gemütliches Fernsehgucken eingerichtet, seelisch vor allem, denn es ist die Seele, die Nahrung

braucht in diesen rauen Zeiten. Hans Meisers Talkshow wollten wir sehen ('Meine Mutter ist lesbisch'), auch die des Herrn Fliege ('Vom eigenen Vater mißbraucht'), danach 'Glücksrad' natürlich und unbedingt, spät nachts, den gutlaunigen Gottschalk: Wie würde es seinem bezaubernden Hündchen gehen, würde es womöglich schon wieder ein wenig gewachsen sein? Und jetzt das Grauen. Gerade haben wir die erste Flasche des Roten aus Montepulciano entkorkt, haben Gattin und Kinder neben uns aufs Sofa drapiert, bei heruntergezogenen Rollos. Da. Was ist das? Kein Licht auf dem Schirm. Der Strom ist weg, ohne Warnung, von einer Sekunde auf die andere. ... Im übrigen wäre das Ganze ('Gibt es ein Leben ohne Strom?') echt mal ein Thema für Hans Meiser."

Hier geht es um die aktuellen und neuen Genres des Fernsehens und ihre Präsentationsweise, die für Aufregung beim Zuschauer sorgen soll: Indiskret und mehr als nur hautnah bei anderen Menschen dabeisein; so nah, indiskret und doch geschützt distanziert, wie wir es, ohne Fernsehzuschauer zu sein, nur mit großer Peinlichkeit riskieren oder eher sogar vermeiden würden.

"Wir sehen alles und kriegen nichts mit", ist ein Artikel in der Frauenzeitschrift "Brigitte" (Heft 7, 1994, S. 146-148) überschrieben, der nach der Rolle des Fernsehens für Distanz und Anteilnahme der heute 30jährigen fragt:

"Sterbende Kinder in Jugoslawien, prügelnde Neonazis in Deutschland - die 30jährigen sitzen unbeteiligt vor dem Fernsehen und 'zappen' ins nächste Programm, wenn ihnen die Bilder zu unangenehm werden", "eine Generation von Zuschauern", für die "Erholung" den "Rang eines Menschenrechts erobert" hat.

Auch hier geht es um fernsehspezifische Erlebnisweisen, sozusagen um das Pendant der Distanzlosigkeit von Talk-Show und Reality-TV.

Die aufklärerisch bürgerliche "Zeit" (2.10.1992, S. 61) beschäftigte sich systematisch mit Medien- und Kulturkritik anhand eines Bestsellers von Neil Postman (1985) und dessen Warnung "Wir informieren uns zu Tode", die die kulturelle Veränderung in den eher gängigen Kategorien von Hochkultur versus Banalität, Bücher versus Fernsehen skizziert.

Es wird öffentlich auch differenziert Filmgeschichte und die Geschichte veränderter Erlebnis- und Darstellungsweisen diskutiert, z.B. auf der Fernsehseite der Süddeutschen Zeitung (1.12.1993, S. 19), wenn die Identität des "Dr. Richard Kimble" mit der 75teiligen Erfolgsserie der sechziger Jahre wiederholt wird und als Schlüssel für die amerikanische Identität dieser Zeit verwendet wird:

"... damals, Mitte der Sechziger, hatte das einen Hauch revolutionärer Endgültigkeit: als der Held der Nachkriegszeit, aus den schwarzen Filmen vom Ende der 50iger, serialisiert wurde. ... Die Flucht raubt dem Serienhelden die Identität ... in einem Land, das einen wirklichen Begriff von Heimat nie entwickeln konnte ... Er nimmt, Folge für Folge, die klassischen Formen der amerikanischen Existenz an - Chauffeur, Wanderarbeiter, Mechaniker - und gibt sie jeweils nach kurzer Zeit wieder auf. Er ist der loner der amerikanischen Folklore, der edle Helfer aus dem Märchen, der kommt und nach Erledigung der Aufgabe weiterzieht."

An diesen simplen Beispielen läßt sich der kulturelle Rahmen der Medien und ihrer Vermittlungsfunktion ablesen; wie z.B. Nähe und Distanz organisiert wird, nämlich nicht als individuelle, sondern als kollektive Angelegenheit, wie dabei allgemeine Handlungs- und Erlebnisdispositionen entstehen oder sich verändern, wie ein Lebensgefühl der sechziger Jahre durch eine Serie und nicht nur durch ein einzelnes Werk ausgedrückt wird. Diese reflexive Funktion der Medien gegenüber der Massenkommunikation ist der Grund, warum im folgenden viele Originalzitate aus Medien, insbesondere auch aus Zeitungen, in die systematische Argumentation integriert werden.

1.5 Repräsentations- und Zivilisationsfunktion von Medien - die Beziehung von Darstellungen, Subjektivität und Medien

Mit Hilfe zweier Leitüberlegungen¹³ kann man sich theoretisch dem medienvermittelten sinnvollen Handeln und den Medien als Teil der Alltagswelt annähern.

Medien, insbesondere das aktuelle Leitmedium Fernsehen, sind Spiegel einer Kultur bzw. Gesellschaft: Wie funktioniert dieser Spiegel? Präziser formuliert: Was erscheint in der Medien? Wie repräsentieren sie was? Diese Frage nach der Repräsentationsfunktion von Medien bzw. von Texten, Theaterstücken usw. ist uralte. Mit Hilfe des Begriffs der "Mimesis", der Nachahmung, läßt sich kulturhistorisch nachvollziehen, wie Medien die emotionale und kognitive Innenwelt und die soziale oder dingliche Außenwelt der Menschen repräsentiert haben.

Medien sind in die Entwicklung unserer Kultur integriert: In welcher kulturellen Entwicklungslinie entstehen moderne technische Medien wie Fernsehen? Welche kulturellen Linien werden verstärkt und wie entwickelt sich daraus Medienkultur mit welchen Trends? Im "Zivilisationsprozeß", so der zentrale Begriff in Norbert Elias' kulturhistorischer Theorie (1979), entstehen die modernen technischen Medien und ihre Art der Organisation: Öffentlich verantwortet wie der Rundfunk nach dem BBC-Modell, als fahrende Handwerker wie die ersten Fotografen, als Bücherschreiber in Klöstern. Zunehmend werden die technischen Medien der dynamische, treibende Teil kultureller Entwicklung. Begriffe wie "Medienwelt" oder "Kulturindustrie" (Horkheimer, Adorno 1944 / 1969) benennen dies. Dabei tragen diese 'dynamischen' Medien ihre kulturellen Spuren sozusagen als Erbe aus ihrer Entstehungszeit mit sich.

13 Vgl. Kunczik (1988), der die Theorien zur "Erklärung der Wechselbeziehung zwischen Kultur und Medien" zusammenfaßt (S. 6ff.): (a) "Reflexionsthese": "in einer bestimmten Gesellschaft [schlagen sich] die dominanten Wertvorstellungen oder Leit motive in den Medieninhalten bzw. den kulturellen Produkten" nieder (S. 6). (b) Die Gegenthese, die Kontrollthese (S. 7): "massenmediale Inhalte [prägen] kulturelle Trends". Demnach würde durch "violente Medieninhalte" eine "gewalttätige Gesellschaft geformt". (c) "Die These der sozialen Kontrolle besagt, daß die massenmedialen Produkte einen Beitrag zur Systemstabilisierung liefern", so z.B. die Kritische Theorie (S. 7).

James W. Carey (1988, S. 14ff.) beschreibt das für die amerikanische Kultur, in der zwei alternative Konzepte von Kommunikation mit ursprünglich religiöser Bedeutung aus dem 19. in das 20. Jahrhundert wandern und in hier säkularisierter Form prägend wirken. Es sind einmal der Übermittlungs- und Transportgedanke ("a transmission view of communication") und eine rituelle Betrachtung von Kommunikation ("ritual view of communication", S. 15). Der Übermittlungs- und Transportgedanke, prägend für die Industriegesellschaft und deren Logik der Technologie, hat eine lange kulturelle Entwicklung in sich verdichtet, bis hin zum technischen Organisationsmodell des Telegrafen im 19. Jahrhundert. Grundlegend, so Carey, ist der alte Menschheitstraum, die Geschwindigkeit und den Effekt von Botschaften bei ihrem Weg durch den Raum zu erhöhen (S. 15). Damit realisierten bzw. erhöhten schon die Ägypter ihre Kontrollmöglichkeiten über die Menschen trotz räumlicher Distanz. Den europäischen Entdeckungs- und Eroberungszügen der Neuzeit lagen auch Vorstellungen von Missionstätigkeiten zugrunde, um das "Königreich Gottes" auszuweiten, um gute Bedingungen für die Ausbreitung göttlicher Ideen, ja sogar, um eine Art Himmel auf Erden zu schaffen (S. 16). Zur räumlich physischen Bewegung kam immer die 'frohe Botschaft' hinzu. Der Telegraf half dann auch den alten Allmachts- und Verfügungsgedanken zu realisieren, die räumlich physische Begrenzung hinter sich zu lassen und ohne Zeitverzögerung zu kommunizieren. "Communication was viewed as a process and a technology that would, sometimes for religious purpose, spread, transmit, and disseminate knowledge, ideas, and information farther and faster with the goal of controlling space and people" (S. 17). Mittlerweile braucht die technologisch organisierte Kommunikation keine Begründung mehr. Ihre Allgegenwart und die Verfügbarkeit über Raum und Zeit sind ihre Legitimation. Die Verfügbarkeitslogik generiert jetzt die weitere Entwicklung: noch mehr, noch schneller, noch mehr Beteiligte, noch dichter. Was ist schon ein Brief ohne Fax, ohne Computer, ohne Datennetz, ohne noch mehr Megabytes Speicher! Kino, Fernsehen, Video und jetzt das Display von Nintendo öffnen das "unendliche Fenster" immer weiter, so daß Fenster und Welt eins werden (vgl. Winter, Eckert 1990, S. 70ff.).

Hat sich von der modernen Kommunikationstechnologie das kulturhistorische Erbe der Rituale abgekoppelt?¹⁴ Keinesfalls, die Menschen sind sehr kreativ dabei, neue zu entwickeln. Bei der Familie vor dem Fernsehapparat lohnt sich der Blick auf den, der die Fernbedienung in der Hand hat. (Vermutlich) 'er' hat die Entscheidungsmacht für die Programmischung in der Hand, übt diese Macht integrativ oder provokativ aus, zeigt sie oder verschleiert sie, wehrt Ansprüche ab usw.

14 Carey (1988, S. 19f.) meint, die amerikanische Kommunikationswissenschaft habe keinen Blick für Kommunikationsrituale, was Folge der distanzlosen Fixierung auf individuelles Leben als die eigentliche Wirklichkeit ("paramount reality"), auf puritanische Praxis- und Handlungsorientierung und das Fehlen eines Kulturkonzepts ist, das auch Elemente allgemeiner Gültigkeit einschließt.

1.6 Die Schlüsselbegriffe "Kultur", "Medien" und "Gestaltung"

Kultur und Medien lassen sich gemeinsam theoretisch mit Hilfe des Konzepts der "symbolischen Objektivation" (symbolische Verdichtung, Sedimentierung, Vergegenständlichung) verbinden, weil sich beide Phänomenbereiche in der Ablösung vom einmaligen Ereignis (Interaktion, Arbeit) und von der momentanen Zeit realisieren.

Annäherung an ein Konzept von 'Kultur' als Gestaltung

Kultur ist Gestaltung, und zwar nicht nur symbolische Gestaltung von Texten oder Bildern, sondern auch die Gestaltung sozialer Beziehungen, von Kommunikation und Alltag. "Gestaltung" in den Vordergrund des Nachdenkens über Kultur und Massenkommunikation zu stellen, dabei die Entstehungsdynamik und nicht nur die Produkte in Augenschein zu nehmen, entspricht u.a. der Ausweitung des Kultur- und Kunstkonzepts von Joseph Beuys und seinem "erweiterten Kunstbegriff". Beuys ging es in seiner Kunst darum, mit Alltagsmaterialien, Alltagssituationen und archetypischer Symbolik die Alltagsbeziehungen der Menschen gestaltend zu verändern. Bei seinem Projekt "Stadtverwaltung" lud er z.B. im Zentrum der Stadt Kassel 7000 große Steine ab, stellte zudem 7000 Bäume zur Verfügung und brachte so die Stadt und ihre Verwaltung dazu, sich mit ihrer Stadtgestaltung und auch mit ihrem Verhältnis zur Natur auseinanderzusetzen. Der Gedanke von Kultur als Gestaltung knüpft bei Hoffnungen auf die humane Funktion von Ästhetik und Poesie im 19. Jahrhundert an.

Kulturelle Gestaltungsbereiche: Die Bereiche der Gestaltung lassen sich formal in drei Hauptkategorien gliedern (Stagl 1993, S. 13), in

"*Sachkultur*, d.h. von Menschen zu ihren Zwecken verwendete, bearbeitete und hergestellte Objekte, Werkzeuge und Geräte sowie die Arten und Weisen, mit diesen sachgerecht umzugehen ('Techniken')". Hierzu gehört die Medientechnik, und zwar von den Gerätedesigns bis zur Miniaturisierung der Geräte, die die Mediennutzung in unterschiedlichen Situationen und damit individuelle Nutzungsmuster unterstützt.

"*Symbolkultur*, d.h. Formen des Ausdrucks und der Auslegung der Ordnung und der Sinnhaftigkeit der Welt". Diesem Bereich gehören z.B. neue Genres wie Reality-TV an, die ein neues Verständnis von Wirklichkeit dadurch aufbauen helfen, indem berichtete Ereignisse primär auf die Rezipienten abzielen, also die Medien-Texte von den Rezipienten und erst sekundär von den Ereignissen her konstruiert sind.

"Soziale Kultur, d.h. Formen des Umgangs der Menschen miteinander."¹⁵ In den überschaubaren Bereichen sozialer Kultur haben Medien u.a die Funktion, Umgangsformen zu organisieren, so beispielsweise in der Familien die Nähe und die Distanz oder die Kontrolle von Emotionen der Kinder durch eine Zugangskontrolle zu Sendungen und Genres. In der Makrobetrachtung gibt es die Trennung von Massenpublikum und zentraler Medienproduktion bzw. Medienverteilung.

Geltungsbereiche von Kultur: Kultur läßt sich nach dem Grad ihrer Geltung in "implizite Kultur", Kultur der Lebenspraxis und des Alltags sowie in "Repräsentativkultur" mit "autoritativer Geltung" gliedern (Stagl 1993, S. 14):

Implizite Kultur "besteht aus sehr allgemeinen, tiefverwurzelten, unreflektierten Mustern der Wahrnehmung, des Denkens, des Handelns und der Kommunikation, aufgrund derer die Mitglieder einer Kulturgemeinde in verwandter, miteinander kompatibler Weise mit der Welt umgehen". Ein aktuelles Phänomen ergibt sich aus der Überlagerung von Handlungsstilen, Medien, Situationen, Mythen und Codes. Dies ist eine Folge der Verflechtung von Medien und Konsum mit dem fortschreitenden Trend der Individualisierung. "In der Lebenspraxis entfaltet sich die implizite Kultur" und wird "an unterschiedlichen sozialen Standorten" *explizit*. Durch Alter, Geschlecht, Beruf, Konfession, heute durch Medien, entstehen Subkulturen als "Teil- oder Alltagskulturen", die als Lebensstil oder Milieu erscheinen, die regional, von Personen oder sozialen Gruppe her organisiert werden. Hierzu gehört die Anbindung des umgangssprachlichen Kulturbegriffs an die Subkultur einer Künstler-, Intellektuellen- oder Führungs-Elite.¹⁶

Repräsentativkultur, die die impliziten kulturellen Erscheinungen und die Kultur der Lebenspraxis "überwölbend" und mit "autoritativer Geltung" umfaßt. In diesem Bereich bekommen die Medien der Massenkommunikation bei zunehmender Fragmentierung einer Gesellschaft aufgrund zunehmender Individualisierung eine

15 Die vom Menschen unabhängigen Bereiche und Phänomene der Welt, die seinem "Gestaltungstreben Widerstand entgegensetzen" (Stagl 1993, S. 13) lassen sich im Gegensatz zu Kultur mit der Kategorie der Natur zusammenfassen.

16 Die verschiedenen Facetten von Alltag lassen sich als Gegensätze folgendermaßen ordnen (Hahn 1991, S. 342): (+) Alltag / Festtag, Feiertag; (+) Routine / außergewöhnliche, nicht-routinisierte Gesellschaftsbereiche; (+) Arbeitstag, besonders der Arbeiter / bürgerliche Lebensbereiche, der Menschen, die im Luxus, also eigentlich ohne zu arbeiten, leben; (+) Leben der Masse der Völker / Leben der Hochgestellten und Mächtigen; (+) Ergebnisbereich des täglichen Lebens / 'große' Ereignisse, Haupt- und Staatsaktionen; (+) Privatleben (Familie, Liebe, Kinder) / öffentliches oder berufliches Leben; (+) Sphäre des natürlichen, spontanen, unreflektierten, wahren Erlebens und Denkens / Sphäre des reflektierten, künstlichen, unspontanen, besonders auch des wissenschaftlichen Erlebens und Denkens; (+) Alltag im Sinne von Alltagsbewußtsein: Inbegriff des ideologischen, naiven, undurchdachten und falschen Erlebens und Denkens / richtiges, echtes, wahres Bewußtsein.

Integrationsfunktion, die jedoch nicht als traditionelle Repräsentationskultur funktioniert.

Insgesamt ist bei der kulturellen Entwicklung der Industriegesellschaft davon auszugehen, daß Medien und Massenkommunikation alle drei Bereiche von Kultur (implizite Kultur, Lebenspraxis und Alltag, Kultur mit allgemeinem Geltungsanspruch) beeinflussen und auch prägen. Die Dynamik dazu basiert auf der Durchdringung von Alltag und Medien (s. Teil 4) und der Subjektconstitution in Bilderwelten (s. Teil 5). Zunehmend wird nun der Alltag von den Medien der Massenkommunikation, also von industriell produzierten Texten, Bildern, Hörereignissen geprägt und auch hergestellt.¹⁷

Kommunikationsrelevante Facetten von Kultur: Kultur als Gestaltung schließt die großen symbolischen Leistungen ein, also alles das, was mit Hochkultur gemeint ist. Dazu gibt es jedoch jeweils kulturhistorisch spezifische Typen von Gestaltung, z.B. die des Dichter- und Malergenies des 18. und 19. Jahrhunderts, das sich seiner schöpferischen Identität sicher wird und so eine der Grundlagen für moderne Subjektivität legt.

- In der republikanischen Gesellschaft nach der französischen Revolution muß sich Kultur an Gleichheit und Individualität orientieren. Deshalb ist Kultur Prozeß, Rahmen und Ergebnis der Gestaltung der Menschen, also Reden, Lebensgestaltung, Bücher, Schule, Regeln des Alltagslebens, die Art der Fortbewegung, die Art der Kommunikation und der Medien. Generell gilt für jede Kultur, daß sie immer im Generationenzusammenhang, z.B. von Erziehung, Lernen, Schule, Erbe usw. steht. Die Generation der Kinder lebt mehr oder weniger selbstverständlich in einer vorgegeben Welt, deren Regeln, Gegenstände, Sprache von der Elterngeneration erarbeitet, entwickelt, hergestellt wurde und die die Kinder sich entsprechend dieser Vorgaben oder gegen diese Vorgaben aneignen.
- Kultur schließt weiterhin das Leben in offenen und in definierten sozialen Beziehungen bzw. Institutionen, in einfachen oder komplexen sozialen Systemen ein.
- Zu Kultur gehört auch substantiell etwas Zeichenhaftes, Symbolisches, mit dessen Hilfe sich die Menschen in Institutionen, in Beziehungen und über Generationen hinweg miteinander verständigen und aufeinander bezogen handeln. Mit etwas Zeichenhaftem gelingt es den Menschen mit sich selber, mit anderen und mit der Welt der Dinge und Ereignisse in Beziehung zu treten.
- Gerade in der Industriegesellschaft ist der Alltag der Menschen als ihre Lebenswelt wesentlicher Teil der Kultur, den sich die Menschen als Bezugsrahmen für

17 Beispiele zur sozialen Gestaltung von Familien finden sich in Teil 4 oder bei Michael Charlton und Klaus Neumann (1986), James Lull (1990), Stefan Aufenanger (1985).

Handeln, Kommunikation, Verstehen aufbauen und der bzw. die zunehmend mehr eine Medien- und Bilderwelt wird.

Vorläufige Begriffsbestimmung von 'Medien'

Medien sind symbolische und / oder dingliche Objektivationen (das sind Vergegenständlichungen, Sedimentierungen) innerhalb von Prozessen der Kommunikation und des sinnvollen Handelns (allgemein: Prozesse der Bedeutung, des Verstehens). Medien sind kulturelle Objektivation und als symbolische Objektivation über Handlungszusammenhänge (Kommunikation und Interaktion) unauflöslich in Generationszusammenhänge (z.B. Schule, Familienerziehung) eingebunden.¹⁸

Zur Differenzierung sind folgende Aspekte hilfreich:

- Medien sind symbolische und dingliche Objektivationen der Menschen: ein Wort, der Kathodenstrahl in der Braunschen Röhre und das Bild auf dem Bildschirm, das Buch im Bücherregal, der Fotoapparat, das Bild auf der Leinwand. Die Symbolik der Medien ist an Geräte, d.h. an Präsentationsbedingungen (Farbe auf Leinwand, Filmprojektion, Magnetband, Lasertechnik) gebunden, die je nach Kultur und Gesellschaft höchst unterschiedlich ausfallen. Für die Industriegesellschaft sind die technischen Medien prägend, die Symbolisches technisch reproduzierbar und verfügbar machen. Medien werden in spezifischen, zunehmend mehr in industriellen Zusammenhängen hergestellt und im Alltag rezipiert.
- Mit Medien teilen die Menschen sich selber und anderen etwas mit. Sie erklären, zeigen an, interpretieren, geben Handlungsanweisungen, produzieren Stimmungen, organisieren soziale Beziehungen, legen den Generationszusammenhang fest usw.
- Medien haben wie alle Produkte des Menschen die Möglichkeit, unabhängig von Raum und Zeit zu sein, z.B. der Brief, der sich verschicken läßt und den auch späteren Generationen lesen können.
- Medien sind als symbolische und dingliche Objektivationen an den jeweiligen kulturellen Kontext, an soziale Situationen und die handelnden Menschen 'gebunden'. Sie wirken aber auch strukturierend auf die Menschen, sozialen Situationen und den kulturellen Kontext ein. Für die aktuelle Situation in der entwickelten Industriegesellschaft ist prägend, daß Medien wie andere Güter auch produziert und konsumiert werden.

18 Diese Definition basiert auf der Wissenssoziologie von Peter Berger und Thomas Luckmann (1966).

1.7 Kulturelle Veränderungen in der Folge der Technologisierung von Kommunikation

Kulturelle Veränderungen laufen in eingefahrenen Spuren, die sich aus der Zeitperspektive des Lebenslaufes, also aus der Nahsicht der beteiligten Menschen als kulturhistorische Tiefenstruktur schwer erkennen lassen; weder in ihrer Kontinuität, noch in ihren Sprüngen, Brüchen oder einschneidenden Richtungsänderungen. Um im Bild der Spuren zu bleiben: es gibt Weichenstellungen, an denen sich die vorhandenen Wege anders formieren. Die Kultur der Industriegesellschaft hat sich mit Fernsehen nicht schlagartig verändert. Der Bruch nach dem 2. Weltkrieg zwischen hierarchischer Mangel- und Zuteilungsgesellschaft einerseits und Konsum für möglichst viele andererseits war mit dem Auto wesentlich deutlicher markiert als mit Fernsehen. Was konnte Fernsehen im Europa der fünfziger Jahre schon gewichtig verändern, als es regelmäßig in den Wohnzimmern ankam? Erst war es kaum etwas anderes als Kino zu Hause; die "Tagesschau" erschien als die visualisierte Übertragung der Nachrichten per Zeitung auf den Bildschirm. Unverkennbar war dagegen der Individualisierungs- und Konsumschub, den das Auto prägte, akzeptabel und auch bald alltäglich machte. In dieser kulturhistorischen Spur begann Fernsehen sich jedoch allmählich mit der alten und neuen Sozialstruktur 'Familie' zu verbinden und in Alltagsrituale, Sprache und Deutungsmuster der Menschen einzugehen. Es entstand Medienkommunikation, die mit der Ausweitung des Bildschirms auf immer mehr Lebensbereiche, die weit über das Freizeitvergnügen Fernsehen nach der Arbeit hinausging, zum vorrangigen Kommunikationstyp der Industriegesellschaft wurde.

Zur Zeit trägt und prägt Medienkommunikation die Entwicklung zu einer spezifischen Medienkultur. Diese dynamische Entwicklungsfunktion von Medienkommunikation ist möglich, weil sie in das Subjektivitätsmodell der Industriegesellschaft paßt, das Individualität und Gleichheit verbindet, dazu Alltagsleben und Lebenswelt der Menschen zum zentralen gesellschaftlichen Ort macht. Medienkommunikation integriert die traditionelle Form der Kommunikation - Vis-à-Vis-Interaktion, Sprache und Rituale - mit der Logik und den wesentlichen Formen von Technologie, insbesondere mit industrieller Arbeitsteilung, industrieller Produktion, individuellem Konsum im Alltagsleben. Mit der Medienkommunikation verbinden sich gerade Familienleben, Erziehung, Sozialleben von Kindern, subjektive Themen und Perspektiven der Menschen mit der Produktionsweise der Industriegesellschaft. Industrielle Produktionslogik erfaßte mit der Medienkommunikation einen weiteren Lebensbereich und weitere Lebensfunktionen. Nachdem die Industriegesellschaft mit Arbeitsteilung, Technologie und Zweckrationalität schon Lebensbereiche wie Ernährung oder Bewegung erfaßt und verändert hatte, durchdrangen sich die Aktivitäten der Menschen, für sich und andere Sinn und Bedeutung zu schaffen, mit Massenkommunikation. Massenkommunikation brachte schon mit dem Fernsehen ihre Logik der zweckrationalen Technologisierung in diese Beziehung mit ein.

Die Technologisierungsdynamik der Industriegesellschaft prägt und unterwirft sich mit Fernsehen auch die Kommunikation der Menschen. Die folgende These charakterisieren den Entwicklungstrend der medienvermittelten und technologisch organisierte Kommunikation:

1. These: Medien sind als kulturelle und kommunikative Objektivationen in das Organisationsmodell des Informationstransports eingebunden.

Mit der Technologisierung von Bewegung als Transport entstand auch ein spezifisches Modell von Kommunikation, das sowohl die Organisation von Kommunikation leitet, als auch die Deutung dessen prägt, was Kommunikation in der Industriegesellschaft ist. Organisatorisch wie theoretisch wurden dazu Medien und Kommunikation dem Organisationsmodell des Telegrafens eingepaßt. Das führte zur vertrauten arbeitsteiligen Zerlegung von Kommunikation in die zentrale Produktion, in Distribution und in Rezeption von Medien. Kommunikation konnte diesem Organisationsmodell angepaßt werden bzw. paßt sich diesem an, weil jede Art von Kommunikation auf symbolischen Objektivationen basiert, die sich von der Vis-à-vis-Interaktion und von Situationen ablösen läßt.

Die ersten systematischen Medientheorien von Claude Shannon, Warren Weaver (1949) oder Harold Lasswell (1948) aus den vierziger Jahren verwendeten das Organisationsmodell des Informationstransports, ohne es historisch einzuordnen, und nahmen es für wahr und gegeben hin. Der Gedanke, daß die Logik des Telegrafens, in der sich die zweckrationale Steuerungslogik der Eisenbahn des 19. Jahrhunderts spiegelt, den Phänomenen von Meinungsbildung, Kommunikation usw. wenig angemessen sein könnte, fehlte. Die damals schon bekannten sozialpsychologischen und kommunikationstheoretischen Überlegungen von George H. Mead (1934), Menschen als Subjekte zu verstehen, die auf der Basis gemeinsamer Erfahrungen und Bedeutungen miteinander in Beziehung treten, und die Folgerung, daß dies auch wesentlicher Teil technisch organisierter Kommunikation ist, blieb lang, und in der öffentlichen Diskussion sogar bis heute, ausgeblendet.

2. These: Kommunikation und Konsum verbinden sich.

Mit der Ausweitung der Industrieproduktion setzte sich durch, daß sich alle Produkte konsumieren lassen. Konsum heißt: Möglichst viele Menschen verfügen sowohl auf gleichartige als auch auf sehr individuelle Weise über Produkte. Verfügen bedeutet dabei individuelle Aneignung und individuelles Verbrauchen. Bei den elektronischen Medien, insbesondere beim Fernsehen, war der individuelle Konsum gleichartiger Angebote nahezu von Anfang an selbstverständlich.

Die Verbindung von Individualisierung und Gleichartigkeit ist eine der entscheidenden Leistungen der Industriegesellschaft, die den republikanischen Auftrag der französischen Revolution im Konsum realisiert. Dies steht in Kontroverse mit

der humanistischen Bildungsidee, die auf Subjektivität aufbaut und die über eher mühsames Lernen ein von den Menschen selber verantwortetes und reflektiertes Leben unterstützt, das nicht auf Verfügen und Verbrauchen basiert.

3. These: Die Menschen integrieren Medien, Rezeptionssituationen und Medien-erlebnisse sinnbezogen in ihr Alltagshandeln und ihr Alltagsleben.

Daß Menschen auch mit Medien und in der Form der Medienkommunikation sinnvoll handeln, steht nicht im Gegensatz zur Überlegung, daß Menschen gerade in ihrem sinnvollen Handeln von Massenkommunikation bedroht sind. Die Spannung zwischen sinnvoller Medienkommunikation und der Unterwerfung von Medienkommunikation unter die zur mächtigen Industrie aufgestiegenen Medienproduktion läßt sich nicht simpel auflösen, etwa mit der Verallgemeinerung persönlicher Bildungserfahrungen oder Bildungsnormen, die Fernsehen zum Motor des Kulturverfalls stilisiert. Ebenso wenig begründen vordergründige Pluralismusargumente (z.B. Übertragung des Arguments von der freien Fahrt für freie Bürger) in der Privatisierungsdiskussion zum Fernsehen, warum die Deregulierung der öffentlich-rechtlich verfaßten Rundfunkordnung notwendig oder richtig war.

Mit der Ausbreitung des Fernsehens zum alltäglichen und selbstverständlichen Medium wurde Fernsehen zum Leitmedium der aktuellen Massenkommunikation, das die Menschen in ihr Alltagshandeln und -leben integrieren. Damit ist Fernsehen sowohl in die Dynamik industrieller Produktion als auch in die Dynamik menschlichen Handelns eingebunden. Medienkommunikation verhakt die Logik der zweckrationalen Technologie, die des Marktes und des Konsums mit dem von den Menschen zu schaffenden Sinn ihres Handelns bzw. der Bedeutung, die sie Welt und Mitmenschen geben.

Der individualisierte Konsum vorgefertigter, standardisierter Bilder, Informationen usw. funktioniert nur deshalb, weil die Menschen diese Bilder und Informationen in ihr sinnvolles Handeln und Erleben integrieren. Das setzt jedoch voraus, daß die Menschen ihr Handeln und Erleben auf die spezifische Medienstruktur der bewegten Bilder, die dabei entstehenden Dramaturgien und Genres einstellen. Hier sind noch viele Fragen ungeklärt: Welchen Sinn machen die ins Alltagsleben verwobenen Rezeptionssituationen, die Mediensymbolik, die Medienerlebnisse? Welche Konsequenzen ergeben sich daraus für die Bildungsidee, die schulisches Lehren und Lernen leitet? Wie und mit welchen Konsequenzen verbinden sich Medien, Sprache, Situationen und Handeln? Welche Beziehung von Innenwelt und Außenwelt entstehen mit welcher Art von Subjektivität?

4. These: Subjektivität bildet sich an der Schnittstelle der von Rezipienten und Medienproduktion bewirkten Aktivitätslinien.

In der Beziehung Mensch und Medien entstehen dynamische Bewegungen, die sich aus der Überlagerung von kommunikativer Sinnorientierung und der Logik des Medienmarkts ergeben. Hierbei dominieren drei Funktionszusammenhänge:

Sinnvoll handelnde Rezipienten strukturieren Medienkommunikation: Die tagtägliche Flut der Fernsehbilder in der Flut aller Medien- und Konsumangebote bekommt durch die Rezipienten und die Dynamik ihres alltäglichen Handelns ihre Kanalisierung und inhaltliche Gliederung. Die subjektive Sinnperspektive der Menschen, in der sie in der konsumorientierten Industriegesellschaft ihre Lebensentwicklung und Lebenswelt gestalten können und müssen, ist auch für Medienkommunikation und die sich daraus ergebende Medienkultur fundamental. Die Strukturierung von Medienkommunikation durch die Rezipienten nehmen vermutlich die Medienproduzenten als ebenfalls sinnvoll Handelnde selbstverständlich vorweg. Das führt zur inhaltlichen und dramaturgischen Entsprechung von Medien, Handeln und Erleben. Individuell handelnde Rezipienten integrieren Medien der industriellen Massenkommunikation, die entsprechenden Rezeptionssituationen und ihre Medien-erlebnisse interpretierend in die thematischen Perspektiven ihres Lebenslaufs und in ihre Lebenswelt.

Das konkrete und erfahrbare Sozialsystem des Alltags strukturiert Medienkommunikation: Das konkrete und erfahrbare soziale System, in dem ferngesehen wird, traditionell die Familie, prägt die Integration des Medien- bzw. des Fernseh- oder Filmangebotes in das Alltagsleben. Indes werden die individuell und nach unterschiedlichen Mustern aufgebauten sozialen Gruppen der Gleichen (Peer-group) neben der Familie zunehmend bedeutsamer für Medienkommunikation. So bilden sich Peer-Gruppen, weil sie Medien als Interaktionsanlaß nutzen. Das reicht vom Fan-Club für "Star Trek" bis zu "Streetball", bei dem sich Sport, Disco, Werbung, Codes und Fernsehgenres mischen. Gruppen bleiben durch gemeinsame Medienvorlieben zusammen oder durch Medienanlässe stabil. So treffen sich Jugendliche zu Videosessions oder Freundesgruppen oder Familien bei "Wrestling", einer Sportinszenierung, die es sowohl als Bildschirm-Ereignis als auch als Show-Ereignis in Sporthallen gibt. In Familien und Peer-Gruppen spielen gemeinsame und widersprüchliche Interpretationsmuster im Rahmen der jeweiligen Beziehungsdynamik eine wichtige Rolle. Neben dieser sozialen Dynamik konkreter Sozialgruppen konstituieren die jeweils relevanten Filme und Serien in dem von den Gruppenmitgliedern hergestellten Medien- und Erfahrungs-Set einen spezifischen Bedeutungs- und Interpretationskontext.

Die intertextuelle Verbindung von Medien strukturiert die individuelle Rezeption und Interpretation von Medientexten: Der verflochtene Medienmarkt, die zunehmende Serialität der Medienpräsentation und eine lange Tradition von Darstellungsformen und Erzählmotiven strukturieren Medienproduktion und Sendeschemata.

Durch aufeinander bezogene Produktion und durch verbindende Deutungs- und Handlungsmuster auf seiten der Rezipienten entstehen komplexe Figurationen. Es sind in sich stimmige, zudem flexible, mosaikartige Muster von Medien, Situationen und Handlungs- und Erlebnisweisen.

5. These: Kultur verändert sich medienpezifisch.

Diese mosaikartigen Figurationen von Medien, Situationen und subjektiv thematischen Perspektiven der Menschen prägen das Welt- und Wirklichkeitsverständnis der Menschen und prägen unsere Kultur als Medienkultur. Voraussetzung dafür ist Medienkommunikation, die zur Verbindung von Technologie, Kommunikation und subjektiv thematischen Sinnperspektiven geführt hat. Medienkommunikation und die Umgewichtung vom Medienangebots- zum Medienabnehmermarkt, die zu Genres wie Reality-TV oder dem Boom der Game-Shows führt, greift in die symbolisch vermittelte Beziehung menschlicher Innen- und Außenwelt ein. Dieses Verhältnis des Menschen zu sich und zu seiner sozialen sowie dinglichen Umwelt prägt den für eine Kultur wesentlichen Typ von Persönlichkeit und Subjektivität. Persönlichkeit und Subjektivität konstituieren sich heute auch über die Medien, und zwar über die für sie spezifische Kommunikationsform der Medienkommunikation und die dabei entstehende soziale Wirklichkeit der Alltagswelt als Medienwelt. Das führt zu einer neuen Form der Sinnlichkeit und des Erlebens. Diese Veränderung wird öffentlich und zumeist mit dramatischer Rhetorik als "Leben aus zweiter Hand" oder sogar als Verlust oder "Verschwinden der Wirklichkeit" diskutiert. Zwei Trends erscheinen maßgeblich für Subjektkonstitution und die damit in Gang gesetzte Veränderung der Kultur der Industriegesellschaft in Richtung Medienkultur:

Die scheinbar unzeitgemäße Textform der Mythen verbindet sich mit Informationstechnologie und bildet den gemeinsamen kulturellen Rahmen bei fortschreitender Individualisierung: In unserer nur vordergründig sauberen und nur scheinbar sicheren Welt sind mythische Textformen wieder gefragt. Sie reichen von Rambos Action-Filmen bis zu Reality-TV. Ihre Aufgabe ist es, ergänzend zur sichtbaren Welt des Alltags Horror und Utopie zu erschließen. Sie tun dies mit Vorliebe mit Gewaltdarstellungen. Heute sind innerweltliche Medien wichtig, um die Alltagswelt zu transzendieren, ohne dabei jedoch Hölle und Himmel zu erwähnen. Deshalb treten die Götter auch als Action-Helden auf und erzählen uns Alltagsmenschen ihre Utopien. Reality-TV schildert uns den Gegenpol unserer Alltagswelt als Horror. Die Technologie der bewegten Bilder verbindet sich mit mythischen Deutungs- und Darstellungsformen zu medienpezifischen symbolischen Formen. Gleichzeitig entsteht mit der Informationstechnologie und in der Verbindung von Kybernetik und Sprache eine neue, hochformalisierte Kulturtechnik. Die Entwicklung läuft über die Verbindung von interaktiven Computer- und Bildschirmspielen mit Film und Fernsehen.

Medien werden zum neuen Typ sozialer Wirklichkeit, die nicht mehr auf der Erfahrbarkeit von Ereignissen und Sachverhalten aufbaut:

- Das Verhältnis von Situationen, Sprache und Handeln ändert sich, indem Medien über die Verbindung von Medienkommunikation und Alltag die Funktion der Wirklichkeitskonstitution bekommen. Erkennen läßt sich diese Entwicklung daran, daß sich die Bedeutung von Sachverhalten und Ereignissen für Handlungsorientierung und Deutung reduziert. Zudem wird die individuelle Welt zum Maßstab, indem der eigene Alltag und die eigenen Themen Bezugsfunktion haben. In diese "eigene Welt" fügen die Menschen heute ihre Medienbilder und ihre Medienversatzstücke ein, die für sie die Funktion von Sprache übernehmen. Die Medien unterstützen die individuelle Welt u.a. durch eine erlebnisgeladene Sichtweise der Dinge, die die eigene Person in den Mittelpunkt der Wahrnehmung stellt.

- Gemeinsame, internalisierte und nicht verbalisierte Interpretationsmuster, die in Medien ihr objektives Korrelat haben, ersetzen Kommunikations- und Handlungssituationen als sozialen Bezug. Mit Medienbezügen werden Situationen hergestellt und Beziehungen gestaltet. Kommunikation läuft über die Bilder, die sich Kinder und Jugendliche angeeignet haben. Sie sind der Bezugsrahmen subjektiver Aussagen. Rezipierte Medien verschränken sich mit subjektiven Absichten, Handlungssituationen und individuellen symbolischen Darstellungen. Angeeignete Mediendarstellungen haben die Funktion, den Kommunikationskontext herzustellen. Damit löst sich Kommunikation vom Handlungskontext.

- Perfekte Bilder der Massenkommunikation werten die eigenen sprachlichen, bildnerischen oder gestischen Erklärungen und Darstellungsweisen ab. Die bekannten und vertrauten Handlungsmuster lösen sich ähnlich auf wie die vertraute geschlossene Erzählform. Zwar korrespondieren die subjektiven Phantasien, Ideen und Pläne mit den perfekten Bildern der Medien, sie erscheinen jedoch in Handlungssituationen nur noch als minimalisierte verbale Elemente in einfachen, kurzen, jedoch aktiven Handlungsverläufen. Gerade die Zeitverdichtung, die die Vielzahl der Medien, Kanäle und szenischen Aktionsräume nach sich zieht, unterstützt eine Handlungsdramaturgie sich überlagernder Hektik.

- Individuelle Medienwelten fungieren als Teile sozialer Milieus, die zu einer horizontalen gesellschaftlichen Segmentierung und Fragmentierung beitragen. In Prozessen der Bedeutungskonstitution schaffen sich die Rezipienten individuelle Medien-Arrangements, die mittels alltagsästhetischen Symbolmaterials die Verbindung zu offenen sozialen Szenen ermöglichen. Medien haben - wie viele andere Konsumartikel oder Dienstleistungen auch - die Funktion, alltagsästhetisches Material bereitzustellen, mit denen sich die Menschen ihre Alltagswelt bauen. Deswegen 'wachsen' Medien, Konsumartikel und Dienstleistungen immer mehr zusammen. Gemeinsam liefern sie das kulturelle, symbolische Material für den Alltag, denen die Rezipienten ihre Bedeutung geben. Diese Funktion läßt Medien, Konsumartikel und Dienstleistungen aber auch zum Kern des Handelns, Denkens und Fühlens werden.

2. Teil

Soziale Räume.

Medien, Bedeutungskonstitution und Alltag

Medien sind integraler und heute dynamischer Teil von Kommunikation und Kultur. Mit Medien entstehen in Prozessen der Bedeutungskonstitution alltägliche soziale Räume (z.B. Milieus, Szenen), die die soziale Wirklichkeit prägen. Es ist nicht das Ende der Wirklichkeit, wie behauptet, sondern eher eine medien- und konsumspezifische Form sozialer Wirklichkeit. Gerade die Bildschirmmedien bieten das dominante symbolische Material unserer Kultur, die durch Massenkommunikation ihr System bekommen hat. In diesem Rahmen schaffen die Rezipienten in einem Prozeß der Bedeutungskonstitution ihre sozialen Räume als ihre Alltagswelt¹. Dabei spielen derzeit Medien als Quellen des symbolischen, ästhetischen Materials eine wesentliche Funktion. Sie liefern das symbolische, ästhetische Material, mit dem sich die Menschen Szenen und Milieus als ihre sozialen Räume schaffen, in denen sie sich über Lebensstile aufeinander beziehen.

Das symbolische, alltagsästhetische Material der Medien ist ein Phänomen, das die Idee von abgrenzbaren und eindeutig definierbaren Medien oder von komplexen Medienarrangements auflöst bzw. theoretisch nicht mehr notwendig macht. Um theoretisch die Beziehung von Medien und deren Auflösung in Alltagsästhetik handhabbar zu machen, ist der Begriff der symbolischen Objektivation angebracht. So lassen sich Medien in ihrer Funktion beschreiben und bewerten, wenn man sie als symbolische Objektivationen in der Dynamik von Aneignung und Herstellen definiert. Theoretisch eröffnet dies zudem die Chance, Kommunikation und Kultur auf ein gemeinsames Modell zu beziehen, das das Handeln der Menschen - Herstellen und Aneignen - und die dafür konstitutiven symbolischen Objektivationen in den Funktionsmittelpunkt stellt. Zugleich eröffnet dieses Modell die Chance, die aktuelle kulturelle Entwicklung als eine Dynamik zu verstehen, die mit der medienvermittelten Kommunikation der Menschen und ihren Sinnperspektiven verbunden

1 Alltag als sozialen Raum zu erfahren und entsprechend zu bezeichnen, hat Thomas Leithäuser (1979, S. 95ff.) als Form der Verdinglichung kritisiert. Er beschreibt die "Verräumlichung als Erfahrungsmuster", den "Raum als den Dingen und Menschen äußerliches Ordnungsprinzip" der ein "Modus der ontologischen Verarbeitungsweise der Umwelt durch das Alltagsbewußtsein" ist. Der "abstrakte Raum ist eine Form der Erfahrung von Umwelt, deren Problematisierung dem Alltagsbewußtsein der Individuen entzogen ist" (S. 95f.). Alltag als sozialen Raum zu bezeichnen, geht dagegen von Weltkonstruktion der Menschen aus, zu der immer die Körpererfahrung gehört, auch wenn Alltag eine Angelegenheit von Routinen, Interpretations- und Gestaltungsleistungen der Menschen ist, in die die Medien heute eine Art der Enträumlichung hineintragen. Alltag als sozialer Raum meint die Denk- und Erlebnistradition der Lebenswelt, die in der konsumorientierten Industriegesellschaft von den Menschen als ihr individueller Alltag geschaffen und verantwortet wird.

ist. Worum geht es bei diesem allgemeinen anthropologischen Zugang? Kultur und Kommunikation basiert auf den symbolischen Fähigkeiten der Menschen: Die Menschen stellen mit Hilfe von etwas Zeichenhaftem etwas von sich dar und nehmen Äußerungen anderer auf. Dabei entstehen institutionelle und dingliche Verdichtungen, die Situationen und Menschen überdauern und die als Kultur ihr Leben strukturieren.

Medien entstehen in kulturellen Entwicklungslinien, weil sie sich in die anthropologische Grundfunktion der symbolisch vermittelten Beziehungen der Menschen zu sich selber, zu ihrer sozialen und zu ihrer natürlichen Umwelt einpassen. Verständigung, Wissen, Bewußtsein, Geist, Kommunikation sind wesentliche Formen der symbolischen Vermittlung, die sich jedoch mit der historischen und kulturellen Entwicklung ebenfalls verändern. Selbstverständlich ändern sich damit auch die Konzepte und Begriffe, mit der die relevanten Formen symbolischer Vermittlung beschrieben und erklärt werden.² Mit der Subjektorientierung der europäischen Aufklärung entstehen in der Industriegesellschaft individuelle Lebensformen, die den Menschen Orientierung im Sinne individueller Deutung und Verständigung ermöglichen und auch abverlangen. George Herbert Mead (1934, 1973) hat die für das 20. Jahrhundert typische Form der Deutung als Kommunikation und sinnvolles Handeln erklärt. Auf der Basis der Lebenserfahrung mit bedeutsamen Menschen und deren Ausdrucks- und Mitteilungsformen (signifikante Andere, signifikante Symbole³) entsteht Identität als reflexive Spannung, sozusagen als nach innen verlagerte Kommunikation der Menschen mit sich selber, zwischen einem Identitätskern ("I" / Ich) und der in Kommunikation und Kultur entwickelten symbolischen Identität ("Me" / Selbst). Dazu sind die in einer Kultur vorfindlichen allgemeinen und objektivierten Deutungsweisen ("Geist") und Ausdrucksmittel, insbesondere die Sprache notwendig, die die Menschen sich über die wichtigen, weil bedeutsamen anderen Menschen aneignen.

Diese subjektive Basis von Medien und Massenkommunikation ist der historische Ausgangspunkt für die Verbindung von Medien, Technologie und Öffentlichkeit. Diese Basis theoretisch adäquat zu beschreiben, war und ist nicht einfach, weil die Aufteilung in industrielle Medienproduktion und individuelle Mediennutzung im Alltag den Blick auf die grundlegenden Prozesse symbolischer Vermitt-

-
- 2 So ist z.B. "Geist" eine Kategorie, die in George H. Meads sozialphilosophischer Theorie (1973, S. 81ff.) wichtig ist, um eine Subjekt-Objekt-Beziehung zu fassen, und bei der er sich auf eine lange Denktradition stützen kann, die uns heute jedoch eher fremd ist. Geist ist die allgemeine, sozusagen objektive Seite von Deutung und Handeln, der auf seiten des Subjekts Sinn entspricht.
 - 3 "Signifikante Symbole" sind "Gesten, die einen Sinn haben und daher mehr als bloße Ersatzreize sind". "Sinn ist daher die Entwicklung einer objektiv gegebenen Beziehung zwischen bestimmten Phasen der gesellschaftlichen Handlung; er ist nicht ein psychisches Anhängsel zu dieser Handlung und keine 'Idee' im traditionellen Sinn" (Mead 1973, S. 115).

lung verstellte. Mit Rückgriff auf die Konzepte von Kommunikation und sinnvollem sozialen Handeln, insbesondere auf George H. Mead, wendete sich Medientheorie von den mechanistischen Kausalmodellen weg hin zu Kommunikations- und Handlungsmodellen.⁴ Die theoretische Verbindung von Medien, Kommunikation und sinnvollem Handeln ergibt sich über das Konzept der symbolischen Objektivation. Medien sind symbolische Objektivationen, die in spezifischen Produktionskontexten (z.B. industrielle Produktion oder Mediennutzung der Amateure) in spezifischen Kodifizierungs- und Repräsentationsformen (z.B. als Film, Fernsehen, Video usw.) entstehen. Als symbolische Objektivationen sind Medien Teile der von den Menschen handelnd hergestellten allgemeinen, kulturellen Welt, die sich von Handeln und Interaktion ablösen und eine eigenständige kulturelle Sphäre bilden, die Kommunikation und Handeln trägt und verändert.

2.1 Funktion symbolischer Objektivationen für Kommunikation, Institutionen und Generationsbeziehungen

Objektivationen sind zum einen Ergebnisse und Mittel von Handeln und Kommunikation. Hier liegt der Argumentationsschwerpunkt bei Phänomenen bzw. Konzepten des sinnvollen Handelns, der Bedeutungskonstitution und der Kommunikation. Zum anderen sind Objektivationen auch Ergebnis und Mittel von Kultur, weil sie sich als Produkte menschlichen Handelns und menschlicher Kommunikation vom Handeln ablösen und zu einer eigenen Sphäre verdichten. Diese kulturelle Sphäre der Medien kann entstehen, weil Kommunikation immer - das ist eine anthropologische Konstante mit jeweiliger historischer Konkretisierung - an etwas Materielles gebunden ist. Die Art und Weise, wie die Menschen mit diesem materialen Anteil⁵ bzw. der materialen Voraussetzung von Sinn und Bedeutung umgehen, führt zur gesellschaftlichen und alltäglichen Wirklichkeit, die heute in Form alltäglicher Lebens- und Deutungswelten⁶ von den Menschen als eigene Gestaltungsleistung aufgebaut und verändert wird. Dabei bekommen die Medien zunehmend mehr tragende Funktion, sozusagen als konsumptiv verfügbare sym-

4 In der deutschsprachigen Diskussion mit Schwerpunkt Bildung war Dieter Baacke (1973) wesentlich, für die Medienwissenschaft Will Teichert (1972, 1973) oder Karsten Renckstorf (1973). Einen Überblick zu diesem Paradigmenwechsel aus der Perspektive Ende der siebziger Jahre geben Wolfgang Langenbacher, Georg Räder, Jürgen Weiß (1978). Den Paradigmenwechsel im englischsprachigen Bereich skizziert Jay G. Blumler (1980).

5 Hier ist Hans Ulrich Gumbrechts Argumentation zur "Materialität von Kommunikation" (1988) wichtig.

6 Entscheidend ist hier Alfred Schütz' Konzept von der "Sozialen Welt" (1932 / 1974) und der "Lebenswelt" (1984). Vgl. dazu auch den Überblick von Hans Lenk (1993, S. 172f.), über die "interpretatorische Dimension des Handelns" und der "Handlungen als Interpretationskonstrukte" (S. 169).

bolische Bausteine und als gemeinsame Vorlage und Erläuterung für individuelle Baupläne.

2.1.1 *Das Faßbare und Semiotische von Kommunikation und Handeln - Entwicklungslinien für die Konzepte von Raum und Zeit*

Kommunikation und Handeln ist ohne menschlichen Körper und dessen Sinne nicht zu verwirklichen und auch nicht denkbar. Die daraus zu folgernde Konsequenz ist simpel: Kommunikation, Handeln, Sinn und Bedeutung bedürfen eines materiellen Anteils⁷, von der Schallwelle bis zum Fernsehgerät. Theoretisch gibt es dazu lange schon das am Telegraphen ausgerichtete Modell des Informationstransports, in dessen Mittelpunkt die Herstellbarkeit und die gezielte Weitergabe von Informationen steht (vgl. Gumbrecht 1988, S. 17). Denkt man in den Kategorien des Dinghaften und Materialien, erschließen sich kulturell und individuell bedeutsame Zusammenhänge⁸, die von Implikationen des gedruckten Textes über die Bedeutung von Auge und Ohr zur elektronischen Simulation reichen.⁹

*Soziale Räume*¹⁰

Interessant für diesen theoretischen Weg ist ein Blick auf Anfangsstadien des Fernsehens, die noch nicht die selbstverständliche Verbindung von öffentlichem Programmangebot und individuell privater Nutzung kannte. Mitte der dreißiger Jahre¹¹ gab es im autoritären nationalsozialistischen Staat die ersten Großbildprojektionen für die Olympischen Spiele von 1936 und in der kleineren öffentlichen Form die Fernsehstuben, die in ihrer Anlage dem Kino folgten. Fernsehen gab es zwar auch für den Privatbereich, jedoch nur als Luxusobjekt in einer Gesellschaft, in der individueller Konsum an die Oberschicht gebunden war (Zielinski 1989, S. 169). So erschien die hierarchische Klassenschichtung - das kleinbürgerlich Private gibt es hier nicht - nicht nur in der Nutzungsumgebung und den Fernsehmöbeln, sondern auch in typisch nationalsozialistischen Rauminszenie-

7 Gumbrecht und Pfeiffer (1988) stellen diesen Gedanken von der "Materialität von Kommunikation" in den Mittelpunkt ihrer Untersuchung von Kommunikation.

8 Gumbrecht (1988, S. 17) spricht hier von "möglichen Semantiken von Materialität".

9 Einen breiten Überblick über Zeit und Raum der massenmedialen Kommunikation, z.B. der Mediennutzung, über 'Binnenzeit' der Medien, Periodizität und Zyklen, Wahrnehmung von Raum und Zeit, Entstehung gesellschaftlicher Räume mit Hilfe von Informationstechnologie usw. geben Walter Hömberg und Michael Schmolke (1992). Den dafür wichtigen allgemeinen Bezugsrahmen ("Individual spaces and times in social life") skizziert u.a. David Harvey in "The Condition of Postmodernity" (1989, S. 211ff).

10 Die räumliche Dimension von Texten analysiert Winfried Nöth (1994).

11 Zu den Phasen der Fernsehgeschichte vgl. Hickethier (1991b).

rungen. Das ist auch heute noch nachvollziehbar in den ersten Präsentationen von Fernsehen durch die Reichspost von 1933 (Zielinski 1989, S. 151), die einen linear gegliederten Kultraum mit Dekorationsbäumen und Hakenkreuz auf weißem Stoff zur Markierung eines Altarbereiches herstellt.

Diese Raumin szenierung hat nichts mehr mit unserer Fernsehsituation gemeinsam. Sicher gibt es genug archaische bis faschistische Raumin szenierungen in Filmen; für unserer Leben heute produziert Massenkommunikation jedoch qualitativ andere Raumsituationen. Sie folgen auch nicht mehr dem ersten allgemeinen Fernsehraum der fünfziger Jahre, dem privaten Wohnzimmer der Familie. Um diese qualitative Veränderung der Dimension Raum als Wohnzimmer zum inszenierten Sozialraum - das ist die neue Qualität - zu verstehen, muß man auf das Argument der funktionalen Äquivalenz zurückgreifen. Räume sind heutzutage soziale Lebenswelten (Milieus, Fan-Gruppen), die die Menschen mit Hilfe des standardisierten symbolischen Materials der Massenkommunikation herstellen. Das können heute auch faschistische Räume - eine faschistische Lebenswelt - sein, die jedoch nicht als überhörender, vom Alltagsleben distanzierender Kultraum funktioniert, mit dem Zweck, autoritäre Herrschaft und Terror zu legitimieren. Statt dessen gibt es mythische Handlungs- und Phantasieräume, in denen Bedrohung in Heldenphantasien umgemünzt werden. Die körperlich räumliche Variante setzt beim Gotcha an (vgl. Teil 3). Diese Phantasievariante der faschistischen Lebenswelt wird mit Hilfe des Fantasy-Genres oder mit den Heldenmythen des Action-Genres von den Rezipienten aufgebaut.

Ganz ohne faschistische Ästhetik, vielmehr in der gegensätzlichen Bedeutung alltäglicher Banalität sind Billigtechniken wie der dreidimensionale Dia-Betrachter "View-Master" aus der Zeit vor dem Fernsehen bzw. aus den fünfziger Jahren, der plötzlich Sammelobjekt und beliebig austauschbarer Beziehungskern von Fan-Gruppe ist:

"Die Reise in die 3. Dimension beginnt mit einem kleinen Gerät aus Plastik und ein paar runden Scheiben. Auf den Scheiben sind bunte Dias, die zum Leben erwachen, sobald sie in einen Betrachter gesteckt werden, der den magischen Namen View-Master trägt. Ein Blick durch die zwei Gucklöcher genügt, und die Sehnerven fangen an, das Gehirn zu verzaubern.

Klick: Den Hebel runterdrücken und schon ist der 3D-Effekt da. Es ist wie träumen, ohne zu schlafen. Eine alte Scheibe mit der Aufschrift 'Wunder der Tiefsee' steckt im Gerät. Dreidimensionale Bilder vom Meeresgrund von unglaublicher Schönheit. 'Der Tintenfisch, ein friedliches Ungeheuer' steht unter einer Aufnahme, die so plastisch ist, als wär' man selbst da unten. ...

Jahre lang war der 3D-Klassiker verschollen. Nun liegt der View-Master wieder in Spielzeugläden, lieblos im untersten Regal, ganz versteckt bei den Sachen für die Minderbemittelten. Und wenn einer das Ding für ein paar Mark kaufen will, lächeln die Verkäufer mitleidig. Sie wissen nichts.

Erfunden wurde der View-Master von dem Münchner Wilhelm Gruber, der in den 20er Jahren nach Amerika auswanderte. Durch einen Zufall traf er einen Postkartenvertreter aus Portland, der begeistert war von Grubers dreidimensionalen Photos einer Höhle in

Oregon. Zusammen mit der Firma Saywers Inc. entwickelten sie den View-Master - einen Dia-Betrachter für 3D-Bilder, der 1939 die Sensation auf der Weltausstellung wurde. Bald hingen an jedem Kiosk der Welt die typischen runden Souvenir-Diascheiben mit der Aufschrift '7 more wonders of the world' oder 'Legen Sie die ganze Welt in ihre Hände.' (Jugendmagazin der Süddeutschen Zeitung vom 16.5.1994, S. 14)

Von Ferne und Gleichzeitigkeit zur sozialen Inszenierung

Ob der statisch konstruierten, räumlichen Aura, eines der Bestimmungsmerkmale des frühen Fernsehens, wird ein weiteres Merkmal unwesentlich, das Fernsehen damals vom Filmtheater unterschied. Fernsehen war als "elektrisches Sehen über Distanzen" (Zielinski, S. 130) konzipiert. Im Mittelpunkt stand die Entwicklung eines "Live-Mediums", das Ereignisse gleichzeitig an einem von den Ereignissen abgetrennten Ort repräsentierte. Damit paßte sich Fernsehen direkt in die Logik des Telegraphen und des Radios ein, die den Raum per Informationstransport überwinden.

Überspringt man vergleichend die Entwicklungszeit des Fernsehen, so trifft man 60 Jahre später, also in den neunziger Jahren, einen völlig anderen Typ von Bildschirmmedium, Display-TV ist vielleicht der treffende Ausdruck: kleine Taschencomputer mit Displays verbinden Spiele und Bild-Software mit speziellen sozialen Situationen. Diese Situationen beziehen sich nicht mehr auf eine kultische Aura, sie sind jetzt Werbesituationen für ein Spezialpublikum. So warb 1993 die Firma Sega für ihre Variante des "Gameboy" mit einer Ausstellung in einem Eisenbahnwagen, der von Jugendlichen mit Graffiti besprüht war. Mit Ankündigung und Bericht in den regionalen Zeitungen (Titel: "Kampf ums Überleben in zweidimensionalen Welten") fuhr dieser Wagen die Städte an und bot Jugendlichen Spielmöglichkeiten mit Sega-Software.

"Der Ton macht die Musik. Ein bißchen futuristisch, ein wenig extraterrestrisch spornen synthetische Klänge die überwiegend Zwölf- bis 15jährigen zu Höchstleistungen an. Ein Piepen und Hupen begleitet die Abschüsse außerirdischer Flugobjekte oder die Purzelbäume eines blauen Igels, der in Fachkreisen bekanntermaßen 'Sonic' heißt. Am Hauptbahnhof ist der Wettstreit der Computerspieler ausgebrochen. Auf einem Abstellgleis gleich neben der Bahnpolizei steht am Sonntag ein mit zig Monitoren ausgestatteter Sonderzug. Mit Graffiti bemalt, sticht er ohne weiteres aus der Reihe ankommender Nah- und Fernreisezüge der Bundesbahn heraus und ist als Austragungsort der 'Championship 93' des Hamburger Videospiel-Herstellers Sega nicht zu verfehlen. Während draußen die Sonne scheint, ist es im Inneren des Waggons dunkel. Die Augen der Wettkämpfer haften auf leuchtenden zweidimensionalen Welten. In den Händen halten sie die Steuerung. Ihre schnelle und getimte Bedienung entscheidet über Punktgewinn oder Bestzeit, über imaginären Sieg oder Niederlage." (Augsburger Allgemeine vom 7.6.1993, S. 27)

Parallel dazu löst sich das traditionelle Programmfernsehen auf, das 1933 im Vergleich mit der Programmstruktur des schon entwickelten Radios gerade 'ange-

dacht' wurde. In der Darstellungsweise der ZEIT (Nr. 48, 26.11.1993, S. 14f.) liest sich das in den Schlagzeilen folgendermaßen:

"Im Fernsehen tobt die Marktwirtschaft. ARD und ZDF müssen um ihre Gebühreneinnahmen fürchten - die Zuschauer laufen ihnen davon. Private Sender sichern sich durch steigende Einschaltquoten Werbegelder. Doch wo immer mehr Kanäle konkurrieren, verflacht das Programm zum Einheitsangebot. Die einzige Quote mit Zukunft ist die der Abschalter."

Daneben beschwört die Graphik noch das alte Theoriemodell vom aktiven Sender, dem passiven Empfänger und der Transportbeziehung: Aus einem altmodischen Fernsehmöbel stößt eine Faust auf den Zuschauer zu und würgt ihn. Der Arm ist mit den Namensetiketten von 12 Fernsehsendern gespickt.

Die Auflösung des Programmschemas, sie begann mit der Videokonserve, entspricht der Auflösung des Rezeptionsraumes in diverse soziale Lebenswelten, die sich die Rezipienten als eigene Interpretationsleistung, u.a. per Fernbedienung, zusammengemischen. Das Programmschema löst sich als Bezugsrahmen, ähnlich dem Bezugsraum der Rezeption, auf.

Ein Vierteljahr später diskutiert "Die Zeit" erneut die Veränderung des Fernsehens, weg vom BBC-Modell des differenzierten und verantworteten Gesamtprogramms für ein Massenpublikum, diesmal unter dem Aspekt der Individualisierung. Dazu folgendes Situationsszenario (Die Zeit, Nr.10, 4.3.1994, S.17):

"Gerade heute morgen haben sie den letzten Rest Zahnpasta aus der Tube gequetscht. Am Abend schalten sie den Fernseher ein, und was flimmert da geballt über den Bildschirm? Werbung für Zahnpasta. Zufall? Im Konsumparadies der Zukunft vielleicht nicht mehr. Amerikanische Marktforscher wissen längst, daß eine Zahnpasta durchschnittlich sechs Wochen hält. In der digitalen Welt von morgen hat die Supermarktkasse Ihren Einkauf registriert, als Sie mit ihrer Chipkarte bezahlt haben, und exakt fünfeinhalb Wochen später sorgt ein Computer der Handelskette dafür, daß Sie in Ihrem ganz persönlichen Fernsehprogramm mit entsprechender Werbung überschüttet werden. Zur gleichen Zeit wird Ihr Nachbar vielleicht via Bildschirm daran erinnert, daß sein Auto neue Reifen braucht."

Die Raumsituation wird hier noch recht altmodisch gedacht, letztlich immer noch als das private Familienwohnzimmer der fünfziger und sechziger Jahre. Computer plus Bildschirm schaffen jedoch neue soziale Beziehungszusammenhänge, die auch die körperlichen Räume in ihrer Funktion ablösen und durch primär symbolische Zusammenhänge ersetzen. Konkret läuft das so ab, wie es die Werbung für den Kabelanschluß von Homecomputern nahelegt: alle Heimmedien, Video, Foto, Tonträger sind per CD-Rom verbunden und werden zu einem Gerät. Da sich der Desktop-PC zum Portable miniaturisiert, wird die Mediennutzung zur raumunabhängigen Computer-Display-Aktivität mit interaktiver Software.

Sechzig Jahre früher stand die 'kultische Aura' im Vordergrund der Entwicklung des Fernsehens, die Machtausübung gegenüber dem passiven Zuschauer und zudem die Orientierung an einer Ausweitung des Auges. Diese Ausweitung war im Sinne eines Handwerkszeugs gedacht, das den Raum überwinden hilft. Fernsehen war noch weit vom Gedanken der Reproduzierbarkeit entfernt, also noch volles Live-Medium, bei dem die Repräsentationsfunktion nicht ersetzbar oder veränderbar schien. Die Metaphern dazu waren die Fernsehkamera als Augen und der Bildschirm als Fenster (vgl. Elsner, Müller 1988, S. 394ff.).

Von der repräsentierenden Verfügbarkeit über fernliegende Ereignisse und Sachverhalte ausgehend, entwickelten sich selbstverständliche Erlebnisweisen der Verfügbarkeit und der Integration¹². Der Bildschirm grenzte die Wirklichkeit der Alltagswelt nicht von der Welt der Nachrichten und Reportagen ab: "Der Bildschirm präsentiert sich nicht als eine Grenze zwischen verschiedenen, abgeschlossenen Wirklichkeitsbereichen, sondern lediglich als Binnengrenze innerhalb derselben Wirklichkeitsordnung der Alltagswelt" (Elsner, Müller 1988, S. 398). Obwohl oder gerade weil Fernsehen als Teil der Alltagswirklichkeit erschien und immer noch so erscheint, dominierte dann im Bildungsbereich die grundsätzliche und bewertende Unterscheidung von direkter und vermittelter Erfahrung sowie die Denkfigur vom Fernsehen als Banalisierung und Gefährdung.

Zum privaten Kinoereignis plus der privaten Anteilnahme an wichtigen öffentlichen Ereignissen per Bericht und Nachricht entwickelte sich Fernsehen dann erst in den fünfziger Jahren. Vorlage dazu war die Erfahrung in den USA mit industrieller Produktion und individueller Konsumtion, sichtbar schon 1928 am Titelblatt der Zeitschrift "Television", "The World First Television Journal" (Zielinski, S. 139), auf dem ein bürgerlich-repräsentativ gekleidetes Paar in Theatergarderobe in einem angedeuteten Wohnraum vor dem Fernsehmöbel sitzt, ein Raum, der sich im Hintergrund zu einem Theatersaal öffnet. In die Mitte des Bildes ist ein Foto kopiert, das einen Mann zeigt, der in der Öffentlichkeit vor einer Wand mit Öffnung für das neue Gerät sitzt. Hier sind noch alle kulturellen Entwicklungslinien für die zeitgleiche Bildübertragung offen: öffentlich und / oder privat, fiktional (Theater) und / oder zweckmäßige Information. Entscheidend jedoch war, daß ein Gerät - anfänglich Technik, sehr bald Möbel mit technischem Inhalt - die unabwendbare Voraussetzung für Fernsehen war. In einer konsumorientierten Nachkriegswelt (erste regelmäßige Sendungen in den USA: 1941, in der Bundesrepublik:

12 "Erst die Teilnahme an medialer Kommunikation kann im 20. Jh. für psychische Systeme die Erfahrung vermitteln, Mitglied einer Gesellschaft und nicht Teil - politischer, rechtlicher oder wirtschaftlicher - Handlungszusammenhänge zu sein. Welche anderen Erfahrungen von Vergesellschaftung als Kommunikation könnte es sonst auch in funktional ausdifferenzierten System/Umwelt-Beziehungen noch geben?" Peter Spangenberg (1988, S. 782).

1953) ist es selbstverständlich, daß sich die Menschen ihr eigenes Fernsehgerät ebenso kaufen wie ihr Auto, um nach der Arbeit in der Freizeit zu Hause fernzusehen.

Noch vor allen gesendeten Inhalten ist Fernsehen als Gerät und als Organisation Instrument kultureller Weichenstellung, oder wie es Marshall McLuhan formuliert, ist das Medium primär selber die Botschaft, weil die Art und Weise, wie Medien als kulturelle Werkzeuge der Menschen deren körperlich begrenzte Möglichkeiten ausweiten, sozusagen zum "kulturellen Nährboden" (McLuhan 1968, S. 17) machen. Diese technische Ausweitung körperlicher Möglichkeiten befriedigt "narzistische" Beherrschungsgelüste der Menschen. McLuhan unterscheidet Medien nach ihrer Repräsentationsform und damit auch in ihren Folgen für die Erlebnisweisen der Menschen in "heiße" (Radio, Film, Fotografie) und "kalte" (Telefon, Fernsehen, Karikatur, Sprache) Medien (S. 29ff.). Ein "heißes Medium ist eines, das nur einen Sinn allein erweitert, und zwar bis etwas 'detailreich' ist. Detailreichtum ist der Zustand, viele Daten und Einzelheiten aufzuweisen". "Heiße Medien" fordern von "Publikum" nur "eine geringe Beteiligung oder Vervollständigung". "Kühle" Medien verlangen dagegen in großem Maße persönliche Beteiligung". "Das Telefon ist ein kühles Medium oder ein detailarmes, weil das Ohr nur eine dürftige Summe von Informationen bekommt", die Hörer deshalb um so aktiver das Gehörte in eigenes Denken und Erleben umsetzen müssen.

Diese binäre Gliederung wurde in der weiteren theoretischen Diskussion um die kulturellen und kommunikativen Implikationen von Medien bzw. technischen Innovationen nicht aufgenommen, sicher, weil McLuhan der technologischen Entwicklung von Kommunikation und Kultur die beiden Kategorien "heiß" und "kühl" von außen, also subsumptionslogisch überstülpte.

Die mit "heiß" und "kühl" etikettierte Beziehung von Repräsentation (Medium/Sachverhalte und Ereignisse) und Erleben hatte Walter Benjamin (1936 / 1981) lange vorher in den dreißiger Jahren noch anhand des Films paradigmatisch dargestellt, indem er den Film mit dem Kunstwerk und dessen Herrschaftsfunktion verglich: Die Herrschaftsfunktion des Kunstwerks ergibt sich aus dessen "Aura" (S. 13); das ist die inszenierte Einmaligkeit traditioneller und kultischer Rituale der Herrschaftsinszenierung (S. 17). Dagegen steht dann die Massenhaftigkeit des modernen Mediums Film, die unauflösbar mit der Möglichkeit des Films zur Reproduzierbarkeit verknüpft ist. Massenhaftigkeit und Reproduzierbarkeit haben spezifische Folgen für das Erleben¹³ der Menschen. Eine spezifische Erlebnisform ist die Anteilnahme der Menschen: "Die sehr viel größeren Massen der Anteilnehmenden haben eine veränderte Art des Anteils hervorgebracht" (S. 39). Der Film gaukelt keine vermittlungsfreie Repräsentation vor, sondern entspricht der apparate-

13 Die ist Folge von Walter Benjamins historischer Betrachtungsweise (1981, S. 14): "Innerhalb großer geschichtlicher Zeiträume verändert sich mit der gesamten Daseinsweise der menschlichen Kollektiva auch die Art und Weise der Sinneswahrnehmung."

bezogenen Wirklichkeit der Industriegesellschaft: "So ist die filmische Darstellung der Realität für den heutigen Menschen darum die unvergleichlich bedeutungsvollere, weil sie den apparatfreien Aspekt der Wirklichkeit, den er vom Kunstwerk zu fordern berechtigt, gerade auf Grund ihrer intensiveren Durchdringung mit der Apparatur gewährt" (S. 32), und damit auch ein "fortschrittliches" Verhältnis zur Kunst, "z.B. angesichts eines Chaplin" fördert (S. 33).

Ohne auf kritisch historische Konzepte einzugehen, argumentiert nun Neil Postman in seinen Bestsellern (1993, 1983) ebenfalls hermeneutisch, indem er Medien von ihrem kulturellen und sozialen Kontext her definiert, dabei jedoch die von den Menschen ausgehende Gestaltungsdynamik übersieht:

"Die Technik wird zum Medium, indem sie sich eines bestimmten symbolischen Codes bedient, indem sie ihren Ort in einer bestimmten sozialen Umgebung findet und indem sie in bestimmten ökonomischen und politischen Kontexten Fuß faßt. Mit anderen Worten, die Technik ist bloß eine Maschine; das Medium ist die soziale und intellektuelle Umwelt, die von einer Maschine hervorgebracht wird" (Postman, 1993, S. 106f.).

Mit Medien schaffen Menschen sich ihre soziale Umwelt.¹⁴ Welche soziale Umwelt Fernsehen schafft, versucht Postman dann über die Verbindung von Fotografie und Telegraph und im historischen Vergleich mit dem Buch zu erfassen. Der entscheidene Punkt ist die *Dekontextualisierung von Fakten* (Postman 1993, S. 97). Die "Beziehung zwischen Information und Handeln verflüchtigt" sich und wird "unangreifbar" (S. 88). Mit der Transporttechnik des Telegraphen lösen sich die konkreten räumlichen Beziehungen von Kommunikation und Information auf. Die Ursache dafür ist, was Postman jedoch nicht deutlich macht, die Logik der industriellen Produktion, die in allen Lebensbereichen und Lebensfunktionen diese Zergliederung in zwei Welten erzeugt, die Welt der Produktion und die Welt der Konsumtion. Wichtig ist, daß damit auch spezifische Diskursformen entstehen, die im Falle des Telegraphen die Diskursformen des Buchs verändern.

Postman spricht von "drei Stoßrichtungen": Der Telegraph "verschafft der Belanglosigkeit, der Handlungsunfähigkeit und der Zusammenhanglosigkeit Eingang in den Diskurs" (S. 85). Aus den Lebensthemen der Menschen werden sozusagen "Schlagzeilen - auf Sensationen versessen, bruchstückhaft, unpersönlich" (S. 90). Von hier aus entwickelt sich Fernsehen, das dem "Showbusiness" (S. 105ff.) verpflichtet ist und das auch in seinen bildungsorientierten Programmen kritische Auseinandersetzung behindert, indem es die diskursive, sachbezogene Auseinandersetzung der Zuschauer in systematischen Bezugsrahmen des Denkens verhindert (vgl. S. 180).

Diese Kritik schließt sich also nicht dem auf Integration und Alltäglichkeit aufbauenden Deutungsmuster der fünfziger Jahre an. Trotzdem übersieht Postman in

14 Dies entspricht dem Schütz'schen Argument (1971, 1994) der "Lebenswelt", auf das Berger und Luckmann (1977) in ihrem Buchtitel von der "sozialen Konstruktion der Wirklichkeit" verweisen.

seiner Ideologiekritik die geänderte Funktion von Rezipienten, die heute, und zwar unter den Bedingungen eines breiten und mächtigen Medienmarktes, die zentrale Funktion der Bedeutungskonstitution im Kontext ihrer Lebenswelt zugeordnet bekommen. Wichtig ist Postmans Argument von der Dekontextualisierung der Information, das die neue Art der Wirklichkeitskonstitution zeigt: nicht mehr die Welt der Sachen und Ereignisse gibt den Bezugsrahmen für die Information ab, sondern der Programmrahmen, wie er sich über die Rezipientenentscheidung per Einschaltquote ergibt. Da wird Information dann zum Infotainment, weil Unterhaltung, Abwechslung, Distanzlosigkeit zu einer auf die eigenen Alltagsmuster zugeschnittenen Welt vorrangig werden. Die Reportage hat dann die Aufgabe, voyeuristische Peinlichkeitsschwellen zu überbrücken, so die Reportage in RTL2 über den "Pornomarkt Deutschland" (vom 19.1.1994, Laufzeit 34' 27''), bei der die Aufnahme eines Pornofilms über die Reportagekamera den distanzierten Blick auf Sexszenen ermöglicht, zu denen man oder frau sonst erst in den Porno-Shop gehen müßte. Die kritische Attitüde ist nur noch entlastender Teil voyeuristischer Dama-turgie, ist also keine Angelegenheit eines sach- oder ereignisbezogenen kritischen Reflexionsrahmens und steht damit ganz und gar nicht mehr in der Tradition der Aufklärung.

Begibt man sich hermeneutisch in die Rezipientenperspektive der modernen Menschen, die mit ihren Handlungs- und Erlebnisweisen in der langfristigen industriellen Umgestaltung von Gesellschaft und Kultur assimilierend und verändernd leben, dann zeigt sich, daß Rückkopplung zum wesentlichen Entwicklungsmechanismus wird. So geht Jochen Schulte-Sasse (1988) davon aus, daß die arbeitsteilige Industriegesellschaft mit ihrer prinzipiellen Trennung von Produktion, Distribution und Konsumption grundlegend auf neue, d.h. industrie- und massenadäquate Informationsprozesse angewiesen ist (Schulte-Sasse, S. 430ff.). Dazu überlagert sich die Logik des Informationstransports, konkret die des Telegraphen, mit der menschlichen Kommunikation. Es kommt dabei zur "Synchronisation zweier visueller Sprachen", der "des menschlichen Unbewußten und der der visuellen Telekommunikation" (Schulte-Sasse, S. 433), von der aus die Bereiche der Gesellschaft, die auf die Entscheidungen der Rezipienten angewiesen sind, entsprechend reagieren. Ob Wahlkämpfe oder Kriegsberichterstattung, der Film- und Serienbezug der Werbung, sie beziehen ihre Präsentationsweise aus der Verbindung mythischer Textvorbilder mit strategischen Informationsflüssen. Von den mythischen Texten leitet sich die polare Verbindung von empirischen Erfahrungen mit einem utopischen Gegenpol medialer Phantasien und medialer Konstruktion her. Der positive, utopische Phantasiepol erscheint in einer negativen Variante als Horror, der die Spannung zur empirischen Erfahrung herstellt (vgl. Teil 3). Die Bildsprache der Menschen und ihr Verhältnis zu Sachverhalten, Ereignissen und traditionellen Kulturtechniken verändern sich in der Überlagerung entsprechend: weg von der hohen Bedeutung der sachverhalts- und ereignisbezogenen Wirklichkeit hin zur subjektiven Lebenswelt, die mit dem symbolischen Bilderangebot der Filme und Videos aufgebaut, gedeutet und mitgeteilt wird.

Die Materialität von Kommunikation, wegen des knappen historischen Abstands noch immer schwer zu beschreiben, läßt sich zusammenfassend von der Körpererfahrung und den raumzeitlichen Erlebnisweisen her beschreiben, und zwar als:

- Verbindung von Lebensbereichen in der Lebenswelt, die positiv oder negativ bewertet werden: Fenster zur Welt, Teilhabe, Verfügbarkeit, Banalisierung;
- Abtrennung von passiv werdendem Körper und aktivem Geist (Elsner, Müller 1988, S. 404);
- Überlagerung von Präsentationsweisen der Medien mit den Erlebnis- und Ausdrucksweisen der Menschen;
- Integration von Medien in Kommunikation und Interaktion als parasoziale Interaktion¹⁵, die die Privatheit der Familie mit der öffentlichen Massenkommunikation verknüpft und sich von dort mit anderen Sozialformen wie Fan-Gruppen mischt.
- Die parasoziale Interaktion war und ist der Startpunkt für Medienkommunikation, von der aus dann der Weg offen ist für die unterschiedlichen sozialen Situationen und medialen Inszenierungen. Soziale Situationen und mediale Inszenierungen auf der Basis parasozialer Interaktion und Medienkommunikation sind die sozialen und symbolischen Materialien, sozusagen die Bausteine moderner Lebenswelten, die von den Menschen individuell aufgebaut werden.

Mediale Formen von Zeit: Rituale und Serialität

Es gibt eine zweite Körper- und Erlebnisdimension, die *Zeit*, die sich mit der Massenkommunikation verändert.¹⁶ Sie setzt bei der Einbindung, Fortführung und Entstehung von *Ritualen* an. Dieser zweite wesentliche material-semiotische Bereich von Massenkommunikation löst eine weitere Verschiebung ins ausschließlich zeichenhaft Symbolische aus; weg vom Gerät und seiner räumlich sozialen Situation hin zu symbolischen Strukturen wie Ritualen. Damit gelangt Massenkommunikation über die Gleichartigkeit der Strukturierung von Situationen und Lebensvollzügen vor dem Bildschirm zur seriellen Lebensgestaltung¹⁷, die einer neuen Art von Zeitdimension funktional entspricht.

Damit sind die beiden wesentlichen Erlebnisdimensionen aus dem kulturhistorischen Entwicklungsbogen seit der Renaissance: Raum und Zeit - mit einer neuen sozialen Konstruktionsweise: serielle Konstruktion der Lebenswelt mittels standardisierten symbolischen Medienmaterials - verknüpft.

15 Das Konzept stammt von Donald Horton, R. Richard Wohl (1956), vgl. Klemens Hippel (1992), Michael Charlton (1993, S. 13), Hans J. Wulff (1992b).

16 Zur "Zeitstruktur im Fernsehen" vgl. J. Bleicher (1991), K. Hickethier (1991c), E. Mohn (1991).

17 Darauf verweist auch Mikos (1994b).

Serialität beginnt beim Fernsehen mit dem sich wöchentlich wiederholenden Programmschema und zeigt sich zunehmend mehr in Form von Serien. Seriell ist nahezu alles beim Fernsehen, von Tagesschau und der Werbung bis zu Soap Operas und Game-Shows. Serialität entspricht der Logik der Industrieproduktion und dem Konsum der angebotenen Waren. Auf diese grundlegende Logik - "Kulturindustrie" - haben Horkheimer und Adorno (1944/ 1969) hingewiesen. Serialität des Fernsehens als dem Leitmedium der Massenkommunikation entspricht aber ebenso der wesentlichen Gestaltungsaufgabe der Menschen in der konsumorientierten Industriegesellschaft, Alltag und Lebenswelt individuell aufzubauen und zu gestalten: Serialität schafft Ordnung und Zuverlässigkeit für die zur ständigen Interpretation und Reinterpretation gezwungenen Rezipienten. Diese Ordnung beginnt mit einfacher zeitlicher Regelmäßigkeit - der Serie - und führt im alltäglichen Handeln dann zu komplizierten sozialen Formen wie Ritualen.

Rituale entwickeln sich heute unmittelbar aus der parasozialen Interaktion 'Medium-Mensch', sie sind mit Beginn des Nachkriegsprogramms vorstrukturiert. Die neueren Beispiele kennen wir alle aus unserem Alltag: Wer in der Familie die Fernbedienung in der Hand hat, hat die Entscheidung über die nächste Stunde Familienprogramm und hat damit eine spezifische Stellung im Familiensystem. Rituale sind "symbolisch durchgeformte Routinen der Grenzüberschreitung" (Soeffner 1988b, S. 544) zwischen individuellen Erfahrungs- und Lebensbereichen. Rituale sind in die individuelle Lebensgeschichte ('bin ich schon alt genug, um das Spätprogramm zu sehen') sowie in die Geschichte und Tradition eines Sozialsystems wie die Gleichaltrigengruppe oder die Familie eingebettet ('alt genug für den eigenen Fernsehapparat', Distanzregulierung durch mehrere Geräte usw.). Mit fortschreitender Individualisierung sind jedoch weitere spezifische Rituale notwendig, die Gemeinsamkeit vermitteln und zugleich strukturieren. Es sind verallgemeinerte soziale Deutungs- und Handlungsformen, deren Zweck jedoch nicht in der Auflösung von Subjektivität liegt, sondern die vielmehr den subjektiv zu gestaltenden Alltag übergreifend strukturieren. Ein wichtiges Mittel der Ritualisierung ist das Serielle im Fernsehen, das bei hoher Gleichartigkeit hilft, individuelle Erfahrungsbereiche zu überwinden, um dabei Individualität in Form individueller Thementausrichtung der Rezipienten und individueller Nutzungsmuster (vgl. Hasebrink, Krotz 1992, 1993) zu unterstützen.

Soeffner (1988b, S. 543) beschreibt zwei aktuelle Ritualisierungsformen: eine Art "ritualisierten Antiritualismus" und einen "inflationistischen" Gebrauch überkommener Rituale (S. 519, S. 543). Sie entwickeln sich aus einer der "herausragenden kollektiven Sinnfiguren gegenwärtiger Selbst- und Weltbedeutungen", "die gesellschaftliche Orientierung der Individuen an einer erfüllten, sich selbst tragenden Subjektivität" bemisst. Individualität wird primär als "in sich ruhend" gesehen, als "Selbsterfüllung der Individuen", der eine "funktionale, arbeitsteilig organisierte, regelhaft agierende Arbeits- und Verwaltungswelt" als öffentliche und von Systemzwängen beherrschte gesellschaftliche Welt entgegensteht (S. 543). Massen-Rituale, die nicht in der Erbfolge autoritärer Massensteuerung durch uniforme, militärähn-

liche Großveranstaltungen und auratische Kulte stehen, haben nun die Aufgabe, die "gefährliche Kluft zwischen subjektiv-persönlichem und kollektivem Sinn" (Soeffner, S. 544) zu schließen. Prototyp ist die Menschenkette, die sich ohne militärische oder Vereinsstrukturen scheinbar aus dem Nichts situativ für einen moralischen Anlaß bildet, die von den Teilnehmern als gestaltete und spontane Vis-à-vis-Interaktionssituation erlebt wird und die dann abends auf dem Bildschirm als Ganzes und Kollektivereignis wahrnehmbar wird (Soeffner, S. 545). Der Fernsehbericht mit den isolierten Rezipienten vor dem Bildschirm ermöglicht dann in der Form der parasozialen Interaktion ein Gemeinschaftserlebnis. Die Fernsehserie beginnt mit der parasozialen Interaktion (= Mensch-Medien-Beziehung analog zur sozialen Interaktion), in der die Rezipienten sich aus dem gleichartigen Medienangebot die für ihre Themen relevanten Figuren, Erzählelemente usw. als Phantasiematerial oder als symbolisches Material für Interaktionssituationen heraussuchen und verwenden.

Lothar Mikos (1994b) hat diese Mechanismen für Serien wie "Dallas", "Denver-Clan", die "Schwarzwaldklinik" und "Lindenstraße" als Verbindung von Rezeptions- und Alltagsgegenwart mit subjektiver Gestaltungsaktivität in Richtung Lebenszukunft ("Es wird dein Leben!") beschrieben. Die Zuschauer setzen die Serien - auf der Basis der erworbenen Kompetenz mit Aufbau, Motiven und Figuren - intertextuell zu anderen Medienfiguren, Medienerzählungen oder anderen dramaturgischen Elementen in Beziehung. Dabei oder danach verbinden die Zuschauer sie mit der eigenen Lebenssituation, der sozialen Umwelt, den eigenen Wünschen, Träumen, Ärger, Beschwerlichkeiten, Themen usw. Elemente von Serien werden sozusagen zu Bezugselementen für Träume, Wünsche, Identität, soziale Beziehungen, nachdem sie sich die Zuschauer auf der Basis der eigenen Fernseh- und Medienkompetenz, die seriell vorstrukturiert ist, subjektiv angeeignet haben. Das trifft singular für alle filmischen Erzählungen zu. Wichtig ist, daß sich Serien mit dem Lebenslauf der Menschen mischen, genauer, daß die Rezipienten sie aus ihrer alltäglichen Vergangenheit als Deutungs- und Projektionsmaterial in die Gegenwart und damit in ihre Lebensperspektive hineinnehmen. So entsteht eine neue Art der Zeitdimension. Diese neue Zeitdimension beginnt also mit der Tages- und Wochengliederung mittels Serien und Sendeplätzen und wird zum Zeitstrom, indem sich Alltag mit dem Erzählverlauf, der Entwicklung oder Wiederholung von Situationen verbindet. Interpretation und Reinterpretation in den Linien der Serie und im Kontext des Lebens (sozusagen im Kontext des interpretierenden Mit-lebens) entsprechen der Zeitdimension des Lebenslaufes. Die Serie hat so gesehen wenig mit der traditionellen Vorstellung von einem Werk, also dem vom Autoren erschaffenen Kunstwerk "mit einem überschaubaren Anfang und Ende und einer dramaturgisch gestalteten Zeit zwischen Anfang und Ende" (Hickethier 1991a, S. 9) zu tun. Der "sinnstiftende kulturelle Prozeß" läuft über die Zuschauer, die ihr "Serienwissen" aus vergangenen Folgen "akkumulieren und mit der Erwartung leben, daß das Geschehen in die Zukunft hinein noch verlängert wird", obwohl die

einzelne Folge noch dem traditionellen Gestaltungsschema mit verantwortlichen und schöpferischen Autoren entspricht (Hickethier 1991a, S. 9).

Die Serie ist das dramaturgische Element des Fernsehens, das konsequent der selbstverständlichen seriellen Anlage des Programms entspricht. Fernsehen ist die "große Erzählmaschine, die aus sich heraus ständig neue Varianten des Erzählens und immer schon Erzählten produziert". Dabei transformiert es das Immergleiche in eine neue Dimension (Hickethier 1991a, S. 14), erzeugt so eine verlässliche Zeitstruktur, die einen funktionalen Teil der Lebenswelt der Menschen ausmacht.

Wie die Menschen ihren Alltag mit seriellen Ereignissen fokussierend herstellen (hier ist eher das traditionelle Bild des Raumes maßgeblich), zeigen die vielen Varianten von Fan-Clubs (z.B. zu "Star-Trek", der Nostalgie-Fan-Club zum "View-Master") oder kurzlebige und flexible Varianten wie Medienparties, z.B. "Beavis-and-Butt-head-Parties", über die die Süddeutsche Zeitung (16.5.1994, S. 15) schreibt:

"Beavis and Butt-head, mißratene Protagonisten eines MTV-Cartoons, werden kultisch verehrt.

Es ist schon eine Zumutung, was MTV seinen Kunden bisweilen serviert - und wäre am Ende nicht noch dieser tätowierte Frauenrücken erschienen, die allnachmittägliche Video-Stunde wäre mal wieder eine einzige Katastrophe gewesen für Beavis und Butt-head: kein Blut, keine Explosionen, keine nackten Mädels. Statt dessen 'Wusses' wie der Balladier John Cougar-Mellencamp oder, noch schlimmer, 'Drama Club Chicks' wie die Chanteuse Björk, für die sie denn auch lediglich die Diagnose übrig haben: 'This chick has a beer-belly.' So aber sind sie zumindest halbwegs wieder versöhnt mit ihrem Bildschirm. Denn ein Tattoo gehört für Beavis und Butt-head zu den coolsten Dingen unter Gottes Sonne. 'I wish was born with one', seufzt Beavis.

Spätestens nach dieser Bemerkung tobt der Saal, und Beifall rauscht durch die bedenklich volle Kneipe in München-Milbertshofen, wo sich das lokale Szene-Volk zur großen 'Beavis-and-Butt-head-Party' versammelt hat. Gleich ein halbes Dutzend Folgen der MTV-Reihe 'Beavis and Butt-head' sind dort auf der Groß-Leinwand zu besichtigen. Jeder Grunzer wird mit Freudenpfeifen bedacht, bei jedem wirren Blick setzt kollektives Gejohle ein. Natürlich stimmt auch der Umsatz, weshalb man die Massen-Gaudi möglichst bald wiederholen will: 'Die Jungs sind der Hit.'

In anderen Städten sind Beavis-and-Butt-head-Feten bereits fester Bestandteil der Veranstaltungskalender. Die beiden videoglotzenden Cartoon-Figuren sind die neuen TV-Lieblinge der Nation. Ihre dämlichen Visagen prangen auf T-Shirts, Tassen und anderem Gebrauchsgut, selbstgeschnittene Video-Kollektionen erzielen Wucherpreise. Das dreckige Lachen, mit dem sie notorisch ihr Treiben begleiten, echot landplagenartig durch die Republik; und wer noch immer anproblematisiert und ausdiskutiert, kann einpacken: Beavis und Butt-head unterteilen die Welt und die Dinge in genau zwei Kategorien - 'This is cool' und 'This sucks'. ...

Tatsächlich wirken Beavis und Butt-head wie monströse Karikaturen der gelackten Kleiderständer, die sonst das TV-Programm beherrschen, inklusive und insbesondere MTV selber. Im Grunde stellen sie all das in Frage, was der Sender den Jugendlichen seit über zehn Jahren einzutrichterern versucht: daß die Welt ein schöner Ort ist, an dem schöne Menschen schöne Dinge tun. Andererseits führen sie auch nur das vor, was die

Folge dieses massiven Glücksterrors sein kann: die wachsende Überzeugung, daß genau das Gegenteil der Fall sein muß. So sind die beiden ein MTV-Produkt im doppelten Wortsinn. Um so erstaunlicher, daß man sie gewähren läßt."

Mit derartigen Ereignissen lösen sich die uns vertrauten Ordnungs- und Erlebnis-kategorien von Raum und Zeit vom material Faßbaren und Körperlichen ebenso ab, wie vom vertrauten Bild der Wirklichkeit als der gültigen und verlässlichen Ordnung der Dinge und Ereignisse. Auf diese Entwicklung hat in den fünfziger Jahren Günther Anders lange vor der Formel von der Postmoderne mit seiner Metapher von der "Welt als Phantom und Matrize" hingewiesen: Die Wirklichkeit der Dinge und Ereignisse bekommt eine neue Qualität. Die Wirklichkeit wird zur symbolischen Struktur des Fernsehens und seiner Nachfolger, die unsere Erlebnisweise prägen. Günther Anders dachte darüber nach, was denn für die Weltwahrnehmung der Menschen passiert, wenn die konsumierbaren Bilder und Geschichten im Alltagsleben zu dominieren beginnen. Der Mensch in seiner vom Humanismus der Renaissance und dem Vernunftgebrauch der Aufklärung geprägten Identität wird von der industriellen Welt überholt und zur Antiquität degradiert. Das bekannte Verhältnis von Wirklichkeit und Abbild (symbolische Repräsentation der Wirklichkeit) verdreht sich. Das Symbolische bekommt den Charakter und die Funktion von Wirklichkeit. Weil "die Welt ins Haus geliefert wird", wird sie alltäglich bieder, weil verfügbar. "Quelle dieser Verbiederung" ist ein demokratisch inszeniertes "Universum", hergestellt durch Medienmarkt und Konsum ("Verbiederung und Warencharakter"). Allgemeiner gedacht heißt das, es machen sich Banalität und Trivialität als Folge der Alltagsorientierung breit. Sie werden zum ästhetischen Maßstab und darüber zum Maßstab des Erlebens.

Raum und Zeit - als Erlebnisweisen - sind Konstruktionselemente der individuellen Lebenswelten, deren Bezugsrahmen der jeweilige Alltag der Menschen ist. Raum ist nicht mehr dem "Haus" oder dem Weltgebäude" vergleichbar, Zeit nicht mehr der Weltzeit des Sonnen- oder Jahreslaufs. Die Zeit ist zwar immer noch sequentieller Ablauf, der sich zusätzlich zur mechanischen Zeitgliederung der Uhr und ihrer Tages- und Wochengliederung in Arbeit / Freizeit durch sequentielle Verläufe der Massenkommunikation strukturiert. Hier ist gerade die Serie prägend. Es kommt im Fernsehprogramm jedoch ständige etwas Neues hinzu, was sich an so banalen Ereignissen wie Trailern (filmische Programmvorschau) ablesen läßt. In den privaten TV-Programmen nehmen die Trailer bald 10% der Sendezeit ein. Ereignisse wie einschaltquotenverdächtige Filme oder Serien werden zu Fixpunkten des Programmverlaufs, auf die sich das Programm per Programmwerbung fokussiert. Das entspricht der Logik der Count-Down-Zeit, bei der individuelle, jedoch herausragende Ereignisse, vom Raketenstart bis zum Fußball- oder Eishockey-Spiel, ihre eigene Zeit bekommen. Raum wird zum sozialen Erlebnisraum, für deren Konstruktion Massenkommunikation das symbolische Identifikationsmaterial, z.B. die Anlässe für Fan-Clubs, oder Modelle liefert. Eines der Modelle ist die Werbung. Werbung verknüpft Programm und Sehzeit direkt mit Alltagshandeln und

unterschiedlichen Lebensfunktionen, die sich in Zielen oder Aktivitäten wie Einkaufen, Schönheit, Haushalt, Reisen, Spielen, Sicherheit realisieren.

2.1.2 Objektivationen und soziale Wirklichkeit - das Realitätskonzept der phänomenologischen Wissenstheorie¹⁸

Menschen können denken, deuten, mitteilen, gestalten, weil sie Erfahrungen, Gefühle, Wünsche, Themen mit Hilfe von etwas symbolisch Zeichenhaftem verdichten und vergegenständlichen, also objektivieren können. Nahezu alles kann symbolisch zeichenhafte Bedeutung aufgeladen oder angelagert bekommen: Wörter, schriftliche Texte, Filme, Software-Programme, Autos, Messer und Gabel usw. Mit diesem Gedanken - und er ist entscheidend für das Konzept der Herstellung und Aneignung von Objektivationen¹⁹ - ist die Unterscheidung zwischen etwas Materielem einerseits und symbolisch Zeichenhaftem andererseits unwesentlich, weil die Menschen sowohl in Vis-à-vis-Interaktionssituationen als auch in arbeitsteilig getrennten Situationen (typisch für die Industriegesellschaft) und durch die Generationen hinweg über die Herstellung und Aneignung von Objektivationen miteinander in Beziehung treten.

In der Industriegesellschaft liegt es nun auf der Hand, symbolisch-zeichenhafte Objektivationen industriell herzustellen. Davor gab es schon Erfahrungen mit dem Buchdruck oder dem Prägen von Medaillen. Die Produktion mittels Maschinen legte nahe, auch Medien technisch-maschinell herzustellen. Sie bleiben dennoch symbolische Objektivationen, ebenso wie die Objektivationen aus vor-schriftlichen Zeiten oder den Zeiten ohne industrielle Produktion, auch wenn sie heute komplizierter und komplexer sind oder so erscheinen. Auch sie müssen von Menschen hergestellt und angeeignet werden. Für Herstellung wie Aneignung symbolischer Objektivationen gibt es kulturelle Linien, in die Medien eingepaßt produziert werden und in die sie wiederum die Menschen einpassen.

Dazu der Blick auf die Vorläufer des immer noch recht neuen Genres Reality-TV, die Fernsehnachrichten, die von Anfang an ein wesentliches Show-Element beinhalteten. Vorrangig war die Präsentation durch einen Moderator, der mehr war als der Nachrichtensprecher des Hörfunks oder der unsichtbare Redakteur oder Korrespondent der Zeitung. Zwar bleiben die Fernsehnachrichten Teil des "Fensters zur Welt"; dramaturgische Elemente der Show, Attraktivität für die Zuschauer und Inszenierung des Berichtswerten schoben sich mehr und mehr in den Vordergrund. Eduard Zimmermanns "Aktenzeichen XY - ungelöst", ein Markstein in der Entwicklung des Genres Fernsehnachricht, griff in diesem Sinne das Bedrohliche des Alltagslebens auf und verband Polizeibericht mit dem Genre des Krimi. Soll

¹⁸ Wichtig sind hierzu Alfred Schütz (1971a) und Peter Berger, Thomas Luckmann (1970).

¹⁹ Zum Begriff der Objektivation vgl. Berger, Peter L., Thomas Luckmann (1970); George H. Mead (1934 /1973); Rainald Merkert (1982).

der betuliche Bericht interessanter sein, muß eben der Reportageteil nach dem Muster des Action-Genres verstärkt werden. Zudem geht die Kamera in ihrer Augenfunktion dichter an das wirkliche Leben heran und gibt vor, allgegenwärtig live dabei zu sein. Die Verbindung von Live-Reportage und Action ergibt dann Reality-TV. Integriert man zudem die lange Tradition der Horror- und Höllendarstellung, so kommt man zur Diskussion wie in den USA, ob Hinrichtungen im Fernsehen live gezeigt werden dürfen (Süddeutsche Zeitung vom 17.2.1994, S. 16). Verzichtet man auf das Genre Action, führt das zur Dramaturgie von CNN - Cable News Network, des Spartensenders, der nur Nachrichten bringt, wobei Schnelligkeit des Berichtens und die Kamera vor Ort entscheidend sind, um bei attraktiven Ereignissen mit Nähe zur Hölle wie Kriegeröffnung, Katastrophen, Revolutionen usw. dabei zu sein.

Als hergestellte symbolische Objektivation unterscheidet sich ein aktuelles Fernsehgenre nicht prinzipiell von archaischen Formen, z.B. der Glaskugel oder den Tarotkarten der Wahrsagerei. Die Glaskugel ist in eine Vis-à-vis-Interaktionssituation eingebunden, die die beteiligten Personen aus der Alltagsroutine heraus und zu tieferen Erlebnisschichten - Phantasien, Lebensplänen, Lebensthemen - führen soll. Die Glaskugel wird als wenig strukturierter Konzentrationspunkt angeboten, in den die Menschen ihre inneren Bilder nach außen projizieren und dann über Bildbeschreibungen versprachlichen. In der Kugel verdichten sich sinnlich erlebbar Phantasiebilder als symbolische Leistung derjenigen, die die Zukunft vorausgesagt bekommen wollen. Die sprachlichen Verdichtungen, insbesondere die der Wahrsagerin, bringen Phantasiebilder in eine reflexive Form. Ordnet die Wahrsagerin die Vielzahl der Bildprojektionen und deren Versprachlichung, dann entstehen theorieartige Verdichtungen. Sie lassen sich über Traditionsprozesse der Erfahrungsvermittlung dann in die Medienform, z.B. die der Tarotkarten, bringen. Die Tarotkarten objektivieren mittels Figurenkonstellationen Erfahrungen vieler Generationen mit typischen Beziehungen von Lebensthemen, sozialen und Weltkonstellationen, die wiederum als Projektionsmaterial für Phantasieprozesse dienen.

Im archaischen Fall der symbolischen Objektivationen Glaskugel / Phantasiebilder / Sprache gibt es zwar unterschiedliche Funktionen des symbolischen Materials, die jedoch nicht vergleichbar sind mit der Funktionsaufteilung der medienvermittelten Massenkommunikation in Produktion und Rezeption. Die aktuelle Form der Massenkommunikation als Abnehmermarkt schiebt bei einem Genre wie Reality-TV den Rezipienten die buchstäblich entscheidende Funktion zu, ob ein solches Genre überhaupt entsteht und wie lange es am Markt bleibt. Der Aneignungsprozeß verläuft jedoch auch in den Strukturierungslinien des Genres. Diese ergeben sich für Nachrichtensendungen und Reality-TV im wesentlichen aus der Beziehung von fiktionalen und realistischen Gewaltdarstellungen, so das Ergebnis einer Studie des

Instituts Jugend Film Fernsehen.²⁰ So wird über *Krieg* insbesondere in den öffentlich-rechtlichen Nachrichten (50 % der Beiträge) und Magazinen (ein Viertel der Beiträge) berichtet. *Verbrechen* stehen in Reality-TV-Sendungen und in Informationsmagazinen im Vordergrund (nahezu die Hälfte der Beiträge). Hier wieder teilen sich Raub und Mord mit je 25% die Darstellungsplätze. *Unfälle* stehen im Reality-TV an 2. Stelle der Präsentationshäufigkeit (24% der Beiträge). *Katastrophen* machen etwa 10% der Nachrichtenbeiträge und 7% der Beiträge in Informationsmagazinen aus. Der Kontext von Krieg, Verbrechen, Unfällen und Katastrophen ist in Nachrichten und Magazinen an politische und gesellschaftliche Ereignisse gekoppelt, im Reality-TV dominieren Ereignisse im Leben individueller Menschen. Die dramaturgische Einbettung des Gewaltgeschehens läßt sich in drei Dimensionen gliedern: "Gewaltverhältnisse" (Täter, Opfer, Gewaltmittel), "Verstehenskontext" (Ursache, Motive, Verständnisrahmen), "Inszenierung" der Präsentation (Bild- und Tongestaltung, Sprache). Dargestellt "wird vorrangig physisches Gewaltgeschehen und die Leiden der Opfer"; "Kinder sind häufig als Opfer zu sehen". Sendungen bieten den Rezipienten kaum "Erklärungszusammenhänge" und stellen gerade im Reality-TV "Gewalt als allgegenwärtige Bedrohung dar". Täter bleiben anonym. Für die Dramaturgie sind die dominierenden Bilder entscheidend, die "Tod und Verletzung" drastisch zeigen. Reality-TV inszeniert "reales Gewaltgeschehen" fiktional. Dabei ist die persönliche Weltsicht vorrangig, die Alltagsroutinen durchbricht.²¹

Das Durchbrechen der Alltagsroutinen und die damit verbundenen Emotionen, die sich aus einer persönlichen Sichtweise ergeben, sind entscheidend. Dazu stellte Jürgen Grimm (1993) fest, daß z.B. Brandwunden eines neunjährigen Jungen, die in Großaufnahme in der Serie "Notruf" gezeigt wurden, zwar unangenehmer, jedoch auch interessanter erlebt werden als weniger extreme Opferstellungen (Grimm 1993, S. 239). Würden diese Bilder aus dem Film geschnitten, verlöre der Bericht an Glaubwürdigkeit. Die heftigen Emotionen gehen mit Einfühlung in die Opfer einher, denen zumindest verbal in der Untersuchungssituation Hilfsbereitschaft der Zuschauer entgegenschlägt. Wichtig sind der lebensweltliche Bezugsrahmen (S. 236) und die thematische Entsprechung von Alltagsleben der Zuschauer und den dargestellten Ereignissen. "Thematisch naheliegende Bereiche" (z.B. Autounfall) stellen die emotionale Verbindung her. Läuft die Verbindung Sendung / Zuschauer über eine andere Beziehungsschiene, z.B. Action, stehen dann auch andere emotionale Mechanismen im Vordergrund, die eben nicht Hilfeleistung nahelegen.

20 Institut Jugend Film Fernsehen (1994). Untersucht wurden Informationssendungen in für Kinder relevanten Sendern (ARD, ZDF, RTL, SAT.1, PRO.7), die zu den für Kinder üblichen Sendezeiten (wochentags und sonntags von 9 bis 21 Uhr, am Freitag und Samstag bis 23 Uhr) liefen.

21 Nachrichten stellen Ereignisse dagegen von einem allgemeinen Standpunkt aus dar, vgl. Jürgen Grimm (1993, S. 236).

Theoretisch ist hierbei wichtig, diesen Aneignungsprozeß nicht nur in das gängige Aktiv-Passiv-Schema einzuordnen. Genredramaturgie und Erlebnisweisen der Rezipienten passen zusammen. Ohne die Alltagsorientierung der Menschen und die sich daraus ergebenden subjektiven Themen und Emotionen geschieht zur Zeit keine Entwicklung in der Massenkommunikation. Dieses Argument besagt jedoch nicht, daß die hermeneutische Spiraldynamik von Herstellen und Aneignen innerhalb kultureller Bahnen außer Kraft gesetzt sei. Die Dynamik verschiebt sich nur. Die subjektive Ausdrucks- und Gestaltungsmöglichkeit des Dichters des 18. Jahrhunderts, der nicht mehr die Welt, wie sie ist, abbildet, sondern sich als subjektiver Schöpfer artikuliert, hat Nachfolger und Nachfolgerinnen bekommen: die Rezipienten, die Medientexte in ihre subjektiven Lebensthemen, ihre Lebensperspektiven und sozialen 'Räume' bedeutungsschaffend integrieren und dabei die disparaten Medientexte intertextuell für ihre Lebenswelt verwenden.

Um diese Prozesse theoretisch zu durchleuchten, ohne dabei frustriert oder verängstigt Argumentationsfiguren wie die vom Ende der abendländischen Kultur, der Literalität oder der Wirklichkeit zur Theorie zu verklären, ist der Begriff der kulturellen und kommunikativen Objektivation wesentlich. Auch die technischen Medien der Massenkommunikation in der konsumorientierten Industriegesellschaft sind solche Objektivationen,

- die von Menschen in Interaktionssituationen für Menschen kommunikativ verwendet werden;
- die institutionelle Beziehungen herstellen (z.B. die zwischen industriell organisierten Fernsehproduzenten und Rezipienten im Alltag) und
- die Beziehungen zwischen Generationen ermöglichen.

Dabei verdichten sich Objektivationen zu unterschiedlich komplexen und sozial gültigen Gebilden, die von Kritzelzeichnungen der Kinder über Sprache und Medien bis zu Institutionen und Lebenswelten²² reichen.

Sprache, Wissen und Alltagswelt

Das Konzept der phänomenologischen Soziologie (Alfred Schütz' Arbeiten und die Zusammenfassung bzw. Weiterführung von Berger und Luckmann 1977) hebt die Trennung zwischen dem Materialen und dem zeichenhaft Symbolischen von Kommunikation auf, weil es all das, was die Menschen schaffen und sich aneignen, in Beziehung zum Schaffen und Aneignen setzt. Wirklichkeit ist damit etwas Faßbares und Gegenständliches in einem Prozeß. Die Menschen stellen Wirklichkeit in sozialen Situationen und auf der Basis der vorfindlichen gegenständlichen und sozialen Welt her und eigenen sie sich auch wieder an. Das Modell spannt Wirklichkeit zwischen die beiden Pole 'Handeln' und 'institutionelle Wirklichkeit'.

22 Berger und Luckmann sprechen von "Sinnwelten".

Wirklichkeit unterscheidet sich im Grad der Verdichtung und Verbindlichkeit. Medien sind als symbolische Objektivationen Teile und Bausteine der Wirklichkeit, je nachdem, ob man sich Ergebnis oder Prozeß von Herstellung und Aneignung anschaut.

Das gilt auch für Sprache und Wissen, an denen sich paradigmatisch dieses Modell von Aneignung, Entäußerung, Handeln, Kommunikation und sozialer Wirklichkeit beschreiben läßt (Berger, Luckmann 1977, S. 36ff.):

"Das menschliche Ausdrucksvermögen besitzt die Kraft der Objektivation, das heißt, es manifestiert sich in Erzeugnissen menschlicher Tätigkeit, welche sowohl dem Erzeuger als auch anderen Menschen als Elemente ihrer gemeinsamen Welt 'begreiflich' sind. Objektivationen durch Ausdruck sind mehr oder weniger dauerhafte Indikatoren subjektiver Empfindungen. Sie ermöglichen deren 'Begreifbarkeit' über die Vis-à-vis-Situation, in welcher sie unmittelbar erfaßt werden können, hinaus. Zum Beispiel kommt das subjektive Gefühl von Zorn in der Vis-à-vis-Situation direkt in mancherlei physischen Merkmalen zum Ausdruck: Mienenspiel, Ausfallstellung des Körpers, bestimmte Bewegungen der Arme und Füße und so weiter. Diese Anzeichen für Zorn sind faßbar, 'während' die Vis-à-vis-Situation andauert. Deshalb bietet sie die optimale Möglichkeit, zum Anderen als Subjekt Zugang zu erlangen. Solche Ausdrucksbewegungen sind allerdings nicht fähig, die leibhaftige Gegenwärtigkeit der Vis-à-vis-Situation zu 'überdauern'. Zorn kann jedoch mittels einer Waffe vergegenständlicht, beziehungsweise objektiviert werden."

Die für die heutigen Menschen zentrale Alltagswelt entsteht, weil die Menschen sie im Sinne von Objektivation herstellen:

"Die Wirklichkeit der Alltagswelt ist nicht nur voll von Objektivationen, sie ist vielmehr nur wegen dieser Objektivationen wirklich. Ich bin dauernd umgeben von Objekten, welche subjektive Intentionen meiner Mitmenschen proklamieren" (S. 37).

Dabei spielen alle Arten von Zeichen in unterschiedlichen Kodifizierungsformen eine herausragende Rolle:

"Ein besonderer, aber auch besonders wichtiger Fall von Objektivation ist die Zeichengebung. Das Zeichen kann von anderen Objektivationen dadurch unterschieden werden, daß es 'ausdrücklich' ein Hinweis auf subjektiv Gemeintes sein soll. Selbstverständlich lassen sich alle Objektivationen als Zeichen verwenden" (S. 38).

Die "sprachlichen Objektivationen biographischer und historischer Erfahrungen" stellen das verfügbare Wissen zusammen und spielen bei der Konstruktion der Alltagswelt eine zentrale Rolle:

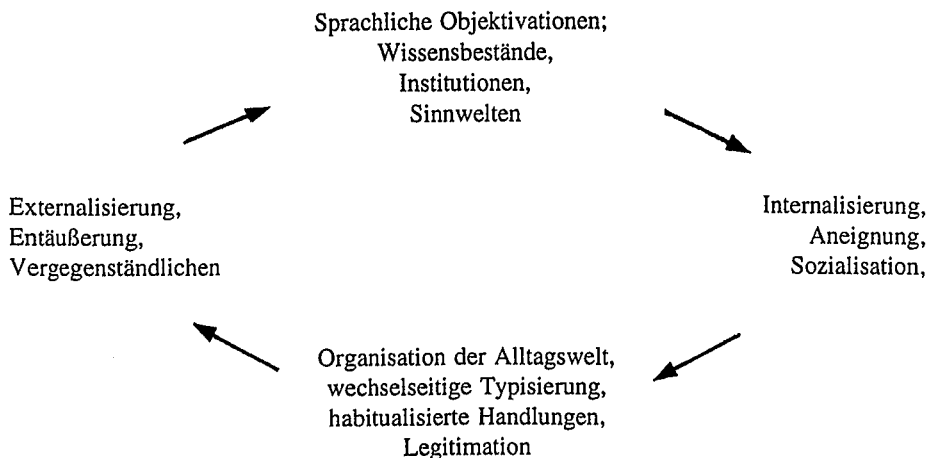
"Im Rahmen semantischer Felder können biographische und historische Erfahrungen objektiviert, bewahrt und aufgehäuft werden ... Der auf diese Weise gespeicherte Wissensvorrat wird von Generation zu Generation weitergegeben, und das Individuum kann sich seiner in der Alltagswelt bedienen." (S. 43)

Daraus ergibt sich der Aneignungsprozeß, dessen Richtung von der vorfindlichen 'Welt' (das sind "sprachliche Objektivationen", "Wissensbestände", "Institutionen", "Sinnwelten") zum Handeln (in den Formen der "Organisation der Alltagswelt",

"wechselseitiger Typisierung", "habitualisierter Handlungen", "Legitimation") verläuft. Die Aneignung der Welt funktioniert als subjektive Internalisierung auch generationsübergreifend als Sozialisationsprozeß. Die Menschen schaffen sich dann wieder ihre objektive Wirklichkeit mittels Objektivationen, so daß Welt immer etwas von den Menschen Hergestelltes ist. Herstellen ist ein allgemeiner Vorgang der Entäußerung ("Externalisierung") durch schaffendes Handeln, der vom Hinterlassen von Spuren bis zu riesigen Bauwerken und mächtigen sozialen Institutionen reicht.

"Der Vorgang der Menschwerdung findet in Wechselbeziehungen mit seiner natürlichen wie menschlichen Umwelt statt." Die menschliche Umwelt ist eine "besondere kulturelle und gesellschaftliche Ordnung", die "durch 'signifikante Andere' vermittelt wird" (S. 51). Diese Ordnung ist ein Produkt des Menschen. "Der Mensch produziert sie im Verlauf einer unaufhörlichen Externalisierung" (S. 55). "Sowohl nach ihrer Genese (Gesellschaftsordnung ist das Resultat vergangenen menschlichen Tuns) als auch in ihrer Präsenz in jedem Augenblick (sie besteht nur und solange menschliche Aktivität nicht davon abläßt, sie zu produzieren) ist Gesellschaftsordnung als solche ein Produkt des Menschen." (S. 55)

Welt und Handeln, Aneignen und Herstellen sind, vergleichbar einer Spirale, aufeinander bezogen und bedingen einander in einem Ablauf. Konkret wird dieser Ablauf im jeweiligen Lebenslauf der Menschen und in der kulturellen Entwicklung von der Eltern- zur Kindergeneration. Immer sind die vier Elemente, die die folgende Skizze zusammenfaßt, in einer spiralförmig zu denkenden Abfolge verbunden; je nach kulturhistorischer Situation übernimmt jedoch auch eines dieser Elemente die Antriebsdynamik. Zur Zeit liegt die Dynamik bei den Rezipienten. Das ist die Folge einer Übertragung von Formen des Konsums und der dafür typischen Verbindung von Individualität und Gleichartigkeit auf die Kommunikation.



Dieses Modell versucht, den konzeptionellen Rahmen für verschiedenste Kulturen abzustecken. Was passiert nun, wenn es nicht mehr die gesprochene und geschrie-

bene Sprache ist, die den Aneignungs- und Entäußerungsprozeß leitet und prägt? In der Industriegesellschaft sind es die industriellen Produktionsprozesse, deren Ergebnisse im Alltag angeeignet werden. Das ergibt eine eigenartige Verbindung von Massenhaftigkeit des industriellen Produktionsprozesses und Individualität der Aneignung im Alltagsleben. In der Wahrnehmung und Beurteilung dieser unterschiedlichen Schwerpunkte der Entäußerung und Aneignung dominieren heute zumeist die Strukturmomente der Gleichartigkeit und Massenhaftigkeit industrieller Produktion und des von Werbung gesteuerten Marktes.²³

Verdinglichung und das Konzept der Entfremdung

Die Kritik des Prozesses von Entstehung und Aneignung der sozialen Welt macht sich in der öffentlichen Diskussion in bezug auf Medien recht willkürlich an der jeweiligen Weltsicht, dem eigenen Lebensgefühl und am zumeist unreflektierten, eigenen sozialen Bezugsrahmen der Kritiker fest. 'Wertverlust' und 'Kulturverfall' sind die gängigen Kategorien der Bewertung, die die eigenen Bildungserfahrungen und Ordnungswünsche zu eindeutigen Bewertungskriterien stilisieren. Wenigstens in der Theorie sollte eine Kritik auf die grundlegende kulturelle Dynamik, also auf die Dynamik der Entstehung und der Aneignung der sozialen Welt eingehen. Der Entstehungs- und Aneignungsprozeß läßt sich dann aus einer generalisierten menschlichen Perspektive beurteilen, was diesem Prozeß angemessen ist. Dazu ist zu fragen, ob die jeweils lebenden Menschen den Prozeß der Aneignung und Herstellung in seiner prinzipiellen Anlage verstehen bzw. nicht, und ob sich die Menschen deshalb der hergestellten sozialen Welt unterwerfen oder den Prozeß gestalten bzw. ob sie sich von den Machtstrukturen der sozialen Welt unterwerfen lassen. Das Problem der Entfremdung der Menschen von ihrer eigenen sozialen Welt liegt ja gerade darin, daß die Menschen nicht mehr nachvollziehen, daß es immer die Menschen sind, die die soziale Welt herstellen. Mit dieser Entfremdung etablieren sich Machtstrukturen und Unterwerfung. Die entscheidende theoretische Kategorie ist dabei die der Verdinglichung:

... sobald sich "eine objektive gesellschaftliche Welt etabliert hat" (Institutionen), ist "die Möglichkeit der Verdinglichung nicht mehr weit". "Die Gegenständlichkeit der gesellschaftlichen Welt bedeutet, daß diese Welt dem Menschen als etwas, das außer seiner selbst ist, gegenübersteht". Es stellt sich die Frage: "Bis zu welchem Ausmaß wird eine objektivierte institutionale Ordnung oder auch ein Teil von ihr als außermenschliche Faktizität aufgefaßt? Es ist dies die Frage nach der Verdinglichung der gesellschaftlichen Wirklichkeit. - Verdinglichung bedeutet, menschliche Phänomene

23 Vgl. dazu die Kritik von Hans-Georg Soeffner (1988, S. 6ff.) an der Oberflächlichkeit des diffusen Konzepts von Massenkommunikation, das nicht die spezifische Beziehung von Entäußerung und Aneignung erklären kann, dafür um so besser alte Bildungs- und Standesvorurteile legitimiert.

aufzufassen, als ob sie Dinge wären, d.h. als außer- oder gar übermenschlich. Man kann das auch so umschreiben: Verdinglichung ist die Auffassung von menschlichen Produkten, als wären sie etwas anderes als menschliche Produkte: Naturgegebenheiten, Folgen kosmischer Gesetze oder Offenbarungen eines göttlichen Willens. Verdinglichung impliziert, daß der Mensch fähig ist, seine eigene Urheberschaft der humanen Welt zu vergessen, und weiter, daß die Dialektik zwischen dem menschlichen Produzenten und seinen Produkten für das Bewußtsein verloren ist. Eine verdinglichte Welt ist per Definition eine enthumanisierte Welt." (Berger, Luckmann, S. 94f., S. 353)

Leitend ist hier das Marxsche Konzept der Verdinglichung und Entfremdung, das dem Fetischcharakter der Waren die treibende Funktion im Prozeß der Entfremdung zuschreibt ("Das Kapital", 1. Kapitel "Die Ware", S. 85ff.). Von Marx läßt sich die hermeneutische Beschreibung von Entfremdung als Umgestaltung von Beziehung durch den Tausch lernen. Hier ist der Gedanke wichtig, daß die Beziehungen der Menschen von der Vergleichbarkeit der Waren dominiert werden, in deren Folge die Menschen der Logik der Waren unterworfen werden oder sich dieser selber unterwerfen.

In der Logik der Beziehung von Herstellen und Aneignen der sozialen Welt verschiebt sich die Dynamik auf die Seite der Welt als etwas Vorgegebenem und Festem, weil die Menschen nicht mehr den sozialen Charakter der Welt verstehen oder diesen verschleiern: die Welt besteht und ist deshalb legitimiert, weil sie ist, wie sie ist. Wenn die Menschen ihre Fetische der Objektivationen als Hirngespinnste und Trugbilder erfahren, gibt es die Chance, daß diese Trugbilder als Ursache und Begründung der sozialen Welt zerfallen. Für die soziale Welt der Massenkommunikation geht es darum, den Zusammenhang von sinnvollem Handeln im Alltag und der industriellen Medienproduktion zu verstehen. Daß Medien sich mit den Träumen, Phantasiebildern oder Horrorszenarien der Menschen verbinden, ist nicht das zentrale Problem der Verdinglichung in einer von Medien dominierten Welt. Entscheidend ist dagegen, die beiden 'Welten' der Massenkommunikation in Augenschein zu nehmen. Mit der Technologisierung von Kommunikation hat sich die große Welt der Medienproduktion, der Kommunikations- und Informationstechnologie sowie der Medienpolitik und Medienökonomie herausgebildet und als Machtfaktor verfestigt. Informationstransport und Marketing schlagen die Brücke von der großen Welt der Medienproduktion zu den vielen kleinen Alltagswelten der Menschen, die die sichtbaren Produkte der Massenkommunikation, die Medien, rezipieren. Weil die Menschen die Bedeutung der Medien nicht nur entschlüsseln, sondern erst in einem Prozeß der Bedeutungskonstitution herstellen, ist der mächtige Medienmarkt von den Rezipienten und ihren Sinnperspektiven grundlegend abhängig. Sinn und Bedeutung sind jedoch immer vom kulturellen Rahmen, insbesondere von der Art der Subjektkonstitution beeinflusst und abhängig. Heute übernimmt die Massenkommunikation die Funktion des kulturellen Rahmens. So dominiert, über die Zweiteilung in mächtige Medienproduktion und rezeptiven Alltag, der Medienproduktionsmarkt die Subjektkonstitution. Konkret geschieht das über medienspezifische Erlebnis- und Handlungsweisen. Die medienkulturellen Institutionen, die in den Herstellungs- und Aneignungsprozeß der Medien als

soziale Objektivationen gestaltend einwirken, zeichnen sich im Moment noch nicht ab. Schule mit ihrer Orientierung an Schrift und Buchtext hat den kulturhistorischen Schritt der Kommunikationstechnologie theoretisch und praktisch noch nicht verstanden, weil sie den Prozeßcharakter der Welt in der Entwicklung der Generationen nicht konsequent, und das heißt hermeneutisch, verfolgt. Aktuell sieht das so aus, daß die Generation der Eltern, von Lehrern bis Politikern und Journalisten, die Subjektivität der Kindergeneration eher denunziert. Die Elterngeneration begibt sich weder verstehend in die Perspektive der Handlungs- und Erlebnisweisen der Kinder noch in die der kulturellen Entwicklung. Statt die Sinnperspektive der Kinder zum Anlaß des Nachdenkens einzunehmen, bewertet die Elterngeneration die Kindergeneration subsumptionslogisch und aus der eigenen Perspektive. Dazu exemplarisch Argumente aus einem Forschungsprojekt (Frankfurter Rundschau vom 3.7.1993):

"Gewalt schon im Kindergarten.

Angriffslust und Gewalt greifen auch im Kindergarten immer stärker um sich. Die Gewalt der Jüngsten aber richtet sich keineswegs nur gegen andere, sondern zunehmend auch 'gegen den eigenen Körper', wie eine Umfrage in den Kindergärten von Westfalen und Lippe ergab, deren Ergebnis der Leiter des Landesjugendamts, Professor Wolfgang Gernert, am Mittwoch in Münster dem Landesjugendhilfeausschuß vorstellte. So seien 'waghalsige Mutproben mit Rasierklingen' ebenso beliebt wie 'Selbstmordversuche durch Tabletten'. Kindergartenkinder neigten auch immer häufiger zu massiven Beschimpfungen Gleichaltriger. Oft rutsche ihnen bei Streitigkeiten die Hand aus. Für zunehmende Verrohung machte Gernert auch das Fernsehen 'mit seinen blutrünstigen Programmen' verantwortlich. Kinder seien durch andauernde Gewaltszenen oftmals 'abgestumpft'."

Die britische Diskussion setzt andere Schwerpunkte, die ebenfalls in einer denunzierenden Sprache vorgetragen werden (The Mail on Sunday vom 10.11.1991):

"Church of England report 'All God's Children?': Elements in our society are combining to create for today's children a prematurely adult and somewhat lonely world that accustoms them to hedonism, selfishness, sexual amorality, the unseriousness and even normality of violence."

Soziale Wirklichkeit als "symbolische Sinnwelten"

Nach dem Aspekt der Externalisierung (Realität entsteht) und dem Gedanken der Dominanz der verdinglichten Welt und ihrer Herrschaftsmechanismen steht jetzt der Aspekt der Internalisierung, also die Aneignung von Realität, im Vordergrund. Die soziale Wirklichkeit, die in der Dynamik von Schaffen und Aneignen, von Symbolen, Dingen und Ereignissen entsteht, bekommt heute ihren Charakter von Verlässlichkeit und Gültigkeit durch den von den Menschen individuell zu gestalten und zu verantwortenden Alltag. Die Dynamik hat sich damit auf das Handeln der Menschen verlagert. Alltag ist die direkt zu erfahrende soziale und räumliche Umgebung sowie der konkrete zeitliche Bezugsrahmen der Menschen. Alltag

ordnet sich nach verschiedenen Gültigkeitsfunktionen. Die kulturelle und soziale Ordnung des Alltags muß von den Menschen immer wieder legitimiert, sozusagen festgeklopft werden.

"Das Problem der Legitimation entsteht unweigerlich ... dann, wenn die Vergegenständlichung einer (nun bereits historischen) institutionalen Ordnung einer neuen Generation vermittelt werden muß." (Berger, Luckmann 1977, S. 99f.) "Legitimation 'erklärt' die institutionelle Ordnung dadurch, daß sie ihrem objektivierten Sinn kognitive Gültigkeit zuschreibt." (S. 356)

Dabei spielt heute zunehmend mehr die Massenkommunikation eine tragende Rolle. Generell unterscheiden Berger und Luckmann vier Ebenen der Legitimation. Anderes formuliert, es gibt vier Mechanismen, um Lebensaktivitäten und Alltag zu begründen.

1. Ebene: Weitergabe eines "Systems sprachlicher Objektivationen menschlicher Erfahrung", " 'Erklärungen' sind sozusagen in das Vokabular eingebaut" (Berger, Luckmann, S. 100f., S. 357).

Ein prägnantes Beispiel sind Bilddarstellungen in einer Cartoon-Serie für Kinder, "Das neue Testament", die deutschen TV-Sendern angeboten worden war, die Interpretationen mitliefern, ohne daß diese auf den ersten Blick zu erkennen sind. Die Serie faßt in 12 Teilen das Leben Jesu zusammen und gibt dabei vor, sich auf das Neue Testament zu beziehen. Die zwölf Teile folgen einem gemeinsamen dramaturgischen Muster. So entsteht die Spannung in den Erzählungen als Spannung zwischen 'guten' und 'bösen' Figuren, ein für Cartoons typisches dramaturgisches Muster. Dieses Muster paßt sich in traditionelle antisemitische Darstellungsweisen ein. Die Figuren, die im Grundmuster der Cartoonserie böse sind, sind Juden und werden traditionell antisemitisch präsentiert: hager, mit scharf geschnittenem Gesicht, buschigen schwarzen Augenbrauen, schwarzen Haaren, langem schwarzen Bart, auffälliger, gekrümmter Nase; insgesamt verschlagen, diabolisch.

2. Ebene: "Theoretische Postulate in rudimentärer Form; verschiedene Schemata, die objektive Sinngefüge miteinander verknüpfen" (Berger, Luckmann, S. 101, S. 357).

Diese Funktion erfüllt beispielsweise die Körper-Show "WWF-Wrestling" (vgl. Bachmair, Kress 1996). Auf dem Bildschirm sind groteske Catcherkämpfe zu sehen, die bei großen öffentlichen Veranstaltungen in Sporthallen aufgenommen wurden. Dabei sind Sport und Kampf keine Themen, sie bieten vielmehr das 'Zeichenmaterial', um soziale Beziehungen und Themen zu zeigen. Soziale Beziehungen erscheinen nur vordergründig als Kampf. Sozusagen hinter der dominierende Kampfanszenierung versteckt sich jedoch die soziale Wirklichkeit der Protagonisten als Kooperation.

Die Inszenierungsweise stellt die sozialen Beziehungen zudem an die Schnittstelle von Realität und Repräsentation. Dazu gehört, daß Wrestling als Realereignis geboten wird, als Veranstaltung mit Menschen zum Anfassen. Wrestling als Bildschirmereignis besteht ergänzend aus ineinandergeschobenen Berichten von Wrestling-Kämpfen, Vereinsnachrichten und Hintergrundberichten zu den Kämpfern (Familiengeschichten). Auf diese Weise entstehen zusammen mit der Serienform der Ausstrahlung vielfältig verschlungene Alltagsgeschichten. Das räumt den Rezipienten viele Phantasie- und Interpretationsmöglichkeiten ein, die den Wrestling-Darstellungen die Funktion eröffnen, soziale Wirklichkeit zu veranschaulichen, zu bewerten und gewichtend zu positionieren. Auch wenn die Rezipienten in ihren jeweiligen sozialen Kontexten und in der Perspektive ihrer persönlichen Themen Wrestling eine eigene und andere Bedeutung geben als Kampf, so werden doch soziale Eckwerte fixiert, u.a. durch die Darstellung von Beziehungen als Kampf oder durch die Vermischung von realistischen und fiktionalen Darstellungselementen.

3. Ebene: "explizite Legitimationstheorie" der Experten (S. 101, S. 358).

Die Expertenfunktion bei der Entwicklung expliziter Theorien, die Alltagsereignisse erklären und auch legitimieren, übernehmen zunehmend auch Journalisten. In einfachen Formen ist dies an den Interviews erkennbar, die Sportreporter in den Pausen von Fußballspielen führen. Diese Interviews haben zumeist die Funktion, die Spielstrategie der Mannschaften zu verbalisieren und diskutierbar zu machen. Damit wird das, was als Ereignis zu sehen war, auf eine höhere Reflexionsebene gebracht.

Theorien als Erklärungsformen der Medien sind aktuell erkennbar bei der Verständigung über Kindheit. In vielfältigen Formen, in Zeitungsberichten oder in Magazinsendungen des Fernsehens, anhand von Kriminalfällen, Forschungsergebnissen oder bei der Suche nach der Identität (Beispiel: Adoption), wird die Differenz zwischen der Erwachsenen- und der Kindergeneration diskutiert. Es ist nicht mehr die pädagogische Wissenschaft mit ihrem Modell des Gelehrten, die die generationsspezifischen Veränderungen theoretisieren, sondern die schnell beobachtenden, aktuell berichtenden und einfach erklärenden Journalisten mit Bezug zu ihren Hörern in Lesern im Alltag. Dabei sind Elemente des Infotainments gefragt, z.B. Kinder als Täter, die dann zu einer Art allgemeinen Erklärungsmustern werden. Medien als Theorie- und Erklärungsproduzenten übernehmen die Funktion von Wissenschaft, objektiv und intersubjektiv nachvollziehbar erklärende Aussagen über Ereignisse und Sachverhalte zu machen. Die realitätserklärende Repräsentation, die bislang Domäne der Wissenschaft war, geht an Massenkommunikation über, weil diese ebenfalls, wenn auch in anderer Form, intersubjektiv Ereignisse und Sachverhalte repräsentiert.

Diese neue Form der Theoriebildung zeigt sich an der Berichterstattung zum Justizfall O.J. Simpson. Anhand der Mordanklage wird Gewalt gegen Frauen, die

Rolle eines prominenten Farbigen in der Justiz, Todesstrafe u.ä.m. erörtert (Paasch, Frankfurter Rundschau vom 26.9.94.):

"Wie ein Vexierbild amerikanischer Träume und Ängste. O.J. Simpson, der Sport, die Gewalt und die phantasierte Gemeinschaft des Fernsehens.

Die Parabel vom Aufstieg und Fall des O.J. Simpson hat viele Versionen. Für die einen war der des Doppelmordes an seiner Ex-Gattin und deren Bekannten angeklagte Football-Star der Beweis für die Aufstiegsmöglichkeiten in den USA von heute ... Für andere ist Orenthal James Simpson nur Sinnbild für die latente Frauenfeindlichkeit im Sport ... Wieder andere glauben dagegen, daß der vom weißen Establishment akzeptierte schwarze Star hier nur die verdiente Strafe für seine eigenmächtige Überwindung der Rassenschranken mittels Heirat fand ...

Wie in einem Vexierbild werden so die verwirrenden Linien im Fall O.J. Simpson zu ganz verschiedenen Interpretationen der gesellschaftlichen Realität verdichtet. Wie in einem kollektiven und von den Medien angestachelten Rausch lassen die US-Bürger in der Diskussion über Schuld oder Unschuld O.J. Simpsons seit Wochen ihren Träumen, Ängsten, Vorurteilen und politischen Anliegen freien Lauf. Gleichheit vor dem Gesetz, Rassenprobleme, Gewalt gegen Frauen, der Streit um die Anwendung der Todesstrafe, all diese gesellschaftlichen Probleme lassen sich trefflich erörtern, wenn am heutigen Montag in Los Angeles der langerwartete Mordprozeß gegen den 47jährigen Footballstar endlich mit der Juryauswahl beginnt.

Die Themen im einzelnen. Kaum wurden die ersten Details aus der gewalttätigen Vergangenheit O.J. Simpsons bekannt, war das Thema 'Gewalt in der Ehe' in aller Munde. Acht Mal war die Polizei in den vergangenen Jahren zu häuslichen Disputen bei den Simpsons gerufen worden. Nur einmal vor Gericht zitiert, wurde der im öffentlichen Leben so charmante und freundliche O.J. mit einer rein symbolischen Strafe entlassen ... Insofern war der Fall Simpson nichts Besonderes, sondern gerade ein typisches Beispiel für das Versagen aller Institutionen und Sicherungen im Umgang mit Gewalt in der Ehe. Nur das diesmal die Medien groß darauf ansprangen ... Der Mord an Nicole Brown Simpson, so die Washington Post, habe 'die häusliche Gewalt auf eine neue Ebene des nationalen Bewußtseins gehoben'. Dies mag übertrieben sein, aber der Gesetzentwurf zur 'Gewalt gegen Frauen' mit Mitteln für neue Frauenhäuser und einem nationalen Telefonnotruf ist, dank Simpson, mittlerweile vom Kongreß verabschiedet worden." ...

4. Ebene: "Symbolische Sinnwelten" (Berger, Luckmann, S. 102, S. 358).

Das Konzept der "symbolischen Sinnwelt" entspricht dem Gedanken der Lebenswelt bzw. der Konstruktion der Lebenswelt, die für die Menschen der Industriegesellschaft Chance und Zwang der individuellen Lebensgestaltung bedeutet. In der Theorie der Konstruktion sozialer Wirklichkeit geht es bei "symbolischen Sinnwelten" um Legitimation, die mit Hilfe symbolischer Gesamtheiten erfolgt, die im Alltagsleben gar nicht erfahren werden können ..." Diese "symbolischen Gesamtheiten" sind synoptische Traditionsgesamtheiten, die verschiedene Sinnprovinzen integrieren und die institutionale Ordnung als symbolische Totalität überholen ..." "Die symbolische Sinnwelt ist als die Matrix aller gesellschaftlich objektivierten

und subjektiv wirklichen Sinnhaftigkeit zu verstehen. Die ganze Geschichte der Gesellschaft und das ganze Leben des Einzelnen sind Ereignisse *innerhalb* dieser Sinnwelt" (103). Die Entstehung symbolischer Sinnwelten folgt den Regeln für Objektivationen, Sedimentbildung und Ansammlung von Wissen. Sie haben ihre Geschichte und sind nur aus der "Geschichte ihrer Entstehung" zu verstehen (S. 104).

Massenkommunikation steht heute an der Schwelle, die Funktion symbolischer Sinnwelten zu übernehmen. Ausgangspunkt ist dafür die Verbindung von Medien und sinnvollem sozialen Handeln in den Formen der Medienkommunikation. Hinzu kommt die Funktion von Massenkommunikation für die Neukonstitution der Konzepte von Raum (mediale Lebensräumen) und Zeit (serielle Ordnung, Rituale). Zentral ist jedoch die Funktion der Rezipienten in der Massenkommunikation, die Bedeutung der medialen Darstellungen herzustellen. Dazu gibt es die folgenden drei Funktionszusammenhänge: (+) Rezipienten konstituieren Bedeutungen in ihrer thematischen Sinnperspektive, was immer (+) im sozialen Bezugsfeld des Alltags geschieht und (+) im Feld der intertextuell aufeinander bezogenen Medien.

Die dabei entstehenden medienvermittelten symbolischen Sinnwelten übernehmen, wie anders konstituierte Sinnwelten auch, zentrale Wirklichkeitsfunktionen. Sie

- bringen Ordnung in die subjektive Einstellung zur persönlichen Erfahrung (Berger, Luckmann, S. 104);
- hierarchisieren Wirklichkeiten;
- integrieren die "Wirklichkeit von Fremdsituation" und widersprüchlicher Sinnhaftigkeit (S.105, S. 106);
- haben "nomische Funktion": "Jedes Ding an seinen rechten Platz rücken";
- legitimieren institutionale Ordnung (S. 105);
- regulieren die "Abfolge verschiedener Phasen des Einzellebens" (S. 106), insbesondere "Ortsbestimmung des Todes" (S. 108);
- legitimieren die "eigene Identität" und die Verbindung mit signifikanten Anderen" (S. 107).

Insgesamt kann man sagen, daß symbolische Sinnwelten "Projektionsrahmen für individuelle Handlungen" (S. 110) sind und daß sie die Kontinuität eines Prozesses ermöglichen:

"So verbindet die symbolische Sinnwelt die Menschen mit ihren Vorfahren und Nachfahren zu einer sinnhaften Totalität, in der die Endlichkeit der individuellen Existenz transzendiert und dem Tode des Individuums Sinn verliehen wird. Jetzt können sich alle Mitglieder einer Gesellschaft als einer sinnhaften Welt *zugehörig* empfinden - einer Welt, die da war, bevor sie geboren wurden, und da sein wird, nachdem sie gestorben sind. Die empirische Gemeinde wird auf kosmische Höhe erhoben - zur majestätischen Unabhängigkeit von den Wechselfällen der individuellen Existenz" (S. 110 f.).

Dabei kommt der Sprache die entscheidende Rolle zu, "die Wirklichkeit der Alltagswelt gänzlich zu transzendieren". "Ich kann mittels ihrer der Erlebnisse aus geschlossenen Sinnprovinzen habhaft werden, und ich kann abgesonderte Sphären

der Wirklichkeit mit ihr überspannen" (S. 42). Derzeit entstehen Figurationen von Handlungs- und Erlebnisweisen, Medien und Situationen, die die Funktion symbolischer Sinnwelten übernehmen. Die Menschen schaffen solche Figurationen im Alltag und im intertextuellen Mediengeflecht. Dabei haben die individuelle Sinnerspektive der Menschen, das sind ihre handlungsleitenden subjektiven Themen, und die institutionell verfertigten Medienangebote Interpretations- und Anleitungsfunktion. Dieser verwobene Prozeß läuft als Bedeutungskonstitution über die Menschen.

2.2. Subjektive und individuelle Bedeutungskonstitution

Bedeutungskonstitution ist also der subjektive Handlungs- und Sinnkern für Medienkommunikation und Medienkultur, der zu komplexen sozialen Funktionen und institutionellen Gebilden wie medienvermittelten "Sinnwelten" führt. Was den Menschen in ihren kommunikativen, institutionellen und generationsübergreifenden Beziehungen vorgegeben wird - von der Sprache, über soziale Regeln, Deutungsschemata und Institutionen - ist soziale Wirklichkeit. Sie entsteht in einem subjektiven Prozeß der Bedeutungskonstitution, indem sich die Menschen als Rezipienten Wirklichkeit medial aneignen und individuell in ihre soziale Wirklichkeit transportieren. Was über den Bildschirm in die Wohnzimmer gelangt, sind symbolische Objektivationen, die industriell produziert und als Waren in den Alltag transportiert werden. Dort integrieren sie die Menschen in ihr Alltagsleben. Dies ist ein Prozeß der Bedeutungskonstitution, bei dem zeichenhaftes, symbolisches Material in Form von Erzählungen, Figuren, Motiven usw. eine zentrale Rolle spielt.

2.2.1 Aktive Rezipienten integrieren Fernsehen in ihr Alltagsleben

Das Modell vom aktiver Rezipienten basiert letztlich auf der Annahme von George H. Mead (1934 / 1973), daß die Menschen über bedeutsame andere Menschen ihre symbolischen Fähigkeit entwickeln. Wichtiger Entwicklungsschritt ist eine Identität mit den beiden Instanzen "I" (Ich) und "Me" (Selbst), die eine intrapsychische Kommunikation analog zur Kommunikation mit anderen Menschen ermöglicht. Sinn und Bedeutung sind demzufolge in eine symbolische Innen-Außen-Beziehung (Entäußerung und Aneignung) eingebettet. Sie läßt sich für Medien folgendermaßen modellhaft zusammenfassen:²⁴

- Medienrezeption, Medienerlebnisse, Mediensymbolik sind als
- Deutungsmuster / Handlungsmuster / Verständigungsmittel

24 Einen Überblick über die angloamerikanische Diskussion zu den aktiven Rezipienten "active audience" gibt John Fiske (1993, S. 62ff.), indem er Rezipienten als soziale Subjekte bestimmt, die Bedeutung herstellen. Wichtige Argumente sind hier: "text and social subjects", "making meanings", "the social determinations of meanings".

- sinnvoller Bestandteil
- des Soziallebens, der alltäglichen Ereignisse, der Lebensgestaltung in der Perspektive der individuellen Lebensgeschichte und subjektiven Themen²⁵
- innerhalb einer Gesellschaft, ihrer Kultur und deren spezifischen Ausdrucks- und Aneignungsformen,
- die in den Mediendarstellungen und Nutzungsformen symbolisch erscheinen.

Der hier verwendete Begriff von "Medien" schließt, auf das Fernsehen bezogen, folgende drei Phänomenbereiche ein:

- Die Situation vor dem Fernsehgerät ("Rezeption"); die sozialen Beziehungen und die Entscheidungen, bis es zur Rezeption kommt.
- Das symbolisches Material ("Fernsehsymbolik"), das auf dem Bildschirm zu sehen ist: Figuren, Geschichten usw. ("Bilder des Fernsehens", "Medientexte").
- Die Fernseherlebnisse, also alles das, was die Rezipienten sich vom Fernsehen aneignen.

Die Beziehung von Menschen zu Medien ist ein Prozeß der Konstitution von Bedeutungen industriell produzierten symbolischen Materials im Alltagsleben. Zu klären ist nun, was symbolisches Material ist und wie die Menschen es in ihren Alltag integrieren. Zum Alltag läßt sich vorweg als wesentliches Funktionsmerkmal sagen: Alltag in der Industriegesellschaft ist eine von den einzelnen Menschen individuell hergestellte Lebenswelt, hergestellt mit den symbolischen Objektivationen, d.h. mit dem symbolischen Material, das in unserer Kultur verfügbar ist.

Die Verbindung subjektiver und objektiver Elemente in der Bedeutungskonstitution - ein Fallbeispiel

Wie sieht der Prozeß der Bedeutungskonstitution konkret aus? Was ist das symbolische Material und wie verläuft der Prozeß der Aneignung bzw. Entäußerung dieses symbolischen Materials, also der Prozeß der Bedeutungskonstitution?

Ein 9jähriger Junge erzählt einem Interviewer, daß er es nicht lange aushält, zu Besuch bei seinem Vater zu sein. Er muß dann gleich mit der Straßenbahn in die Stadt, um einzukaufen. Im Laufe des kurzen Gesprächs öffnet er eine Schachtel. Sie ist voll mit Bildern, auf denen der Schauspieler Sylvester Stallone in verschiedenen Rollen zu sehen ist.²⁶

25 Wichtig ist hier das Konzept von William James (1890) vom "Stream of Consciousness", in der Erläuterung von Klaus-Jürgen Bruder (1993, S. 82), der "unmittelbare Fluß des Lebens".

26 Die Videodokumentation dieses Beispiel stammt von Prof. Dr. Jürgen Heckmanns, Universität Bielefeld.

Aussagen des Jungen

Und am liebsten guck ich bei meinem Vater Video, das lieb ich am meisten.

Und dann fahr ich Son-, Freitag komm ich mit der Straßenbahn 2 ... hin, und sonntagsabends, sechs Uhr, fahr ich wieder nach Hause, mit der 2 ..., und daß geht immer rum so.

Wenn ich drei Tage hier bin, dann muß ich, ja in den Ferien, dann muß ich sofort in die Stadt.

Da kauf ich mir immer so Sachen, immer muß ich sofort in die Stadt.

Mm, was von Alf oder Rambo oder sowas.

Weil ich ja Sylvester Stallone am meisten möge.

Alf nicht mehr, den ma-, kann ich nicht mehr leiden. Hab ich aufgehört zu sammeln. Ja, aber ich finde den besser. Weil er so gut aussieht, so knallhart ist, und, und daß er so knallhart ist, und so stark ist und so Muskeln hat.

Da is er City Cobra, so'n knall Bulle - knallharter Bulle,

und da hat er gerade seinen Freund befreit.

Und hier macht er grade sein, macht er sich sein Schweißband.

Und da war das im ersten Teil, da tötet der 'nen Russen.

Ich tausche ja auch manchmal, wer was hat, mit dem tausch ich ja.

Gegenstand der Aussage und Themen des Jungen

Kontakt zu seinem Vater. Lieblingsbeschäftigung Video.

Seine Familiensituation, Besuch beim Vater. Eigenständig, allein unterwegs.

Enge und Langeweile. Sich einen Freiraum schaffen. Selbständig sein.

Konsum, Zerstreuung in der Stadt.

Film- bzw. Fernsehfiguren, die ihm wichtig sind.

Ein Vorbild haben. Ein Mann/ Held sein. (Gegenwart.)

Kindheit. (Vergangenheit.)

Körperlichkeit. Durchsetzungsvermögen. Körperkraft und Stärke.

Männliche Härte.

Freundschaft.

Typisches Zeichen des Einzelkämpfers Rambo.

Kampf, Macht.

Kontakte knüpfen, Freunde finden.

In diesem Beispiel haben der Alltag des neunjährigen Jungen und seine Lebensentwicklung und die damit verbundenen subjektiven und handlungsleitenden Themen (ein Mann werden) die wesentliche Funktion dafür, welche Bedeutung für ihn Fernsehfiguren wie Alf und die Sylvester-Stallone-Figuren bekommen.

Er ist am Wochenende bei seinem Vater (soziale Situation), was ihn offensichtlich dazu bringt, in die Stadt abzuhausen, aus der engen Vaterwelt in die Welt der Stadt, des Konsums, in der es feste Bezugspunkte gibt (Situationsbezug, handlungsleitendes Thema). Zu diesen Bezugspunkten gehören auch die Serien- und Film-Figuren, nämlich Alf und die Figuren, die Sylvester Stallone repräsentiert. Alf und die Stallone-Figuren sind Fernseherlebnisse, die mittels Fernsehsymbolik (= Serien- und Filmfiguren) artikuliert werden.

Alf steht für eine Lebensphase (subjektive und handlungsleitende Themen), aus der sich der Junge verabschiedet. Noch ist der Neunjährige weit weg von der Pubertät. Er beschäftigt sich jedoch mit der narzißtischen Pubertätsfigur des Alf. Alf ist ein männliches Lebewesen, er ist uralt und von einer ganz anderen Welt als

der des Familienalltags. Alf ist jedoch auch eine Figur ohne erkennbare männliche Körper- und Verhaltensmerkmale. Alf lebt exzessiv im Mittelpunkt einer Familie mit verständnisvollem Vater, Mutter und Schwester, die um ihn herumspringen und die es Alf ermöglichen, Chaos-, Größen- und Geborgenheitsphantasien in der Fernsehserie auszuleben.

Sylvester Stallone, der die Flucht aus dem langweiligen Lebensbereich des Vaters in die Konsumstadt per Phantasieereise ermöglicht (subjektive Themen und soziale Situation), präsentiert ein Männerbild, das weitgehend ohne Sexualität ist, jedoch Männlichkeit mit enorm viel Kraft und emotionaler Selbstunterdrückung gleichsetzt. Zugleich geht es in den Stallone-Filmen um Vater-Sohn-Beziehungen: Rambo auf der Suche nach dem zuverlässigen Soldaten-Vater, Rocky nach dem verstehenden Vater. Beide Figuren suchen den moralisch integren Vorbild-Vater.

Auf der Basis seiner Alltagssituation (Besuch beim Vater) und seiner persönlichen Themen (weg vom Vater, sich an Pubertät und Männerbilder annähern) gibt der Junge der Figur des Alf und Stallone-Figuren seine spezifische Bedeutung.

Theoretisch heißt das: Die Herstellung von Bedeutung ist eine individuelle und intertextuelle Verbindung durch die sinnvoll - thematisch und im Alltag - handelnden Rezipienten. Die tagtägliche Flut der Fernsehbilder in der Flut aller Medien- und Konsumangebote bekommt durch die Rezipienten und die Dynamik ihres alltäglichen und sinnvollen Handelns ihre Kanalisierung und inhaltliche Gliederung.

Zu fragen ist, nach welchem allgemeinen Muster der Jungen die Serie "Alf" und die verschiedenen Stallone-Filme mischt, was er sich mit diesen "Bildern im Kopf" dann aus dem Fernsehen holt. Theoretisch formuliert, ist das die Frage nach dem Relevanzrahmen, den er in bezug auf Fernsehen hat und weiterentwickelt. Der subjektive Relevanzrahmen objektiviert sich in der Entsprechung intertextuell verknüpfter Medien, Alltag und subjektiver Erlebnis- und Handlungsweisen in individuellen Figurationen. Diese Figurationen haben den Charakter individueller Lebenswelten.

Der subjektive Relevanzrahmen läßt sich allgemein folgendermaßen umreißen: Die Medien der industriellen Massenkommunikation werden von individuell handelnden Rezipienten integriert, indem die Rezipienten die Bilder des Fernsehens in ihren jeweiligen *Lebenslauf* (frühere Erlebnisse, kommende Lebensabschnitte) interpretierend einfügen. Das im Alltag relevante *Sozialsystem* (Familie, Peer-group) gibt einen weiteren Bezugsrahmen für die Bedeutungskonstitution. (Stallone ist auch bei den anderen Jungen 'in', der farblose Vater provoziert geradezu starke und eindeutig männliche Eigenschaften, jedoch ohne erotische Komponente.) Hinzu kommt, daß die Medien selber - *intertextuell* aufeinander bezogen - Bedeutung herstellen oder nahelegen. Grundlage dafür sind eine aufeinander bezogene Produktion, verknüpfende Sendeschemata oder Merchandising, die bei den Rezipienten verbindende Deutungs- und Handlungsmuster unterstützen und auch aufbauen.

Es gibt also drei direkt wirkende Bestimmungsgrößen für Rezeption als Bedeutungskonstitution.²⁷ Sie sind aufeinander bezogene Teile eines Bezugsrahmens für Handeln, Entscheidungen, Deutungen, Erleben:

- Die sinnvoll handelnden *Rezipienten*: Sie werden vermutlich von den Medienproduzenten selbstverständlich vorweggenommen. Das führt zur inhaltlichen und dramaturgischen Entsprechung von Medien, Handeln und Erleben.
- Die im Alltag relevante und konkrete *soziale Umgebung*: Das sind insbesondere Familie und Peer-group, die je nach Alter unterschiedliche Wichtigkeit haben. Gemeinsame und widersprüchliche Interpretationsmuster und Medienerlebnisse haben im Rahmen der Beziehungsdynamik dann auch wichtige soziale Funktion.
- Die intertextuell verbundenen und verwobenen *Medien*: Sie geben der aktuellen Massenkommunikation hohe Gleichartigkeit und bieten den Menschen im Alltag ein gemeinsames Band, um sich integrierend oder abgrenzend aufeinander zu beziehen.

2.2.2 Zeichen und Bedeutung

Kernbegriffe der Semiotik, Zeichen und Code²⁸, sind in einem weiten Verständnis als "zeichenhaft symbolisches Material" hilfreich, um Funktion und Qualität von "Rambo", "Rocky", "Sylvester Stallone", "Alf", "Muskeln", "Bulle" u.ä.m. in der Aussage des Jungen zu erklären. Der semiotische Begriff von Zeichen öffnet den Blick für die spezifische Beziehung von Handlungs- bzw. Interpretationssituation, symbolischer Objektivation, Aneignung und Entäußerung. In der Semiotik bzw. Phänomenologie gibt es theoretische Hilfen, um die Beziehung zwischen Aussage, Junge, Filmfiguren wie "Rambo", Schauspieler Stallone, umgangssprachlichem Begriff "Bulle" zu verstehen.

Aus dem Alltag kennen wir einen zu engen Zeichenbegriff, der auf Eindeutigkeit ausgerichtet ist. So bedeutet z.B. ein rotes Dreieck auf weißem Grund "Vorfahrt achten", der rote Kreis auf weißem Grund "Einfahrt verboten". (Vergessen wird bei dieser eindeutigen Zuordnung die Geschichte der Verkehrszeichen, die zeigt, daß die Zuordnung von Dreieck und Kreis zu Verkehrssituationen nicht willkürlich ist.) Auf dieser Basis klarer Zuordnung von sichtbarer Form und Handlungsanweisung (Codes objektivieren die Beziehung von Zeichen und Handlungsweisen in einem Sozialsystem) basiert auch ein Interpretationsspiel für die Kritzeleien während eines Telefonats, das sich gut für ein Partyspiel eignet (aber auch

27 Die kulturelle Einbettung dieser drei Bestimmungsgrößen wird an dieser Stelle nicht behandelt.

28 Hier folgt die Argumentation John Fiske und seinem Lehrbuch "Introduction to Communication Studies" (1990): "Sign" (S. 39ff.), "Codes" (64ff.). Codes objektivieren die Beziehung von Zeichen und Handlungsweisen in einem Sozialsystem.

nur dafür). So verrät laut Münchner Abendzeitung vom 8.10.1993 das Telefongekritzle "die geheimen Wünsche" der kritzelnenden Menschen: Kreis bedeutet demnach für Frauen: "Die nächste Zeit hält einige schwierige Aufgaben für Sie parat ... Vor allem sollten spontane Entscheidungen auf jeden Fall vermieden werden". Es folgt noch der Rat, Angst zu überwinden und eine "enge Freundschaft" einzugehen. Das Dreieck bedeutet für den Mann: "Erfüllt von großer Dynamik strebt" er "unbeirrbar nach oben. Seine Zukunft ist klar vorgezeichnet: Erfolg, Anerkennung und große Gewinne."

Die Beziehung Situation / Zeichenproduzent / Zeichenleser / Zeichen / Bedeutung eines Zeichens / Schemata 'im Kopf' wurde mit der Einführung des Morsealphabets standardisiert, so wie es die projektive Kritzeln-Analyse der "Abendzeitung" als Kommunikationsspiel oder als Lebensberatung vorschlägt. Glücklicherweise spielt der Kontext eine wesentliche Rolle bei der Bedeutung der Zeichen, sonst würde (im Sinne dieses Schrift-Horoskops) der erfolgreiche Mann, ohne zu schauen, mit dem Auto in die Vorfahrtstraße einfahren und die Frau würde angesichts der verbotenen Einfahrt ins Grübeln geraten. Allgemein schließen Zeichen (nach Saussure 1917/ 1967) zwei Komponenten ein: Zum einen das Materielle, also die symbolische Objektivation, bei Saussure das Bezeichnende; zum anderen auch das Bezeichnete. Das sind "mentale Konzepte". Im weitesten Sinne sind mentale Konzepte Deutungs- und Handlungsmuster. Zeichen (Bezeichnendes und Bezeichnetes) bekommen Bedeutung, indem sie auf eine externe Wirklichkeit oder etwas Bedeutsames verweisen. Bedeutung entsteht also in einer funktionalen Beziehung von bedeutungshaltigen Zeichen und einer symbolisch vermittelten sozialen oder dinglichen Wirklichkeit.

Dieser Gedanke der symbolischen Vermittlung von Ereignissen, Sachverhalten und Wahrnehmung ist hermeneutisch und für die moderne Massenkommunikation wesentlich, z.B. in Phänomenen wie Intertextualität, also der Verbindung von Medien in der Medienproduktion und durch die Rezipienten. Mit diesem konzeptionellen Rahmen läßt sich der Fall des 9jährigen Jungen rekonstruieren, der verschiedene, von Sylvester Stallone repräsentierte Figuren verbindet und von einer Serienfigur wie Alf absetzt. Es ist ein hermeneutischer Rekonstruktionsprozeß, der der Entstehung von Bedeutung folgt. Die Aussagen des Jungen werden als Zeichen gedeutet, die Bildschirmereignisse, die thematische Perspektive des Jungen und die Wirklichkeit als Lebenswelt vermittelnd verbinden.

Zeichen lassen sich kategorisieren, z.B. in bezug auf ihre Realitätsnähe. Realitätsnähe ist für die in der Massenkommunikation dominierenden Bildmedien von besonderer Bedeutung. Charles S. Peirce (1903/ 1983, S. 64ff.) unterscheidet nach der Beziehung zu Objekten folgende Typen von Zeichen: "Icon" = Abbildung eines Objektes (z.B. die römische Ziffer II); "Index" = Anzeichen für Sachverhalt und Ereignisse (Rauch ist ein Anzeichen für Feuer); "Symbol" = vereinbarte Zuordnung von Zeichen und Bedeutung (z.B. DB für "Deutsche Bundesbahn" oder "Deutsche Bahn AG").

Der Realitätsbezug von Zeichen bzw. von symbolischen Objektivationen steht u.a. für didaktische Medien im Vordergrund, wie Edgar Dale (1969, "Cone of Experience" / Erfahrungskegel) vorschlägt. Das ergibt folgende Gliederung: direkte Erfahrungen (gezielte Erfahrung von Gegenständen und Sachverhalten; Modell, Simulation; Schauspiel), ikonische Erfahrungen (Demonstration, Exkursion, Ausstellungen, Fernsehen und Film, Bilder, Tonbeiträge); symbolische Erfahrungen (visuelle und verbale Symbole).²⁹ Da schulisches Lernen auf die Wirklichkeit außerhalb der Schule gerichtet ist (nicht für die Schule, sondern fürs Leben), bestimmen sich die Unterrichtsmedien von den zu erlernenden Sachverhalten und Ereignissen. Wenn nun die symbolische Vermittlung einer Kultur ihren symbolischen Arrangements und Materialien zentrale Funktion in der sozialen Wirklichkeit gibt, dann überholt sich auch der schulische Realitäts- und Erfahrungsbegriff. Dann sind Kategorien wie die von der 1. und der 2. Wirklichkeit, von der direkten und vermittelten Erfahrung mehr oder weniger Indikatoren für Bewertungen und favorisierte Lebensformen, jedoch kein theoretischer Schlüssel für eine Erziehungs- und Unterrichtstheorie. Für den 9jährigen Jungen ist eine Unterscheidung seiner Figuren nach Realitätsnähe: Stallone = Schauspieler, Rambo = Film- oder Fernsehfigur, irrelevant. Relevant ist dagegen die Funktion, sich altersspezifisch von Genres und Männerbildern abzusetzen; also nicht mehr den pubertären Alf, statt dessen den emotionslosen Stallone zu favorisieren. Es ist ein Schritt weiter in Richtung der eigenen Pubertät, entlang an Männerbildern.

Innerhalb von Wahrnehmungs- und Interpretionsmustern, die mit Situationen und Lebenserfahrungen, über schulische Lernprozesse, bedeutsame andere Menschen und die eigenen thematischen Handlungsperspektiven entstehen oder sich verändern, bekommt symbolisches Material der Massenkommunikation Bedeutung, und zwar als aktive Deutungstätigkeit der Menschen. In der Regel ist dies kein Prozeß auf hohem Reflexionsniveau. Man weiß zumeist nicht, wie dieser Bedeutungskonstitutionsprozeß abläuft. Willkürlich herstellbar ist die Bedeutung symbolischen Materials jedoch weder im Produktions- noch im Aneignungsprozeß des symbolischen Materials. Auch die industrielle Produktion und ihre Standardisierung erzeugen keine willkürliche Zuordnung von Bezeichnendem und Bezeichnetem, auch wenn das Morsealphabet aus der Geschichte der Medien dies nahezu legen scheint. So gibt es immer einen kulturellen Bezugsrahmen für die Zeichenproduktion. Deshalb betont Gunther Kress (1993b) auch, daß die Beziehung zwischen Zeichen (allgemeiner formuliert: symbolischem Material) und dem, was sie bezeichnen, nie willkürlich ist: "The relation of signifier to signified, in all human semiotic systems, is always motivated, and never arbitrary" (Kress 1993b, S. 173). Theoretischer Angelpunkt der Auseinandersetzung ist die Kategorisierung von Zeichen

29 Die englische Terminologie des "Cone of Experiences" ist folgendermaßen: direct purposeful experiences, contrived experiences, dramatized experiences, demonstrations, study trips, exhibits, educational television, motion pictures, still pictures, recordings, radio, visual symbols, verbal symbols (Dale 1969, S. 107).

durch Ferdinand de Saussure, und zwar nach der Beziehung von Bezeichnetem (signified) und Bezeichnendem (signifier) je nach willkürlicher Übereinkunft ("arbitrary"), hinweisenden Anzeichen ("Iconic"³⁰), Festlegung des Bezeichnenden durch das Bezeichnete ("Motivation"), z.B. beim Foto, und die Begrenzung ("constraint") des Bezeichneten durch das Bezeichnende, z.B. der Bildausschnitt beim Foto (vgl. Fiske 1990, S. 52.). Dem Argument der Willkürlichkeit oder Beliebigkeit von Zeichen entgegenzutreten, ist heute notwendig, um der Kommunikationsstruktur einer Massenkultur der Bilder gerecht zu werden, bei der nichts ohne kulturellen Bezugsrahmen läuft. Die Menschen in ihrer thematischen Perspektive, in ihrem Lebenslauf, ihrer Alltagsbewältigung und ihrem historischen, sich verändernden kulturellen Kontext schaffen (konstituieren) die Bedeutung von Zeichen. Das gilt auch für die industriell und arbeitsteilig organisierte Massenkommunikation.

Das Argument der Willkürlichkeit oder Beliebigkeit ist zudem bei Zusammenprall oder Überlagerung kultureller Bezugsrahmen in der aktuellen Völkerwanderung von hoher politischer und pädagogischer Bedeutung. Eine willkürliche oder beliebige Zuordnung von Zeichen und Bedeutung könnte im Prinzip jeder lernen - und müßte sich damit einer Kultur unterwerfen. Bedeutungskonstitution jedoch ist eine Sache des Lebens und des Lebenssinns und nicht des lexikalischen Lernens.

Neben dieser pädagogischen Aufgabe stellt sich für die Theorie die Frage nach der Repäsentation neu. Die Beziehung zwischen Ereignis und Abbild, also die Beziehung zwischen Realität und ihrer Repräsentation, ist kompliziert, weil sie Ausfluß historischer und kultureller Beziehungen ist. Unsere Alltagsvorstellungen von der Wirklichkeit und ihrer eindeutigen Abbildbarkeit vertraut noch auf die Zentralperspektive der Renaissance und ihre Abbildungsangemessenheit; die Medien haben diese Vorstellungen schon lange überholt und ins Abseits gestellt. Das Verhältnis der erlebenden Menschen zu den von ihnen hergestellten medialen Ereignissen und zur sozialen Wirklichkeit öffnet sich theoretisch mit dem kulturhistorischen Konzept der Mimetik. Mit Hilfe dieses Konzepts läßt sich innerhalb eines kulturhistorischen Bezugsrahmens argumentieren (vgl. Teil 3), der von Platon bis zu den aktuellen Männerbildern und Gameshows reicht. Ereignis und Abbild sind immer Ausfluß des thematischen Handelns der Menschen und der sozialen, gestalteten Wirklichkeit.

In der sprachwissenschaftlichen Perspektive stellt Gunther Kress (1993b, S. 169) die Elemente der thematisch perspektivischen Bedeutungskonstitution zusammen ("motivated relation of signifier and signified"): "the 'interests' of producer of signs; their social histories; the micro histories of the production of signs; including the social structures which constituted the relevant contextual features; the structurings of power at work in the production of signs; the reading/reception regimes in operation at particular points of reading of signs; the 'interests' of readers of signs"; "boundaries of signs, and their maintainance; and the invariable multi-

30 "Symbol" bei Peirce.

modality of signs". Diese Betonung der Bedeutungskonstitution in einer subjektiv thematischen Perspektive der Menschen ist in einer Kultur wichtig, die

- sich von den einfachen und eindeutigen Zeichen ab- und den assoziativ offenen Bilder-Sprache-Musik-Gebilden zuwendet;
- offene und komplexe symbolische Gebilde in industrieller, also technologischer Warenproduktion herstellt;
- im Rahmen der Informationstechnologie der Computerprogramme zunehmend mehr möglichst eindeutige Kunstsprachen produziert.

Dabei dominieren die individuellen Bedeutungskonstitutionsprozesse der Rezipienten, also der Aneignungsprozeß im Alltag, der selber wiederum Ergebnis eines individuellen Herstellungsprozesses, sprich: Gestaltungsprozesses, ist. Hier ist die phänomenologische Theorie von Alfred Schütz (1971, S. 331ff.) zum Zusammenhang von "Symbol, Wirklichkeit und Gesellschaft" für subjektives Leben in der Industriegesellschaft aufschlußreich. Wichtig ist insbesondere das Konzept der "Appräsentation" (S. 339ff., 360ff.), bei der assoziative Symbolbeziehungen im Mittelpunkt stehen. Das sind Beziehungen, die die Menschen assoziativ zwischen Zeichen und dem, was sie bezeichnen (einen Sachverhalt, ein Ereignis), schaffen. Im einfachsten Fall handelt es sich dabei darum, daß "zwei oder mehrere Daten intuitiv in der Einheit des Bewußtseins gegeben sind, welches hiermit zwei getrennte Phänomene als Einheit konstituiert, unabhängig davon, ob man sich ihnen zuwendet oder nicht" (Schütz 1971, S. 340).

2.2.3 Die thematische Sinnperspektive der Rezipienten als Bedeutungsproduzenten der Massenkommunikation

Die Einheit der Lebensvollzüge der Menschen ist letztlich die Dynamik, in der sich Bedeutung konstituiert. Bedeutung ist nicht primär Angelegenheit von Repräsentation, also der Beziehung zwischen Sachverhalt oder Ereignis einerseits und Zeichen andererseits. Primär ergibt die Einheit der Lebensvollzüge die Sinnperspektive der Menschen, die als Thema im Lebenslauf und im Alltag konkret wird. Begibt man sich in die Sinnperspektive der Menschen, dann sind sie es, die das standardisierte symbolische Material der Medien bedeutsam machen; abstrakt formuliert: die die Aneignung der Medien als symbolische Objektivationen unserer Kultur strukturieren.

Ohne diese Sinnperspektive vermissen die Transportmodelle der Kommunikation (z.B. Lasswell 1948, Shannon, Weaver 1994) auszukommen. In ihnen dominieren die technischen Medien als Ursache von Wirkungen. Ebensowenig gehen Konzepte, die die Wirklichkeit aus erster Hand gegenüber der aus zweiter Hand bevorzugen, auf die Sinnperspektive der Menschen ein. Statt dessen kreist diese Medientheorie um die abbildende, also mimetische Repräsentation der Wirklichkeit. Alternativ dazu bilden in einer Medien- und Kommunikationstheorie im Kontext des sinnvollen sozialen Handelns die Menschen und ihre Formen der Kommunikation

den theoretischen Ausgangspunkt. Die Sinnperspektive der Menschen läßt sich theoretisch mit dem Konzept der subjektiven und handlungsleitenden Themen fassen.³¹ Weil die Interpretationsdynamik bei den rezipierenden Menschen liegt, sie zudem innerhalb der von ihnen immer wieder aufzubauenden und zu bestätigenden Lebenswelt Medien nutzen, ist diese Handlungs- und Sinnperspektive wichtig und adäquat. Argumentiert man allgemeiner, so geht es darum, die Menschen als Subjekte in der historischen Entwicklung der Subjektkonstitution zu verstehen³²: Massenkommunikation ist Teil der modernen Entwicklungsgeschichte des Menschen, in der die Menschen in Distanz zu sich und zu ihrer sozialen und dinglichen Umgebung sich zunehmend zuverlässiger individuell steuern und kontrollieren. In der Logik dieser historischen Entwicklung lassen sich auch die Genres der Massenkommunikation thematisch beschreiben, insbesondere in ihrer Funktion der sozialen Orientierung, inwieweit beispielsweise Western oder Familienserien auf soziale Ordnung, Integration und Distanzierung ausgerichtet sind (vgl. Schatz 1981).

Von der Fixierung auf die Medien bei der Mensch-Medien-Beziehung wegzukommen, war nicht leicht. Die entscheidende Weichenstellung dafür war "Kommunikation": Fernsehen kann dann als eine spezifische Form menschlicher Kommunikation verstanden werden. Für die deutschsprachige Medienpädagogik brachte Dieter Baacke dazu die theoretisch und praktische Anleitung auf den Weg (vgl. Baacke 1973a, 1973b, Teichert 1972, 1973). Ein wichtiger Argumentationsstrang geht dabei auf den "Symbolischen Interaktionismus" zurück, der von George H. Mead (1934) zu Beginn dieses Jahrhunderts in den USA entwickelt wurde. Mead ging es darum, die spezifisch menschliche Form von Kommunikation zu erläutern, die die bloße Verflechtung von Reizen und antwortenden Reaktionen grundsätzlich hinter sich läßt. So reagieren z.B. auch zwei Boxer nie nur aufeinander: A schlägt zu, B versucht auszuweichen (siehe u.a. Mead 1968, S. 82). Beide Boxer haben komplizierte Regeln, Absichten und Erfahrungen in ihren 'Köpfen', die ihre Manöver anleiten. Die Menschen handeln aufgrund der Bedeutungen, die sie sich im Laufe ihres Lebens mit ihren Erlebnissen und Erfahrungen angeeignet haben (s. Blumer 1973, S. 80-146). Diese Aneignung ist nun alles andere als ein mechanischer Prozeß, sondern findet immer in einem komplexen Geflecht von Handlungen, Bedeutungen und Symbolen statt, die sich im Lauf der Zeit verschieben und überlagern.

Solche komplexen Geflechte lassen sich laufend auch außerhalb des Rings, z.B. im Kindergarten, entdecken. Dazu ein Beispiel, bei dem eine Gruppe von fünf Jungen ruhig mit Bauklötzen und Figuren spielt:

Die Jungen bauen eine verschachtelte Burg aus einfachen Holzbauklötzen. Auf der obersten Plattform thront drohend und mit aufgerissenem Rachen ein Ungeheuer aus

31 Zum Konzept der handlungsleitenden Themen als subjektiver Sinnperspektive der Rezipienten vgl. Bachmair (1979b, 1980, 1982, 1989).

32 Leitend ist hierzu Norbert Elias' Zivilisationstheorie (1937 / 1979).

Plastik. Es sieht aus wie ein Drache oder Dinosaurier. Er erinnert an die drohenden Monster aus einschlägigen, billigen Filmen mit Urweltungeheuern oder Riesendinosauriern, wie Godzilla. Auf der Ebene darunter steht die bunte Plastikfigur eines Mannes. Davor, in der ersten Ebene, in der ein Angriff auf die Burg stattfinden könnte, sind die Turtles postiert. Sie sind eindeutig auf Abwehr ausgerichtet - nicht auf Kampf. Sie haben jedoch ihre Wurf- und Kampfmaschine in Stellung gebracht, eine Katapult-Schleuder, mit der sich auch tatsächlich eine Schleimmasse - sie wird zusammen mit dem Spielzeug verkauft - verschießen läßt. Mit ernsthafter, aber auch mit freundlich lustiger Miene lassen sich die Jungen mit ihrer Spielkonstruktion fotografieren.

An diesem Bauwerk läßt sich die Bedeutung für die Jungen ablesen: etwas abwehren, gewalttätig fauchend oben stehen.

Bleibt man nah an einer Kommunikationstheorie, die menschliche Beziehungen von Bedeutungen her aufschlüsselt, ist die Unterscheidung zwischen 'Sprache' (allgemein: Symbolsysteme) und 'Sprechen' (allgemein: etwas mit Symbolen darstellen) wichtig.³³ Die jeweilige Sprache einer Kultur ist den Menschen, insbesondere den aufwachsenden Kindern vorgegeben. Sprache ist ein objektiv vorhandenes System von Zeichen und Bedeutungen, aus dem prinzipiell niemand heraus kann. Heute ist Fernsehen ein wichtiger Teil der Sprache unserer Kultur, die Bedeutungen vorgibt. Eine Sprache ohne Menschen bleibt jedoch stumm. Indem die Menschen sprechen, verwenden sie die vorgegebene Sprache, eignen sich deren Strukturen und Bedeutungen an, verändern sie dabei jedoch immer, indem sie sie in ihre und auf ihre konkrete Lebenswelt anwenden. Auch mit den Figuren, Bildern und Geschichten des Fernsehens 'sprechen' Kinder heute, indem sie die vorfabrizierten Bedeutungen, z.B. die der hektischen und kämpfenden Ninja-Figuren, übernehmen. Indem sie sie in ihre Spielkonstruktion integrieren, entsteht etwas Neues, wiederum etwas Bedeutsames, bedeutsam für diese Kinder und in dieser Spielsituation.

Was die Jungen bauen, ist nicht zufällig oder wirre. Es ist für sie von Bedeutung und macht für sie Sinn. Was aber macht diesen Sinn aus? Sinn konkretisiert sich in der jeweiligen Situation mit ihren sozialen Beziehungen sowie aufgrund der Erfahrungen und Ziele der Kinder. In ihrer Spielkonstruktion verbinden sie die Turtles-Figuren des Fernsehens mit anderen Erlebnissen, die sie von zu Hause in den Kindergarten mitbringen, und mit dem, was ihnen in ihrer Kindergruppe im Moment wichtig ist. Natürlich verknüpfen sie die 'mitgebrachten' Erlebnisse und das, was gerade 'los' ist, mit dem, was die Jungen wollen und anstreben (vgl. Mead, S. 160). Figuren und Bilder der Fernsehens, frühere und aktuelle Erlebnisse verbinden sich in der Spielsituation mit Ziel- und Wunschvorstellungen der Jungen. In diesem Zusammenhang ist die Aussage "verbinden sich" falsch. Natürlich sind es die Kinder selber, die die Verbindung herstellen. Die Menschen sind der Katalysator, der die vorgegebenen Bedeutungen, die Erfahrungen, die aktuelle Situation und die Vorstellungen, von dem was sein wird, jeweils neu und sinnvoll zusammenbringt. Sie sind hierbei mehr als nur Katalysator, zumindest in unserer Kultur.

33 Diese Unterscheidung stammt von Ferdinand de Saussure (1967).

Die Menschen schaffen sich aufgrund ihrer Lebensgeschichte und ihrer Ziele innerhalb der Sprache ihrer Kultur und innerhalb der aktuellen Situation jeweils ihren subjektiven Sinn neu.

Wenn die Jungen die Turtles so wichtig finden, daß sie sie mit in den Kindergarten bringen, wenn sie sich zu einer Gruppe ohne Mädchen zusammenschließen und mit gewissem Stolz ihr Spielarrangement herzeigen, dann tun sie etwas für sie Sinnvolles. Was das jeweils ist, was ihren subjektiven Sinn ausmacht, läßt sich weder aus Bedürfnissen (vgl. Dröge 1979, S. 116-142) noch aus den Medien oder angestrebten Zielen herleiten. Es ist eine eigene und subjektive Leistung der Kinder, die sich auf alle diese 'Bestimmungsgrößen' bezieht. Wie die Kinder dies tun, läßt sich am besten nachvollziehen, wenn man nach den Themen der Kinder fragt. Die Erzieherinnen haben sicher etwas vom Thema der Jungen erfaßt: "Sven, der Besitzer der Turtles-Figuren, spielt nur mit den Starken und auch nur die Starken. Marcus bekommt nur die Schwachen zugewiesen. Er fängt an, sich zu wehren, fordert, auch der Starke zu sein. Daraus ergibt sich ein Streit mit Handgreiflichkeiten."

2.3. Massenkommunikation in der Lebenswelt des Alltags

2.3.1 Massenkultur ist Alltagskultur

Wer kennt sie nicht, die Klagen, von der vorherrschenden Massenkultur überrollt zu werden, die mit dem Vermarktungsschub der Medien, - also der Deregulierung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks nach dem BBC-Modell - als unaufhaltsame Welle der Banalität, Gewalt, Werbung über alle und alles hinwegschwappt. Mit Distanz zur eigenen Bildungsgeschichte und der Vorstellung von Kultur als Hochkultur läßt sich in dieser Medienwelle jedoch auch eine Dynamik entdecken, die von der Individualität der Menschen ausgeht.

Konzept 'Massenkommunikation'

Die Argumentation, in der Masse, Massenkultur und Massenkommunikation sich zum Kulturverfall verbünden, zielt einerseits auf das dominante, technologische System der Massenkommunikation und andererseits auf eine passive konsumierende Funktion der Rezipienten in diesem System. 'Massenkommunikation', die Wortverbindung von Masse und Kommunikation, ist primär ein ideologisches Konzept, das auf die Verbindung von Kultur und industriellen Mechanismen reagiert. Dabei steht das Massenhafte der Medienproduktion bzw. der Verteilung im Vordergrund, ebenso das Gleichartige des Medienkonsums. Das Moment der Gleichartigkeit störte die etablierte hierarchische Schichtgliederung und die damit verwobenen Kulturvorstellungen, weshalb die Radio- und Fernsehkommunikation als billige Massenangelegenheit abgewertet wurde.

Dieter Baacke (1973a) hat sich, als es Ende der sechziger und Anfang der siebziger Jahre um ein neues theoretisches Paradigma für Kommunikation ging, mit dem Konzept "Massenkommunikation" auseinandergesetzt. Die Denkrichtung formulierte er programmatisch mit "Moderne Massenmedien und Öffentlichkeit" schon in der Überschrift (S. 16). Ein Konzept oder eine explizite Theorie von Massenkommunikation hat die Aufgabe, sich mit der Moderne, insbesondere mit der konsumorientierten Veränderung von Subjektivität und der damit verbundenen neuen Form von Öffentlichkeit auseinanderzusetzen. Baacke (S. 16) benennt die unterschwellige Assoziation des Wortes Massenkommunikation mit dem "berühmten 'Massenmenschen' im 'Massenzeitalter', der einer fortschreitenden 'Vermassung' unterliegt und zugleich selbst verstärkend zu ihr beiträgt". Statt dessen, so der alternative Ansatz, kommt es darauf an, die Beziehung von Öffentlichkeit und Kommunikation in der Massenkommunikation herauszuarbeiten. Die Anregung dazu stammt von George Herbert Meads Symbolischem Interaktionismus bzw. von Herbert Blumers Konkretisierung (1939). Grundgedanke ist hierzu: Die auf Individualität ausgerichtete Subjektivität der Menschen in der Industriegesellschaft des 20. Jahrhunderts hat die wesentliche Aufgabe, die Gleichartigkeit der Lebensvollzüge, Vereinzelung und sinnvolles Handeln kommunikativ zu verbinden. "Öffentlichkeit ... sind nicht individuell Einzelne, deren Handlungen und Entscheidungen zufällig oder durch organisierte Lenkung konvergieren (und dann gegebenenfalls zur Katastrophe führen), sondern in Gruppen gegliederte, von verschiedenen Überzeugungen bestimmte Beziehungen, die mannigfach reguliert sind und keine einheitliche Reaktion erlauben". Massenkommunikation ist so gesehen die spezifische Beziehung der Menschen unter den technologischen Bedingungen der "Massentransmission oder -emission" (S. 16). Im theoretischen Vordergrund steht deshalb die "technische Bestimmtheit des Internalisierungs- und Mediatisierungsprozesses", insbesondere der Gegensatz von öffentlich und intim, privat, wobei die "Merkmale der Aktualität, Periodizität und Universalität" (S. 16) hervorstechen. Zur Kritik dieser Beziehung von Öffentlichem und Privatem bezog sich Ende der sechziger und Anfang der siebziger Jahre Dieter Baacke auf Jürgen Habermas' "Strukturwandel der Öffentlichkeit" (1962). Rundfunk und Fernsehen erlauben nicht mehr den "Austausch von Überzeugungen und Gesinnungen" zwischen "freien citoyens", weil die industrielle Organisation der Massenkommunikation die "unmittelbare Partizipation an und die direkte Kontrolle über die Massenmedien" verhindert. Dafür sind u.a. zwei Mechanismen verantwortlich. Die komplizierte, undurchsichtige Medienproduktion braucht Experten; Medienrezeption findet nur im Privatbereich des Freizeitens der Menschen statt. Der Privat- und Freizeitbereich der Menschen öffnet der Wirtschaft das Tor zu den Konsumenten, so daß die "Kommunikationsexplosion" zu keiner "Öffentlichkeit" führt, die hilft, die Menschen aufzuklären. Statt dessen behindert Massenkommunikation Aufklärung.

In den Jahren danach gab es in der Forschung erfolgreiche Unternehmungen, die subjektiv kommunikative Seite der Massenkommunikation, also die Deutungs- und Gestaltungsaktivitäten der Rezipienten, hermeneutisch, also aus der Perspektive

der medienvermittelten Kommunikation, zu bestimmen. Parallel begann der Produktions- und Distributionbereich die bekannte Massenkommunikation mit den Neuen Medien zahlenmäßig auszuweiten und institutionell zu verändern. Der öffentliche Rundfunk bekam seinen privatwirtschaftlichen Gegenpart, der sich mit hohen ökonomischen Risiken jedoch erfolgreich etablierte. An dieser Stelle der Entwicklung der Massenkommunikation, also in den achtziger Jahren, bilanzierte Denis McQuaile mit seinem international akzeptierten Lehrbuch "Mass Communication Theory" (1987) den Diskussionsstand zum Konzept der Massenkommunikation. Auch er setzt beim unklaren Begriff der Masse und dessen ideologischer Funktion an, der "Mob" und nicht zu regierende und ignorante Menschen suggeriert³⁴. Als das empirisch Faßbare von Massenkommunikation benennt McQuaile die Vervielfältigung und die Massenproduktion einerseits und andererseits die hohe Anzahl an Rezipienten, die die Massenmedien erreichen.³⁵ Darüber hinaus muß die Bedeutung von "Masse" in Massenkommunikation erst soziologisch definiert werden. Dazu eignet sich Herbert Blumers Verbindung von Soziologie und Interaktionistischer Theorie, die sich auf die für die Industriegesellschaft und ihre Produktion sowie Konsumption typische Art individueller Subjektivität einläßt (Blumer 1939). Blumer kategorisiert typische Gemeinschaftsformen (McQuaile, S. 30): Gruppe (group), Öffentlichkeit (public), Menge (crowd) und Masse (mass), die sich dann jeweils nach Interaktionsgrad (degree of interaction), Interessenrichtung (cause / or object of interest), Kontrolle und Organisation (control / organization) und Reflexionsniveau (level of consciousness) unterscheiden. Um an den spezifischen und medienbezogenen Charakter von Massenkommunikation begrifflich heranzukommen, empfiehlt sich jedoch, die Aspekte von Herrschaft (command mode), von Dienstleistung (service mode) und Beziehung (associational mode) heranzuziehen (McQuaile, S. 33f.). Für den Zusammenhang von Medien und Herrschaft in der Massenkommunikation sind Propaganda und Ideologie, Manipulation, Klassendominanz wesentlich. Dienstleistung bedeutet für Massenkommunikation Kommerzialisierung der Mediennutzer, Entwicklung eines Kommunikationsmarktes und einer Informationsgesellschaft. Medien der Massenkommunikation ermöglichen in ihrer Beziehungsdimension u.a. Partizipation und Teilhabe oder soziale Fragmentierung (McQuaile, S. 34).

Die 'Erfindung' des Begriffs Massenkommunikation hat neben der sozialen Organisation, der Herrschafts-, Dienstleistungs- und Beziehungsdimension unausgesprochen, jedoch klar erkennbar, die kulturelle Veränderung durch technische Medien thematisiert. Mit dem Konzept der Massenkommunikation geht die unreflektierte Abwertung der Massenkultur (Mass Culture) der Medien gegenüber der

34 "Its negative meanings derive historically from its use in referring to the 'mob' or multitude, especially the mass of unruly and ignorant people." (McQuaile, S. 29)

35 "The relevance for mass communication comes mainly from the meaning of multiple or mass production and the large size of the audience which can be reached reached by mass media." (McQuaile, S. 29)

elitären Hochkultur (High Culture) und der auf traditionellen Gestaltungsformen basierenden Volkskultur (Folk Culture) einher. Daß Massenkommunikation und Massenkultur über die Verbindung von Lebensstilen, Ausdrucksformen, sozialen und persönlichen Befindlichkeiten auch den Status einer spezifischen Kulturform erreicht, kommt erst mit dem Konzept der "popular culture" in die allgemeine theoretische Diskussion.

In der deutschsprachigen Diskussion steht dabei der Alltag und seine Kultur im Mittelpunkt. Der Alltag ist die herausragende soziale Wirklichkeit der Industriegesellschaft, die ihre Waren für den Konsum produziert, weil er Lebens- und Gestaltungsfeld der Menschen ist. Im Alltag bringen Medien den Service für Amüsement und Information, die jedoch auch spezifische kommunikative Beziehungen (parasoziale Interaktion, Medienkommunikation) ermöglichen. Die Mischung von sozialsituativem Raum, individueller Lebensgestaltung, Herrschaft, Servicefunktion und Medienkommunikation definiert unsere Kultur als Alltagskultur.

Konzept von Alltagskultur

Natürlich haben wir, sobald Medien und Alltag mit Kultur sprachlich verknüpft werden, die abwertenden Assoziationen von Hochkultur bzw. Trivialkultur im Kopf. Deshalb kommt man nicht umhin, sich an die grundlegende Definition von Kultur im Modell der Herstellung und Aneignung der sozialen Welt und deren Gestaltung zu erinnern. In Hans-Georg Soeffners Sprache lesen sich die drei Definitionselemente folgendermaßen (1988a, S. 3):

- "Kultur umfaßt sowohl eine spezifische Zugangsweise und Aktivität der Menschen auf sich selbst, seine Mitmenschen und seine Umwelt hin ... als auch die Produkte dieser Aktivität."
- "Kultur gewährleistet und schafft eine weitgehend ausgedeutete Welt für und durch Interpretieren."
- Kultur ist "Erkenntnisstil und - nicht nur in ihren Produkten - Erkenntnisgegenstand." Stil und Gegenstand erscheinen in der Form "symbolisch geschaffener und ausgedeuteter Welten".

Welcher Stil, welche Zugangsweise, welche Aktivitäten erscheinen in der Massenkultur, gerade auch der Massenkultur des Fernsehens? Es ist nicht das Massenhafte, die Gleichartigkeit oder ähnliches, was 'Massenkultur' ausmacht; es ist "die serielle Überproduktion des Einmaligen innerhalb kollektiver Großräume", so Soeffners prägnante Etikettierung (1988a, S. 6). Wichtig ist die Entsprechung von "serieller Produktion" mit Konsumgewohnheiten. Konsum ist jedoch keine einfache Wiederholung der maschinellen Produktion. An dieser Argumentationsstelle hilft das Modell von Kultur mit der Dynamik von Herstellen und Aneignen in Erinnerung zur Differenzierung der Mensch-Medien-Beziehung. "Produktion und Zirkulation von Massengütern" (S. 8) bestimmen eben nicht platt und gleichartig deren Aneignung. Es gibt keine "strukturelle Symmetrie von Produktion und Konsumtion".

"Die Subjektivierung, die individuelle Aneignung eines seriell hergestellten Produkts durch einen einzelnen" prägt Massenkultur ebenso wie die industrielle Produktion, auch wenn es den Anschein hat oder wenn aus ideologischen Gründen der Anschein aufrechterhalten bleiben soll, daß das "Individuum hinter der Rolle des Konsumenten" "verschwindet", und die "spezielle Gleichheit der Produkte ... fälschlich eine serielle Gleichheit der Aneignung und Nutzung" "suggeriert" (S. 8). Der individuelle Aneignungsprozeß ist prägender Teil der medienvermittelten Alltagskultur in der Industriegesellschaft. Als historische Ausprägung der allgemeinen Möglichkeit des Menschen, kommunikativ und sinnvoll zu handeln, ist heute Medienkommunikation entstanden, bei der die Menschen die symbolischen Materialien der Massenkommunikation benutzen. "In diesen Akten der Privatisierung des allen tendenziell Zugänglichen und der Individualisierung des Kollektiven vollzieht sich ... die Übersetzung des Seriellen ins Einmalige (das Photo von der Hochzeit, vom Eiffelturm), die Wandlung vom kollektiv und instrumentell Fremden zum subjektiv Vertrauten und Eigenen (das eigene Auto, das Eigenheim)" (S. 9). Diese individuelle Aneignung bedient sich der Konsumgüter auf höchst individuelle Weise. "Dinge und Ereignisse werden durch individuelle Gefühlsbeigaben und äußere Markierungen ... subjektiv kultiviert." Auf diese Weise, also durch individuelle Aneignung, entsteht mit Hilfe gleichartiger Angebote eine spezifische Form von sich abgrenzender Individualität, die sich eigene Zeitpläne, Wohnräume, soziale Gruppen, Stile und Themen schafft. "Je mehr seriell produziert, angeboten und abgenommen wird, um so mehr wächst der Aufwand an Individualisierung serieller Produkte in der Aneignung, um so mehr wird Individualisierung gefordert." Das ist jedoch nur in zunehmend individuelleren Aneignungsweisen von gleichartigen Konsumangeboten möglich, die für Individualisierung offen sind. Für die Jeans sind das Etiketten oder hineingeschnittene Löcher, für das Fernsehen ist das die Serie mit ihrem eigenen Fan-Club oder das einmalige Seriemischung, das sich mit der Fernbedienung nicht-reproduktiv erstellen läßt.

Diese Art der abgrenzenden Individualisierung basiert auf der individuellen Aneignung und Veränderung der standardisierten Angebote ebenso wie auf der abgrenzenden, etikettierenden Verwendung von standardisierten Angeboten als individueller Ausstattung, bei der u.a. Autos, Fernsehvorlieben, Kleidungsstile zu Codes kombiniert werden. So entsteht individuelle Alltagskultur, die wenig mit den überkommenen Vorstellungen vom Individuum und seiner schöpferischer Identität gemeinsam hat, aus der heraus Kultur nicht mehr als Produkt herausragender intellektueller und ästhetischer Gestaltungsleistung gedacht wird.

Die zentrale kulturelle Leistung heute - also der auf Konsum ausgerichteten Industriegesellschaft - ist das individuelle Alltagsleben mit seinen individuellen Aneignungs- und Ausdrucksformen, bei der die standardisierten Produkte Code-Funktion³⁶ habe. Autos, Klamotten oder TV-Serien (die Liste der Konsumobjekte

36 Vgl. John Fiskes Definition von Codes, die die Beziehung von Zeichen und Handlungsweisen in einem Sozialsystem objektivieren (1990, 64ff).

ist beliebig auszuweiten) helfen als Zeichen und Botschaften, Handlungsweisen in einem Sozialsystem mit standardisierter Produktion als individuell und selbstbestimmt herauszustellen. Individueller Alltag als die herausragende Gestaltungsleistung der Menschen heute hebt die uns immer noch vertraute und geläufig ständische Bewertung von Kultur in oben und unten, in Hochkultur und Trivialekultur oder ähnliches aus. Alltag als die kulturelle Perspektive muß dann, wenn sich die tradierten und ideologischen Bewertungsmaßstäbe also nicht mehr verwenden lassen, selber, und zwar hermeneutisch, die Bewertungsmaßstäbe für Kultur liefern. "Gelingendes Leben", "Ausdrucks- und Gestaltungsfähigkeit" sind dann die wichtigsten Kategorien zur Beurteilung von Alltagskultur.³⁷ Sie ergeben sich aus dem Modell von Kultur als Beziehung von Herstellen und Aneignung dinglicher und symbolischer Objektivationen und des Alltags als individueller Lebenswelt. In diesen Beurteilungskategorien ist eine andere Vorstellung von Individualität verborgen, die mehr meint als nur Selbstdarstellung und Abgrenzung mit Hilfe von Konsumangeboten, die für die eigenen Zwecke und Perspektiven dienstbar gemacht werden.

Alltag als Chance und Trivialität

Alltag war der historische Gegenentwurf des Biedermeier gegen die theatralische Herrschaftsinszenierung des Feudalstaats. Alltag als Privatheit bot die Chance zum eigenen Leben, in dem sich die Menschen dem autoritären Staat entzogen. Ein Druck aus der Mitte des 19. Jahrhunderts, "Eifersüchtige Günstlinge", zeigt noch heute diese Hoffnung des Biedermeier, also der Zeit nach der Französischen Revolution, die auf Alltäglichkeit baute. Der Stich beschreibt liebevoll die Details einer Wohnküche mit Großmutter am Spinnrad, die aktive Hausfrau in der Bildmitte, im Vordergrund der Vater mit einem Kind und einem Hund auf dem Schoß. Kind und Hund spielen mit einem Anflug von Aggression. Distanziert und doch empathisch konzentrieren sich die Erwachsenen auf das spielende Paar, Kind und Hund, die sich ihrer Geborgenheit sicher sind. Die Gruppe in der bergenden Privatheit des Wohnzimmers genießt ihr eigenes Leben und kann in Gelassenheit dem Kind und seiner spielerischen Entwicklung der Gefühle, auch der von Konkurrenz und Aggression, Raum und Aufmerksamkeit geben.

"Für das private Bürgertum, für das der Einzelne und sein privater Kreis im Zentrum steht, ist Betonung des Privaten nicht unbedingt Rückzug, sondern vielfach notwendiger Ausgangspunkt für neue Strukturen" (Dürr 1989, S. 57), die sich aus der "Spannung zwischen Individualismus und 'Volkssouveränität' " (Dürr, S. 58) entwickeln.

37 Es war das Verdienst von Hermann Bausinger (1983), auf Alltagskultur auch als Bezugsrahmen für Medienkultur hingewiesen zu haben.

Alltäglichkeit ist auch die Hoffnung auf die Auflösung der Individualität in der Symbiose, die alles, was nicht nur Symbiose gehört, abwehrt und sich so in einen selbstbestätigenden Zirkel von Abgrenzung, Auflösung und Abwehr begibt. Solch ein Zirkel führt zur Erstarrung und zur banalen Ritualisierung des kleinen, überschaubaren Alltagslebens, das sich zum Archimedischen Punkt eines Weltgebäudes aufbläht.

Der Konsum- und Fernsehalltag entsteht aus Ritualisierung, zunehmend mehr aus den Serien des Banalen, das alle Themen und Ereignisse "verbiedernd" (Günther Anders 1956) auf die kleine und egozentrische Welt des Alltags reduziert. Die standardisierten Serien schaufeln Themen in viele Alltagswelten, die, je ähnlicher sie werden, sich um so egozentrischer voneinander abgrenzen.

2.3.2 *Alltag und Massenkommunikation als Lebenswelt*

Die Lebenswelt des Alltags erstreckt sich heute zunehmend weniger in den Spannungspolen von privatem und öffentlichem Leben. Gleichartige Angebote und individuelle Aneignung treten an ihre Funktionsstelle. Diese neue Spannung führt zu bühnenhaften Inszenierungen in Milieus, die das Banale und Triviale zum Ereignis aufblasen. Die Menschen bauen sich ihre symbolische Welt des Alltags als Lebenswelt. Bausteine und zunehmend mehr Fertigbauteile liefert dazu die Medienindustrie. Das symbolische Baumaterial wird intertextuell von den Menschen zu verschachtelten Sinneinheiten verbunden. Die Baupläne überlagern sich aus der thematischen Lebensperspektive, der aktuellen sozialen Situation und den kulturellen symbolischen Angeboten. Baupläne und Lebenswelt verändern sich in amorphen Formen.

Beispiel: Geschlechtsspezifische Familienwelt

Wie läßt sich entdecken, was hier metaphorisch mit Bauplänen skizziert ist? Ein 13jähriges Mädchen und ihr 10jähriger Bruder präsentieren sich für ein Foto und reden dann über die von ihnen bevorzugten Musiktitel, Filme und Fernsehserien. Abgrenzend und aufeinander bezogen gewähren beide einen Einblick in ihre geschlechts- und altersspezifische Welt.

Das Mädchen zeigt ihre blauen Doc-Martin-Schuhe, die sie für mühsam erworbenes Geld im Geschäft gekauft hat, wo nahezu Gleichaltrige als Verkäufer sich das Geld erwerben, um Analoge zu Doc-Martin-Schuhen zu kaufen. Ihre Kritik an der Engstirnigkeit der spießigen Deutschen, die Fremde ablehnen, zeigt sie jedem mit ihrem T-Shirt. Auf dem deutschen Schwarz/ Rot/ Gold steht Keine/ Macht den/ Doofen. Am Hals baumelt ein Pentagramm. Auf einem der auffällig bunten Glasringe an der Hand ist "Peace" zu lesen. Sie hat eine Tonbandkassette bei sich mit Musik von Roxette, "Queen of Rain", die sie sich selber zusammengestellt hat. Die Texte zu den Liedern "Hold on little Girl" von Mr. Big, "Black or White" und

"Dangerous" von Michael Jackson, "Queen of Rain" von Roxette hat sie in ein Schulheft geklebt, das sie bei sich trägt.

Ihr kleiner Bruder versteckt sein Kindergesicht hinter einer dicken, schwarzen Sonnenbrille, Baseballkappe auf dem Kopf mit dem Marken-Signet einer amerikanischen Fußballmannschaft, Button auf der grellen schwarzroten US-amerikanischen Jacke und eine mit Metallnoppen bewehrte Ledermanschette im Rockerstil am Armgelenk.

Das Mädchen findet "Pretty Woman" gut, die Schul- und Lehrerserie "Unser Lehrer Dr. Specht" spricht sie jedoch mehr an, weil es um Leben und Leid, Unfall und Rettung geht:

"Also, das ist eben so'n Lehrer. Und der unterrichtet so'ne Klasse ... Die sind doch beim Verkehrsunfall umgekommen und der ist Lehrer. Dann kommen immer verschiedene Sendungen, einmal wechselt er die Schule, dann verlobt er sich, dann einmal stirbt einer von seinen Schülern, dann, dann geht er nach Potsdam und alles sowas. Und naja, das, ich mag den zwar auch ganz gern, aber nicht so arg."

Wichtiger als Umzug sind Pferde und dramatische Situationen:

"So'n Mädchen kriegt ein Pferd geschenkt und dann stirbt es fast und das Mädchen, das versorgt dann das Pferd, solange bis es wieder durchkommt. Und dann gewinnt es ein Turnier damit und so."

Was das Mädchen gut findet, weil realistisch und lebensnah, lehnt ihr Bruder ab:

"Bei den meisten Sendungen ist es immer nicht so aufregend. Da kommen immer, gleich. Gute siegt, der Böse wird bestraft. Immer so. Genau ist es z.B, wenn in irgendwelchen Büchern Krebs oder Aids oder so dargestellt wird, dann am Ende kommt er immer (unv.), aber Aids nicht. Oder bei Krebs, aber bei irgendwelchen anderen Krankheiten, die überleben am Ende dann immer oder so."

Der Junge thematisiert mit "Krebs oder Aids" eine grundlegende Bedrohung (in der Familie geht es um eine wichtige Neuordnung von Wohnen und Arbeit), die er spürt, jedoch noch nicht konkretisieren kann. Zwar ist das Filmleben von Eddie Murphy klarer faßbar, aber auch da geht es um Bedrohung und um den Wert, den man hat. Bei Eddie Murphy erscheinen alle Themen im Genre-Gewand der Action-Komödie und der ironischen Distanzierung:

"Ehrenwerter Gentleman. ... Da spielt Eddy Murphy mit. Das ist ein Witzfilm und da ist er ein Betrüger. Und der hat zufällig denselben Namen wie ein kürzlich Verstorbener, irgendein hoher Typ. Und in Washington, im Weißen Haus, und dann sagt er zu der Frau, dessen Frau, er malt alle Werbeplakate, die sie haben wollte, naja, weil er ein Professor ist und er will über den ein Buch schreiben. Und dann gibt die Frau ihm das und dann geht er zu dem zweitgrößten, also wie halt, naja, wie halt Senioren Wilding oder wie das heißt, die nennen sich Silberfuchse und sie sind Senioren Wilding. Und der, na, da geht er halt hin, und die schneiden dann halt immer die Bilder weg und hängen überall nur die Schrift hin. Und naja, und dann wird er da gewählt. Und fliegt dann halt nach Washington zu dem Weißen Haus. Und dann kommt er zu spät zu dem Team, welches Büro ma gibt, und dann kriegt er das schlechteste. Das ist noch gar nicht

ausgebaut. Das baut er sich dann aus. Und dann ist er halt bei lauter Empfängen und auf einmal kommen Leute zu ihm und das ist ein Mädchen, die hat irgend Krebs oder so, und die hat sie, weil sie auf einem Spielplatz gespielt hat, wo Überlandleitungen waren. Die waren aus krebserregendem Metall. Und da hat der was dagegen getan am Ende. Und dann haben sie dann entdeckt, daß er ein Betrüger ist. Und da kommen dann lauter so Sachen, wie in Washington, so Sachen, wie's da ist. Und daß halt die meisten betrügen und nur das Geld haben wollen. Und dann wird er am Ende, entdecken sie ihn und dann wird er Präsident. Und des ist alles."

Gemeinsam ist den beiden, daß sie ihre Themen, also was sie bewegt, und ihre Identität mit Anzestilen und Medien nach außen und sich selber kundtun. Gemeinsam ist beiden zudem, daß sie auf Filmszenen mit Krankheit Bezug nehmen. Sie unterscheiden sich jedoch geschlechts- und auch altersspezifisch bezüglich der Genres, auf die sie sich beziehen. Sie können sich deshalb auch wenig Gesprächspartner sein, weil die symbolischen Möglichkeiten, die ihnen gegenwärtig zur Verfügung stehen, zu unterschiedlich sind. In ihren Freundschaftsgruppen werden sie gerade wegen der ähnlichen Medienpräferenzen dagegen verstanden.

Abgrenzend und aufeinander bezogen gewähren beide Kinder einen Einblick in ihre geschlechts- und altersspezifische Welt. Diese Welt ist Ergebnis und Baustein einer spezifischen Kultur, die den einzelnen hohe Gestaltungsleistungen abverlangt, auch wenn die Pläne und Bausteine nur Schuhe, Kassetten, Ringe, T-Shirts, Texte, Filmzitate sind, mit denen die beiden ihre soziale Wirklichkeit konstruieren.

Die Menschen als Konstrukteure ihrer Welt

Das Konzept der Alltagswirklichkeit und der Lebenswelt geht davon aus, daß die Menschen in der kulturhistorischen Phase der Industriegesellschaft die Gestaltungschance und den Gestaltungszwang haben, ihre Lebenswelt als Alltagswelt aufzubauen. Alltag ist die besondere, weil erfahrbare Wirklichkeit der Industriegesellschaft des 20. Jahrhunderts. Dies ist eine der wesentlichen Erkenntnisse der phänomenologischen Soziologie, insbesondere von Alfred Schütz, der sich mit der Lebensweise in der Industriegesellschaft auseinandergesetzt hat. Aus der Fülle theoretischer Aspekte zum Handeln und Erleben, die Schütz entwickelt, sind drei Aspekte hilfreich, um Fernsehen einzuordnen:

- Alltag ist *das Feld, in das man sich handelnd einschalten kann*. Für die Beziehung Mensch/ Fernsehen bedeutet die Alltäglichkeit des Fernsehens (als Sendung und als Rezeption), daß sich zwei sehr verschiedene Kommunikationsstrukturen 'ineinandergehakt' haben. Dieses Ineinanderhaken geschieht im wesentlichen in der Rezeptionssituation, aber auch zunehmend mehr in Interaktionssituationen, in denen z.B. über Fernsehen geredet wird. Speziell in der Rezeptionssituation treffen die technologische Kommunikationsstruktur des Informationstransportes mit dem symbolisch vermittelten interaktiven Handeln und Erleben der Menschen zusammen.

- "Die Welt des Alltags" ist nach Schütz (1971b, S. 238) eine *"intersubjektive Welt ...*, die als eine geordnete Welt erlebt und gedeutet worden ist. Sie ist unserem Erleben und unserer Deutung vorgegeben. Alle Deutungen dieser Welt sind in einem Vorrat früherer Erfahrungen begründet". Diese erfahrene und gedeutete Welt wird "durch unser Handeln verändert" oder sie beeinflusst unser Handeln. Medien und Massenkommunikation funktionieren als Handlungs- und Deutungsmuster, die die soziale Welt konstituieren. Wichtig ist, daß es nicht nur die Geschichten, Figuren oder Motive von Filmen und Serien sind, die von den Rezipienten als Deutungs- und Handlungsmuster verwendet werden, sondern auch das Arrangement der Massenkommunikation, z.B. die neue Form des Berichts wie "Eye Witness". Der Reality-Bericht eröffnet die intime Teilhabe an den Schrecknissen dieser Welt, die Menschen wie 'Du und ich' kommentieren und die sie so den Zuschauern alltagsgerecht präsentieren. Und trotzdem bleiben die Ereignisse prinzipiell draußen außerhalb des eigenen Alltags. Weil die Alltagswelt selbstverständlich und vertraut ist (vgl. Schütz, "Strukturen der Lebenswelt" 1971b, S. 153ff.), ist es so schwer, diese Muster wahrzunehmen und kritisch zu reflektieren. Dies ist ein Punkt, warum Banalität soviel Raum in der Massenkommunikation hat.

- Alltag hat als *soziale Wirklichkeit* herausragende Bedeutung. Die Wirklichkeit der Alltagswelt ergibt sich zwar aus der Selbstverständlichkeit und Gewißheit der Alltagswelt (Berger, Luckmann 1977, S. 21f., 23). Sie bekommt diese Eigenschaft jedoch, weil das Handeln in einer "intersubjektiven Welt" geschieht, die aus den "Objektivierungen subjektiv sinnvoller Vorgänge" entsteht. Dabei erfahren wir nicht so sehr die Wirklichkeit als von uns gemacht und objektiviert, sondern als etwas Vorgegebenes: "Die Wirklichkeit der Alltagswelt erscheint bereits objektiviert, das heißt konstruiert durch eine Anordnung der Objekte, die schon zu Objekten deklariert worden waren, längst bevor ich auf der Bühne erschien" (S. 24). Fernsehen übernimmt heute diese Wirklichkeitsfunktion, dabei ist die symbolische Qualität von Fernsehen und deren Integration in den Alltag von besonderer Bedeutung. Ebenso wichtig ist, daß Fernsehen die Logik der warenmäßigen Herstellbarkeit ausweitet in einen Raum, der wegen seiner symbolischen Qualität die bisherigen Ressourcengrenzen überwindet.

2.3.3 *Symbolische Welten - soziale Figurationen individueller und medialer Wirklichkeit*

In den Alltag als Lebenswelt der Menschen der Industriegesellschaft schob sich in den fünfziger Jahren das Fernsehen, erst als Ergänzung der Freizeit, dann als Leitmedium eines Systems von Konsum, Freizeit, Kommunikation und Lebensgestaltung. Die daraus entstandene Verbindung, die Medienkommunikation, liefert die prinzipielle Möglichkeit, um symbolische Welten aufzubauen. Symbolische Welten sind, wie bisher auch, Lebens- und Alltagswelten; es verschiebt sich jedoch der Konstruktionsschwerpunkt von den Ereignissen und Sachverhalten hin zum Symbolischen, Seriellen und Konsumierbaren. Konstruktion und Differenzierung von

Alltag laufen dabei über Codes, Medien und Konsum. Was verändert sich dabei, wie werden Veränderungen theoretisch erklärt?

Scary World - Lebensweltkonstruktion im Kontext von Gewalt- und Horror-Darstellungen

Veränderungen werden zumeist an aktuellen Genres wie Reality-TV festgemacht oder auch an der medieninduzierten Veränderung der Lebenswelt. Gerade Gewalt in Alltagsleben der Industriegesellschaft und Gewaltdarstellungen des Fernsehens erzwingen Erklärungen zum Zusammenhang von aktueller Lebenswelt und neuen Genres. Typisch ist dafür der Text: "Leben und sterben lassen. Gewalttätiges im Fernsehen: sozialer Notruf?" von T. P. Gangloff in "Kirche und Rundfunk" vom 27.1.1993:

"Die simplen Strickmuster aus der Zeit des kalten Krieges finden sich auch in der Serie 'Mysterons' wieder, die der Kabelkanal im Rahmen der von Tele 5 übernommenen Kinderkompilation 'Bim Bam Bino' (werktags, ca. 8 bis 10 Uhr) ausstrahlt. Markige Mannsbilder mit geschwollenen Unterlippen verteidigen das Wort der Erde gegen außerirdische Eindringlinge. Die Mysterons werden verkörpert von einem finsternen Burschen, der sinnigerweise Captain Black heißt ..., aber abgesehen von seinem etwas dunkleren Teint und einem Bartschatten äußerlich von den Guten nicht zu unterscheiden ist. Ihm gegenüber steht Captain Scarlett, ein Mann, den 'das Schicksal im Kampf unzerstörbar' werden ließ. Die Serie ist realistisch angelegt; Menschen sterben im Kugelhagel aus Schnellfeuerwaffen, werden von Heckenschützen erschossen, verenden röchelnd.

Und doch fällt 'Mysterons' gewissermaßen unter die eingeschränkte Wirkung von Gewaltdarstellungen, wie sie für Zeichentrickfilme postuliert wird: Sämtliche Darsteller sind nahezu identische Puppen, dem Barbie-Gespielen Ken nachempfunden. Ihre Mimik ist daher noch eindimensionaler als die von He-Man: Sie können nur mit den Augen rollen. Im Kinderalltag wird das hingebungsvolle Geballer in 'Mysterons' seltsamerweise ganz anders empfunden, als die Kulturverfall-Szenarios des Kinderschutzbundes dies nahelegen. Und zwar nicht, weil es sich bloß um animierte Wirklichkeit handelt ('Gibt's die in echt?' ist eine stereotype Kinderfrage selbst angesichts von Zeichentrickfiguren); dann könnte die Intensität des Heimatverlustes aus 'Als die Tiere den Wald verließen' (oder der Tod von Bambis Mutter oder der Abschied Mowglis von seinen Freunden am Ende des 'Dschungelbuchs') nicht diese Wirkung entfalten. Vielmehr darf das Fernsehprogramm nicht isoliert vom restlichen Wirkungszusammenhang betrachtet werden; das Fernsehen ist kein selbstreferentielles System, auch nicht bloß Spiegel der Gesellschaft, sondern vielmehr ein Teil von ihr. Und im Kontext der Kindermedien ergänzen sich 'He-Man', die 'Teenage Mutant Hero Turtles' und das 'A-Team' (beide RTL) mit den Game-Boys von Nintendo, mit den 'Super Marios Bros.' und - im Extremfall - mit Computerspielen vom Schlag des 'Hitler-Diktator' oder des 'Anti-Türken-Test'."

Die Verständigung darüber, was denn da passiert, läuft, wie alle gesellschaftlichen Selbstverständigungsprozesse, assoziativ und entsprechend den vorrangigen Diskursformen. Deshalb sind journalistische Beiträge und Ursache-Wirkungs-Erklärungen

gen auch prägender als die einer komplizierten Sozialphilosophie der Lebensweltkonstruktion.

Der erste und allgemein beachtete, wissenschaftliche Erklärungsversuch stammt von George Gerbner aus den siebziger Jahren, der die Beziehung von Fernsehdarstellungen, Rezipienten und Weltdeutung anhand des medienwissenschaftlichen Dauerthemas Gewaltdarstellung untersuchte. Es ging um die neuartige Frage, ob und wie Fernsehen und dessen dominierende Gewaltdarstellungen die Weltbilder der Zuschauer "kultivierend" beeinflussen. Damit scherte Gerbner aus dem damals noch üblichen Ursache-Wirkungs-Muster aus und fragte nach dem Realitätskonzept der Zuschauer, das sich aus der Beziehung der "synthetischen Welt, die das Fernsehen liefert", und den tatsächlichen Lebensumständen der Menschen ergibt³⁸.

Der Forschungsansatz Gerbners besteht aus "zwei miteinander verbunden Teilen", der "Analyse des Systems von Botschaften" und der Analyse der sog. "Kultivierung/ Cultivation". Das "System von Botschaften" wird inhaltsanalytisch aus den wesentlichen Programmangeboten, Fernsehspiele, Komödien, Filme, Cartoons, destilliert. Die Kultivierungsanalyse ("cultivation analysis") untersucht die Vorstellungen ("conception") der Zuschauer von der sozialen Welt ("social reality"), die mit den häufigsten Darstellungen der Fernsehwelt einhergehen ("most recurrent features of the world of television", S. 10). Da Gewaltdarstellungen im Fernsehen sehr wichtig waren bzw. immer noch sind, da zudem Vielseher den engsten Kontakt zu diesen Darstellungen haben, muß sich demnach eine fernsehspezifische Kultivierung auch bei den Vielsehern (im Gegensatz zu Wenigsehern) zeigen. Gerbner fand eine Angstwelt der Vielseher (The scary world of TV's heavy viewer, Gerbner, Gross 1976, S. 89): Amerikaner, die mehr als vier Stunden täglich zur Hauptsendezeit fernsehen, erleben die Welt als gefährlicher als die, die täglich zwei Stunden weniger fernsehen.³⁹ Der Mechanismus läuft, so Gerbner, zum einen über die Art und Weise, wie Fernsehen dominant in das Leben und die Kultur der Menschen integriert ist ("The reach, scope, ritualization, organic connectedness, and non-selective use of mainstream television makes it different from other media of mass communications", Gerbner, Gross 1976, S. 175). Fernsehen bekommt damit eine dem Auto vergleichbare kulturelle Funktion ("enculturation", S. 175), die das Leben der Menschen verändert. Fernsehen als sozial konstruierte 'Wirklichkeit' gibt ein stimmiges Bild von dem, was existiert, was wichtig ist, was zusammengehört und was richtig ist ("Socially constructed 'reality gives a coherent picture of what exists, what is important, what is related to what, and what is

38 Gerbner, Gross, Morgan, Signorelle (1980, S.10): "Television makes specific and measurable contributions to viewers' conceptions of reality. These contributions relate both to the synthetic world of television presents and to viewers' real life circumstances."

39 "Americans who watch primetime television more than four hours a day think the world is more dangerous than those who watch two hours or less."

right", S. 176). Der Mechanismus läuft daneben über Interpretationsmuster, die Vielseher vom Fernsehen übernehmen und die sie auf die Wirklichkeit außerhalb des Fernsehens übertragen. Die Menschen gaben "fernsehtypische Antworten", wenn man sie um Einschätzungen von Polizei, Kriminalität und Rechtswesen im Alltag fragte. So überschätzten Vielseher u.a. die Zahl der Polizisten oder Richter. Ursache: In der Hauptfernsehzeit tauchen eben entsprechende Genres mit vielen Richtern, Polizisten usw. auf (Gerbner, Gross 1976, S. 192).

Anders formuliert heißt das: Fernsehen als dominantes kulturelles Instrument, das in den Alltag integriert ist, prägt die Menschen und damit Kultur, indem Menschen als Rezipienten fernsehadaquate Wahrnehmungs- und Erlebnisweisen entwickeln. Die fernsehadaquaten Wahrnehmungs- und Erlebnisweisen prägen zuerst das Bild von der etablierten sozialen Wirklichkeit und in der Folge die soziale Wirklichkeit selber.

Die empirische Überprüfung des Konzepts der fernsehspezifischen Wahrnehmungs- und Erlebnisweisen der Rezipienten in einer vom Fernsehen geprägten Welt ist Gerbner indes mißlungen (s. Burdach 1987). Der empirische Ansatz war reichlich naiv im Vergleich zum Gerbnerschen "Enkulturations"-Konzept. Gerbner versuchte, die Botschaften des Fernsehens im Sinne einer simplen Ursachenvariable in einem Gewalt-Profil (Violence Profil) zu operationalisieren und meßbar zu machen, was den symbolischen Charakter von Gewaltdarstellungen und deren Bedeutung total verfehlt. Ein Faustschlag bei "Donald Duck" ist offensichtlich etwas anderes als beim "A-Team". Gerbner näherte sich der von den Rezipienten aufgebauten Fernsehwelt wie einem Ereignis, das sich aus dem Zusammenspiel einiger Variablen ergibt. Die kulturelle Welt dominanter Medien, ihre Zweiteilung in die mächtige Welt der Medienproduktion und in die kleine Welt des Rezipientenalltags ist etwas qualitativ anderes als ein Varianz-System. So fehlt in der Theorie der Fernsehwelt als Angstwelt die prägende Funktion der Sinnperspektive der Rezipienten, also der subjektiven Themen, die die Bedeutungskonstitution leiten. Es fehlt ebenso die kulturhistorische Entwicklungsperspektive, die George H. Mead (1973, S. 230ff.) noch mit der altmodischen Formulierung als "Geist" bezeichnete. Beide Sinnperspektiven, die individuelle und die kulturhistorische, lassen sich nur hermeneutisch rekonstruieren. Mit der Verknüpfung und gegenseitigen Durchdringung von Alltagsleben und Fernsehen in den fünfziger und sechziger Jahren führt Massenkommunikation zu einer symbolisch dominierten sozialen Welt, die sich von der bekannten Welt der Sprache unterscheidet. Sie braucht auch eine medienadaquate Rekonstruktionsmethode (vgl. Teil 4).

Die Vielseher-Forschung⁴⁰ zeigt mögliche Strukturen einer Fernsehwelt. So entspricht viel fernzusehen solchen Menschen, die an den sozialen Rand gedrängt wurden (Huth, S. 155f.: "sozioökonomischer Status, Rasse, Einkommen, Bildungstand"; Huth, S. 164: "Störung der sozialen Beziehungen"). Der Einfluß der Familie

40 Einen Überblick gibt Silvia Huth (1982).

als Vorbild ist maßgeblich, ebenso die fehlende Auseinandersetzung mit Fernsehen in der Erziehung (Huth, S. 156ff.). Relevant sind zudem eine passive und reaktive Weltsicht und ein entsprechendes Lebensgefühl (Huth, S. 158ff.), Ängstlichkeit und wenig Zutrauen zu sich und anderen (Huth, S. 166f.). Die Fernsehwelt ist ein systemisches Gefüge, das komplexer und amivalenter geschichtet und verknüpft ist als ein Variablenkomplex mit eindeutiger Varianzursache (vgl. u.a. Schulz 1987, S. 28).

Soziale Figurationen individueller und medialer Wirklichkeit

Lebenswelt hat sich mit der Realisierung von Konsum als Leitlinie individueller Lebensgestaltung zum dominierenden Lebensalltag entwickelt. Die Verwandlung der Lebenswelt in die Alltagswelt des Konsums geschah in Westeuropa erst nach dem 2. Weltkrieg, indem die Mechanismen der Technologisierung immer mehr Lebensfunktionen und Lebensbereiche der Menschen erfaßten: Ernährung, Mobilität und zuletzt Kommunikation. Die Veränderungen der letzten Jahre, bei denen sich das bekannte BBC-Fernsehmodell auflöste, sind konzeptionell schwer zu erfassen. Beim Bestsellerautor Neil Postman, der offensichtlich die allgemeine Diskussion und die Selbstverständigung in unserer Gesellschaft trifft, erscheint die Veränderung als Verfall und Verlust; z.B. in den folgenden Titeln: "Das Verschwinden der Kindheit; '... es ist für die elektronischen Medien unmöglich, irgendwelche Geheimnisse zu bewahren. Ohne Geheimnisse aber kann es so etwas wie Kindheit nicht geben'."; "Wir amüsieren uns zu Tode. Urteilsbildung im Zeitalter der Unterhaltungsindustrie"; "Das Technopol. Die Macht der Technologien und die Entmündigung der Gesellschaft".

Lebenswelt konstituiert sich heute auch nicht mehr im Sinne eines Familienhauses, wie z.B. konservative Politik sie denkt, um in der mit traditionellen und mit konservativen Erwartungen besetzten Sozialform Familie wenigstens einen stabilen Ausgangspunkt für eine, wenn schon differenzierte, dann doch wenigstens auf festem Grund gebaute Lebenswelt zu haben. Lebenswelt ist heute eine Aktivität der Bedeutungskonstitution, die soziale Räume sozusagen als "Interpretationswelt" aufbaut und dieses als immerwährende Aufgabe den Menschen zuschiebt.

Norbert Elias' Konzept der Figurationen

Das Schützsche Modell der Lebenswelt muß man heute weiterdenken, und zwar als soziale Figurationen, die kurzfristig stabile soziale Bezugsrahmen aus Konsumaktivitäten, Räumen, Zeiten, Themen und medialer Symbolik schaffen. Die Dynamik liegt bei den Menschen, die in funktionellen Linien der Bedeutungskonstitution handeln. Diese Linien bilden subjektive Themen, Lebenslauf, erlebbares Sozialsystem (Familie, Peer-group) und intertextuelle symbolische Verknüpfungen. Die Beziehung von Subjekten, Kultur und Gesellschaft hat Norbert Elias mit seinem

Überlagerungsmodell vom sinnvollen menschlichen Handeln, Institutionen, Ereignissen und kultureller Dynamik aus einer verdinglichenden Kategorisierung befreit. Weder machen die Menschen Kultur, Gesellschaft oder Geschichte, noch machen Gesellschaft, Kultur und Geschichte die Menschen. Wenn die Menschen in ihrer konkreten Lebensperspektive handeln, schaffen sie dingliche, symbolische und institutionelle kulturelle Objektivationen. Das sind Messer und Gabeln, Taschentücher und Schicklichkeitsregeln, die wiederum die Art und Weise prägen, wie die Menschen zueinander in Beziehung treten und wie sie sich als Menschen in der Welt fühlen und in ihr zurecht kommen. In diesem Prozeß entwickelt sich ein kulturspezifischer Persönlichkeitstyp, der mit seinem Handeln und mit seinen sozialen, symbolischen und dinglichen Produkten die kulturellen und gesellschaftlichen Entwicklungsspuren einschleift. Natürlich sind es die konkreten Menschen in der kulturellen Dynamik und in den Institutionen, die auf der Basis einer spezifischen Subjektkonstitution die leitenden Spuren einschleifen. Diesem sinnvollen sozialen Handeln innerhalb kultureller Prozesse setzt Norbert Elias eine institutionelle Kategorie, die der "sozialen Figuration" (Elias 1990, S. 186, S. 188), als soziales Beziehungsmuster ergänzend gegenüber.

Mit "Figuration" (Elias 1991, S. 139ff.) nimmt Elias die Menschen in ihrer Beziehung zueinander in Augenschein. Das beginnt mit einer Momentaufnahme, wie heute "interdependente Individuen" in Familie, Staat, Gruppe, Gesellschaft (S. 11) aufeinander bezogen sind. Über solch eine Momentaufnahme hinaus läßt sich dann die Entwicklungsdynamik erfassen, wie es zum Individuum als historischer Ausprägung eines Subjektivitätsmodells und wie es zu den dafür relevanten kulturellen Institutionen kommt. "Der Begriff der Figuration" dient bei Norbert Elias dazu, "ein einfaches begriffliches Werkzeug zu schaffen, mit dessen Hilfe man den gesellschaftlichen Zwang, so zu sprechen und zu denken, als ob 'Individuum' und 'Gesellschaft' zwei verschiedene und überdies auch antagonistische Figuren seien", lockert (Elias 1991, S. 141). Der Begriff der Figuration verweist auf konkret beschreibbare Figuren, die die Menschen miteinander bilden. Figuration beschreibt jedoch auch ein generelles Muster. Elias gelangt nun zur Beschreibung und Erklärung von gesellschaftlichen und kulturhistorischen Prozessen, indem er sich die "Figurationsprozesse" klarmacht. Es sind die Spannungen, in denen die konkreten sozialen Figuren und ihre generellen Muster zueinander stehen:

"Im Zentrum der wechselnden Figurationen oder, anders ausgedrückt, des Figurationsprozesses steht ein fluktuierendes Spannungsgleichgewicht, das Hin und Her einer Machtbalance, die sich bald mehr der einen, bald mehr der anderen Seite zuneigt. Fluktuierende Machtbalancen dieser Art gehören zu den Struktureigentümlichkeiten jedes Figurationsstromes."

Welche Figuration und welche Figurationsströme sind in der Welt der dominanten Massenkommunikation vorrangig? Was macht die symbolische Welt des Alltags mit Medien und Medienkommunikation aus?

Vorrangiges Strukturelement ist die subjektive Sinnperspektive der Menschen, die ihre Alltagswelt in einer Konsumwelt individuell verantwortlich aufbauen. Die

allgemeine kulturelle Entwicklungs- bzw. Sinnperspektive, die George H. Mead in einer langen Tradition stehend mit "Geist" bezeichnet, ist die Konsumwelt, in der Gleichartigkeit und Individualität eine spezielle und Leben wie Kultur prägende Einheit eingegangen sind. Dafür ist fortschreitende Individualisierung und Fragmentierung bei zunehmender Gleichartigkeit des symbolischen Materials der Massenkommunikation kennzeichnend. Metaphorisch läßt sich diese Beziehung als individuelle Wirklichkeit benennen.

Es entstehen heute symbolische Welten, in denen Medien und Mediennutzungsmuster, Situationen, Handlungs- und Erlebnisweisen eine Einheit eingehen. Hieraus ergibt sich eine Überlagerung von Lebensstilen und Medien. Die Gestaltungsfunktion liegt dafür bei den Menschen, die als Rezipienten und Konsumenten in einem Prozeß der Bedeutungskonstitution in ihrer individuellen, thematischen Sinnperspektive, bezogen auf ihre konkrete soziale Umgebung, das intertextuell gemischte Medienangebot in die Alltagswelt kommunikativ integrieren. Die intertextuellen und standardisierten Medienangebote werden dabei zunehmend prägender und dominanter, so daß medienspezifische Erlebnis- und Handlungsweisen entstehen. 'Symbolische Welten' sind aktuelle Figurationen, deren subjektive Seite, funktional beschrieben, Prozesse der Bedeutungskonstitution und der Medienkommunikation sind: die Menschen bauen sich mit den symbolischen Objektivationen der Massenkommunikation wie mit anderen lebensweltlichen Bausteinen, d.h. kulturellen Objektivationen, auch ihre Alltagswelt immer in ihrer thematischen Sinnperspektive. Ihre Erlebnis- und Handlungsweisen entsprechen den Bau- und Funktionsmustern, d.h. der Dramaturgie, der Medien und ihrer inneren Verbindung, der Massenkommunikation. Mit den medienadäquaten Erlebnis- und Handlungsweisen wird sich auch Subjektivität neu konstituieren.

Die objektive Seite der symbolischen Welten, auch wieder funktional beschrieben, ist die kulturelle Entwicklung. Prägend ist hierfür die "Ästhetisierung des Alltagslebens", wie sie Gerhard Schulze (1988, 1992, S. 33) empirisch beschrieben hat. Ästhetisierung als Konstitution des Alltagslebens mit symbolischen Konsummaterialien der Industriegesellschaft ist Ausfluß der Individualisierung der modernen Gesellschaft. Symbolische Welten als soziale Figurationen, die beginnen, dominant zu werden, verbinden die Subjekt- und die kulturelle Objekt-Seite mittels Medien und industriell hergestelltem symbolischen Material. Über die Medien interferiert die aktuelle Ästhetisierungswelle mit der Medienkommunikation und Bedeutungskonstitution der Menschen und mit der weiteren kulturellen Entwicklung in Richtung Fragmentierung und Individualisierung. Schematisch läßt sich diese Beziehung folgendermaßen varanschaulichen:

Symbolische Welten
sind medienspezifische Figurationen
individueller Wirklichkeit

Subjekt-Seite der Figurationen

Die Menschen sind die Baumeister ihrer Alltagswelt. Funktionsmechanismus ist die Bedeutungskonstitution in der thematischen Sinnerperspektive der Menschen, ihrer konkreten sozialen Umgebung und den intertextuell verbunden symbolischen Angeboten. Die soziale Seite der Bedeutungskonstitution realisiert sich in der Medienkommunikation

Objekt-Seite der Figurationen

Die Dynamik der kulturellen Entwicklung kommt aus der Spannung von Egalisierung und standardisierter Produktion und der individuellen Aneignung, dem Konsum. Fortschreitende Technologisierung als Entwicklungsdynamik erfaßt auch Kommunikation, Ausdruck und Gestaltung und zerlegt sie arbeitsteilig. Von den Menschen wird eine riskante Integrationsleistung verlangt. Traditionelle Orientierungsmuster werden dabei unwesentlich.

Medien

als vorrangiges symbolisches Material unserer Industrie- und Konsumkultur verbinden und verändern im Kontext der Massenkommunikation Subjekte und Kultur. Der Entwicklungsmechanismus läuft über die Ästhetisierung des Alltags.

Die prägende kulturelle Dynamik: Die traditionelle Welt löst sich in individuelle Lebenswelten auf

Wie die Menschen, ihre Welt aufbauen, ob mit Alf oder Stallones Männerfiguren, ob mit Eddie Murphy oder dem Lehrer Dr. Specht, sie tun das in einer sich verändernden Gesellschaft, in der die Menschen individuell und doch mit gleichartigen Elementen ihre Lebenswelten aufbauen. Das ist die Folge der Subjektorientierung in der konsumorientierten Industriegesellschaft. Folgende Momente sind prägend:

Vorrangig ist eine zunehmenden Fragmentierung und Individualisierung der Gesellschaft, die von den Menschen im Alltagsleben enorm viele Entscheidungen, Zielorientierung und persönliches Stehvermögen verlangt. Den Menschen ist eine gesellschaftliche Differenzierung in viele und ineinander verschachtelte Subsysteme vorgegeben, die von den Menschen und von Institutionen integriert werden müssen.

Die Integration findet einmal im Alltagsleben durch die Menschen statt, die ihren jeweiligen Lebens- und Gestaltungsraum zu einer überschaubaren Lebenswirklichkeit zusammenfassen. Es ist Aufgabe der Menschen, Fernsehen, Arbeit, Wohnung, Urlaub, Einkaufen, Finanzen, Politik, Mitmenschen, Fahren, die Wochen-, Tages- und die Jahreszeit usw. zu einer lebberen Einheit zusammenzufassen. Zum anderen verbinden mächtige *Institutionen* kontrollierend und reglementierend die komplex differenzierte Gesellschaft. Für den einzelnen Menschen sind die Funktions- und Begründungszusammenhänge schwer oder gar nicht durchschaubar und ebenso schwer zu beeinflussen.

Für Alltag und Institutionen fehlt der verbindende Rahmen traditioneller Lebensformen oder allgemein akzeptierter Wertvorstellungen und Deutungsmuster, so

daß innerhalb dynamischer Entwicklungen die einzelnen Menschen wie die Institutionen hoch riskant entscheiden und handeln müssen. Grundlegende Risiken (u.a. Ökologie, Straßenverkehr) werden durch die fehlende Ziel- und Methodenabstimmung der Subsysteme produziert (vgl. Beck 1986). Weil kein zuverlässiger gemeinsamer Bezugsrahmen vorhanden ist, wird das Leben auch als riskant erlebt.

Gesamtgesellschaftliche oder schichtspezifische Rituale und Verhaltensnormen werden unwesentlich und verlieren ihre Gestaltungsfunktion. Alltägliches Handeln kann nicht mehr mittels allgemeiner und selbstverständlicher Muster unternommen werden. Individuelle Muster werden wichtig. Aushandeln, Cliques und Milieus, ritualisierte Situationen bekommen stabilisierende Funktion. Dabei wird eine Individualisierung von Normen, Moral, Lebenswelten und Lebensstilen in Gang gesetzt. Das "gemeinsame Band" liefern der öffentliche Konsum und die zugehörige öffentliche Bilderwelt. Das gemeinsame Band der individualisierenden öffentlichen Bilderwelt entsteht aus der Überlagerung von zweckrationalen und mythischen Strukturen.⁴¹

Symbolische Formen - die objektive Seite kultureller Entwicklung und Integration

Paul Cassirers Konzept der Symbolischen Formen (1990/ 1944) beschäftigt sich mit der historischen Entwicklung von Ausdruck und Gestaltung der Menschen (vgl. S. 64), wie sie als objektiviert Kultur manifest werden. Dies Konzept ordnet die symbolischen Formen historisch nach spezifischen Phasen der Zivilisationsentwicklung (S. 50f.): Mythos und Religion, Sprache, Kunst, Geschichte, Wissenschaft. Sicher trifft Cassirers Phasenbildung und seine Vorstellung von einer zivilisatorischen Höherentwicklung nicht den Kern der aktuellen Diskussion um Medienkultur; Cassirer gibt jedoch Anregungen für eine kulturhistorische Einordnung. Sein Ausgangspunkt ist ein Modell der symbolischen Beziehung der Menschen zu ihrer Umwelt, bei der spezifische symbolische Formen entstehen, die eine kulturhistorische Phase prägen: "In all seinen unmittelbaren Bedürfnissen und praktischen Interessen ist der Mensch von seiner materialen Umwelt abhängig. Er kann nicht leben, ohne sich ständig auf die Bedingungen der ihn umgebenden Realität einzustellen. Seine ersten Schritte zu einem geistigen und kulturellen Dasein könnte man als Handlungen bezeichnen, in denen gleichsam eine mentale Anpassung an die unmittelbare Umwelt vollzogen wird" (S. 17f.). Für den Menschen typisch ist, daß ein "Symbolsystem" (S. 49) entsteht, das die Lebenswelt kulturell prägt. Der Mensch "lebt nicht mehr in einem bloß physikalischen, sondern in einem symbolischen Universum. Sprache, Mythos, Kunst und Religion sind Bestandteile dieses Univer-

41 Erkennbar ist diese Überlagerung an der Verbindung von Computer-Logik und Action-Film, die zu interaktiven Videospiele führt. Sylvester Stallones "Demolition Man" ist hier einer der Vorreiter. Vgl. dazu Stahl, Eric: Besser als Sly: Selber Ballern. Vom Film zum Videogame. Cinema, Juni 1994, S. 93-94.

sums. Sie sind die vielgestaltigen Fäden, aus denen das Symbolnetz, das Gespinnst menschlicher Erfahrungen gewebt ist" (S. 50). Ergänzen muß man, daß zu den Fäden des Symbolsystems Geschichte und Wissenschaft hinzukommen. Dabei geht Cassirer von einer historischen Entwicklung aus, die von Mythos und Magie über Religion zu Geschichte und Wissenschaft reicht.

Mythos ist eine untheoretische (im Sinne von abgetrennt objektiviertem Wissen) Erklärung einer Welt in Bewegung, die nicht in Gegenstände oder Ereignisse und wahrnehmende Subjekte getrennt ist, sondern emotional und projektiv wahrgenommen wird. Die Welt ist in einem wandlungsfähigen Zustand und nicht eindeutig kategorisierbar. Welt und Leben sind eine Einheit, in der die Menschen erleben, fühlen und handeln.

Religion bringt dann eine konsistente Welterklärung, eine differenzierte Wahrnehmung der Welt und die magische Einflußnahme auf die Welt der Götter oder den Willen Gottes (S. 146), weil es ein gemeinsames Band gibt, das die Welt zusammenhält (S. 149f.). Moral wird als Ordnung etabliert, die über Tabu-Systeme (Macht durch Absonderung und magischen Einfluß des Abgesonderten) hinausgreift. In der weiteren kulturellen Entwicklung bekommen erst die Sprache, dann die abbildende Ästhetik, dann Geschichte und Wissenschaft eine zunehmend mehr diffenzierende und distanzierende Erklärungsfunktion. Unsere kulturelle Situation läßt sich nicht einfach an einem neuen Terminus, der auf 'Wissenschaft' folgen könnte, festmachen. Massenkommunikation und Konsum ergeben sich als kultureller Schwerpunkt aus der Überlagerung von Technologie, die durch die Logik der Wissenschaft geprägt ist, mit Ästhetik, die heute auf den Alltag und nicht auf den Selbstverwirklichungsausdruck des Dichter bezogen ist, und mythischen Deutungsweisen und Textformen. Die Dynamik liegt jedoch bei den Medien und ihrer Integration durch die Rezipienten in den Alltag. Für den Rezeptionsprozeß ist das symbolische Material der Medien und deren subjektive Aneignung als Medienerlebnisse vorrangig. Deshalb kommt aktuell auch der Alltagsästhetik besonderes kulturelles Gewicht zu. Alltagsästhetik verbindet die objektive Seite von Medienkultur, z.B. Individualisierung, Segmentierung, mit der subjektiven Seite, nämlich der Bedeutungskonstitution und der Medienkommunikation der Rezipienten. 'Alltagsästhetik' ist deshalb die Schlüsselkategorie, um die Funktionsweise der Symbolischen Welten der Massenkommunikation als aktuelle symbolische Form zu benennen.

"Alltagsästhetik" als symbolische Form

Die Menschen konstruieren sich ihren Alltag, organisieren ihr Sozialleben und differenzieren sich mittels Codes, dem symbolischen Material, das von Medien, Waren und Situationen stammt. Die hierarchische Welt der fünfziger Jahre beginnt Vergangenheit zu werden. Fernsehen wurde damals für ein Publikum eingeführt, das sich hierarchisch nach Schichten gliederte: oben / Mitte / unten. Kultur, dazu gehörte Fernsehen, paßte zu diesen Schichten und wurde damit auch ein Abgren-

zungsmerkmal. Die Menschen ließen sich schichtspezifisch nach ihren Vorlieben - einordnen und ansprechen. Die vertikale Schichtengliederung verschiebt sich zur Zeit in die horizontale Gliederung der kulturellen Milieus. Sie sind einerseits ein differenzierender, jedoch gemeinsam verstehbarer Bezugsrahmen, sie sind Aufbau und Gliederung der Alltagswelt heute. In einer ersten empirischen Annäherung hat Gerhard Schulze (1988, 1992) fünf Milieutypen entdeckt. Kulturelle Milieus sind subjektive Gestaltungsleistungen der Menschen, die über individuelle Bedeutungskonstitution entstehen. Milieus sind deshalb eine Verbindung von individuellem Sinn, Lebenslauf, Lebensgestaltung, Alltag und Darstellungscodes. Soziale Stile und Milieus sind Code-Handlungs-Systeme, die die sozialen Räume der aktuellen Lebenswelt bestimmen.

Die Verbindung von "Lebenssituationen" mit "alltagsästhetischen Mustern" (Schulze 1992 und 1988) beschreibt die für das heutige Alltagsleben relevante Mischung von Medien, Konsum, Selbstdarstellung in der sozialen Umgebung und der konkreten Lebensgestaltung.⁴²

Stile und Milieus entwickeln sich aus den vertikalen Schichten der fünfziger Jahre und werden zu wichtigen horizontalen Gliederungssegmenten unserer Gesellschaft. Gerhard Schulze gewinnt auf der Basis empirischer Untersuchungen (Interviews) für "kulturelle Segmente" (1988), die er in der späteren Darstellung (1992, S. 174, 219ff.) "Milieus" nennt, fünf unterscheidbare Typen kultureller Segmente ("Milieus"): "Niveaumilieu", "Harmoniemilieu", "Integrationsmilieu", "Selbstverwirklichungsmilieu" und "Unterhaltungsmilieu":

Trend des Niveaumilieus (Schulze 1992, S. 283ff., 1988, S. 82f.)

Personen über 40 mit höherem Bildungsabschluß. Orientierung an der Hochkultur mit Distanz zum Trivial- und Spannungsschema. Die Welt wird als Hierarchie (Beruf ist bedeutsam) und "Rangordnung der Dinge" mit der Betonung auf die kleinen, aber wesentlichen Unterschiede gesehen. Erleben richtet sich auf das "schöne Erlebnis von Niveau", den "Kunstgenuß" (1992, S. 287) mit Schwerpunkt bei Kontrolle und Sicherheit. Da Störungen der auf Perfektion ausgerichteten Wertordnung nicht auszuschließen sind, ist eine gewisse Grundunzufriedenheit vorhanden. Wichtig ist nicht die Ablehnung von Menschen mit anderer Kultur (action, trivial) und Lebensphilosophie (spontan, ungeordnet), sondern die Inszenierung des eigenen Andersseins.

Trend des Harmoniemilieus (Schulze 1992, S. 292, 1988, S. 83)

Alter über 40 Jahren; niedrige Bildung. Distanz zur Hochkultur und Nähe zur Trivialkultur. Kleidung, Wohnung, Auto, Freizeitaktivitäten werden so gewählt, daß man nicht aus der

42 In diesem von Gerhard Schulze vorgelegten Konzept der Konstitution individueller sozialer Räume mit Hilfe von Alltagsästhetik fehlen noch zwei wesentliche Dimensionen, die den individuellen Sinn der sozialen Räume der Menschen erklären helfen. Es sind das Konzept der handlungsleitenden Themen der Menschen und die zentrale Zeitperspektive der Menschen, ihre Lebensgeschichte und ihr Lebenslauf. Die Themen der Menschen spiegeln ihre Sinnspektive. Ohne die Subjektivität der Menschen in ihrem Lebenslauf sind auch individuelle Welten der Medien und des Konsums nicht realisierbar.

sozialen Umgebung herausfällt oder sich im Anderssein begründen oder rechtfertigen muß. Streben nach Konformität. Neues wird, weil irritierend vermieden, Wahrnehmung ist selektiv, Wissen wird nicht in einen ordnenden Bezugsrahmen integriert, Bewertungen sind rigide. Verunsichernde Unordnung einer ängstigen Welt wird durch eine das eigene Leben und die eigene Identität schützende "Provinz der Harmonie" (1992, S. 294) ausgeglichen.

Trend des Integrationsmilieus (Schulze 1992, S. 301, 1988, S. 87f.)

Alter über 40, mittlerer Bildungsgrad. Im Mittelpunkt steht das Bemühen, in einer geordneten Welt aufgehoben zu sein und sich ohne Konflikte zu integrieren. Im Integrationsmilieu steht die Assimilation nach allen Seiten im Vordergrund. Deswegen werden Angebote der Hochkultur und der Trivialekultur angenommen und soziale Kontakte nach außen gepflegt. Man distanziert sich von Ungebildeten, ist antiexzentrisch und antibarbarisch, geht jedoch keine politischen oder weltanschaulichen Risiken ein. Es besteht eine offene und reflexive Einstellung zur Welt, die nicht als prinzipiell gefährlich angesehen, deren Ordnung akzeptiert und aufrechterhalten wird.

Trend des Selbstverwirklichungsmilieus (Schulze 1992, S. 312, 1988, S. 84)

Alter unter 40, weiterführende Bildung. Hochkultur wird mit Spannung kombiniert, um "sich auf anspruchsvolle Weise auszuleben" (Schulze 1988, S. 84). Triviale wird abgelehnt. Im Mittelpunkt steht die eigene Originalität, die offen macht für neue Darstellungs- und Erlebnisformen. Die Einbindung in Institutionen ist eher unwichtig, dagegen dominieren Wechsel und Entwicklung. Die Instrumentalisierung der eigenen Person durch Institutionen und Anforderungen wird abgewehrt. Geld, Beruf sind insoweit wichtig, als sie der eigenen Person und der eigenen Entwicklung dienen. Dabei sind Spannung und Kontemplation als Erlebnisweisen möglich.

Trend des Unterhaltungsmilieus (Schulze 1992, S. 322, 1988, S. 86)

Alter unter 40 Jahren; niedrige Bildung. Bildung, Hochkultur und Trivialekultur werden abgelehnt. Das Trivialschema wird wegen seiner "Oma-haftigkeit" (Schulze 1988, S. 86) abgelehnt, denn Spannung, Action, Genuß, in Aktivität-sein stehen im Vordergrund der Lebensgestaltung. Konsum, Fahren, Fernsehen, Action, Spannung sollen den eigenen Bedürfnissen dienen. Dabei stehen einfache, nicht-reflexive Erlebnisweisen im Vordergrund. Erfahrungen werden primär nicht in einen sachbezogenen Bezugsrahmen eingeordnet, sondern für eigene Erlebnisinteressen funktionalisiert. Die Welt wird - noch nicht - ängstigend und frustrierend erlebt, es gibt jedoch "eine Technologie der Verdrängung von Enttäuschungen".

Entwicklungsdynamik der kulturellen Segmente

Die Milieus und ihre Stile entstehen über die Rezipienten, die das symbolische Material der Medien oder anderer kultureller Angebote wie Kleidung, also die Alltagsästhetik, mit ihrer Art der Weltorientierung, mit ihren Leitbildern bzw. Wertvorstellungen verbinden. Schulze benutzt zur Beschreibung der Beziehung Menschen / symbolisches Material folgende Dimensionen:

"Alltagsästhetik": Orientierung am

- Hochkulturschema (z.B. klassische Musik) (1992, S. 142ff.)
- Trivialschema (z.B. Blasmusik) (S. 153ff.)
- Spannungsschema (z.B. Action, Disco) (S. 157ff.)

"Existenzielle Anschauungsweisen" (1992, S. 261):

- "Weltverankert": (a) In einer Hierarchie leben = "Streben nach Rang"; (b) Sozialen Erwartungen entsprechen = "Streben nach Konformität"; (c) die Welt ist schwierig und bedrohlich = "Streben nach Geborgenheit".
- "Ichverankert": (a) Entwicklung eines Identitätskerns = "Streben nach Selbstverwirklichung"; (b) Bedürfnisse erfüllen oder ausagieren = "Streben nach Stimulation".

"Leitbilder", orientierende "Mythen" (1992, S. 281) und "Wertorientierung" (1988, S. 90) der Lebensgestaltung:

- Die "Wertorientierung" hat folgende Formen: (a) "politisch-gesellschaftliches Interesse"; (b) "religiöse Orientierung"; (c) "Option für individuelle Freiheiten"; neue Soziale Bewegungen, z.B. Friedensbewegung.
- Leitbilder, orientierende Mythen und Wertorientierung lassen sich binär in zwei Gruppen gliedern (1992, S. 349):
"Denkstile" ("kognitive Differenziertheit"), die (a) komplex sind mit den Erlebnisformen der "Kontrolle" und der "Konzentration"; die (b) einfach sind mit den Erlebnisformen der "Entlastung" und der "Unmittelbarkeit", und in die "Handlungsstile" ("Reguliertheit"), die (a) geordnet sind mit den Erlebnisformen der "Sicherheit" und der "Standardisierung"; die (b) spontan sind mit den Erlebnisformen der "Ich-Bestimmtheit" und des "Ausagierens".

3. Teil

Bilderwelten.

Repräsentation, soziale Wirklichkeit und Mythen

Bisher ging es darum, die kulturelle Funktion von Massenkommunikation abzustechen: Technische Medien sind nicht nur Teil der von den Menschen aufzubauenden Lebenswelt, sie schaffen auch das symbolische Material für veränderliche soziale Figurationen. Die Repräsentationsfunktion von Medien, etwas abzubilden, geht über in die Zivilisationsfunktion, Subjektivität und kulturelle Entwicklung dynamisch zu prägen. Die grundlegende, aktuelle Zivilisationsfunktion der Massenkommunikation liegt in der Interpretationsmöglichkeit symbolischen Materials, die individuelle Interpretationswelten aufzubauen hilft. Dabei rückt die Repräsentationsfunktion erst einmal in den theoretischen Hintergrund, obwohl ein neues Genre wie Reality-TV gerade von dieser Funktion, also von der möglichst genauen Wiedergabe von Sachverhalten und Ereignissen lebt. Dabei spielen diese jedoch nur die Rolle des Szenarios. Ziel des Genres ist, den Rezipienten so viele aufregende Eindrücke von der Wirklichkeit zu bieten, daß sie emotional heftig an den Ereignissen Anteil nehmen können. Dabei entsteht involvierte Nähe, jedoch bei größtmöglichem Abstand von Ereignissen. Menschlich, im Sinne von Alltäglichkeit, muß es zugehen, also bringt Massenkommunikation Triviales, Banales, mit viel allgemeinen Themen vom Typ Human Interests. Günther Anders (1987) hat diese Entwicklung in den fünfziger Jahren mit dem Begriff der "Verbiederung" gekennzeichnet, die sich ausbreitet, wenn die Welt verfügbar und wohnzimmergerecht ins Haus kommt.

Die Repräsentationsfunktion in einer für unsere Kultur ungewöhnlichen Weise ist auch in den Game-Shows am Werk (vgl. Hallenberger, Foltin 1990), die Basisregeln sozialen Handelns zeigen. Game Shows meiden die blutigen Schlachtfelder der Heroen, die berausenden Kampfarenen, die Zweikämpfe der Moral und folgen den Genres des Flanierens, Kokettierens, Kennenlernens und Amüsierens. Gefragt sind z. Zt. Beziehungsformen zwischen Frauen und Männern, z.B. als Date Games wie "Straßenflirt" oder mit der "100 000-Mark-Show", in der es im Kern um solidarische Beziehungsformen zwischen jungen Paaren geht.

Mit welcher Funktion treten Game-Shows in den Konstitutionszusammenhang Mensch / soziale Wirklichkeit? Was erscheint in ihnen von der Welt der Produzenten und der Rezipienten? Wie verständigen sich die Rezipienten mit ihrer Hilfe über sich, über andere Menschen, ihren Alltag und ihre Lebensthemen? Game-Shows bringen keine traditionellen Geschichten auf den Bildschirm. Sie präsentieren spezifische und für uns heute relevante soziale Situationen. Auf der Oberfläche betrachtet, sind Game-Shows geradezu die Verkörperung des Banalen und Trivialen. Dahinter, sozusagen als Tiefenstruktur, schlagen sie die Brücke zu zentralen sozialen Themen. In einer Gesellschaft, die sich zunehmend fragmentiert und die keine traditionelle normative Regulierung besitzt, braucht es mediale Formen des

sozialen Lernens, die hinter dem trivialen und banalen Spielangebot stehen und die soziales Lernen für autonome Subjekte als gemeinsames Band bieten.

So zeigt die Miniplayback Show (vgl. Teil 5) Kindern, wie individuelle Selbstdarstellung mit gegensätzlichen Musik- und Stilvorlieben zusammengehen kann. In einem breiten Freiraum, abgesteckt vom Muster der Show, muß nichts ausgehandelt werden. Eindeutigkeit bringen die Spiel- und Show-Regeln, die der Moderator oder die Moderatorin garantiert. In der Game-Show wird das individuelle Spiel zum Gestaltungsraum, in dem eine unantastbare hierarchische Sozialordnung zwischen Moderator und Spielern herrscht. Bei "Straßenflirt" sucht deshalb ein junger Moderator, begleitet von einer beweglichen Handkamera, in einer Fußgängerzone einen jungen Mann oder eine junge Frau, der / die bereit ist, eine erotische Beziehung zu beginnen. Der Moderator geht mit dieser Eröffnung das Risiko ein, niemanden zu finden. Es ist gleichzeitig der Hinweis darauf, daß es immer jemanden gibt, der bzw. die auf Partnersuche ist und beim Straßenflirt mitmacht. Ist der junge Mann bzw. die junge Frau gefunden, spricht dieser bzw. diese mit der Sicherheit des Spiels, die der Moderator garantiert, einen potentiellen Flirtpartner an. Dann beginnt eine Phase des Kennenlernens, des Findens gemeinsamer Themen und der erotischen Annäherung. "Straßenflirt" schauen 1,2 Millionen Menschen an, sicher auch, weil es für sie in ihrer soziale Wirklichkeit keine gültigen Routinen für die Eröffnung erotischer Beziehungen gibt. In der Sendung erscheint u.a. folgendes:

- "Straßenflirt" bietet dem Publikum Ästhetik, Erotik und Schaulust als Einheit.
- Es gibt den Moderator als den vermittelnden Mann, der Begegnungschancen eröffnet und der gleichzeitig Grenzüberschreitungen verhindert.
- Lange Textteile stellen die Beziehungspartner schildernd vor und eröffnen eine psychologische Deutung über Persönlichkeitsmerkmale und Beziehungskonstellationen. Das ist insbesondere für Frauen attraktiv. (Es schauen 200 000 Frauen mehr zu als Männer).
- Gelingen und Scheitern sind möglich, wobei die Hoffnung des Gelingens einer Beziehung überwiegt. Scheitern ist nicht Folge des Kommunikationsschemas, sondern Folge nicht zusammenpassender Partner. Um diesen psychologischen Einblick zu gewinnen, läßt sich die Sendung auch auf die Charaktere und Persönlichkeitsbilder ein, so daß das Publikum das Beurteilungswissen bekommt, ob die Partner zusammenpassen oder nicht.

"Straßenflirt" bietet also ein gelingendes Kommunikationsschema mit einem genau festgelegten Muster des Aushandelns von Beziehungen, zudem auch Einsichten, wann Charaktere für erotische Beziehungen nicht zusammenpassen. Die "100 000-Mark-Show" ist ähnlich aufgebaut, wirft die Kandidatenpaare dagegen in Extremsituationen, in denen Zuverlässigkeit, Vertrauen und Solidarität notwendig sind, um sie zu meistern. Konsum-Shows wie "Der Preis ist heiß" führen in die Grundregeln des Konsumierens ein.

Die Repräsentationsfunktion der Game-Show hat wenig zu tun mit der Repräsentationsfunktion von Erzählungen oder Schilderungen. Diese einschneidende Veränderung greift über genrespezifische Zusammenhänge hinaus und legt nahe,

nach der historischen Veränderung der Repräsentationsfunktion von Medien zu fragen. Hier ist das Konzept der Mimetik hilfreich. Von hier aus läßt sich dann auch exemplarisch die Repräsentationsfunktion von Mythen und ihrer aktuellen Bildschirmvarianten untersuchen. Dabei stehen Heldenfiguren in der Textkonstruktion der Mythen im Mittelpunkt.

3.1 Die Rezeption überlagert die Repräsentationsfunktion der Medien

Das theoretische Modell von Kommunikation als symbolischer Aneignung bzw. Entäußerung und von Medien als symbolischen Objektivationen legt spezifische Problemfelder und Fragen fest. Die beiden Pole des Modells sind einmal die Medien (als symbolische Objektivationen), zum anderen die kommunizierenden Menschen, die sich symbolische Objektivationen aneignen oder diese herstellen. Wir sind es gewohnt, die Medien selbst als den eigentlichen Mittelpunkt der modernen Form der Kommunikation zu denken. Dazu hat sicher auch die arbeitsteilige Zerlegung des Kommunikationsprozesses in industrielle Medienproduktion (in Rundfunkanstalten, in Verlagen, Filmstudios) und die dezentrale Mediennutzung im Alltag beigetragen. Es sind deshalb die Medien, auf die sich die Menschen auch in ihrem Nachdenken über Kommunikation (so die Betonung von "Medien" in Medienpädagogik, Medienpolitik usw.) beziehen. Der Kommunikationsprozeß hingegen bleibt in der Auseinandersetzung um Massenkommunikation marginal.

Die Medien sind für uns zudem mit einer spezifischen historischen Erfahrung verknüpft, und zwar mit dem Kunstwerk und Schaffensprozeß des genialen Dichters. In diesem historischen Kontext sind sie Produkte eines kreativen und expressiven Gestaltungsprozesses, den die Hörer, Leser, Zuschauer nur passiv und nachvollziehend folgen können und auch müssen. Der künstlerische Text und sein genialer Schöpfer sowie die mächtige und glänzende Welt der Filmproduktion mit ihren Stars prägen immer noch unsere Vorstellung von technologisch organisierter Kommunikation, auch wenn die Medienrezeption, also die Aneignung, mittlerweile alles andere ist als blinder, passiver Konsum. Eine reduzierte Sicht der Aneignungsprozesse wird der industriellen Konsumkultur nicht gerecht, dominiert doch der Aneignungsprozeß, also Konsum und Rezeption, z.B. per Einschaltquoten die Medienproduktion und damit insgesamt die Massenkommunikation.

Um mit dieser Relevanzverschiebung von der Produktion zur Rezeption theoretisch Schritt zu halten, ist es sinnvoll, die traditionelle Frage, was Medien 'enthalten', was sie repräsentieren, neu zu stellen. Dazu die These, daß die Rezeption die Repräsentationsfunktion der Medien zu dominieren beginnt. Diese These widerspricht jedoch den gängigen Vorstellungen und den eigenen Bildungserfahrungen, nach denen die Autoren als Textschöpfer festlegen, was ihre Medientexte repräsentieren. Rezipienten eignen sich dagegen angeblich nur passiv und werkgetreu die

Texte an, bilden in sich sozusagen die Erfahrungen und Vorstellungen der Autoren ab.¹

Wie läßt sich diese kulturelle Verschiebung hin zu den dominanten Rezipienten theoretisch einordnen? Hilfreich hierzu ist die historisch vergleichende Untersuchung des Verhältnisses Medien, Menschen und Welt. Der Schlüsselbegriff ist dazu "Mimetik"², der hilft, die aktuelle Verschiebung in der Massenkommunikation mit den traditionellen Einschätzungen zur Funktion der Dichtung zu vergleichen. So forderte z.B. Platon theoretische Reflexion, Aristoteles wurde die soziale Funktion von Dichtung wichtig; die Dichtung im 18. Jahrhundert bestimmte wiederum den subjektiven Ausdruck als wesentliche Funktion von Dichtung.

Die Einschätzung des Mensch-Text-Verhältnisses beruht letztlich auf der Art und Weise, wie die Menschen in der Welt sind und wie sie dies interpretieren. Individualisierung, die erst Voraussetzung für Konsum ist und die dann durch alltäglichen Konsum forciert wird, definiert auch die mimetische Beziehung der Menschen zu Texten. Die individuelle Welt der Massenkommunikation hat nun wesentliche Wurzeln in der Renaissance und der Zentralperspektive, die Indiz einer neuen Art von Subjektivität ist. Die Menschen der Renaissance waren nicht mehr selbstverständlich in eine göttliche Weltordnung integriert, sondern begannen sich zuerst als identifizierbarer Teil der Welt und dann als subjektive Wesen der Welt gegenüberstehend zu erleben. Distanz und Subjektivität entsprachen der Darstellungslogik der Renaissance, die sich in der Zentralperspektive und im subjektiven Portrait äußert.

3.1.1 *Von der Zentralperspektive zur individuellen Welt*

Was müssen das für Zeiten gewesen sein, als Domenico Ghirlandaio Ende des 15. Jahrhunderts in Florenz die "Anbetung der Könige" malte. Man blickt in eine wohlgeordnete Welt, in deren Mittelpunkt ein kleines nacktes Kind auf dem Schoß seiner selbstbewußt und nach innen blickenden Mutter sitzt. Um sie sind die Mächtigen und Heiligen dieser Welt versammelt. Darüber ist ein Baldachin und Dach, auf dem die Engel sitzen. Hinter der Anbetungsszene öffnet sich die alltägliche Welt mit einer sozialen Szene (die Gewalt des bethlehemitischen Kindermordes), ein Fluß mit Schiffen, Hügel, eine Stadt. Der Blick endet am blauen Horizont, an dem Berge, Fluß und Himmel ineinander übergehen. Die Zentralperspektive dieser Komposition ordnet die räumliche Welt, wie eben auch die soziale

1 Dies Konzept geistert noch heute im positivistischen Sender-Empfänger-Modell der Massenkommunikation, ebenso in gesellschaftskritischen Entwürfen wie z.B. dem von Enzensberger (1985) durch die Theorie. Enzensberger forderte die 68er Generation auf, sich der Produktionsmöglichkeiten der Medien zu bedienen und die passiven Empfänger zu massenhaften Sendern zu machen.

2 'Mimesis' (f) = Nachahmung, Wiederholung; pl. Mimesen; Mime = Schauspieler.

Welt klar geordnet ist: die Welt in ihrer eigenen Ordnung, in der es immerhin noch einen Himmel gibt. (Auf den Himmel verweist ein Engel als Gottesbote.) Das ändert jedoch nichts mehr an der Verweltlichung der Ordnung. Der entsprechende Darstellungsmechanismus ist die Zentralperspektive, die die Ordnungsfunktion im Bild und für den Betrachter übernimmt. Gott ist in diesem Bild zwar in diese Welt hineingekommen, ist sozialer Mittelpunkt, die räumliche Welt wird jedoch durch einen generalisierenden und distanzierenden Blick, die Zentralperspektive, geordnet.³ Die Zentralperspektive ist von dieser Welt und nicht von einer göttlichen!

Wenn man das Museum dieses Bildes, die Galleria Spedale degli Innocenti in Florenz, verläßt und unter vielen Touristen im Straßenlärm der Autos und Motorini steht, spürt man, daß diese 'zentralperspektivische' Weltordnung kaum noch die unsere ist. Die soziale Welt konstituiert sich heute neu, vermutlich ebenso schmerzhaft wie vor 500 Jahren beim Übergang von einer göttlichen Weltordnung hin zur Zentralperspektive, also zur Ordnung, die in der Welt selber liegt. Den Maßstab dieser Welt gab nicht der Bildbetrachter vor, er oder sie konnte nur die Weltordnung aufgreifen und sich dieser zuordnen. Ohne den individuellen Betrachter macht das Bild jedoch keinen Sinn. Der Spannungsbogen, der das Interpretationsmuster der Bilder (damals die Zentralperspektive) mit dem individuellen Betrachter verbindet, konstituiert auch heute noch die Welt: individuelle Sicht, die immer medial vorstrukturiert ist. Natürlich sind bei der historischen Entwicklung dieses Spannungsbogens das einzelne Bild und sein Interpretationsmuster auf der Strecke geblieben. Dagegen dominiert ein komplexes Arrangement von bewegten Bildern mit Musik; die vielen Sender, Serien, Sendungen, Kaufangebote sind es heute, die die Betrachter in ihrer subjektiven Perspektive individuell erneut arrangieren.

Die Süddeutsche Zeitung vom 26.1.1993 fragt unter dem beklagenden Titel "Schöne neue Bildschirmwelt" nach den Folgen des massenhaften Medienangebots:

"Neue Technologien machen es möglich. Die Übertragungskapazität wird in Zukunft kein Problem mehr sein. Die Zahl der Kanäle wird sich vervielfachen: die Übertragungskosten fallen dramatisch. Auch die Produktionskosten sinken: In den USA arbeitet Time Warner in seinem ... lokalen 24stündigen Nachrichtenkanal ... schon jetzt mit sogenannten Videojournalisten: Fernsehreporter, die ihre Kamera mit sich führen und ihre Berichte auch selbst schneiden. ... Was können 1000 Kanäle, um bei der magischen Zahl zu bleiben, bieten? Folgendes Szenario ist denkbar: die ersten 100 Kanäle unterscheiden sich nach amerikanischem Vorbild: neben den Vollprogrammen der großen Fernsehanstalten wird es immer mehr interessenbezogene Kanäle geben: Nachrichten, Wetter, Sport, Musik, Cartoons, Einkaufen am Bildschirm, religiöse Kanäle, Übertragung der Sitzungen aus dem Bundestag, Einspeisung ausländischer Programme.

3 Die Zentralperspektive als Beziehung von Menschen läßt sich in der Graphik Albrecht Dürers "Der Maler und sein Modell" ablesen. Die mit der Zentralperspektive korrespondierende Subjektivität zeigt Albrecht Dürer in seinem Selbstbildnis oder im Porträt von Jakob Fugger dem Reichen. Informativ ist der Überblick bei Kress, van Leeuwen (1990, S. 121f.).

Wir ahnen ja bereits aufgrund der Erfahrungen, die wir mit unseren heimischen 30 Kanälen machen, warum die Übersicht auch bei vielfachem Angebot nicht verlorengelassen muß: es werden sich ganz einfach neue Nutzungsgewohnheiten herausbilden, die unserem Verhalten in einem Zeitschriftenladen entsprechen, wo der Kunde sich schnell entschieden hat, welche Tageszeitung, Illustrierte oder Fachzeitschrift er mitnehmen möchte.

Entscheidend wird sein, ob für diese Vielfalt genügend Werbekapazität vorhanden ist, um die Finanzierung zu gewährleisten. Dem befürchteten Zappen, dem Umschalten bei Werbung, dürfte die Werbeindustrie durch "road blocks", wörtlich: Straßensperren, vorbeugen. Gemeint ist, daß die gleiche Werbung zur gleichen Zeit auf vielen Kanälen gezeigt wird. ... Nach Vollprogramm und Spartenprogramm heißt das Zauberwort der Zukunft Microcasting - statt broadcasting (Rundfunk). Aufgrund der Kanalvielfalt wird es möglich sein, kleinste Zielgruppen am Fernseher zu bedienen. Da muß endlich nicht mehr auf die Einschaltquoten gestarrt werden. Sogar Minderheitenprogramme könnten so rentabel werden. Ebenso wenig wie die Zeitschrift *Der Geldscheinsammler* (Auflage 3000) mit dem Spiegel konkurriert, wird das Mikrozielgruppenprogramm der Zukunft im Wettbewerb mit irgend einem Vollprogramm stehen. ... Wenn die Zielgruppe in Deutschland allein nicht groß genug ist, werden einfach über mehrere Satelliten weltweite Zielgruppen geschaffen. Dadurch wird es möglich, etwa ein Weiterbildungsprogramm für Ärzte, für Chirurgen, ja sogar für die 500 deutschen und die weltweit 10000 Neurochirurgen zu senden."

"Audiovisuelle Individualkommunikation", diese Art öffentlicher Kommunikation, Massenkommunikation, Verständigung, Unterhaltung, hat wenig mit der klassischen Funktion von Rundfunk - Information, Unterhaltung, Bildung - zu tun. Noch bevor man die Frage nach den Funktionen stellt, ist der Blick auf den kulturellen Gesamtzusammenhang wichtig: zunehmende Individualisierung aller Lebensvollzüge in einer sich mit der Individualisierung zunehmend verdichtenden Welt ohne "Zentralperspektive".

Im Feuilleton der Süddeutschen Zeitung vom 14./ 15.2.1993 fragt der Münchner Soziologe Ulrich Beck (vgl. Beck 1986) nach der Individualisierungsdynamik der Industriegesellschaft. Diese Argumente sind hilfreich, um die Korrelation von Massenkommunikation und sozialer Wirklichkeit einzuschätzen:

"Löst sich die Gesellschaft auf? Wenn man dem Gejammer über 'Individualisierung' glaubt, könnte man das fast meinen. Die Wähler gehorchen nicht mehr, die Nichtwähler erst recht nicht". ... Die Menschen werden "heute nicht aus ständisch-religiösen Gewißheiten in die Welt der Industriegesellschaft 'entlassen', sondern aus den Sicherheiten der Industriegesellschaft in die Turbulenzen der Weltkrisengesellschaft. Ihnen wird also das Leben nicht zuletzt mit den unterschiedlichsten, einander widersprechenden globalen und persönlichen Risiken zugemutet. ... Chancen, Gefahren, Ambivalenzen der Biographie, die früher im Familienverband, in der dörflichen Gemeinschaft, im Rückgriff auf ständische Regeln oder soziale Klassen bewältigt werden mochten, müssen nun von den einzelnen selbst wahrgenommen, interpretiert und bearbeitet werden. Chancen und Lasten der Situationsdefinition und -bewältigung verlagern sich damit auf die Individuen, ohne daß diese aufgrund der hohen Komplexität der gesellschaftlichen Zusam-

menhänge noch in der Lage sind, die damit unvermeidlichen Entscheidungen fundiert, in Abwägung von Interessen, Moral und Folgen verantwortlich treffen zu können. ... 'Individualisierung' meint also vieles nicht, von dem viele meinen, daß es meint, damit sie meinen können, daß es gar nichts meint: nicht Atomisierung, Vereinzelung, nicht Beziehungslosigkeit des freischwebenden Individuums, auch nicht (was oft unterstellt wird) Individuation; Emanzipation, Autonomie; das Ausleben des bürgerlichen Individuums nach seinem Ableben. Sondern: erstens die Auflösung, zweitens die Ablösung industriegesellschaftlicher Lebensformen, (Klasse, Schicht, Geschlechterrolle, Familie) durch solche, in denen die Individuen ihre Biographie selbst herstellen, inszenieren, zusammenschustern müssen. Die Normalbiographie wird zur Wahlbiographie, zur 'Bastelbiographie' ...

Individualisierung beruht also keineswegs auf einer freien Entscheidung. Die Menschen sind - um es mit Sartre zu sagen - zur Individualisierung verdammt. Es handelt sich um einen Zwang, einen paradoxen Zwang freilich, zur Selbsterstellung, Selbstgestaltung, Selbstinszenierung, nicht nur der eigenen Biographie, sondern auch ihrer moralischen, sozialen und politischen Bindungen - allerdings: unter sozialstaatlichen Vorgaben wie Ausbildung, Arbeitsmarkt, Arbeits- und Sozialrecht usw. Wo alles in Entscheidungen, die riskant werden, verwandelt wurde, muß von nun an sogar die traditionale Ehe gewählt und mit all den in sie eingebauten Widersprüchen als persönliches Risiko begründet und gelebt werden."

Beschäftigt man sich mit Massenkommunikation, so ist evident, daß die Beziehung von Individualisierung, Öffentlichkeit und Privatheit nicht primär mit den Kommunikations- und Beziehungsformen des Aushandelns, Absprechens, Begründens einhergeht, eher schon mit Erleben, und zwar einem Erleben über die bewegten Bilder von Fernsehen, Video, Display. Im Alltagsleben entstehen zur Zeit individualisierende Wahrnehmungs-, Erlebnis- und Handlungsmuster. Dies korrespondiert mit der Auflösung des BBC-Modells von öffentlich verantwortetem Rundfunk, der allen ein ausgewogenes und auf Kriterien bezogenes Gesamtprogramm anbietet, das abends nach der Arbeit zuhause rezipiert wird. Der Veränderungsmechanismus war die Privatisierung des Medienmarktes, dem jedoch die Auflösung bzw. die Entstehung neuer gesellschaftlicher Tiefenstrukturen entspricht. Das mediale und gemeinsame Band öffentlicher Kommunikation läßt sich u.a. an der Verbindung von Medien mit Mythen und an medienvermittelten Formen sozialen Lernens beschreiben. Das Konzept der Mythen hilft, Tiefenstrukturen und historische Gemeinsamkeiten bzw. Veränderungen als Bezugsrahmen für Funktion und Form von Fernsehgeschichten und -figuren zu entdecken. Vielleicht ergeben sich auch Hinweise, die die Faszination der Zuschauer erklären. Das neue Genre "GameShow" verbindet soziales Lernen und Massenkommunikation.

3.1.2 Mimesis - die lange Geschichte der Repräsentationsfunktion von Medien

Die Veränderung von Medienfunktionen in unserer Kultur - mehr oder weniger opulente Schlagworte wie Medienwelt, Bilderflut, Medienkultur, Fernsehalltag usw. stehen dafür - kann man mit Hilfe des Modells von den Medien als kultureller und

kommunikativer symbolischer Objektivation erfassen. Medien sind die symbolischen Objektivationen in einem kommunikativen und kulturellen Gestaltungsprozeß, allgemeiner formuliert: sie sind symbolische Objektivationen in einem Entäußerungsprozeß (Externalisierung). Als Objekte eines Gestaltungs- / Entäußerungsprozesses 'enthalten sie etwas'. Sie repräsentieren, spiegeln wider, geben im Alltag z.B. in einer Interaktion eine Botschaft per Brief weiter⁴, stellen als Film z.B. die Befindlichkeit einer Generation oder sozialen Gruppe dar (z.B. Spielbergs Filme "E.T." oder "Jurassic Park"). Widerspiegeln, Wiedergeben, etwas Enthalten verweisen auf eine Repräsentationsfunktion, die zur Zeit im Übergang ist und die sich theoretisch nur mit Vorsicht bestimmen läßt. Die Repräsentationsfunktion von Medien ist Teil eines symbolischen Konstitutionsprozesses, in dem sich Wirklichkeit, Erlebnis, Verstehen, Wahrnehmen usw. immer wieder neu bestimmen.⁵

Repräsentation: Spiegelung von Wirklichkeit

Mit der Repräsentationsfunktion von Medien ist theoretisch leicht umzugehen, wenn Wirklichkeit eindeutig und damit abbildbar konstituiert ist, so wie in Ghirlandaios Bild von der Anbetung der Könige. Dies Bild eignet sich zwar als Postkarte noch gut zu Weihnachten, sonst trifft es unser Weltverständnis wenig. Für uns taugen hierzu andere Medien, technische Medien, wie z.B. Fotografie, die ihr klares Wirklichkeitskonzept jedoch aus der gleichen Quelle bezog wie Ghirlandaio. Vor 100 Jahren korrespondierte das neue Medium Fotografie mit einem klaren Konzept von Wirklichkeit. Fotografien wurden insbesondere in Schule und Universität wegen der realistischen Abbildung von Gegenständen (z.B. Kunstwerken) genutzt; sie repräsentieren Sachverhalte realitätsnäher als Sprache. So schrieb der Kunsthistoriker Herrmann Grimm in seinen Beiträgen zur Deutschen Culturgeschichte von 1897 (zitiert nach Hofmann 1990, S. 42):

"Bei meinen Vorlesungen über Neuere Kunstgeschichte an der Berliner Universität hatte ich früher über Werke zu sprechen, die ich den Zuhörern nicht vorführen konnte. ... Die Studierenden mußten in der Vorlesung gleichsam nur auf den späteren Anblick vorbereitet werden, und sich in eigener Arbeit in den Museen und im Apparat der königlichen Universität mit dem bekannt machen, was eben da war."

Alexander von Humboldt schrieb 1839 in einem privaten Brief:

"Gegenstände, die sich selbst in unnachahmlicher Treue malen; Licht, gezwungen durch chemische Kunst, in wenigen Minuten bleibende Spuren zu hinterlassen, die Konturen bis auf die zartesten Teile scharf zu umgrenzen, ja diesen ganzen Zauber (freilich einen

4 Z.B. der Brief eines kleinen Jungen an die Medienfigur Spencer, siehe Charlton, Neumann, Niemann (1990).

5 Die systematische Begründung dieses hermeneutischen Zugangs läßt sich u.a. nachlesen bei Gadamer (1990), Lenk (1993), Aufenanger, Lenssen (1986).

farblosen) bei heiterem sonnenklarem Tage unserer nördlichen Zone in 8 - 10 Minuten hervorgerufen sehen, das spricht freilich unaufhaltsam den Verstand und die Einbildungskraft an" (zitiert nach Heidtmann 1984, S. 83).

Durch die selbstverständliche Verschmelzung von Foto und Werbung ist mediale Spiegelung von Wirklichkeit für uns heute doch eher brüchig. Der historische Wandel der Repräsentationsfunktion - von der Spiegelung von Sachverhalten und Ereignissen zur Gestaltung der sozialen Wirklichkeit - ist jedoch zentral für ein angemessenes Verständnis der aktuellen Massenkommunikation, insbesondere deren neuer Genres. Der Begriff der Mimesis hilft diese Veränderung kulturhistorisch einzuordnen.

Mimetik - eine theoretische Metaebene

Der Begriff der Mimesis breitet ein sich wandelndes Bedeutungsspektrum aus: Nachahmen, Nacheifern, Verwandeln, Schaffen von Ähnlichkeit, sich ähnlich Machen, unsinnliche Ähnlichkeit, Mimikry, Imitation, Erzeugen von Erscheinungen und Schein, Repräsentation, Bilder zwischen Außenwelt und Innenwelt (Gebauer, Wulf 1992, S. 41, S. 9). "Mimesis" ist hilfreich, um die sich ändernden sozialen und kommunikativen Funktionen symbolischer Objektivationen (Sprachbilder, Literatur, Theater, Fernsehen usw.) und die sich damit auch ändernde Deutung dieser Funktionen nachzuvollziehen. "Mimesis" bietet auf hoch abstraktem Niveau den konzeptionellen Standort, um die Beziehung von Objektivationen, Aneignung, Entäußerung als symbolischer Vermittlung in der historischen Entwicklung nachzuzeichnen. Der historisch vergleichende Blick, den Gebauer und Wulf ermöglichen, ist hoch aktuell, weil zur Zeit die Vorstellung oder die Hoffnung von einer stabilen und gemeinsamen Wirklichkeit, wie sie die Menschen in der Renaissance mit der abbildbaren Welt geschaffen haben und der die Menschen gegenüberstehen, zerbröckelt. Buchtitel wie die vom "Verschwinden der Wirklichkeit" (v. Hentig 1984) oder des "Verschwindens der Kindheit" infolge des Fernsehens (Postman 1983) zeigen dies an. "Mimesis" eröffnet die Denkgeschichte über die Beziehung von Subjekt, Wirklichkeit und symbolischen Darstellungen. Sie gibt Bezugsrahmen und Meta-Konzept, um die Repräsentationsfunktion von Medien einzuordnen, indem man nach der Funktion von Medien der Massenkommunikation im Konstitutionprozeß des Alltagslebens und der Kultur fragt. Anders formuliert: Das Verhältnis der Menschen (der Subjekte) zur Welt (zum Alltag, zur Praxis) ist über symbolisches Material (Texte, Literatur, audiovisuelle Medien, Theater, Bilder, Sprache) in immer neuer, jedoch nicht zufälliger Weise vermittelt. Wie, das läßt sich mittels des Konzepts der Mimesis rekonstruieren.

Aus der Fülle historischen Materials, das Gebauer und Wulf ausbreiten, sind die Übergangsphase von oraler Kultur zur Schriftkultur und die Selbstverständlichkeit der Innovation Schriftkultur bemerkenswert, weil sich heute die bewegten Bilder des Fernsehens ebenfalls in einer vergleichbaren Übergangsphase befinden: vom

BCC-Modell zu individuellen Nutzungsmustern (Hasebrink, Krotz 1992, 1993) und Figurationen als Bezugsrahmen für die Produktion. Deshalb zuerst der Blick auf Platons und Aristoteles' Konzept der Mimesis. Es folgen Hinweise auf die Auseinandersetzung über die Nachahmung der Natur in Literatur und Theater der späten Aufklärung mit dem Konzept des Genies als schöpferischem Gott.

Hier die zentralen Argumente: Für Platon (in: *Politeia*, 3. und 10. Buch; *Ion*) kann - modern formuliert - nur Theorie Wirklichkeit abbilden, nicht jedoch die auf Emotionen ausgerichtete Dichtung. Zwar müßte sich Poesie auf Wirklichkeit ausrichten, kann es jedoch nicht, verhindert bei den Hörern auch die adäquate Beschäftigung mit der Wirklichkeit. Für Aristoteles (in: *Poetik*) ist es nur dann möglich, daß Poesie Wirklichkeit abbildet, wenn sie spezifischen Kriterien folgt, indem sie 'generalisiert' sowie 'sozial angemessen' ist. Der aristotelischen Argumentation folgt dann in der Renaissance eine Diskussion um die Kriterien für Dichtung und Theater. Erst mit dem modernen subjektiven Dichtergenie des 18. Jahrhunderts - "Sturm und Drang", Goethe - der sich seine Erfahrungen und Empfindungen als poetischer Schöpfer artikuliert, wird Dichtung zum Ausdrucksmittel und hat nicht mehr die Aufgabe, Wirklichkeit, Gesellschaft abbildend zu spiegeln. Der vom Autor als empfindendem Subjekt geschaffene Text, der seine Erlebnisse und Befindlichkeiten repräsentiert, wird von der Massenkommunikation der konsumorientierten Industriegesellschaft abgelöst. Jetzt werden die Rezipienten zu dominierenden Subjekten, denen die Textproduktion folgen, d.h. entsprechen muß. Die Dynamik in der Beziehung Subjekt / Objektivationen geht von der Aneignung und den Rezipienten aus. Der Beziehungsmechanismus ist zur Zeit die Einschaltquote, die für die rezipientenbezogenen Texte mit thematischem Schwerpunkt der Human Interests, für Themen und Symbolik zur Alltagsbewältigung und heftige emotionale Bewegung sorgt.

Von der oralen zur literalen Kultur: Platon und Aristoteles⁶

Anhand Platons vielfältigen Überlegungen zur Mimesis (z.B. das Nachahmen und Nacheifern eines Vorbildes in der Erziehung, Gebauer, Wulf 1992, S. 50), insbesondere der Argumente in Platons "Politik", versuchen Gebauer und Wulf den Übergang "von der Oralität zur Literalität" sichtbar zu machen, bei dem die bildlich künstlerische Auseinandersetzung mit der Welt und den Menschen in eine begrifflich philosophische übergeht, wobei beide Zugangsweisen in ein Spannungsverhältnis zueinander geraten (Gebauer, Wulf 1992, S. 42). Malerei und Dichtung produzieren nur die Erscheinung der Dinge (S. 57). "Da darstellende Dichtung sich an die 'unteren Seelenteile' wendet, soll sie im Staat überhaupt nicht mehr zugelassen werden. Denn von Homer an seien alle Dichter 'Nachbilder von Schattenbildern

6 Platon: geb. 427, gest. 347; Aristoteles: geb. 384, gest. 322.

der Tugend' gewesen und hätten die Wahrheit nicht berührt. Diese zu erkennen sei Aufgabe des obersten Teils der Seele; der Weg dahin sei die Philosophie" (Gebauer, Wulf S. 57). Die künstlerisch nicht-begriffliche Mimesis ist "Herstellung eines Scheins", die künstlerische Darstellung ist nur der Schein eines Erscheinenden (Gebauer, Wulf, S. 59). (Vielleicht würden wir heute dazu 'echt fiction' sagen.) Dieser Schein, der sich auf etwas Äußerliches und nicht auf das Wesentliche, die Idee einer Sache, bezieht, ist eine fragwürdige, weil wenig abstrakte und begriffliche Form der Auseinandersetzung mit der Welt.

Platons Dialog Ion

Recht anschaulich stellt Platon (in der Rolle des Sokrates) dieses Defizit in einem entlarvenden⁷ Disput zwischen Sokrates und dem Rhapsoden Ion dar (modern: Schauspieler). Platon / Sokrates setzt sich im Dialog mit Ion mit Dichtung und Dichtern auseinander, indem er zeigt, wie unvernünftig und emotional der Rhapsode argumentiert. Damit weist er nach, wie unangemessen Dichtung auf die Wirklichkeit eingeht.

Sokrates benutzt dazu einen rhetorischen Trick. Er bestätigt Homer als herausragenden Dichter, als "trefflichsten und göttlichsten Dichter" (Ion, S. 7), dessen "Gedanken" der Rhapsode "durch und durch kennenlernt" (Ion, S. 7). Kennenlernen heißt "nicht bloß dem Wortlaut" nach, also nicht nur auf das Äußerliche von Dichtung bezogen, sondern bezogen auf das, "was der Dichter meint". Dabei unterstellt Sokrates, daß der Vortrag von Dichtung gar nicht möglich ist, "ohne zu erkennen, was der Dichter meint" (Ion, S. 7). Diesem Argument stimmt der Rhapsode zu, stellt jedoch heraus, daß er meint, Dichtung und Dichter zu verstehen. ('Verstehen' ist dabei von Sokrates als theoretische Einsicht gemeint.) Dies Verstehen erklärt der Rhapsode jedoch als "Ausschmücken des Homers" (Ion, S. 9), also als etwas, das äußerlich bleibt und ganz und gar keine theoretische - damit der Dichtung angemessene - geistige Durchdringung ist.

Sokrates legt nun dem Rhapsoden Ion nah, daß dieser über Homer "redet" (Ion, S. 15) "aufgrund von Fach- und Sachwissen". In die Argumentation verwickelt setzt nun der Rhapsode "Erklärungen geben" (Ion, S. 17) gleich mit "über Homer am schönsten ... sprechen" (Ion, S. 17). Daraufhin läßt Sokrates die rhetorische Falle zuschnappen, geht es ihm doch darum, Dichtung als untheoretisch, als unsachlich, als einsichtslos zu entlarven. Er macht dies, indem er zeigt, daß das

7 Der Verfasser des Cover-Textes der Ausgabe von 1993 kann dies nicht glauben. Deshalb behauptet er: "Platon preist das Kunstwerk als etwas Irrationales, Göttliches. Es ist daher nicht vom Verstand geschaffen und kann nicht vom Verstand aus beurteilt werden. So wie ein Magnet ein nicht magnetisches Eisen magnetisieren kann, so kann der Künstler im Gespräch künstlerische Ideen erzeugen und wiedererwecken". Erstaunlich, wie das Kunst-Konzept gerade des 19. Jahrhunderts, das auf emotionalen Ausdruck subjektiver Befindlichkeit aus war, hier den Blick für Platons entlarvende Argumentation verstellt.

Vortragen von Dichtung ohne "Fachwissen" (Ion, S. 17) unmöglich ist. Ja, ganz im Gegenteil, "alle guten Ependichter singen nicht aufgrund eines Fachwissens, sondern in göttlicher Begeisterung und Ergriffenheit alle diese schönen Dichtungen, und Liederdichter, die guten, ebenso. Wie die Korybantentänzer nicht bei Sinnen sind, wenn sie tanzen, so dichten auch die Liederdichter nicht bei Sinnen diese schönen Lieder" (Ion, S. 19). Sokrates formuliert nun das folgende Bild: Der gute Rhapsode ist einem Magneten in einer "ganz langen Kette" von Magneten / "Eisenringen" (Ion, S. 19) vergleichbar, die göttliche "Kraft" überträgt, die also untheoretisch weitergibt, weil dies der Dichtung entspricht. So ist Homer unreflektiert emotional, also gleich einer magnetischen Kraft, die etwas überträgt. "Denn ein leichtes Ding ist der Dichter, beschwingt und heilig, und nicht eher in der Lage zu dichten, bevor er nicht in göttliche Begeisterung geraten und von Sinnen ist und der Verstand nicht mehr in ihm wohnt (Ion, S. 19). Weil die Rhapsoden ohne "Fachwissen" (Ion, S. 19) also ohne etwas von der Dichtung verstanden zu haben, "sondern [nur] durch eine göttliche Kraft" (Ion, S. 19) - also untheoretisch -, vortragen, können sie Dichtung auch angemessen deklamieren - was eben nicht positiv für Dichtung als Erkenntnismöglichkeit spricht.

Vortragen ist genau so 'beschränkt' wie dichten: "Deshalb raubt der Gott ihnen (den Dichtern) (S. 19) den Verstand und benutzt sie als seine Diener, sie und die Orakelkinder und die Seher, die göttlichen, damit wir, die wir zuhören, wissen, daß nicht sie es sind, die so wertvolle Dinge sagen, die dann doch der Verstand nicht mehr innewohnt, sondern der Gott selbst es ist, der spricht, durch sie hindurch aber seine Stimme zu uns dringt" (Ion, S. 21).

Dieser irrationale, emotionale Mechanismus, die Magnetkette Gott/ Dichter/ Rhapsode, ist Platon trotz freundlich devoter Aussagen (das Göttliche, das eine Stimme zu uns bringt) zutiefst suspekt, weil er diese Art emotionaler Vermittlung ablehnt. Deshalb zeigt er dem Rhapsoden, daß er weder etwas von "Wagenlenken", noch von der "Steuermannskunst" (Ion, S. 27) noch von Medizin oder "Zimmermannskunst" (Ion, S. 29) versteht. Er führt den Dilettanten vor, indem er ihn dazu bringt zu behaupten, daß "ein guter Rhapsode" auch ein "guter Feldherr" (S. 37, Ion) sei. Da der Rhapsode den Umkehrschluß nicht akzeptiert, (ein guter Feldherr muß auch noch ein guter Rhapsode sein), hat er die intellektuelle Begrenztheit des Rhapsoden herausgestellt und damit auch die Beschränktheit des Dichters unterstrichen.

Platons Kritik der Dichter

Platon formuliert seine Kritik an Dichter und Dichtung im dritten Buch der Politik (S. 120ff.) auch direkt:

"Bei diesem und allem dergleichen wollen wir den Homeros und die anderen Dichter bitten, uns nicht zu zürnen, wenn wir es austreichen, nicht als ob es nicht dichterisch wäre und dem Volk angenehm zu hören, sondern weil es, je dichterischer, um desto weniger gehört werden darf von Knaben und Männern, welche frei gesinnt sein sollen und die Knechtschaft mehr scheuen als den Tod. - Auf alle Weise gewiß." (S. 120f.)

Dabei spielt das Argument eine wichtige Rolle, daß heftige Emotionen die Hörer negativ beeinflussen. Platon geht also von einer mimetischen Beziehung von Text und Rezipient aus. Er spricht von der "Schädlichkeit der Lachlust und der Unwahrhaftigkeit" und mahnt die "Pflege der Besonnenheit" an (Politik, S. 122). Dichter dürfen nicht "die Schrecken der Unterwelt darstellen" (Politik, S. 120), damit sich die Hörer nicht zu ähnlichen Emotionen hinreißen lassen: "Alle Hörer schaudern machen" (Politik, S. 212).

Die künstlerische Mimesis ist nur die nachgeordnete Stufe in der "Rangfolge von der Idee über den Gegenstand zum Abbild, der einer Stufenfolge "Wesensbildner, Werkbildner, Nachbilder" (Politik, 10. Buch S. 289). Mit unseren Sprachmitteln formuliert, heißt das: Ausgangspunkt sind Konzepte von Sachverhalten und Ereignissen bzw. von der sozialen und dinglichen Welt, denen dann die Lebenspraxis mimetisch folgt. (Platon bringt hier das Beispiel des Tisches, den der Handwerker baut.) Dichtung spiegelt nur das Äußere eines Sachverhalts oder Ereignisses und ist nicht in der Lage, deren konzeptionelle Grundlagen zu erfassen. Deshalb ist die "Nachbilderei" prinzipiell entfernt von der Wahrheit.⁸ Bilder und Dichtung können also keine Konzepte repräsentieren, weil - und hier wird der Dialog Ion wichtig bzw. die Vorwürfe gegen Dichtung im dritten und 10. Buch der "Politik" - es nach Platon ein mimetisches Verhältnis zwischen Dichtung vom Schlege Homers (Text) und den wesentlichen Männern eines Staates (Rezipienten) gibt.

Das Verhältnis von "Wesensbildner, Werkbildner, Nachbilder" entspricht dem Verhältnis von Gott, Handwerker, Maler/Dichter: "Gott schuf die Idee; indem der Handwerker die Idee schaut, produziert er Gegenstände; seine Fähigkeit liegt in der Nachahmung einer Idee. Weder im Anblick der Idee noch in genauer Sachkenntnis der Gegenstände ... schafft der Maler seine Bilder. ... Er produziert lediglich Erscheinungen, wie man sie mit Hilfe eines Spiegels leicht und schnell ohne Sachkenntnisse herstellen kann" (Gebauer, Wulf, S. 58). Damit verpaßt die künstlerische Mimesis zwei entscheidende Aufgaben, nämlich ein reales Ding zu produzieren (also die Aufgabe eines Handwerkers) oder den Schein einer Idee herzustellen; das ist ein theoretisch formulierbares und begründbares Konzept und damit die Aufgabe des Philosophen (Gebauer, Wulf, S. 59).

Der aktuelle Schritt von der Schrift zum Bild

Geht mediale Repräsentation von Wirklichkeit heute ebenso an der notwendigen Reflexion vorbei wie die künstlerische Repräsentation zu Zeiten Platons, als Kunst Emotion statt Reflexion intendierte? Sicher ist, daß die bewegten Bilder des Fernsehens immer weniger die Funktion haben, Sachverhalte und Ereignisse abzubilden. Sie haben in einer neuen Form eine theoretische, d.h. erklärend interpretierende Funktion und praktisch anleitende Funktion. So erklären Game-Shows intersubjektiv soziale Beziehungen und leiten orientierend individuelles Handeln.

8 "Entferntheit der Nachbilderei von der Wahrheit".

Natürlich ist Erklären und Orientieren nicht mehr die theoretische Auseinandersetzung, die die europäische Aufklärung erreichen wollte. Gerade an dieser historischen Stelle ist Platons scharfe Kritik an der Dichtung der vorschriftlichen Zeit wichtig, deren Art der untheoretischen und wenig reflexiven Weltdeutung er für gefährlich ansah. In Platons Sprache liest sich das Argument folgendermaßen:

"Der Dichter als Nachbildner hat weder Erkenntnis noch auch nur richtige Meinung von dem, was er nachbildet." Von Homer an, waren "alle Dichter nur Nachbildner von Schattenbildern der Tugend ... und der anderen Dinge, worüber sie dichten", womit es ihnen nicht gelingt "die Wahrheit" zu "berühren" (Politik, 10. Buch, S. 292).

In der Übergangsphase unserer Kultur von Schrift und begrifflich orientierter Sprache zu technologischen Medien mit ihren Film-Bildern und Sprach-Bildern läßt sich Platons Aussage - wenn man sie in unsere Sprache transponiert - sehr wohl nachvollziehen, auch wenn heute die Vorzeichen andere sind. Natürlich trifft z.B. die Umgestaltung der Fernsehnachrichten in Sendungen wie "Explosiv" die gewohnte Art der Auseinandersetzung mit Ereignissen. Die neue Inszenierung der Nachrichten bemißt sich an ihrem emotionalen Wert für die Zuschauer. Die Fähigkeit der Nachrichtensendung, Zuschauer aus sicherer Distanz möglichst nah an intimste Ereignisse - Leiden, Qual, Einsamkeit, Perversionen, Bedrohung - zu führen, ist der Maßstab. Die Sachangemessenheit ist dabei nur äußere Form des Genres und dessen Ausfluß; daß es sich bei den Geschichten auf dem Bildschirm um wirkliche Menschen handelt, erhöht die emotionale Bedeutung. Platon mit seinem philosophischen Vorhaben, die wesentlichen Ideen und Konzepte der Welt zu entdecken und sprachlich abstrakt zu beschreiben, wäre die Rezipientenorientierung der Repräsentation eines Sachverhalts in den modernen Fernsehnachrichten vermutlich unverständlich. Die neue Mischung aus "facts" und "fiction" wäre für ihn sicher nachvollziehbar als Herstellung eines Scheins, der weder dem Wesen der Ereignisse ("Ideen" bei Platon; heute wäre dies vielleicht als Form kritischer Reflexion und Analyse zu fassen) gerecht wird noch der Lebenspraxis (Handwerk). Wie sich bei der Durchdringung von 'facts' und 'fiction' zu 'faction' das Verhältnis Subjekt, gegenständliche und soziale Wirklichkeit (zu der auch die Medien gehören) und symbolische Vermittlung (heute das Königreich der Medien) verschiebt, läßt sich erst erahnen.

In der Übergangssituation von der bildhaften Darstellung zum theoretischen Argument entwickelte Platon ein Konzept von Mimesis, "die das Bild vom Wirklichen und vom Wissen trennt und zugleich dem Sichtbaren und dem Blick eine neue Bedeutung zukommen läßt. Insofern das Bild einen Zwischenstatus zwischen Sein und Nichtsein hat, erlangt es durch den Bezug auf die Gegenstände eine Zwischenstellung im Inneren des Subjekts, in dem es die Außenwelt in Erscheinung treten läßt. Ohne das Bild mit seinem Urbild, von dem es Abbild ist, zu verwechseln, gilt, daß das Bild mehr auf seinen objektiven Referenten, das Urbild, bezogen ist oder mehr unter dem Aspekt der subjektiven Wahrnehmung in Erscheinung tritt" (Gebauer, Wulf, S. 65).

Poetik des Aristoteles

Für Aristoteles (in: Schriften zur Politik; Poetik), vertraut mit einer - modern formuliert - eher alltäglichen Literalität, ist dann Mimesis die Basis für die Entwicklung eines eigenen Bereiches, der Ästhetik, die auch mimetische Prozesse bei den Rezipienten einbezieht (Gebauer, Wulf S. 87): "Nur wenn der Rezipient in alltäglichen Handlungszusammenhängen ein praktisches Wissen über menschliches Handeln erworben hat, kann er fiktionale Arrangements verstehen" (Gebauer, Wulf, S. 87f.). Die Tätigkeit des Malers oder Dichters ist ebenfalls mimetisch, jedoch keine Spiegelung oder Kopie von Natur oder einzelnen Menschen, Mimesis ist vielmehr Nachschaffen und Verändern. Kunst und Dichtung richten sich auf die "Verschönerung und Verbesserung der individuellen Züge, auf eine Universalisierung (Verallgemeinerung). Dabei ist die Ähnlichkeit zum repräsentierten Objekt oder Individuum wesentlich. Ebenso muß das Dargestellte wahrscheinlich sein (Gebauer, Wulf, S. 82).

Die Verallgemeinerung führt dazu, Fabeln zu schreiben, die - mit unserer Sprache formuliert - menschliche Ereignisse und Entwicklungen - zu einem Plot generalisieren (Gebauer, Wulf, S. 83). Was Gebauer und Wulf mit Plot faßbar machen, heißt in der Übersetzung "Mythos" im Sinne einer "Zusammenfügung von Geschehnissen". Es handelt sich dabei um eine typisierende Handlungsstruktur, die beim Zuschauer "Wiedererkennen" ermöglicht. Diese typisierende Handlungsstruktur (Plot) ist das "Fundament und gewissermaßen die Seele der Tragödie" (Poetik, S. 23). Die Übereinstimmung mit der Natur soll dadurch geschehen, daß Maler, Musiker, Dichter mit der gleichen Kraft wie die Natur produzieren (Gebauer, Wulf, S. 84). Damit wird der 'fiktionale Bereich' eigenständig, muß sich jedoch an den Kriterien der Wahrscheinlichkeit und Notwendigkeit ausrichten. Es entstehen also Regeln für die Beziehung von symbolischer Darstellung und dem, worauf diese Darstellungen nachschaffend, repräsentierend, formend eingehen.

"Mimesis schafft die Kunst. Ihre Objekte, Mittel und Darstellungsformen dienen anderen vom Künstler erdachten Zielen als die Dinge außerhalb der künstlerischen Intention" (Gebauer, Wulf, S. 84). Der eigenständige künstlerische Bereich, in dem der Künstler nach den Kriterien der Wahrscheinlichkeit und Notwendigkeit nachahmend schafft und verallgemeinernd Überindividuelles (modern würde man vielleicht sagen) 'zur Botschaft verdichtet', bedenkt deshalb die Rezipienten. Der Zuschauer soll emotional "das tragische Geschehen nacherleben und dadurch seinen Erfahrungsraum erweitern" (Gebauer, Wulf, S. 85). Hier entsteht auch das Konzept der reinigenden, also kathartischen Wirkung bei Zuschauer⁹:

"Die Tragödie ist eine Nachahmung einer guten und in sich geschlossenen Handlung von bestimmter Größe, in anziehend geformter Sprache, wobei diese formenden Mittel

9 Katharsis ist keine emotionale Mimesis von Text und Rezipient. Die "Reinigung" beruht nicht darauf, daß z.B. die Rezipienten aggressive Gewalthandlung in ihrer Phantasie reproduzieren.

in den einzelnen Abschnitten je verschieden angewandt werden - Nachahmung von Handelnden und nicht durch Bericht, die Jammer und Schaudern hervorruft und hierdurch eine Reinigung von derartigen Erregungszuständen bewirkt" (Poetik, S. 19).

Dabei ist klar, daß die Zuschauer einen eigenständigen mimetischen Prozeß durchlaufen und sie nicht dem Bühnengeschehnissen ausgeliefert sind. Hier setzt Aristoteles auf die Eigenständigkeit der Zuschauer.

Gefährdung oder Stärkung der inneren Kraft

Bei Platon ging es dagegen primär um die Gefährdung durch die Nachahmung negativer Bilder, die im mimetischen Rezeptionsprozeß zu negativen Vorbildern werden. Wenn zu Mut, Tapferkeit und Stärke erzogen werden soll, dann eignen sich dafür keinesfalls Wehklagen und Trauer der Helden. Die Götter müssen frei von Unzulänglichkeiten dargestellt werden (Gebauer, Wulf, S. 52f.). Platon formuliert das in der These, "daß der Dichter notwendig dem Schlechten in der Seele gefällig sein muß" (Politik, 10. Buch, S. 295) und daß die "Dichtkunst" auch die "um Tugend bemühten Männer" "verdirbt" (Politik, 10. Buch, S. 296). Deshalb fordert Platon (Politik, 3. Buch, S. 120) auch ein "Verbot für die Dichter, die Schrecken der Unterwelt darzustellen". Dem würden wir heute im Prinzip zustimmen. Erstaunlich für uns ist, daß Platon damit Homer "verbieten" wollte. Platon fordert weiterhin die "Abschaffung der Wehklagen von ausgezeichneten Männern" (Politik, 3. Buch, S. 121) in der Dichtung, eine Forderung die für uns mit unserem weniger militärischen Selbstverständnis und unserer Forderung nach Empfindsamkeit auch bei Männern auf Ablehnung stößt. Aktuell sind heute nicht so sehr die Gemeinsamkeit oder die Unterschiede bei den Schlußfolgerungen in bezug auf die Rezipienten. Aktuell ist die gemeinsame Funktionshypothese für die mimetische Beziehung von Text und Rezipient: Wehklage im Text führt zur Wehklage der Rezipienten (bei Platon); Gewaltdarstellungen führen zu Gewalthandlungen (typisches Argument der gängigen öffentlichen Diskussion z.B. in Zeitungen). Der bewahrende Jugendschutz unserer Tage könnte sich ohne weiteres bei Platons Mimetik sein argumentatives Vorbild suchen!

Dagegen tritt bei Aristoteles die Stärkung der inneren Kraft, als Mimetik plus Poesie, Nachahmen und Schaffen, in den argumentativen Vordergrund. Die "Stärkung" wird "als Ergebnis eines 'Reinigungsprozesses' gedeutet, den die Tragödie in Gang setzt" (Gebauer, Wulf, S. 85). Dieser Paradigmenwechsel hängt sicher eng zusammen mit der Veralltäglichung von Literalität und bildhaft dichterischer Gestaltung. Eine vergleichbare theoretische Verschiebung gab es Ende der sechziger Jahre unseres Jahrhunderts, nachdem Fernsehen ins Alltagsleben der Menschen und damit auch in die Erziehung integriert war. Im sog. Uses-and-Gratifications-Approach (Blumler, Katz 1974, vgl. Teichert 1972, 1973) wurde der Rezipient als aktiv handelndes Subjekt entdeckt, sicher auch, weil die Menschen mit Fernsehen vergleichbar umgingen wie mit anderen Konsuminstrumenten und Konsumereignissen. Gebauer und Wulf (1992, S. 87f.) skizzieren den analogen Prozeß mit Hilfe unserer Denkkategorien:

"Damit Fabeln und literarische Texte lebendig werden, bedarf es mimetischer Prozesse auf seiten der Rezipienten ... Nur wenn der Rezipient in alltäglichen Handlungszusammenhängen ein praktisches Wissen über menschliches Handeln erworben hat, kann er fiktionale Arrangements verstehen. Wie der Autor für die Herstellung einer Fabel Handlungserfahrungen aus seinem Lebensalltag benötigt, so bedarf der Leser ähnlicher Erfahrungen, um die Fabel zu verstehen. Erst auf der Grundlage eigener Lebenserfahrungen des Rezipienten wird eine mimetische Erschließung der Fabel möglich. Dieser Prozeß mimetischer Verarbeitung literarischer Werke ist zirkulär; er verlangt ein Oszillieren zwischen dem Werk und dem Rezipienten."¹⁰

Von der Nachahmung der Natur zum Genie als dem schöpferischen Gott - Mimetik als subjektiver Ausdruck

Die eigenständige künstlerische Repräsentation, die Mimesis, wurde in der aristotelischen Version

- ein geregelter Vorgang des Nachschaffens und gestaltenden Veränderns,
- der sich auf die überindividuelle Verschönerung und generalisierende Verbesserung ausrichtete,
- der Ähnlichkeit mit dem repräsentierten Sachverhalt, der insbesondere Wahrscheinlichkeit der dargestellten Ereignisse und Charaktere erreichen sollte.

Das sind Kriterien, die sich nicht am schaffenden Subjekt, dem Künstler, festmachen. Sie beziehen sich vielmehr auf die zu repräsentierende Wirklichkeit. Wenn sich der archimedische Punkt der Zentralperspektive, die die Welt so ordnet, wie sie ist, jedoch in die Menschen, also in individuelle und persönliche Subjekte, hinein verlagert, dann gibt es einen grundlegenden Konflikt zwischen Schöpfungsakt und Mimesis als realitätsorientierter Repräsentation.

Dieser Konflikt war für die Literatur der späten Aufklärung, der Empfindsamkeit und des "Sturm und Drangs" des 18. Jahrhunderts wichtig (vgl. Jorgensen u.a. 1990, Schmidt 1988). Wenn der "Zustand der menschlichen Natur auf der Welt", so Johann Georg Hamann (1730 -1788), der 1758 seine emotionale und persönliche Befindlichkeit beschrieb, zum Gegenstand der Literatur wird und damit "die Gefühle und Wünsche des einzelnen nun mitreflektiert werden", dann radikalisiert

10 Diese theoretische Einordnung des Repräsentations-/ Mimesis-Problems in unsere aktuelle Erklärungsweise für die Beziehung von Medien, Massenkommunikation und Rezeption erfreut den Wissenschaftler, ist jedoch keinesfalls eine allgemeingültige Beschreibung von Kommunikation und Medien als anthropologischem Grundsachverhalt. Alltag und individuelle Subjektivität sind uns als Konstitutionselemente lieb und teuer, in Theorie und Praxis. Sie markieren gerade in Richtung Praxis, z.B. Jugendmedienschutz, unterschiedliche Positionen, ähnlich denen beim Zusammenprall von Oralität und Literalität. Subjektkonstitution und die Konstitution des Alltags verändern sich gerade derart, so daß vielleicht eine neues theoretisches Paradigma notwendig wird.

sich "die Aufklärung im Individualismus und Subjektivismus (Jorgensen u.a. 1990, S. 21). "So wie alle unsere Erkenntniskräfte die Selbsterkenntnis zum Gegenstand haben, so unsere Neigungen und Begierden die Selbstliebe. ... So lange es dem Menschen nicht möglich ist, sich selbst zu kennen, so lange bleibt es eine Unmöglichkeit für ihn sich selbst zu lieben" (Hamann, zitiert nach Jorgensen u.a. 1990, S. 21f.). Subjektive Erfahrungen der eigenen Person und der eigenen Entwicklung und Erziehung, subjektive Emotionen, Leidenschaft, Liebe, Bedrückung, Scheitern werden wesentliche künstlerisch literarische Motive. Ein literarisches Werk ist Ausdruck der Selbsterfahrung und Selbstdarstellung. Es muß dem literarischen Schöpfungsakt angemessen sein und den inneren Vorgängen im Kunstschöpfer, dem Schöpfungsprozeß und gegebenenfalls dem Rezipienten und seiner Subjektivität entsprechen (Schmidt 1988, S. 9). Die traditionellen mimetischen Regeln für Kunstwerke sind nun nur hinderlich und stören den Schöpfungs- und Gestaltungsprozeß. Die Konfliktlinie verläuft zwischen Nachahmung und Schöpfung, also zwischen Mimesis und den Regeln einer angemessenen und generalisierenden Repräsentation der Wirklichkeit einerseits und der Poesis, der subjektiven Gestaltung, andererseits. Die Repräsentation von Wirklichkeit im Sinne der Aufklärung läßt sich für die deutsche Situation anhand der Auseinandersetzung um Johann Christoph Gottscheds (1700-1766) "Versuch einer Critischen Dichtkunst vor die Deutschen" von 1730 und 1751 nachvollziehen (vgl. Schmidt 1988, S. 31ff, Jorgensen 1990, S. 101ff.).

Der Dichtung vorgegebene Kriterien und Regeln

Hier tauchen nochmals aristotelische Konzepte auf, insbesondere das Kriterium des Möglichen und Wahrscheinlichen. Der Deus ex machina des Barock (z.B. in der Figur des mächtigen Königs), der in den Ablauf des Bühnengeschehens eingreift und die Ereignisse gegen jede Alltagswahrscheinlichkeit zum Guten wendet, widerspricht einer vernünftigen Beschäftigung mit der Wirklichkeit. Die Beurteilung nach dem Kriterium der Wahrscheinlichkeit liest sich bei Gottsched (Critische Dichtkunst, zitiert nach Jorgensen u.a. 1990, S. 104) folgendermaßen: "Daß z.E. die Bäume sich einen König wählen können, das ist an sich selbst, in dieser Welt, weder möglich, noch wahrscheinlich: gleichwohl macht dort im Buche der Richter Jotham eine schöne Fabel daraus; der es an der hypothetischen Wahrscheinlichkeit nicht im geringsten mangelt. Denn man darf nur die einzige Bedingung zum voraus setzen, daß die Bäume etwa in einer anderen Welt Verstand und Sprache haben: so geht alles übrige sehr wohl an. Es wird möglich und wahrscheinlich seyn, daß sie in ihrer Wahl auf den Ölbaum fallen werden".

Eng mit der Wahrscheinlichkeit ist die aristotelische Regel der Angemessenheit verbunden, die dafür sorgt, daß politische und gesellschaftliche Zustände auch adäquat wiedergegeben werden. So haben auf der Bühne die Figuren zu handeln, wie es ihrem Geschlecht, Alter, Stand usw. entspricht. Die ständischen und höfischen Regeln der Angemessenheit menschlichen Handelns werden damit zu Klischees der Bühnendarstellung. Menschlich-Unmittelbares (Schmidt 1988, S. 25) in

der Version eines subjektiven Schöpfungsprozesses kann nicht auf der Bühne erscheinen. Wahrscheinlichkeit und Angemessenheit führen zur dramaturgisch praktischen Regel, daß Ort, Zeit und Handlung der dargestellten Ereignisse und der Bühne sich entsprechen müssen.

Diese Regeln und Richtlinien verbinden sich mit einem Konzept des guten Geschmacks, was auf nichts anderes hinausläuft, als die soziale Wirklichkeit in den literarischen Darstellungen festzuschreiben. Damit steht dann auch der Widerspruch zur persönlichen, individuellen Subjektivität fest. Der gute Geschmack repräsentiert eben nicht individuelle Wertschätzung, bringt vielmehr das zum Ausdruck, was den rechten Umgang mit den richtigen Leuten ausmacht, ist also die Internalisierung der "Normen der betreffenden gehobenen Schicht" (Jorgensen u.a. 1990, S. 109).

Ein weiteres Kriterium für die angemessene Repräsentation von Wirklichkeit ist der Witz. So beschreibt Gottsched in seiner "Critischen Dichtkunst" (zitiert nach Jorgensen u.a. 1990, S. 112) den Witz als "Weltweiser", als "Gemütskraft, welche die Ähnlichkeit der Dinge leicht wahrnehmen, und also eine Vergleichung zwischen ihnen anstellen kann." Es geht darum, möglichst viele Eigenschaften von Dingen, Ereignissen und Personen wahrzunehmen und wiederzugeben. Dabei wird der Witz alles andere als zur individuell geistreichen Äußerung, bezeichnet vielmehr nur oberflächliches Kombinationsvermögen (Schmidt 1988, S. 32). Unterwerfung unter derartige Konstruktionsregeln hat wenig mit subjektiv schöpferischer Gestaltung, also schöpferender Poesie zu tun.

Bei dieser Art von Witz fühlt man sich an die heutige Sitcom erinnert, in der die locker aufeinander folgenden Witze, Gags, Späße durch eingblendetes Publikumsgelächter abgeschlossen, sozusagen sprachlos paraphrasiert werden. Wenn der Witz der späten Aufklärung intelligente Kreativität auf das kombinatorische Verdichten von Oberflächlichkeiten reduzierte, dann war die Subjektivität des Künstler bei der Repräsentation der Wirklichkeit als eigene Sichtweise, als Kritik, als Mitleid oder Vorwurf, als Freude oder Begierde ausgeschaltet, unterdrückt oder verdrängt. Beim dauernd beklatschten Witz der Sitcom stellt sich dieses Unterdrücken oder Verdrängen nicht für den Gestaltungsprozeß Wirklichkeit / Künstler ein, sondern für den Gestaltungsprozeß Medium / Rezipient. Rezeption ist eine durch das Medium selbst geleitete mimetische Reproduktion, wobei in generalisierter Form die Rezipienten, ihre Themen und ihr Alltag, ihre Rezeption und Verarbeitung von Medienerlebnissen, von der Medienproduktion vorweggenommen sind.

Das schöpferische Genie

Im Gedanken oder dem Selbstverständnis des Genies formierte sich in der zweiten Hälfte des 18. Jahrhunderts die Gegenbewegung. Genie meint die gottgleiche sprachliche, bildnerische, geistige Schöpfungskraft, eine "ganz ins subjektive verlagerte Ganzheitskraft" (Schmidt 1988, S. 35). Im Mittelpunkt steht die Einbildungskraft, also die Phantasie, sie ist die grundlegende Dynamik des künstlerischen Gestaltungsprozesses, die den Künstler als Gestaltungsobjekt zur Er-

schaffung des Kunstwerks befähigt. Dies ist keine Nachahmung der Natur bzw. der Wirklichkeit, sondern Teil dieser Natur und Wirklichkeit. In Goethes "Prometheus" von 1774 (Hamburger Ausgabe, Band 1, 1988, S. 44-46) wird dies auch in seiner Widersprüchlichkeit deutlich. Prometheus, ein Titan, formt die Menschen nach seinem Bild:

"Hier sitz' ich, forme Menschen
Nach meinem Bilde,
Ein Geschlecht, das mir gleich sei,
Zu leiden, weinen,
Genießen und zu freuen sich,
Und dein nicht zu achten,
wie ich."

Prometheus als Typus des Künstler-Genies definiert sich im Schöpfungsakt, der ein mimetisches Nachschaffen der emotionalen Innenwelt des Menschen ist. Es ist keine Götterwelt, die nachgeschaffen wird, sondern die innere und die soziale Welt der Emotionen. Zeus, der Hauptgott, wird nur provoziert, nicht nachgebildet. Prometheus, der künstlerische Schaffensgott, wirft dem angestammten Gott die Weltferne vor:

"Bedecke deinen Himmel, Zeus,
Mit Wolkendunst!
Und übe, Knaben gleich,
Der Diesteln köpft,
An Eichen dich und Bergeshöhn!
Mußt mir meine Erde
Doch lassen stehn,
Und meine Hütte,
Die du nicht gebaut,
Und meinen Herd,
Um dessen Glut
Du mich beneidest."

Der dem Alltagsleben entfremdete Gott Zeus steht für die Mächtigen, die nehmen, ("Ihr nähret kümmerlich/ Von Opfersteuern/ Und Gebetshauch/ Eure Majestät") und für den verständnislosen Vater ("Da ich ein Kind war,/ Nicht wußt', wo aus, wo ein,/ Kehrte mein verirrt Aug'/ Zur Sonne, als wenn drüber wär'/ Ein Ohr, zu hören meine Klage, ein Herz wie meins,/ sich des Bedrängten zu erbarmen."). Prometheus gibt seinen Geschöpfen das Herdfeuer und wird dafür bestraft. Den Menschengeschöpfen bringt Pandora dann das Unheil, Prometheus wird zur Strafe an einen Felsen geschmiedet, ein Adler frißt sich immerwährend in seine Eingeweide (die Leber).

Mit der griechischen Symbolik stellt der Dichter eigene Lebenserfahrungen, persönliche Ängste und Hoffnungen dar. Die Erfahrungen und Emotionen werden nicht aus der Außenwelt 'abgeschrieben' und nach Angemessenheit o. ä. kompiliert, sondern mit Hilfe klassisch griechischer Symbolik aus der subjektiven

Erfahrungswelt nach außen in die soziale Welt getragen. Es ist ein Schöpfungsprozeß, der sich einer großartigen Sprache bedient, die den überindividuellen Rahmen liefert, sozusagen die Einbettung in die sprachliche Welt der Schönheit. Bei Karl Philipp Moritz¹¹ liest sich dieser individuelle Schöpfungsakt im Rahmen einer verallgemeinernden Ästhetik folgendermaßen: Das Schöne "kann durch Nachahmung nicht in uns hinein - sondern muß, wenn es von uns nachgeahmt werden soll, notwendig aus uns herausgebildet werden". Dies ist ein Schöpfungsprozeß, bei dem der Künstler einen "Abdruck des höchsten Schönen im großen Ganzen der Natur" produziert. Die "Bildungskraft" des Künstlers "entfaltet sich im Inneren und zeigt sich in der äußeren Welt. Der Schöpfer besitzt die inneren Zusammenhänge seiner Welt im Kleinen und macht diese für den Betrachter sichtbar" (Gebauer, Wulf 1992, S. 227). Der Schaffensprozeß ist großartig, weil er sich in eine klassische Ästhetik hinein begibt, alte, bekannte, oft gedeutete Bilder, wie die des Prometheus, aufgreift, um die widersprüchlichen Lebens-, Leidens-, Macht- oder Glückserfahrungen überindividuell zu formulieren.

Mimetik und Rezeption

Nach diesem historischen Exkurs stellt sich die Frage, welche Struktur und welche Funktion die Repräsentationsprozesse der Medien in der Massenkommunikation habe? Wie sieht Mimesis heute aus und welche Beziehung von Welt-Erleben-Menschen konstituiert sich damit? Die öffentliche Diskussion kann dieses Thema weder systematisch noch historisch vergleichend diskutieren, weil sich Empörung über Veränderungen (Sex and Crime bieten hierzu die Anlässe) mit dem immer noch vorherrschenden Modell von Massenkommunikation (dem des Informations-transportes) verbinden. Das Modell des Informationstransports besagt im Kern folgendes: Mittels eines Codes nehmen Medien Botschaften auf und transportieren diese zu den Rezipienten, die die Botschaften medienadäquat decodieren. Verbunden mit einem einfachen Modell menschlichen Handelns als Folge wahrgenommener Reize, entspricht Handeln analog den wahrgenommenen Botschaften (z.B. Gewaltdarstellungen führen zu Gewalthandlungen). Hier ist Mimesis mehr oder weniger simple Spiegelung, sowohl bei der Produktionsbeziehung Realität/ Produzent/ Medium, als auch bei der Rezeption, also der Beziehung Medium/ Mensch. Welchen Grad von Komplexität hatte dagegen die Diskussion um Kunst und Mimesis schon erreicht! Die Mediendiskussion wenigstens annähernd an das Niveau der Kunstdiskussion heranzuführen, ist mehr als nur eine akademische Herausforderung. Nach der Veralltäglichen des Fernsehens Ende der sechziger Jahre wurde auf der Basis von Handlungstheorien auch für die Massenkommunikation das sinnvoll rezipierende und kommunizierende Subjekt entdeckt und empirisch

11 "Über die bildende Nachahmung des Schönen", 1788, zitiert nach Gebauer, Wulf (1992, S. 227).

risch beschrieben. Es war höchste Zeit für diesen theoretischen Schritt gewesen, weil sich der Medienmarkt von der Produzentenorientierung hin zu einer Rezipientenorientierung verlagerte. Das öffentlich verantwortete Fernsehen bemühte sich bzw. war dazu verpflichtet ein ausgewogenes Gesamtprogramm von Information, Unterhaltung und Bildung für prinzipiell alle Adressatengruppen zu produzieren und zu senden. Heute regieren die Einschaltquoten, das Programm muß bei den Rezipienten ankommen. Dabei entstehen neue Programmgenres, bestimmte Genres schieben sich in den Vordergrund. Diese Konfliktlinie zwingt zu genauerer Argumentation als nur der vom Kulturverfall (Postman: "Wie amüsieren uns zu Tode"). Die Klagen über Kulturverfall sind vermutlich ein stimmungsmäßiger Indikator dafür, daß sich die Beziehung Wirklichkeit/ symbolische Objektivationen / Menschen schmerzhaft verändert. Die treibende Dynamik der Veränderung ist die Individualisierung, die einmal von der Massenkommunikation weitergeführt wird und die gleichzeitig von der Massenkommunikation verlangt, Gemeinsamkeit im Sinne eines symbolischen Bandes herzustellen. Dabei bekommen die Genres, die sich mit der Rezipientenorientierung des Massenkommunikation herausbilden oder die sich in ihrer Bedeutung verstärken, ein besonderes Gewicht. Zu diesen gewichtigen, weil rezeptionsrelevanten Genres gehört ein Feld, das sich mit dem Konzept der Mythen erschließt.

Zu fragen ist, wie eine bekannte Darstellungs- und Textform - Mythos - in der Massenkommunikation auftaucht, dadurch verändert wird und wie sie Massenkommunikation verändert. Dies wird im folgenden anhand von Männerbildern diskutiert. "Männerbilder" auch deswegen, weil sich die in der Genie-Idee angelegte individualisierende Subjektkonstitution auch im aktuellen Medienmarkt entdecken läßt.

3.2 Aktualisierung mythischer Weltauslegung: Männer- und Heldenfiguren

3.2.1 Aktualität mythischer Texte - Alltag und Lebenslauf transzendieren

Die Verbindung von Kommunikation und Technologie in den bewegten Bildern und im Medienmarkt bedient sich gerade auch tradierter Geschichten, Figuren und Motive und verwendet sie in Text- und Deutungsformen des Mythos. Dies geschieht in einem Prozeß, in dem sich Technologie und traditionelle symbolische kulturelle Objektivationen durchdringen¹² und überlagern¹³. Dabei entstehen spezifische Darstellungsformen. Sie vereinen industriell zweckrationale Organisation mit den Erfahrungen, utopischen Phantasien und Angstprojektionen der Menschen.

12 Vgl. dazu im 4. Teil das Kapitel über Veralltäglicung und das kulturhistorische Modell der Durchdringung von R. Münch (1986 / 1993).

13 Vgl. dazu das kulturhistorische Modell der Überlagerung von Norbert Elias im 5. Teil.

Gleichzeitig eignen sich die Menschen ihre alten Denk- und Deutungsgewohnheiten¹⁴ in einer neuen Form und mit aktualisierter Funktion an.

Der Heldentyp des Rambo und Rocky - Beispiele für eine mythische Filmfigur

Die neue Form der alten Denk- und Deutungsgewohnheiten hat auf den ersten Blick vielfach die Form der Durchdringung von Action und Mythen, wie sie typisch ist für die zentralen Sylvester-Stallone-Figuren des Rambo und des Rocky. Gerade weil die Figur des Vietnam-Veterans und Einzelkämpfers Rambo zum Symbol für brutalisiertes Fernsehen und brutalisierte Filme, bzw. für die Gefährdung von Kindern durch Fernsehen und für die Gewaltbereitschaft Jugendlicher geworden ist, lohnt sich der analytische Blick auf die Stallone-Figur als Teil eines aktuellen Mythos, der ein typisches Männerbild zelebriert. Rambo und Rocky stehen u.a. für bedrohte Männer, die im Kampf zu Märtyrern werden, die sich sprachlos von der Außenwelt abgrenzen, die in der Gefährdung nach den ethischen und sozialen Wurzeln ihrer Identität, nach Moral und nach der verstehenden starken Vaterfigur suchen. Dabei mischen sich Darstellungen von Kampf, Individualität, soziale Isolierung mit moralischen Hoffnungen, die auch mit männlichen Lebenserfahrungen und Themen der achziger Jahre korrespondieren. Im Vordergrund der Darstellung dominieren die Darstellungselemente des Action-Genres, insbesondere der Kampf. Der moralische Anspruch von Rambo oder Rocky wird in der öffentlichen Diskussion kaum wahrgenommen. Diese moralische Seite von Rambo und Rocky zeigt freilich eine Tiefenstruktur in der Tradition faschistoider Männerbilder, die sich jedoch auf die siebziger und achziger Jahre beziehen. Die Tiefenstruktur entsteht als Überlagerung von Körper- und Kampfähsthetik mit den Hoffnungen auf eine ethnisch soziale Verwurzelung der modernen, an Individualität orientierten Lebensformen. Diese Tiefenstruktur empfiehlt sich als pragmatischer und moralischer Gegenentwurf zur Entfremdung in der Konsumgesellschaft der siebziger und achziger Jahre. Hierzu einige Schlüsselszenen:

Der erniedrigte Held und Kämpfer gewinnt die Sprache, weil der gute Vater ihm vertraut (Rambo I)

Rambo wurde von einem kleinbürgerlichen Sheriff verfolgt und von einer Militäreinheit so in die Enge getrieben, daß er sich freikämpfen muß. Er tut dies zum Ende des Films in der Form des erbarmungslosen Krieges. Die Stadt brennt, der Sheriff ist verwundet und kampfunfähig. Rambos ehemaliger Oberst aus dem

14 "Denkgewohnheit" ist die zentrale Kategorie in der kulturhistorischen Theorie zu Mythos von G. v. Graevenitz (1987). Mit dieser Kategorie läßt sich die theoretische Gefahr vermeiden, Mythos als den immer wieder und erneut durchschimmernden Grund ewiger Wahrheit zu bestimmen. Zudem gelingt mit "Denkgewohnheit", die pragmatische Seite von Texten in ihrer jeweiligen historischen Erscheinungsform zu beschreiben.

Vietnamkrieg taucht in Uniform auf, stellt sich gegen den hinterhältigen Sheriff und versucht Rambo vom Kampf gegen das Militär abzubringen.

Oberst:

"Rambo!" (Rambo schreckt auf, der Oberst steht im dunklen Raum). "Rambo, tue es nicht. Rambo, du hast keine Chance." (Kommt langsam auf ihn zu). "Laß deine Waffe fallen!" (Rambo schaut orientierungslos aus dem Fenster in die Blaulichter der Polizei- und Feuerwehrfahrzeuge. Der Oberst schreit nach draußen:) "Feuer einstellen!" ...

(zu Rambo gewandt:) "Überleg dir, was du machst. Das Gebäude ist umstellt. Es gibt keinen Ausweg. Es sind fast zweihundert Männer da draußen, die alle bewaffnet sind." (Rambo läßt das Gewehr). "Du hast wirklich alles getan, damit es zu diesem Krieg kommt. Du hast genug Schaden angerichtet." (Der Oberst packt Rambos Gewehr, Rambo blickt ihm erschrocken ins Gesicht.) "Dein Einsatz ist vorbei, Rambo, verstehst du mich?" ...

(Rambo dreht sich plötzlich heftig um, deutet auf den Oberst und schreit:)

Rambo:

"Nichts ist vorbei! Gar nichts! Ihr könnt nicht einfach aufhören! Es ist nicht mein Krieg gewesen, ihr wolltet es so, ihr habt angefangen. Ich habe nur alles getan, um zu gewinnen, aber irgend jemand ließ uns nicht gewinnen. Als ich zurückkam in diese Welt (deutet zum Fenster hinaus), empfingen mich all diese Maden auf dem Flughafen. Sie haben gegen mich demonstriert, mich einen Babymörder und Frauenschänder genannt. Was haben die sich gedacht, gegen mich zu demonstrieren, hä? Wer sind die denn? Niemand von denen war da draußen in diesem Dschungel. Sie wußten gar nicht, worum es geht!"

Oberst:

(geht auf Rambo zu) "Es war eine schlimme Zeit für alle, Rambo. Aber das ist jetzt vorbei."

Rambo:

(deutet wieder auf den Oberst) "Für Sie! Mir bedeutet das Zivilleben gar nichts. Im Krieg, da hatten wir einen Ehrenkodex: Du deckst meinen Arsch und ich decke deinen. Aber hier gibt's sowas nicht."

Oberst:

"Du bist der letzte einer Elitetruppe. Du solltest es nicht so zu Ende führen."

Rambo:

"Da drüben flog ich einen Hubschrauber oder ich bin Panzer gefahren. Ich war verantwortlich für eine Million Dollar Ausrüstung. Und hier krieg ich nicht mal einen Job als Parkwächter!" (Schreit beim letzten Satz noch lauter und wirft sein Gewehr laut krachend nach hinten weg. Er stöhnt, greift sich an den Kopf und sinkt zu Boden mit den Worten:) "Oh, Gott, vergib mir." (Noch leiser und weinend:) "Ich kann doch nichts dafür. - Ich kann doch nichts dafür. Ich hatte Freunde, wir waren ein Haufen, alles Wahnsinnskumpels, wir sind zusammen durch die Hölle gegangen. Ich habe ihnen vertraut! Und hier ist gar nichts mehr. Es war Waffenstillstand, als ich mit Jonny zusammen im Dorf war. Wir wollten uns amüsieren, und wir sprachen über Las Vegas - (Schüttelt ungläubig, weinend den Kopf.) Plötzlich war da ein Kind. Ein Junge, der zu uns kam, und er hatte so einen Schuhputzkasten, und er sagte: Schuhe putzen - Und dieser Kasten hatte Drähte, und Jo macht das Ding auf, es explodiert, und Jo fliegt quer über den Platz. Er hat dagelegen und geschrien, er hat so verteufelt geschrien, und überall lagen Körperteile von ihm. - Er war mein Freund, zerfetzt über mir. Und dann dieses

verdammte Blut. Ich versuchte ihn zusammenzuhalten, aber es ging nicht, seine Gedärme kamen immer weiter aus ihm raus. Niemand wollte uns helfen. Jo hat geweint, er sagte, ich will nach Hause, ich will nach Hause. Er hat es immer wieder gesagt. Ich will nach Hause, ich will meinen verdammten Chevey fahren, und ich konnte seine verdammten Beine nicht finden. Er lag da, und hatte keine Beine mehr, ich kann das nicht vergessen. Es ist sieben Jahre her, jeden Tag sehe ich das. Nachts wache ich auf, weil ich davon träume. Was soll ich denn nur machen? Er war völlig hilflos, wie er da lag und schrie. Ich krieg das nicht aus meinem verdammten Schädel. Er ist verblutet." (Rambo weint. Der Oberst geht mit zitternden Lippen auf ihn zu und bleibt vor ihm stehen. Rambo greift nach seinem Arm, schluchzend und wimmernd. Der Oberst kniet sich vor ihm, Rambo legt den Kopf an seine Brust und weint weiter. Der Oberst blickt mitleidsvoll auf ihn hinab und legt zögernd seine Hand auf Rambos Rücken. Musik setzt ein. Rambo geht mit dem Oberst und Polizeifolge die Straße hinab. Abspann und Ende des Films.)

In dieser Schlußepisode wandelt sich Rambo vom perfekten Kämpfer, dem Kampf als die einzige Verständigungsform zur Verfügung steht, zum redenden und leidenden Menschen, der seine Deklassierung beklagt, seine inneren Horrorbilder beschreibt und um Verständnis sucht. Die Horrorbilder sind am Realereignis des Vietnamkriegs festgemacht, haben also einen empirischen Ankerpunkt, entsprechen jedoch einer Vielzahl von Höllenszenarien. Krieg und Kampf sind als Neuauflage von Höllenszenarien zu verstehen, die sowohl mit der Erfahrung der Deklassierung als auch mit dem Verlust eines einfachen Soziallebens im Männerbund der Kampfgenossen einhergehen. Es ist eine vorpubertäre Welt ohne Frauen, Erotik und Sexualität, die in zwei klare Lager zerfällt, in das der Guten, Moralischen und das der Unmoralischen und der Alltagsbürger. Die Beziehung zwischen beiden Lagern ist klar; es ist der körperlicher Kampf, der Rambo immer wieder zu Märtyrer-Phantasien Anlaß gibt. Rambos Lösung heißt nicht Alltagsleben, also den Job als Parkwächter zu akzeptieren, sondern seine Moral jenseits des Alltags zu suchen. Rambos Lösung ist dabei in die Vergangenheit gerichtet, von der Vaterfigur verstanden zu werden, zu regredieren und von dort aus zur erklärenden Sprache zu kommen. Die Vaterfunktion erfüllt sich nicht im Alltagsleben, sondern ist in die militärische Männer- und Führungshierarchie eingegliedert. Der deklassierte Einzelkämpfer als Metapher für isolierte Individualität gewinnt menschliche Züge im Militärsystem mit dem verstehenden, benevolenten männlichen Führer. Die empirische Erfahrung von Individualität überschreitet zudem die alltägliche Lebenswelt, indem es ein Kriegs- und Höllenszenario als Ursache für Bedrohung und Angst bietet. Die Alltagswelt bekommt den militärischen Führer als utopische Perspektive angeboten, der moderne, quasi therapeutische Funktionen erfüllt, indem er Regression ermöglicht und über den Realitätsbezug zur sprachlichen Kommunikation verhilft.

Vater-Beziehung: endlich verstanden werden (Rocky I)

Nachdem Rocky, ein junger Italoamerikaner, Gelegenheitsarbeiter in einem ärmlichen Großstadtbezirk von Philadelphia, per Zufall eine Außenseiter-Chance bekommen hat, um den Weltmeistertitel zu kämpfen, bietet sich sein ehemaliger Boxleh-

rer, ein grauhaariger 76jähriger Mann, als Manager an. Rocky schlägt das Angebot aus, weil der Alte sich früher nicht um ihn gekümmert hat. Der Alte bietet ihm sein "Insider-Wissen und all seine Cleverness". Rocky lehnt enttäuscht ab, weil er sich all dies allein und ohne väterliche Hilfe in seiner Jugend erarbeiten mußte:

Rocky:

"Geben Sie's auf Mac. Ich, ich hätte Ihre Hilfe vor zehn Jahren gebraucht oder noch früher. Aber da haben Sie mir nicht geholfen, da war ich uninteressant." (Rocky schließt die Tür zwischen sich und dem Alten).

Alter:

"Wenn du meine Hilfe gewollt hättest, ich sage, wenn Du Hilfe brauchtest, warum hast Du mich nicht darum gebeten, warum hast du mich nicht darum gebeten, Rocky."

Rocky:

"Das habe ich oft. Aber Sie haben nie hingehört." (Der Alte geht. Wieder schließt sich eine Tür zwischen Rocky und dem Alten. Rocky schreit ihm hinterher:) ... "Er hat seine Chance gehabt. Jetzt geht es nur noch um mich. Mir hat noch niemand 'ne Chance gegeben. All die Scheißkämpfe, die ich gehabt habe, waren doch nur Mist. ... Ich werde kämpfen und werden den großen Kampf gewinnen. Ja ich werde gewinnen. Euch allen werde ich es zeigen ... Ich werde kämpfen wie um mein Leben. ... Sie wollen mir helfen? Dann helfen sie mir! Hier stehe ich und warte." (Rocky läuft hinter dem Alten her. Rocky legt seinen Arm um die Schulter des Alten. Die Kamera schaut nur von ferne zu.)

In der Rocky-Serie ist der Kampf auf die Sport-Version reduziert, und damit näher am erfahrbaren Alltag. Alltag und Alltagsthemen werden mit Hoffnung auf ein Gelingen versehen, ohne den Alltag durch Höllenmotive wie bei Rambo völlig abzukoppeln. Das gilt auch für das Vater-Thema, das näher am erfahrbaren Lebenslauf und dem Alltagshandeln angesiedelt ist, die alltägliche Einsamkeit und das alltägliche Scheitern mit einer hoffnungsvollen Lösung überwindet. Rocky erreicht anklagend die Vaterfigur des Trainers, der bisher ohne Verständnis für ihn war, ihm keine Hilfe und Förderung angedeihen ließ. Rocky fordert Hilfe im Lebenskampf und bekommt die verstehende Nähe. Dazu muß er jedoch aktiv werden, was der Film mit einer einfachen Geste zeigt: Rocky läuft dem Alten hinterher und legt ihm den Arm um die Schulter. Mit dieser Versöhnungsgeste, die von Rocky ausgeht, ist auch das Vater-Thema abgehandelt. Der Trainer-Vater geht deshalb dramatisch aus der Filmerzählung ab; er stirbt in Wahrnehmung seiner Trainerrolle am Herzinfarkt, während Rocky zum Weltmeister aufsteigt.

Intersubjektive Gewißheit

Warum sind gerade die alten Denk- und Deutungsgewohnheiten so aktuell, und warum dabei wiederum mythische Darstellungs- und Deutungsformen? Mythische Textformen bieten den Bezug zur erfahrbaren Lebenswelt, verlassen sie jedoch gleichzeitig mit positiven oder negativen Utopien, mit Hoffnungen auf Gelingen und dem Schrecken des wiederkehrenden Scheiterns. Diese Spannung zwischen dem

Faßbaren und dem, was die jeweilige soziale Wirklichkeit unüberprüfbar überschreitet, zusammen mit lang tradierten Bildern und Deutungsgewohnheiten, macht mythische Texte aktuell faszinierend. Sie haben die Funktion, einen gemeinsamen Bezugsrahmen zu bestätigen. Generell lassen Mythen die Lebenswelt hinter sich und zeigen auf die Sphäre des Heiligen¹⁵ als eindeutigem Bezugspunkt für die diesseitigen Menschen. Diese Art, die Lebenswelt der Menschen hinter sich zu lassen, die Grenzen in Richtung der Sphäre der Götter usw. zu überschreiten, ist gerade in der Lebenswelt des individuell zu gestaltenden und individuell zu verantwortenden Alltags hoch aktuell; nicht im Sinne einer Gottes- oder Götterwelt des Heiligen, sondern in der säkularisierten Form intersubjektiver Gewißheit, die den individuellen Alltag integrierend transzendiert.

Eine Welt, die keine allgemeinen Fixpunkte und keine transzendental legitimierten Gewißheiten hat, weil die Individuen ihren Alltag und ihren Lebenslauf selber gestalten müssen, braucht in besonderem Maße kommunikative Formen, die zu intersubjektiver Gewißheit verhelfen. Diese Gewißheit kann nur in der Spannung von faßbarem Alltag und eigenem Lebenslauf einerseits (= Empirie), sowie tradierten Denkgewohnheiten und dem, was aus den Alltagsroutinen und Alltagserfahrungen herausfällt, entstehen. Die Menschen als Schöpfer ihres Alltags und Gestalter ihres Lebenslaufs brauchen eine neue Form archimedisch fixierter Gewißheit. Sie muß der Verfassung unserer Lebenswelt und unserer Lebensformen angepaßte Erklärungen liefern. Das Gegenmodell zur ewigen Wahrheit ist das kommunikative Angebot eines gemeinsamen Bezugsrahmens, der technologisch und konsumptiv mit Medien verfügbar ist. Von außen gesetzte, oktroyierte oder göttlich gegebene Gewißheit widerspricht der Verlagerung der Schöpfungsaufgabe an die subjektiv verfaßten modernen Menschen. Es braucht deshalb Texte, die Alltag bzw. Lebenslauf mit dem verbinden, was Alltag und Lebenslauf transzendiert.

Bei Rambo steht das gescheiterte Leben des Helden in einer verdorbenen Welt ohne Werte zur Diskussion, die im Action-Kampf die Verletzungen des sprachlosen Helden freilegt. Rocky zeigt die Verwurzelung des deklassierten Mannes, als Voraussetzung für den Weg zum Helden.

Der großartige Märtyrer (Rocky I)

Der erste Film der Rocky-Serie beginnt mit einer Fanfare, während der Name ROCKY langsam in Großbuchstaben über den Bildschirm rollt. Auf den leeren Bildschirm wird ein Datum und ein Ort ("November 25, 1975, Philadelphia") eingeblendet. Dann erscheint der Kopf Christi, eindeutig erkennbar durch einen Heiligenschein mit einem goldenen Kreuz. Das Gesicht ist im Stil der Nazarener

15 Vgl. dazu das Mythos-Konzept von René Girard (1987), der auf das "Heilige" als transzendentalen Bezugspunkt von Mythen verweist. Die soziologische Erklärung der Funktion des Heiligen als Bezug auf etwas Unumstrittenes entwickelt Manfred Frank (1988, z.B. S. 16).

gemalt, ein schmales Männergesicht mit kurzem Bart und langem fließenden Haar. Während die Kamera in die Totale geht, sieht man jetzt ein Brustbild Christi. Christus hält den Kelch des Abendmahls und zeigt die Hostie. Hier endet die Fanfare. Diffuses Geschrei wird hörbar, die Kamera schwenkt nach unten und bringt zwei Boxer ins Bild (Oberkörper, Fäuste, Köpfe). Die Kamera fährt zurück und zeigt einen Boxring unterhalb des Christusbildes. Die Kamera konzentriert sich auf den Boxkampf, der vor Publikum in einer Halle stattfindet. Das Christusbild ist in einem Gewölbeteil dieser Halle noch zu erahnen. Eine Runde des Kampfes endet, Rocky / Stallone kommt in der Ringecke mit seinem Trainer in den Bildmittelpunkt. Der Kampf geht weiter. Das Christusbild erscheint wieder im Bildhintergrund, jetzt ist eine Schrift erkennbar: Resurrection AC. Rocky wird verletzt, zeigt Schwäche, kämpft sich frei, greift wild an und siegt.

Der zweite Kampf dieses Films im Boxring, jetzt um die Weltmeisterschaft, beginnt wieder mit der Fanfare vom Anfang des Films. Dieser Kampf ist nahezu tödlich. Rockys Gesicht ist total zerschlagen. Die Kamera zeigt das zerschundene Gesicht eines gepeinigten, leidenden Menschen, ohne Sieges- oder Erfolgspose. Auch der zweite Kampf um die Weltmeister, wieder der des Chancenlosen im Zweikampf auf Leben und Tod, endet mit Rockys Sieg, auch hier wieder als der ge- und zerschlagene Mensch (der jedoch im Gegensatz zu Rambo sprachfähig bleibt).

Der Film beginnt mit einer Art Interpretationsstempel, der Rocky in die Tradition von Christusdarstellungen hineinpreßt. Damit greift die Rahmenhandlung des Boxkampfes um die Weltmeisterschaft weit über Sport hinaus und verleiht dem geschundenen Kämpfer die Aura des Märtyrers. Zugleich öffnet die Anbindung der Weltmeisterschaft an Christus die Chance, den sozialen Überlebenskampf ins Göttliche zu überhöhen und mit der christlichen Opferdeutung dem Leiden einen großartigen und grundsätzlichen Sinn zu geben. Zur göttlichen Aura treten Frau, Ehe und Familie als zentrale Werte hinzu, die dem Lebenskampf des Mannes ebenfalls einen den Kampf transzendierenden Sinn verleihen.

Der an die Frau gerichtete animalische Schrei des geschundenen Helden (Rocky II)

Nach dem Kampf auf Leben und Tod, um Sieg, Anerkennung und Identität ist die Show des Erfolges nur Mache der Medien und leeres Entertainment. Die Kamera hält das zerschlagene Gesicht fest, schiebt die Siegesshow an den Rand. Aus Rockys Inneren bricht ein Schrei, der Name seiner Freundin (später seine Frau). In der Menge sind sich beide unerreichbar. Der animalische Schrei stellt die Beziehung her, die in ihrer Qualität nicht zerstört werden kann. Triumph ist jetzt (nach dem ersten Weltmeisterschaftskampf in Rocky I) unwesentlich. Beide kämpfen sich zueinander durch, können sich ihre Liebe sagen und sich in den Armen liegen. Die Kamera bleibt lang auf Rockys zerschlagenem, blutigen Gesicht. Der Filmabschnitt beginnt, dazu läuft Barockmusik.

Am Ende des 2. und zu Beginn des 3. Teils der Filmserie wendet sich Rocky nach einem Kampf wieder als Sieger an seine Frau, diesmal übers Fernsehen, es bricht wieder aus ihm heraus, diesmal artikulierter: "Siehst Du ... ich hab's geschafft". Antwort: "Ich liebe dich."

Rocky zeigt in seiner Tiefenstruktur die Suche des sozial und geographisch heimatlosen Aufsteigers, der seine Einmaligkeit im Kampf, und zwar als prinzipielles Opfer, gewinnt; der die geliebte Frau von der Grenze zwischen tödlicher Niederlage und weltmeisterlichem Triumph aus erreicht. Mit dem Verlust der weltmeisterschaftlichen Würde muß er den Weg zurückgehen zu den eigenen moralischen und ethnischen Wurzeln des Überlebenskampfes im Ghetto der Armen, aber Moralischen.

Zu den moralischen Ursprüngen zurück (Rocky III)

In Rocky III erkämpft Rocky die Boxweltmeisterschaft, wird dann vernichtend vom schwarzen Boxkämpfer Clubber Lang geschlagen, weil Rocky verweichlicht ist. Rocky besinnt sich auf seine soziale und ethnische Herkunft aus den Slums und erkämpft sich gegen den Schwarzen wieder den Weltmeistertitel im Schwergewichtsboxen. Der Weiße aus Unterschicht und Ghetto erkämpft sich den Sieg und den Titel eines Weltmeisters, verliert gegen den ungezügelten, sich selbst und seiner Herkunft jedoch treu bleibenden schwarzen Kämpfer, siegt dann jedoch über ihn, weil er zu seiner Identität zurückgefunden hat.

Eine Botschaft dieser Filmgeschichte: aus der Welt des Ghettos herauskommen, indem Mann kämpft, und dabei zum Sieger und Weltmeister wird. Als Rocky das vergißt, taucht die Figur des schwarzen Boxers auf, der zeigt, was das Wesen eines Weltmeisters und Siegers ausmacht: der eigenen Herkunft und Identität sicher sein und erfolgreich kämpfen. Schon die Eröffnung des Film bringt die wesentlichen Zusammenhänge und Themen.

Rocky gewinnt die Weltmeisterschaft, obwohl er körperlich zerstört ist. Zentrales Bild: das zerschlagene, entstellte Gesicht des Siegers. Es ist das archaische Bild vom Mann, der als Gladiator oder Märtyrer Opfer und Gewinner ist. Danach ist der Verfall des weißen Siegers und der Aufstieg des schwarzen Herausforderers zu sehen. Rocky verweichlicht im Wohlleben und läßt sich bei Schaukämpfen seiner Würde berauben. Der Schwarze verliert dagegen seine Würde nie - durch den ganzen Film hindurch nicht.

Als Rocky, der Einwanderer und Aufsteiger, von seiner Stadt Philadelphia mit einem Denkmal geehrt wird, er also auf dem Höhepunkt des bürgerlichen Erfolgs und Ruhms ist, fordert ihn der Schwarze heraus. Schon die äußere Ausstattung zeigt den Schwarzen als das Gegenteil zum weißen, bürgerlichen Erfolg, als kompromißlosen schwarzen Kämpfer in der Tradition der Indianer (Irokesen-Haarschnitt, Federschmuck als Ohrgehänge, einfache Wildlederjacke). Der Schwarze bringt folgenden Monolog:

"He, gebt diesem Kerl kein Denkmal, gebt ihm Mut. Ich habe gesagt, daß ich nicht abhauen werde. Du hast Deine Chance gehabt, jetzt gebt mir meine. ... Die wollen mich

am Boden halten und wollen nicht, daß ich den Titel bekomme, weil ich keine Marionette bin, wie der Trottel da oben. ... Wenn der Kerl nicht zu mir kommen will, dann komme ich eben zu euch und sage euch die Wahrheit. Ich bin die Nummer eins. Das bedeutet, ich bin der beste. Aber dieser Penner kämpft gegen andere Penner. Ich sage es euch und jedem, der es hören will. Ich kämpfe gegen jeden überall."

Mit dieser Einstellung gewinnt der Schwarze mühelos und wird Weltmeister. Weil Rocky von diesem und anderen Schwarzen lernt, zu seinen Wurzeln - das heißt ins Ghetto der Armen und der Kämpfer - zurückzukehren, gewinnt er die Konzentration und die Energie, um wieder schonungslos gegen sich und andere zu kämpfen und zu siegen.

Dies Konglomerat von Kampf, Deklassierung, christlichen Mythen vom Gottessohn und dessen Leidensopfer, Familie und Ehefrau als Begründung für den tödlichen Heldenkampf, das Armen-Ghetto und die eigene ethnische Herkunft als Sinn- und Energiequelle stellt ein intersubjektives Angebot der Erklärung dar, gibt eine Zielrichtung vor und ist nicht zuletzt erschreckend nah an der faschistischen Tradition.

Exkurs zum Konzept des Mythos

Ulrich Gaier (1971, S. 295) zählt folgende Bedeutungen des griechischen Wortes Mythos auf: Wort, Rede, Auftrag, Geheiß, Versprechen, Rat, Beschluß, Anschlag, Erzählung, Gespräch, Gericht, Meldung, Botschaft, Fabelhaftes und Erdichtetes. Von dieser konzeptionellen Breite ist eine Vielzahl von Text- und Aussageformen möglich. Manfred Frank (1989, S. 95f.) grenzt folgende Begriffsverwendungen ein:

- Mythos als "kollektive, meist wertbesetzte Phantasien", z.B. Mythen des Alltags,
- Erzählmaterial aus der Antike, etwas Archaisches, Irrationales, Vor-Aufgeklärtes,
- Mythos als spezifische Art der Weltdeutung,
- Funktion des Mythos liegt in der Beglaubigung des Bestandes und der Verfassung einer Gesellschaft.

"Fünf gebräuchliche Definitionen von Mythos" finden sich in der aktuellen Ausweitung des traditionellen Medienkonzept, um die Funktion symbolischen Materials für Kinder und Jugendliche zu erschließen (Landesfilmdienst Hessen 1994, S. 27):

- Mythos ist "eine Götter- oder Heldensage, die sehr häufig auf den Ursprung bestimmter Völker oder Gesellschaften verweist. Im Wesen geht es also darum, in einer Urzeit oder Nicht-Zeit zu erklären, wie eine Kultur entstanden ist und welche Verpflichtungen für die Zukunft sich aus diesem Ursprung ergeben".
- Mythen sind "gewissermaßen Reparaturinstanzen zwischen Gesellschaft und Individuum". Es ist ein "Ensemble von Zeichen", das den "Widerspruch zwischen den Interessen des einzelnen und den Anforderungen des Kollektivs" und

"auf nicht-logische Weise" erklärt, "warum es so gut ist, mich in dieser oder jener Weise zu verhalten".

- Der Mythos ist weiterhin "eine Art traumhafter Verarbeitung unlösbarer Konflikte, eine indirekte Formulierung von Wünschen, die einer Bearbeitung unterzogen werden, bis sie in ihrem ursprünglichen Gehalt nicht mehr erkennbar sind".
- Nach der "strukturalistischen Auffassung" ist der Mythos eine "besondere Form der Aussage", die "ein Problem aus einer Wirklichkeit, die keine Lösung zu bieten hat, in ein gleichsam ewiges Reich der Zeichen" transportiert, "wo das logisch, materiell und auch sozial Unvergleichbare zu einem durch und durch verständlichen, ja sich selbst verstehenden Bild zusammengefaßt ist".
- "Schließlich birgt jede Aussage auch eine Dimension des Mythos, insofern jede Sprache, also auch die Sprache von Bildern, einerseits sinnbildhaft auf Wirkliches reagiert, dies aber bereits andererseits im Sinne einer Verträglichkeit, einer Abgleichung der inneren Wirklichkeit mit der äußeren Erfahrung tut. Der Mythos ist in diesem Modell also nichts anderes als ein inneres Raster der Wahrnehmung, der sich alle äußere Wahrnehmung unterordnen muß."

Neue Mythen-Formen der Massenkommunikation verändern die industrielle Kultur, indem sie von den Menschen individuell als Deutungsmuster in den Fluß des Alltagslebens und der individuellen Lebensgeschichte integriert werden. Die Überlagerung technologischer Kommunikationsformen und mythischer Denkgewohnheiten zu Deutungsmustern macht Sinn. Dieses 'Sinn Machen', das den Alltag überschreitet, ist die aktuelle Funktion dieser traditionellen Textform. Diese Textform ist heute deshalb relevant, weil Individualisierung und Fragmentierung neue Formen eines gemeinsamen symbolischen Bezugsrahmens notwendig machen. Das Fehlen des gemeinsamen Rahmens mündet zur Zeit in die negativen Klagen vom Werteverlust, von moralischen Defiziten, die z.B. die Form von Leitartikeln haben (Hessisch Niedersächsische Allgemeine vom 17.6.1993):

"Wenn eine Gesellschaft sich ernsthaft zu fragen beginnt, wo ihre eigentlichen Werte denn liegen, kann ihr vielleicht noch geholfen werden. Die gestrige Bundestagsdebatte über Rechtsextremismus und Ausländerfeindlichkeit zeigte Ansätze dazu. Doch darf die Selbstbefragung nicht zu oberflächlich bleiben.

Die Eltern, die Erzieher sind schuld, daß Kinder und Jugendliche halt- und perspektivlos sind, gewaltbereit und intolerant? ... Was im Einzelfall richtig sein mag, taugt nicht zur Analyse eines komplizierten Sachverhalts. Erziehung zum Mensch-Sein findet nicht nur in Elternhaus und Schule statt. Es gibt ein kulturelles Klima, das die Erwachsenen-Generation wie die der Kinder prägt. Es gibt Medieneinflüsse von Popmusik bis Gewaltvideos, es gibt Kirchen und Parteien, die nur mühsam mit dieser 'schönen neuen Welt' fertig werden. Diese Regierung versprach einst die geistig-moralische Wende. Sie ist gescheitert; die brennenden Häuser sind auch ihr Menetekel. ... Denken wir also über Werte nach - gründlich."

Diese Werte-Diskussion hängt noch der Hoffnung einer Welt nach, die einen Archimedischen Punkt, vergleichbar dem der Zentralperspektive, besitzt. Diese Diskussion hat eine lange Vorgeschichte, die Manfred Frank (1989, S. 93) u.a. auf die romantische Suche nach der 'neuen Mythologie' zurückführt:

"Die vielbeschworene 'Sinnkrise', deren Bestand vorher vor allem in einer soziologisierenden Begrifflichkeit eingeklagt und analysiert wurde, besinnt sich einer Tradition, in der von Religion und Mythos die Rede war. Es fehlt, sagt man, eine letzte Verbindlichkeit, auf die die Politik, zumal in den westlichen Industrienationen, zurückgreifen könnte, um ihren Bürgern für vertretbar zu gelten. Ist der Konsens über diese Verbindlichkeit unsichtbar geworden, so entsteht, was die Theoretiker der Gesellschaft eine Legitimationskrise des Gemeinwesens nennen. Das Gemeinwesen funktioniert alsdann, aber es trägt nicht den Sinnforderungen der in ihm vergesellschafteten Bürger Rechnung."

Sinn, das präzisere Konzept für das, was mit Wert gemeint ist, ergibt sich in einer auf Individualität aufgebauten Konsumgesellschaft nicht in der gewünschten und traditionellen 'archimedischen' Art und Weise. Sinn entsteht heute als subjektive und individuelle Leistung im Aneignungs- und Entäußerungsprozeß mittels kultureller Symbolik. Individuelle Aneignungs- und Entäußerungsprozesse sind in Medien-Genres eingebunden, die lange Traditionslinien und wiederkehrende Denkgewohnheiten (Mythen) mit aktuellen gesellschaftlichen Funktionszusammenhängen (Technologie) verknüpfen. Dabei ändern sich auch die Genres und ihre lebenspraktischen Funktionen.

Dies Argument leitet sich u.a. von Cassirers Kultursoziologie her, der spezifische "symbolische Formen", z.B. Mythen, Religion, Wissenschaft, als jeweiligen und historisch veränderlichen "gesellschaftlichen Organisationsmodus" (Cassirer 1990, S. 104) beschreibt. Funktionen und Formen mythischer Texte lassen sich in zwei theoretischen Schritten skizzieren, die sich mit der Struktur der Textform Mythos und mit dem Praxisbezug mythischer Texte befassen. Die Struktur ergibt sich zum einen aus der Spannung zwischen Empirie und Fiktion, zum anderen aus der Betonung von Ambivalenz und Phantasie.

3.2.2 Die Spannung zwischen Empirie und Fiktion

Alltag und Lebenslauf sind die erfahrbaren, also empirischen Teile unserer sozialen Welt. Ihnen entsprechen Utopie und Horror als fiktiver Gegenpart mythisch angelegter Texte, die Alltag und Lebenslauf transzendierend interpretieren.

Arrangements wie Boxer und Christusbild, Zerschundener und Frau, Kämpfer und Oberst usw. werden als Erzählstoffe zu einem Filmtext. Diese Arrangements gestatten auch den Blick auf die Tiefenstrukturen der Repräsentation und der Rezeption, also auf das, was der Text an Verweisen auf andere Texte, auf Alltagswirklichkeit, individuelle Lebenserfahrungen oder Themen prinzipiell enthält. Tiefenstrukturen von Texten, hier von mythischen Texten, erschließen sich nicht nur über die jeweiligen aktuellen und tradierten Motive und Inhalte, sondern über

die Art des textuellen Arrangements, wobei die "Art der Klassifikation durch Mythenerzählungen" (Frank 1988, S. 16) offen ist für mögliche gesellschaftliche oder kommunikative Handlungen.¹⁶

Annahmen über diese praktische, kommunikative Funktion mythischer Texte helfen, nach der aktuellen Funktion von Film-Mythen zu fragen (Frank 1988, S. 16): "In mythischen Erzählungen wird ein in Natur und Menschentum Existierendes bezogen auf eine Sphäre des Heiligen und durch diesen Zusammenhang begründet." Wenn man "heilig" säkularisiert und den mit dem Konzept des "Heiligen" angezielten Archimedischen Punkt der Weltdeutung für die Konsumindriegesellschaft aktualisiert, dann geht es um intersubjektiven Sinn. Dabei ist wichtig, so Ulrich Gaier (1971, S. 298ff.), daß die Mythen erzählenden oder hörenden Menschen einerseits unerreichbar entfernt sind vom Gegenstand der Erzählung, der Welt der Götter. Andererseits beziehen sich mythische Texte auf konkret Erfahrbares und Anschauliches.¹⁷ So werden z.B. der Brunnen auf der Akropolis oder die griechischen Ölbäume als Götterwerk begründet: Als die griechischen Götter beschlossen, Städte in Besitz zu nehmen, rammte Poseidon seinen Dreizack mit dem Resultat in den Boden, daß der Erzähler oder Hörer bei der Akropolis einen Brunnen sehen kann. Athene pflanzte einen Ölbaum, der dann zu den empirisch nachprüfbaeren Ölbaumkulturen in Attika führte. Götter und die erlebbaren Phänomene stehen im symbolischen Vermittlungszusammenhang einer bildhaften Sprache: "die Existenz eines Brunnen auf der Athener Akropolis, die Olivenkulturen in der Gegend sind Phänomene, die nicht unmittelbar eine Verehrung begründen: jedes ist Zeugnis des Besitzanspruches eines Gottes und erklärt dessen Verehrung in der Stadt". "Die erzählende Sprache ist notwendiges Medium dieses Bezuges: die Verehrung eines Fernen bedarf der Vermittlung" (Gaier 1971, S. 298). In der Magie sieht das völlig anders aus. Eine magische Substanz, ein Opfer oder auch eine Name, dem die Qualität der magischen Substanz symbolisch zueigen ist, schafft die intendierte Wirkung. Um die magische Substanz herum ist der Ort der Wirkung (Gaier 1971, S. 304f.). Der Mythos ist demgegenüber bipolar aufgebaut. Erzähler, Hörer, die empirischen Gegenstände (Ölbäume, Brunnen) werden nicht direkt, sondern über ein prinzipiell Unerreichbares, die Götter, das Heilige, verbunden (Gaier 1971, S. 300). Diese Verbindung läuft grundsätzlich symbolisch, also über die Sprache und ihre unterschiedlichen Erscheinungsformen und Texte. Daraus oder darin konstituiert sich eine prinzipiell unüberbrückbare Fremdheit zu den bewegenden Grundlagen der Welt. "Der Raum der gegenständlichen Welt, in

16 Vgl. dazu das entsprechende dreischrittige Argumentationsmuster von Manfred Frank (1988, S. 15f.): Erzählstoffe, grammatische Struktur und praktisch kommunikative Funktion.

17 Damit unterscheiden sich Mythen z.B. von Märchen, die sich, so Bettelheim, auf die Innenwelt der Phantasie der Menschen beziehen und Phantasien objektivieren. Magie setzt die Beziehung von Wirklichkeit und Fiktion anders. Mit magischen Symbolen oder Gegenständen in der Hand beeinflussen Menschen die Wirklichkeit.

der sich der Mensch befindet, ist als sichtbarer höchstens Zeugnis und Abbild unbekannter, unzugänglicher und ferner Räume, in denen die Gegenstände eine Steigerung ins besonders Geglückte oder ins besonders Gefährliche erfahren." So wird z.B. der Aufenthaltsort glücklicher Völker an die Enden der Welt vorgestellt: Die Götter ziehen sich dorthin zurück; besonders wagemutige (Jason) oder mit schwerem Schicksal beladene (Odysseus) oder von den Göttern begünstigte (Orpheus) gelangen zu diesen Extremen". Ebenso hängt die "Zeit der Gegenwart" ab "von einer fernen, heiligen Zeit, die die Gegenwart in ihrem Sein bedingt" (Gaier 1971, S. 301).

Aktualisierung

Für den modernen Film-, Video-, Fernsehmythos (vgl. Fiske 1990, S. 122ff.) gilt die gleiche Struktur, zu deren Beschreibung man jedoch eine säkularisierte Sprache braucht (weil es sich um andere Phänomene handelt): Der Alltag ist mit etwas prinzipiell Unerreichbarem symbolisch vermittelt. Die skizzierten Rambo- und Rocky-Szenen sind also kein magisches Wunsch- oder Energie-Arsenal: Kämpfer sein wie ..., Held sein wie ..., Sohn sein wie ..., Vater sein wie ..., Ehemann sein wie ... usw. Vielmehr verknüpfen die Szenen den Alltag sowohl mit Utopien als auch mit irrealen, unüberbietbarem Horror. Die Utopien der Figuren Rambo oder Rocky kreisen um die Themen der optimalen Familienbeziehung von Vater, Mutter, Kind, des unbesiegbaren Kämpfers, der integrierenden Verwurzelung und Moral. Horror erscheint als Hölle des Kriegs, als Identitätsauflösung durch Zerfleischen des Körpers, durch Vereinsamung und Verrat. In einer kulturhistorischen Situation, in der die Menschen, ihre soziale Beziehungen und Gemeinwesen als Teil einer integrierten, göttlich regierten Welt dachten, brauchte es mythischer Texte, die zwischen dem Unerreichbaren (früher: Göttern, dem Heiligen usw.) und den Alltagsroutinen vermittelten. In einer säkularisierten Welt selbststeuernder und selbstkontrollierender Subjekten¹⁸ dagegen ist das Spannungsfeld zwischen den handelnden Subjekt und institutionellen Verdichtungen¹⁹ symbolisch zu verbinden. Utopie und Horror entsprechen deshalb der Lebensgeschichte, insbesondere regressiv symbiotischen Wünschen nach Geborgenheit, Genährtwerden, Schutz, Einbindung. Sie entsprechen den Individuationszwängen der Verinnerlichung von Kontrolle und Steuerung, also den Selbstzwängen. Utopien und Horror entsprechen zudem der gesellschaftlichen Ausdifferenzierung in Subsysteme, die quer liegen zum Alltag und vom Alltag aus unerreichbar sind. Sie entsprechen zudem den den Alltag und das Handeln steuernden Institutionen, die außerhalb der Alltagswelt liegen, die zwar innerhalb der Alltagswelt wirken, jedoch von dieser Alltagsposition aus nicht

18 Dieser Aussage liegt Norbert Elias' Zivilisationstheorie zugrunde.

19 Vgl. dazu Bergers und Luckmanns Konzept der "Gesellschaft als objektive Wirklichkeit" (1970, S. 49ff.)

erfahrbar sind. Was prinzipiell von der Alltagswelt aus unerreichbar ist, läßt sich wiederum nur als Spannung repräsentieren, als Utopie und Horror²⁰, die in einem Prozeß der Entfremdung von Lebenswelt, Lebensgeschichte und Alltag einerseits und routinisierten Selbststeuerungsmechanismen und gesellschaftlichen Machtzentren andererseits entstehen.

Auch heute ist eine vergleichbare Spannung vorhanden, die die Textstruktur des Mythos gerade auch für die Industriegesellschaft wichtig macht. Dem Pol der Unerfahrbarkeit oder Unerreichbarkeit der Götterwelt von damals entsprechen heute die gesellschaftlichen Institutionen und die mit ihnen als subjektives Korrelat verbundenen Selbstzwänge. Dem Spannungspol der sinnlich erfahrbaren Wirklichkeit, damals ein Brunnen oder Ölbäume, ist heute der Alltag als dominierende Realität zuzuordnen.

Die Spannungspole, Empirie und Fiktion, lassen sich auch lokalisieren. Das sich selbst kontrollierende und organisierende individuelle Subjekt lebt in einer Innen-Außen-Dynamik. In der Innenwelt der Phantasie der einzelnen Menschen verdichten sich Ziele und Zwänge, Erfahrungen und Themen zu Utopien und Horror. Die moderne Subjektkonstitution ist ein Prozeß des symbolischen Handelns in der inneren Phantasiewelt (vgl. Plaul 1983). Prototyp dazu ist de Sade²¹, dessen 'Sadismus' in seinem Phantasie-Inneren ablief und versprachlicht als Buchtext nach außen getragen wurde. Der sadistische Text entstand als Macht-, Zerstörungs-, Unterdrückungs-, Abwehrphantasie im Rahmen des Schöpfungsmodells des genialen, grenzenüberschreitenden Dichters, der Gott, Recht, Moral provozierte, verhöhnte, zerstörte. In einer individualisierten Medienkultur - das bedeutet: im Medienkonsum - ist die Schöpfer- und Machtfunktion an die Rezipienten übergegangen. Sie verwenden das Medienangebot als symbolisches Material ihrer Phantasien und ihrer Reflexionen zu Ver- und Bearbeitungsprozessen von Alltag und Lebenslauf. Das Naheliegende - Alltag - ist das Handlungsfeld außen. Angeeignet, und damit innen, sind die Lebenserfahrungen als weitere Komponenten des Naheliegenden. Utopien oder Horror sind ebenfalls 'in' den Menschen, jedoch als etwas Unerreichbares.

Diese Lokalisierung (Innen / Außen) in der Aneignungs- und Entäußerungsdynamik ändert sich, da zunehmend mehr Handlungsräume (von der Disco und dem Kaufhaus bis zum Sportarrangement) mit Phantasieprozessen 'gefüllt' werden. Diese Phantasieprozesse liefen bislang sozusagen auf einer inneren Bühne ab. Sie werden nun nach Außen verlagert. Daraus ergibt sich eine Veränderung in der Art und Weise, wie wir mit Nähe und Distanz umgehen. Die Kamera stößt quasi durch

20 Vgl. dazu die Spannung von Terror und Poesie, die Blumenberg (1971, S. 13) als typisch für den Mythos herausstellt.

21 In der Lebensentwicklung de Sades scheint es im frühen Erwachsenenalter eine Phase der Verbindung von Gotteslästerung und sexuellen Handlungen gegeben zu haben (vgl. Jean 1990, S. 50ff.), die sich sehr bald ins Symbolische (z.B. Verkleiden, Rollentausch, Jean 1990, S. 153) und ins Schreiben von Texten verschob.

die Haut in die Eingeweide der Menschen, zeigt ihre Verletzungen, ihr verborgenes Innenleben, bricht durch die Sperre des Privaten in den Intimbereich der Menschen, die sich vor der Kamera nackt und ungeschützt zeigen. Eine einfache Form hierzu ist die Game-Show "Straßenflirt". Es ist eine Inszenierung, in der junge Männer oder Frauen, Erotikpartner suchen. Dabei begleitet ein Moderator den Suchenden oder die Suchende und beschützt sie mit seiner Inszenierung vor der Frustration, niemanden zu finden. Der Moderator garantiert im folgenden Teil, in dem sich Mann und Frau als erotische Menschen kennenlernen, den Schutz vor Übergriffen. Dabei zeigen die beiden mehr von ihren Vorlieben und erotischen Wünschen, als heute in der Öffentlichkeit üblich ist.

Szenische Verbindung von Realität und Fiktion: Gotcha

In den aktuellen mythischen Texten spiegelt sich auch ein geändertes Verhältnis von Realität und Fiktion. Handeln und Phantasie schieben sich ineinander oder speisen sich zumindest aus den gleichen symbolischen Quellen. Die Textgrammatik des Mythos und ihre Aktualisierung in der Massenkommunikation fordern eine spezifische Sinnlichkeit, die Realität und Fiktion integriert. Sowohl die Möglichkeit des Films, Sachverhalte wirklichkeitsgetreu wie ein Spiegel zu repräsentieren, als auch das Handeln und die direkte, sinnliche Erfahrung der Rezipienten entsprechen dem Empirie-Pol des Mythos.

Fernsehen, und zwar dessen Produzenten und Rezipienten, setzen zur Zeit auf diese 'realistische' Seite der prinzipiellen (nicht faktischen) Erfahrbarkeit der Filmgeschichten. Vietnam-Krieg, Afghanistan-Krieg bei Rambo, Boxweltmeisterschaft bei Rocky, offene Kriminalfälle bei Sendungen wie "XY ungelöst" setzen bei der Erfahrung an, die jedoch vermischt ist mit Fiktion. Wobei der fiktionale Horror mit der realitätsnahen Darstellungsweise zu explodieren scheint: der Mord, der Überfall, die Brandkatastrophe geschehen und werden filmisch geschildert.

In der Rezeption läuft ein vergleichbarer Prozeß, z.B. in Gotcha. Das sind Kampfszenierungen, in denen sich die Spieler in einer Art Nahkampf mit Farbmunition o.ä. beschießen. Der Inszenierungsrahmen reicht von der Sporthalle und der Lichtpistole bis zum Kampfspiel in Nahkampfuniform im offenen Gelände. Die dafür maßgebliche mythische "Text-Struktur" ist in der 'Spielhandlung' sehr verschlüsselt, jedoch in der Form der folgenden Zeitungsdarstellung recht klar erkennbar, in der auch Rambo auftaucht (Jugendmagazin der Süddeutschen Zeitung vom 15.11.1993): Großaufnahme eines Menschen von hinten in einem Kampfanzug, ein Gewehr mit einer Hand in die Hüfte gestemmt, breitbeiniger, aufmerksam pirschender Kämpfer irgendwo draußen. Nur bei genauem Hinsehen ist zu vermuten, daß kein Soldat im Nahkampf fotografiert wurde, weil Kopftuch, Gesichtschutz und Gewehr nicht der gängigen Militärsymbolik entsprechen. Unterschrift unter dem Foto: "Danach kocht ihm seine Mutter eine Tasse Schokolade." Diese Bildunterschrift verankert den Kämpfer ironisch bewertend im Alltag. Die Mutter mit der Schokolade beinhaltet jedoch noch mehr als nur den Beginn eines

Gelächters über die Männerpose des Nah- und Einzelkämpfers. Das Sprachbild spannt den Bogen nicht nur zwischen Heros, Kampf und Familienalltag, sondern auch zwischen der Kampfphantasie und der Alltäglichkeit von Versorgtwerden und Geborgenheit. Der beschreibende und erläuternde Text zum "Gelatinekrieg" zielt auf die Alltäglichkeit der Handelnden und des Spiels:

"Das Gewehr liegt neben dem Bett, sagt Tim ... Genausogut hätte er es an die Wand hängen oder ins Regal stellen können ... In dem selbstgebauten Kiefernholzschrank, der bald ein Viertel seines Zimmers einnimmt, sei kein Platz mehr."

Die weiteren Fotos dagegen zeigen den oder die Kämpfer, Ausrüstungsdetails, Kampfposen. In ihnen läßt sich die Helden-Utopie und / oder der Kampf-Horror ahnen, der als Phantasie in den Köpfen der Beteiligten abläuft. Zu lesen ist:

"Der Kampf ist beendet, sobald eine Mannschaft komplett vernichtet wurde. Heute beschließt 'Top Gun' den Spieltag. Jeder schießt auf jeden, Sieger ist der Überlebende. Wiesel ... drückt sich in eine Schlammgrube. Leichter Nieselregen legt sich auf seine Schutzmaske. Er kann kaum noch etwas sehen. In einiger Entfernung fallen Schüsse. Wenig später lautes Fluchen. Das war Rambo, flüstert Wiesel, einer der Gefährlichsten am Platz."

Die Einordnung in den Lebenslauf ist auch erkennbar, wenn zu lesen ist, daß Tim noch lieber zur Bundeswehr ginge. Dabei wird ein Thema der Geborgenheit deutlich:

"Beim Bund studieren, regelmäßig Geld, Frau und Kinder, ein Haus in der Vorstadt. Sicherheit halt. Aber das wollte seine Freundin nicht."

Es ist die gängige und erwachsene Variante zur Mutter mit der Tasse Schokolade. Wichtig ist noch die Ablehnung eines anderen Kampf-Horrors: "Nazis gibt es bei uns nicht. Das ist denen zu langweilig". Zu unser aller Entsetzen entsprechen die 'Nazi-Kämpfer' in der Durchdringung von Realität von Fiktion ebenfalls der skizzierten polaren Mythenstruktur von Alltag/ Lebenslauf und Utopie/ Horror.²²

22 Als Beispiele zum Thema Alltag als Utopie und Horror ist die Novelle von Salice Contessa "Meister Dietrich" (1922) interessant. Hier ist der Alltag der Familie die Utopie des Biedermeier. Es ist eine Welt, in die die alte Macht des Adels einbricht, ebenso die alte magisch-religiöse Welt (Teufel, aber auch Kirche als Schutzraum). Der unkalkulierbare Horror liegt jedoch im wesentlichen in den Menschen und seinen unkalkulierbaren Emotionen: der Maler und Meister verliebt sich in die adelige Frau und vernachlässigt, betrügt seine Frau und seine Kinder. Die Frau wird als bedrohende, zerstörende Harpye erlebt. Hier tauchen Motive des Dionysos-Mythos' auf. Dagegen ist "Ich heirate eine Familie" die Fernsehserie, die vom gelingenden Leben in der Industrie- und Konsumgesellschaft handelt: die Utopie des gelingenden Lebens. "Gelingen" ist dabei eine Frage der Wahrnehmung und Interpretation. Wichtig: der Mann verändert aktiv seine Rolle und seine Wahrnehmung. Barbara Vine (Ruth Rendell) stellt dagegen den englischen Alltag als brüchige Oberfläche und Teil des Verdrängens dessen dar, was heute nicht mehr lebbar ist. Sie beschreibt z.B. in "King Salomon's Carpet (1992)

3.2.3 Ambivalenz und Phantasie

Ernst Cassirer (1990) hat in seinem kulturhistorischen Entwicklungsmodell die Wesensmerkmale von Mythos beschrieben, wobei er davon ausging, daß Mythos der Vergangenheit angehöre und Wissenschaft als die am weitesten entwickelte symbolische Form typisch für die Moderne sei. Wissenschaft ist für Cassirer die "höchste und charakteristischste Errungenschaft menschlicher Kultur" (S. 315), die den Menschen Gewißheit gibt, wobei sich Cassirer auf Archimedes und seine Aussage bezieht 'Gebt mir einen festen Punkt und ich bewege die Welt': "In einem sich wandelnden Universum setzt die Wissenschaft die Fixpunkte, die beweglichen Pole." Diese Hoffnung war und ist freilich trügerisch. Nach den Erfahrungen, wofür sich Wissenschaft willig dienstbar macht, ist dieser Gedanke noch nicht einmal eine für einen Wissenschaftler angemessene Vorstellung. Für Wissenschaft und Technologie ist das Bemühen typisch, eindeutige Aussagen über die Welt und die Menschen zu machen und mit Hilfe dieser Eindeutigkeit auch zielorientierte Verfahren zu entwerfen und durchzusetzen. Hinzu kommt das Bemühen, objektiv zu sein und die Menschen als Erkennende und Handelnde ausschließlich an der Sache und den Ereignissen zu orientieren. Das Kommunikationsmodell von Lasswell (1948, 1952) "Wer sagt was zu wem über welchen Kanal mit welchem Effekt" entspricht dieser Logik, weil es die Wissenschaftshoffnung aufgreift und weil es das technologische Kommunikationsmodell, dem die Massenkommunikation organisatorisch folgt, im Kern beschreibt. Es verwundert nicht, daß Massenkommunikation zunehmend mehr Texte produziert, die ganz und gar nicht wissenschaftlicher Eindeutigkeit folgen, sondern ambivalent, fließend strukturiert sind. Ebenso folgen die Texte nicht dem statischen Moment in Archimedes' Bild, sondern dessen Hinweis auf das dynamisch aktive 'Aushebeln'. Cassirer hat diese Textformen als "mythisch" beschrieben.

Die Textform des Mythos kann sich mit dem Film in der Massenkommunikation zu einer Einheit verbinden, weil sich wesentliche Textmerkmale der Mythen und die Erlebnisweisen moderner Menschen als Film- und Fernseh-Rezipienten und als Film- und Fernseh-Produzenten entsprechen.

Cassirer hat folgende charakteristische Merkmale für Mythos herausgearbeitet, die den Zugang für die Menschen zu den Medientexten als Subjekte öffnen:

- Der Gegenstand des Mythos ist wirklich und wird nicht als fiktiv phantastisch vorgestellt: "Ohne den Glauben an die Wirklichkeit seines Gegenstandes würde der Mythos seine Grundlagen verlieren" (S. 121).
- "Alle seine Grundmotive sind Projektionen, die dem gesellschaftlichen Leben entspringen. Aufgrund dieser Projektionen wird die Natur zu einem Bild der

die sozialen Figurationen um die großstädtische U-Bahn (exemplarisch: ein Junge). Der uns bekannte Alltag ist nur noch Zerfall ohne Utopie, der plötzlich von der Langeweile und Borniertheit in Horror umschlägt.

'Sozialen Welt'; sie spiegelt deren Grundzüge, ihre Architektur, ihre Teilungen und Untergliederungen" (S. 127).

- "Der Mythos verbindet ein theoretisches mit einem künstlerisch-schöpferisch Moment" (S. 120). Mythos gibt Deutungen und Erklärungen, die schöpferisch gestaltend sind.
- Der Mythos hat neben der "konzeptionellen" (Theorie, Erklärung) eine "perzeptive Struktur", also eine Struktur des Wahrnehmens, Erkennens, Erlebens (S. 122). Die Erklärungs- und Wahrnehmungsweise des Mythos baut demnach nicht auf gedanklicher Arbeit, sondern auf emotionaler Durchdringung der Ereignisse, Mächte, Beziehungen. Dadurch werden die Emotionen zur Grundlage der Wirklichkeit. "Das wirkliche Substrat des Mythos ist kein Gedanken-, sondern ein Gefühlssubstrat" (S. 129).
- Dabei ist die Art der Wahrnehmungsweise entscheidend: Der Mythos unterscheidet nicht zwischen eindeutigen Ereignissen und Sachverhalten, die einander eindeutig zugeordnet sind, z.B. durch wichtig, zufällig, unabänderlich, vorübergehend (S. 122). "Die Grenzen zwischen den verschiedenen Sphären sind nicht unüberwindliche Barrieren; sie sind flüchtig und fließend" (S. 130). Diese Abgrenzung ist jedoch unabdingbar für eine wissenschaftlich technologische Kultur. "Die mythische Welt befindet sich [dagegen] in einem gleichsam flüssigeren, wandlungsfähigeren Zustand als unsere theoretische Welt der Dinge und Eigenschaften, der Substanzen und Akzidenzen."
- Deshalb ist die Welt des Mythos "dramatisch - eine Welt des Handelns, der Kräfte der widerstrebenden Mächte" (S. 123). So werden Naturerscheinungen als Zusammenprall von Mächten dargestellt. Daraus ergibt sich eine spezifische emotionale Färbung: Freude, Trauer, Jubel, Erregung, Niedergeschlagenheit.
- Der Mythos ist kein konsistentes "Dogmen-" oder Erklärungssystem. "Er besteht vornehmlich aus Handlungen und nicht so sehr aus Bildern oder Darstellungen" (S. 126).
- Das Leben wird als unzerstörbare Einheit gedacht, die dem Tod trotzt (S. 133).

Diese Beschreibungen stellen die Leistungen, Wahrnehmungsweisen und Befindlichkeiten der Textproduzenten und der Textrezipienten in den Mittelpunkt, und zwar die, die sich nicht den Sachverhalten und Ereignissen als objektiven unterwerfen. Schöpferisches Erklären und Gestalten, also subjektive Aktivitäten der Textrezeption und der Textherstellung definieren den mythischen Text. Heute gilt ebenfalls diese Prioritätsabfolge, bei der sich die Textherstellung der Textrezeption nachordnet, indem der mythische Text durch die in der Textherstellung vorweggenommene Rezeption dominiert wird.

Wichtig für mythische Texte ist, daß es keine kategoriale Unterscheidung zwischen einer objektiven Wirklichkeit, also der Welt der Sachen und Ereignisse, und den subjektiven Themen und Erlebnissen gibt. Es gibt die Einheit einer Lebenswelt, die entsprechend der nicht-rationalen Erlebnisweise prinzipiell uneindeutig ist. Der Phantasieprozeß definiert also den mythischen Text. Deshalb sind Themen und symbolische Darstellungen anders miteinander verbunden als eindeutig

und vernünftig, also nicht nach intersubjektiv gültigen Regeln, die Sachverhalte und Ereignisse reproduzieren und ihnen folgen. Weil die mythischen Texte ambivalent sind und offen für subjektive Projektion von Erlebnissen und Themen, eignen sie sich besonders als Medientexte der konsumorientierten Industriegesellschaft, die ja zweckrationale Zielorientierung und individuelle menschliche Themen 'besprechbar' machen muß. Gerade heute haben mythische Texte Konjunktur, weil sie innerhalb eines kommunikationstechnologischen Systems offen sind für nicht-zweckrationale Rezeptions-, Deutungs- und Gestaltungsprozesse, die den Rezeptions-, Handlungs- und Gestaltungsweisen der konsumierenden Subjekte entsprechen. Diese mythischen Medientexte sind nicht nur offen für die Rezipienten, sie entstehen vielmehr als mimetischer Prozeß, als Repräsentation der subjektiven Phantasie- und Erlebnisprozesse. In mimetischer Entsprechung entwerfen die Textproduzenten ihre individuellen Filme, und zwar (immer noch) in der individuellen Rolle des Regisseurs, Kameramannes, Stars (auch wenn der ellenlange Abspann eines Films den Widerspruch zwischen dem Modell des genialen Dichters und der Industrieproduktion zeigt).

Da mythische Texte prinzipiell offen sind für die Rezipienten und eine Subjektorientierung der Texte ermöglichen, sind sie in der modernen Massenkommunikation nützlich und attraktiv. Vorrangig sind dabei die Entsprechung von Phantasie der Menschen und die ambivalent vieldeutige und fließende Motivstruktur der mythischen Texte, die wie Traumwelten aufgebaut sind. Mythische Texte bieten sich für Medien-Produzenten und Medien-Rezipienten als Phantasie- und Projektionsmaterial an. Damit unterstützen sie die Subjektorientierung der Konsumgesellschaft in Form einer fließend ambivalenten Traum- und Projektionswelt. Hinzu kommt, daß sich die Bewegung des Filmes und die Aktion des Mythos entsprechen und eine Integration nahelegen. Medienproduktion kann zudem sicher auf einer Motiv-Tradition der Mythen²³ aufbauen, die, weil Ambivalenz wesentliches Textmerkmal ist, keine eindeutige Text-Rezipienten-Beziehung voraussetzt. Die Tiefenstrukturen bieten prinzipiell viele Lesarten, für die die Rezipienten verantwortlich zeichnen. So läßt sich Rambo auch gut zentral produzieren und international vermarkten. Kompliziertes oder in spezifischen Kontexten zu erwerbendes Bildungswissen wird nicht vorausgesetzt, weder bei den Produzenten noch bei den Zuschauern. Gleichzeitig ist der Film als subjektives Projektionsmaterial offen für viele und individuelle 'Lesarten', die unterschiedliche Tiefenstrukturen innerhalb der polaren Spannung von Alltag und Lebenslauf sowie von Utopie und Horror ermöglichen.

Die Tiefenstruktur von Rocky und Rambo ist im Text angelegt und nur auf der Basis einer ambivalenten Textkonstruktion möglich, sie entsteht jedoch als Phantasieprozeß des Rezipienten. Das Christusbild, mit dem Rocky I beginnt, gibt einen Interpretationsrahmen, der die Rocky-Figur in eine lange Ahnenkette von Männer-

23 Überblick geben Graevenitz (1987), Frank (1982, 1988, 1989, S. 93ff.), Bohrer (1983, Girard 1987), Fuhrmann (1971), Barthes (1972).

und Heldenbildern einreihet. Das kann je nach subjektivem Thema und Bilderkontext als passives Opfer, aber auch als versöhnender Christus oder als Gottessohn gedacht werden. Ist der subjektive Themenkontext jedoch z.B. auf Angst vor Überwältigung und Unterlegenheit ausgerichtet, kann die Durchsetzung von eindeutigen, und das heißt dann primär, Durchsetzung der jeweiligen eigenen, Moralvorstellungen der Rezipienten im Vordergrund stehen.

Der Kontext 'Kampf', der für nahezu alle Stallone-Figuren gilt, steht nun in einer alten Deutungstradition eines kriegerischen Gottes der Aktion, der Durchsetzung von Moral im Alltag gebietet (vgl. Münch 1993, Band 1, S. 67ff.). Ebenso ist die Anknüpfung an den guten und den bösen Vater in Rambo I möglich. Den Interpretationsrahmen bietet dann die Lebensgeschichte, die immer mit Vaterbildern verknüpft ist. Phantasierbar ist zudem die Überlagerung von Opfer, Vater, Gott, Kämpfer, Moral in einem spezifischen lebensgeschichtlichen und gesellschaftlichen Zusammenhang.

Vergleich mit den Mimesis-Konzepten

Die Beziehung zwischen dinglicher und sozialer Wirklichkeit, Rezipienten oder Produzenten von Texten und dem kommunikativen und kulturellen symbolischen Material funktioniert nur, weil die beteiligten 'Elemente' vorwegnehmend und reagierend, also mimetisch, aufeinander bezogen sind. Wie es funktioniert und wie es bewertet wird, hängt von den historischen Umständen ab, also davon, wie die Menschen als Menschen in der Welt sind und wie sie diese erklären und bewerten. (Subjektkonstitution ist dazu ein Stichwort.)

Bei *Aristoteles* ging es um die eigenständige künstlerische Repräsentation der Welt, jedoch nur als geregelter Vorgang des Nachschaffens und der gestaltenden Veränderung, der sich auf die überindividuelle Verschönerung und generalisierende Verbesserung ausrichtet. Dabei sollte die Ähnlichkeit mit dem repräsentierten Sachverhalt, insbesondere die Wahrscheinlichkeit der dargestellten Ereignisse und Charaktere erreicht werden. Das sind Kriterien, die sich nicht an den beteiligten Menschen, also weder am Textproduzenten noch am Textrezipienten, festmachen. Statt dessen gewinnt man die Bewertungskriterien aus dem Verhältnis von Sachverhalt oder Ereignissen zum Text (die auch Bilder, Bildfolgen, Bild-Ton-Kombinationen sein können): Wie gut, angemessen, wahrscheinlich usw. repräsentiert der Text die Ereignisse und Sachverhalte einer sozialen Welt?

Das *Genie* des 18. Jahrhunderts hingegen, das nur in einem nach außen gerichteten Schaffensprozeß und nur mit Hilfe klassischer Symbolik entsteht, stört dagegen die Bewertung eines Theaterstücks, das sich den Regeln der vernünftigen, also angemessenen, wahrscheinlichen, schicklichen Beschäftigung mit der sozialen Wirklichkeit widmet.

Woher bekommen nun wir heute die Maßstäbe zur Bewertung von Rambo und Rocky? Die öffentliche Diskussion macht sich an der Grenzverletzung fest. Als z.B. Anfang der achtziger Jahre der Video-Markt entstand und die Videos Zer-

stückelungshorror realitätsnah zeigten, wurden Maßstäbe festgeklopft. Dabei standen die schutzbedürftigen Rezipienten, also die Kinder und Jugendlichen, im Mittelpunkt der Begründung. Unterstellt wird eine reproduzierende Rezeption der Videorezeption: das destruktive Vorbild wird von den Rezipienten unter bestimmten Bedingungen nachgeahmt. Die Rezeption von Gewaltdarstellungen führe zu Gewalthandlungen, so die 'mimetische' Medien- und Kommunikationstheorie, die die Kriterien für die Diskussion liefert. Eine vergleichbare öffentliche Diskussion gibt es erneut Anfang der neunziger Jahre, als das neue Genre des Reality-TV irritiert. Andere mimetische Beziehungen zwischen Gewaltdarstellung und Rezipienten werden im Rahmen der öffentlichen Diskussion im wesentlichen nicht zur Kenntnis genommen, somit auch keine differenzierenden Maßstäbe entwickelt. Jürgen Grimm (1993a, 1993b) stellte bei Zuschauern von Horrorfilmen (Diskussionsauslöser Anfang der achtziger Jahre) und Reality-TV (Diskussionsauslöser Anfang der neunziger Jahre) fest, daß es auch empathische Beziehungen zwischen Filmopfern und Zuschauern gibt:

"Gewalt- und Horrordarstellungen in audiovisuellen Medien erreichen vor allem dann einen hohen Erlebniswert, wenn das Publikum Gefährdung und Leiden der Opfer empathisch nachvollziehen kann" (1993a).

Die Rezipienten-Medien-Täter-Beziehung dominiert also nicht. Für die jugendlichen Horrorfans geht es vorrangig um den "Erlebniswert" mit dem Ziel, die "eigenen emotionalen Befindlichkeiten und Stimmungen zu regulieren" (1993a). Sehern von Reality-TV ("Notruf") äußerten eine höhere Bereitschaft zu helfen und zu spenden, wobei zudem die Welt weniger bedrohlich wahrgenommen wird (1993b). Dies Ergebnis differenziert die bisherigen relativ einfachen Annahmen, die aus George Gerbners (z.B. 1976) Untersuchungen zur ängstigenden Fernsehwelt ("scary world") gefolgert wurden: Entsprechung zwischen Verbrechens- und Gewaltdarstellungen des Fernsehens und der Wahrnehmung der sozialen Umwelt.²⁴ Die neuere psychologische Empirie (z.B. Grimm 1993a, 1993b) spricht für die Annahme, daß eine komplexe Erlebnis- und Rezeptionsbeziehung von Mediendarstellungen, subjektiven Themen, Wahrnehmung und Deutung des Alltags die Tiefenstrukturen von Text und Rezeption mit Dominanz bei den rezipierenden Subjekten konstituiert.

Von der subjektiven Rezeption zur Kultivierung

Wie kann nun dieser Überlagerungsprozeß von Rezeption und Produktion, Tiefenstrukturen der Texte und subjektiven Themen sowie Deutungsmustern gesellschaftlich bewertet werden? Man kommt nicht umhin, vom rezipierenden und individuellen Subjekt und den für dieses Subjekt in seiner Lebensgeschichte und seinem

24 Überblick gibt Gunter (1987, S. 19ff.).

Alltag relevanten Sinn auszugehen. Dabei ist der Prozeß der Rezeption und Verarbeitung der Medienerlebnisse im thematisch strukturierten Fluß des Lebenslaufes und des Alltags maßgeblich (vgl. u.a. Bachmair 1984, 1994, Charlton, Neumann 1992). Sich das Genie-Konzept zu vergegenwärtigen und auf den Rezeptionsprozeß zu übertragen, ist hier anregend. Warum sollte der Prozeß der Rezeption und Verarbeitung von Medienerlebnissen nicht auch eine sprachliche, bildnerische, geistige Schöpfungskraft sein?

Mit der Perspektive der Menschen als sinnvoll handelnden Individuen in einem Medienmarkt ist diese Analogie hilfreich und realisiert den Paradigmenwechsel weg von Modellen des Informationstransports hin zum alltäglichen und symbolisch vermittelten Medienhandeln. Es geht dabei um Rezeption und Verarbeitung von Medienerlebnissen als Gestaltungsprozeß, der Phantasie sowie die Lebens- und Alltagsthemen der Menschen einschließt. Um dies zu erreichen, sind Bildungsprozesse vonnöten, die den subjektiven Themen, der Phantasie und den Medientexten entsprechen und, indem sie dies tun, kultivieren. Die Ziele ergeben sich hermeneutisch aus dem Gestaltungsprozeß selber, so daß sich die Ziele auch als Prozeß benennen lassen:

Distanz zu den 'Medien', die die Menschen von ihrer Gestaltungs- und Ausdruckskraft und ihren subjektiven Themen entfremden; thematische Integration der 'Medien' in Alltag, Kommunikation und Reflexion; neue und vom Medienmarkt unabhängige Ausdrucks- und Gestaltungsmittel kompensatorisch erschließen. Analog zur Entwicklung von Literalität des Schreibens und Lesens lassen sich auch für die Kultivierung von Rezeption als Ausdruck und Gestaltung Bildungssituationen didaktisch herstellen, nicht im Sinne schulischer Situationen, sondern als Prozesse der Phantasie, des Ausdrucks und der Gestaltung.

3.3. Lebenspraktische Funktionen von Männer- und Heldenfiguren: Historische Entwicklung, Darstellungsweisen, Motive

Die skizzierten wesentlichen Elemente der Textstruktur von Bildschirm-Mythen haben eine lebenspraktische und kommunikative und damit auch gesellschaftliche Funktion, die, wie gesagt, den Rezipienten die Gestaltungsdynamik in einer alltäglichen 'Bilderwelt' zuschiebt. Die "Grammatik der mythischen Weltauslegung", die Manfred Frank (1982, 1988) für die Zeiten noch ohne Medienmarkt und Konsum beschrieb, ermöglichte den Menschen die praktische und kommunikative Aufgabe "den Bestand und die Verfassung einer Gesellschaft aus einem obersten Wert zu beglaubigen" (1982, S. 11).

Formuliert man diese praktische Funktion allgemeiner, so daß auch unsere Konsumkultur mit der Dominanz der Individualisierung beschreibbar wird, so haben Mythen, und zwar auf der Basis ihrer Textstruktur die Aufgabe, ein "inneres Band der Sozietät" (Frank 1988, S. 16) zu knüpfen. Es geht um eine symbolische Ordnung, die konkret Empirisches (heute: Alltag, Lebenslauf) mit allgemein Unerreichbarem (heute: Utopie, Horror) verbindet.

In einer Gesellschaft, die sich auf das Unerreichbare als Welt der Götter bezog, hatte "das Heilige" die praktische Funktion der Begründung und Rechtfertigung. In vergleichbaren "mythischen Erzählungen wird ein in Natur oder Menschentum Existierendes bezogen auf eine Sphäre des Heiligen und durch diesen Zusammenhang begründet", das heißt, auf einen Wert bezogen, der intersubjektiv unumstritten ist (Frank 1988, S. 16). Das intersubjektiv Unumstrittene ist für uns heute individuelles Handeln, gerade auch der Handlungstyp des Konsumierens. Handeln und die aktuellen spezifischen Handlungstypen schaffen die dominierende und akzeptierte Dynamik; kein Fixstern oder eine Instanz wie das Heilige legen die Intersubjektivität fest.

Die praktische Funktion, also einen sozialen Bezugsrahmen herzustellen, zu gewährleisten oder abzusichern, geschah und geschieht in unterschiedlichen und historisch spezifischen Formen. Diese Aussage ist deshalb keine Banalität, weil sich spezifische Figurationen im Sinne eines kulturellen Erbes sedimentiert haben und in neuen Arrangements auch aktuell wieder Bedeutung erlangen können.

Die jeweils notwendige oder typische Ausprägung für akzeptierte Intersubjektivität (die praktische Funktion von Texten) führt u.a. zu entscheidenden Unterschieden in den Darstellungsformen, die sich gerade auch in der Nähe der Texte zur sozialen Wirklichkeit zeigen. Anhand der Entwicklung und Veränderung von Heldenfiguren, deren Beziehungen zu Gewaltdarstellungen und Subjektentwicklung, wie sie Jürgen Wertheimer (1986, 1990a, 1990b) zusammenfaßt, läßt sich diese praktische Funktion und die damit auch verbundene Entwicklung und Darstellungsweise von Motiven erkennen. Die Kombination von gesellschaftlichen und lebenspraktischen Funktionen, Darstellungsformen, Motiven von Männer- und Heldendarstellungen sind Elemente von Figurationen, sozusagen Teile eines Puzzles. Obwohl keines dieser Puzzle-Elemente unsere heutige Bilderwelt prägt, sind sie jedoch auch in unserer Bilderwelt mit spezifischen und neuen Funktionen und in neuen Kombinationen vorhanden.

3.3.1 Vom Kriegeradel zu den Helden im Diskurs

Homers Heldenfiguren

Wertheimer beginnt seine Untersuchungen mit Homers Ilias (8. Jahrhundert v. Chr.), weil in der Ilias Heldenfiguren zum "Leitbild eines neuen Denkens" (1986, S. 19ff.) wurden, die in einer griechischen Veränderungszeit eine kulturelle Neuorientierung einbrachten. Dazu reichen nicht allein Kampf- und Erfolgsgeschichten, die "Figur des Heros" wird sozusagen aus dem Kampfgetümmel isoliert und herausgehoben. Hier ein Ausschnitt aus dem Zwanzigsten Gesang der Ilias (Zeile 373 - 404):

"Also trieb er sie an; da schwangen die Troer die Speere
Drohend; es stießen zusammen die Kräfte mit lautem Getöse.
Jetzt aber nahte dem Hektor sich Phoibos Apollon und sagte:
Hektor, kämpfe, nur ja nicht im vorderen Kampf mit Achilleus,
Sondern erwart' ihn inmitten der Menge aus brausendem Kampfe,
Daß dich weder sein Wurf noch sein Schwert aus der Nähe verwunde.

Also sprach er, und Hektor tauchte zurück ins Getümmel,
Sehr erschrocken über die tönende Stimme des Gottes.
Unter die Troer nun stürzte voll stürmenden Mutes Achilleus,
Fürchterlich brüllend, und traf den Iphition, Sohn des Otrynteus,
Gleich als ersten, von vielen Mannen den tapferen Führer,
Den eine Nymphe gebar dem Städtezerstörer Otrynteus,
Unten am schneeigen Tmolos, im blühenden Felde von Hyde.
Als er gegen ihn lief, da traf ihn der edle Achilleus
Mitten am Kopf mit dem Speer, der barst auseinander in Stücke.
Dumpf erdröhnte sein Fall; frohlockend rief nun Achilleus:

Liegst du nun, Sohn des Otrynteus, du schrecklichster unter den Männern?
Hier ist also dein Tod, doch fern am See von Gygaie
Bist du geboren, am fischbelebten Gewässer des Hyllos
Ist deiner Väter Besitz und am Ufer des strudelnden Hermos.

So frohlockt' er; doch jenem umschattete Dunkel die Augen,
Und von den rollenden Rädern zermalmt der Achaiergespanne
Lag er vorn im Gewühl. Demoleon aber als nächstem,
Diesem erfahrenen Kämpen der Schlacht, dem Sohn des Antenor,
Stieß der Pelide den Speer durch die Wangen des Helms in die Schläfe.

Nicht aber hemmte der eherne Helm den Stoß, und die Spitze
Stürmte hindurch und zerschlug das Gebein; es färbte sich blutig
Innen das ganze Gehirn; so stieß er ihn nieder im Angriff.
Weiter traf er Hippodamas dann, der, vom Wagen gesprungen,
Vor ihm eilte, zur Flucht, und schlug ihm den Speer in den Rücken.

Der stöhnte, sein Leben verhauchend, dem stöhnenden Stiere
Gleich, den zum Opfer man schleppt für den helikonischen Herrscher;"

Ohne Bedenken würden wir heute Kindern diesen Text vorlesen. Mit dieser Art laut dröhnender Überhöhung kämen sie nicht auf die Idee, die Ilias mit Krieg, wie

er in ihrem Erfahrungsbereich vorkommt, also mit Fernseh- und Illustriertenberichten, zu verbinden. Wir würden weder vermuten, daß die Kinder sich mit Lanzen bekämpften, noch daß Themen und Darstellungsweise sie überforderten und ängstigten. Die Umsetzung des schriftlichen Textes in entsprechende Bilder, z.B. in Giebelfriese, zeigt verklärend lächelnd sterbende Heroen. Der konkrete Kampf, Zerstörung, Angst, Aggression, Leid erscheinen nicht.

Diese Überhöhung der Kampfhandlung, die letztlich keine menschlichen Auswirkungen auf den heroischen Kämpfer hat, ist auch bei Rambo gegeben. Die Rocky-Figur zeigt ergänzend aber auch das körperliche Leid, z.B. als zerschlagenes, blutendes Gesicht eines Menschen, der sein Leiden herausschreit. Die Heroisierung liegt in der übermenschlichen Anstrengung des Märtyrers. Rambos Kampf ist dagegen ähnlich abgehoben von menschlichem Leid wie in der Ilias-Darstellung. Bei Rambo gibt es jedoch im Gegensatz zur Ilias-Darstellung des Achilleus ein differenziertes emotionales Innenleben, das wiederum unseren Alltagsvorstellungen vom Leiden entspricht. Rambo ist der verstummte, von seinen Erinnerungen und dem Alltag gequälte Kämpfer, der einer Vaterfigur, dem Oberst, seine Ängste und psychischen Qualen explosiv entgegenschreit. Dazu bedient sich Rambo der erinnernden Schilderung an die grauenhafte und sinnlose Zerstörung eines Freundes, dessen Körper, dessen Hoffnungen und dessen Alltagsleben. Damit rückt die Rambo/Rocky-Figur im Gegensatz zu Achilleus an die Gefühlswelt der heutigen Rezipienten heran, die bei Rambo als Horror-Innenleben konzipiert ist.

Wie sieht nun der historische gesellschaftliche und lebenspraktische Rahmen zur Ilias-Figur des Achilleus aus? Mit dem Sieg der griechischen Stämme über die Trojaner hatte sich die attische Oberhoheit herausgebildet, die mit der Ablösung matriarchaler Strukturen und der Ablösung von Sippen und Stämmen als wesentlicher gesellschaftlicher Veränderung einherging. Die Heldenfiguren der Ilias beschreiben staatliche Führungsfiguren und einen spezifischen Menschentyp, der "zwischen Tier und Gott, Bestie und Idol steht" und der "neue Kategorien des Handelns" objektiviert (Wertheimer 1986, S. 21). Kampf und Kämpfer werden ästhetisch zum Modell verwandelt: eiserne Leiber, glänzende Waffen, leuchtendes Blut, funkelnd gerüstete Helden, deren oberste Maxime der Sieg ist. "Provokation, Kampf, Tod, Tötung, Schändung werden zu integralen Elementen nicht nur der Wirklichkeitserfahrung, sondern auch ihrer Bewältigung". "Kampfrituale gelten wie Trauerrituale stets ausschließlich der Bestätigung eigener Identität" (S. 22), und zwar der Identität eines "Kriegeradels" (S. 31).

Aischylos' Helden im Gemeinwesen der Polis

Für das Gemeinwesen der Polis dagegen, das sich im 6. und 5. Jahrhundert v. Chr. herausbildet, taugte der Krieger- und Adelsheld wenig. Eine differenzierte Emotionalität, z.B. Jammer und Klage, Schrecken und Entsetzen, mußte nun gezeigt werden (Wertheimer 1990a, S. 18f.). Das Theater benutzte deshalb Gewaltdarstellungen, um widersprüchliche soziale Prozesse, Ordnung und Destruktion,

Emotionen und Handlungsweisen besprechbar zu machen. Gewaltdarstellungen dienten nun dazu, um den "diffizilen Grenzbereich zwischen Intensivierung und Sublimierung von Gewalt, zwischen Erregung und Abbau von Gefühlen" (S. 19) zu thematisieren, was eine kathartische Auseinandersetzung mit sozialen und individuellen Themen und Emotionen zuließ und ermöglichte. Zur Veranschaulichung ein Zitat aus "Agamemnon" von Aischylos, entstanden 458 v. Chr. (1987, S. 49, Zeile 1331 - 1347):

"Chor:

Nie wird an Fülle des Glücks genug
Den Sterblichen allen. Und keiner drängt
Von fingergewiesenen Giebeln es weg
Und ruft: Nicht halte mehr Einkehr!
Ihm [Agamemnon] gaben zur Beute die Seligen preis
des Priamos Stadt,
Und er kehrt mit der Gnade der Götter heim.
Doch wenn er nun zahlt für der Früheren Blut
Und für die Toten in eigenem Tod
Der Tode Sühne vollendet,
Wer rühmt sich noch, der solches hört,
Es schone seiner der Daimon?

Agamemnon:

Ah! Ah! Ins Innre trifft mich tief ein Todesstreich.

Chorführer:

Stille! Wer, von einem Schlag zu Tode getroffen, schreit da auf?

Agamemnon:

Und wieder! Weh! Getroffen bin ich abermals!

Chorführer:

Daß die Tat getan ist, mir bezeugt's des Königs Schmerzensruf.
Einig laßt uns sein und fassen unerschütterlichen Rat!"

Der Tod wird hier vergleichsweise kompliziert und reflexiv dargestellt. Der Chor reflektiert Zusammenhänge, Agamemnon äußert sich als leidendes Opfer, Chor und Chorführer erhöhen die Spannung im Zuhörer, indem der Geschehensablauf sich dramatisch steigert. Danach tritt Klytaimnestra als Täterin auf und ermöglicht einen Diskurs zur Tat. "Lange und oft vergebliche Diskurse, kläglich scheiternde Dialoge markieren den Weg der Urteilsfindung als komplexen überindividuellen Vermittlungsprozeß" (1990a, S. 24) im Sozialsystem der Polis und ihrer Ordnung. Eiserne Leiber, glänzende Waffen, leuchtendes Blut, funkelnd gerüstete Helden taugen nicht zur Repräsentation der Auseinandersetzung in der "kleinräumigen Polis-Kultur" (1990a, S. 31). Notwendig sind dagegen zuschauende Bürger, die mit heftigen Emotionen sublimierend und reflektierend umzugehen in der Lage sind. "Katharsis als Reinigung asozialer Erregungszustände", "ein hohes Maß an Reflexivität und dialogischer Kompetenz" sind wichtig (Wertheimer 1990a, S. 20).

3.3.2 *Todesinszenierung der Gladiatoren*

Der "Gewaltkonsum in der Massenkultur der römischen Antike", in dessen Mittelpunkt der Gladiator steht, der im Zirkus kämpft und stirbt, hat dagegen einen völlig anderen gesellschaftlichen und kulturellen Kontext (Wertheimer 1990a, S. 31). Aus heutiger Perspektive, also vom autonomen und sich selbst steuernden Subjekt einer republikanisch verfaßten Industriegesellschaft aus betrachtet, ist der homerische Kriegerkult ärgerlich und unpassend, u.a. weil er uns an den Faschismus des 20. Jahrhunderts erinnert. Diese Verwendung heroisierender Kriegerdarstellungen nimmt uns auch gegen die Darstellungsweise von Rambos sozialer Außenwelt und seines Körpers ein. Unsere historischen Erfahrungen von Kaiser- und Führerästhetik und deren lebenspraktische Funktion und Folgen - Krieg, Konzentrationslager, also die psychisch wie physische Destruktion von Subjektivität und Individualität - leitet unsere Bewertung. Aischylos' reflexive, emotionale und distanzierende Darstellung des Königsmordes ist für uns dagegen noch nachvollziehbar. Theaterstücke wie Kleists "Penthesilea" von 1808 haben uns das Verständnis für diese Art der Darstellung sozialer Ereignisse und Emotionen offen gehalten. Rambos Ergänzungsfigur Rocky zeigt in eindeutigen Konturen ebenfalls Handelnde eines Gemeinwesens, wobei die einfachen Umrisszeichnungen der Handelnden und ihre schlichten sozialen Beziehungen mit der Motivation der Handelnden übereinstimmen, eine eindeutige Moral (Verwurzelung, Anstand, Familie, Opfer) für das Gemeinwesen zu finden. Der Gladiator im römischen Zirkus ist dagegen nur mit theoretisierender Distanzierung auszuhalten, obwohl sie in Filmen der fünfziger und Anfang der sechziger²⁵ Jahre sowie in Science Fiction erscheinen. (Es gibt offensichtlich kollektive Erinnerungen an den römischen Circus.) Kampf und Tod werden im römischen Circus inszeniert und haben für das Publikum Unterhaltungswert. "Tötung, Verletzung, Folter, Verstümmelung werden zu legitimen und eigenwertigen Gegenständen der Darstellung im Grenzbereich zwischen Spiel und Imitation. So gestattet einerseits das Zirkusspiel Massenhinrichtungen in der Art einer abwechslungsreichen und auf Steigerung bedachten Tötungsrevue. Exekution wird zum theatralischen Spektakel. Umgekehrt kann das Theater zum Ort der Hinrichtung, der gespielte Bühnentod zum realen Tod auf der Bühne werden." So wird von einem Stück berichtet, "in dem ein Räuberhauptmann schließlich gekreuzigt wird. Auf Anweisung Kaiser Domitians wurde in einigen Aufführungen ein wirklich zum Tode Verurteilter zur Rolle des Laureolus gezwungen und auf offener Bühne ans Kreuz geschlagen" (Wertheimer 1990a, S. 32f.). Obwohl das Publikum diese Art der theatralischen Tötung oder tödlichen Theaters distanziert aufnahm, also sich von der potentiellen Opferrolle distanzierte, ist dies natürlich auch ein

25 Das Titelbild des aktuellen Buches von Cohan und Hark (1993) zur filmischen Darstellung von Männlichkeit zeigt Spartacus als Gladiator, dargestellt von Kirk Douglas, im Film "Spartacus" von 1960. Vgl. dazu Hark (1993).

unmißverständliches Zeichen für die konsequente Bereitschaft des Kaisers, seine Herrschaft durchzusetzen.

Entscheidend dürfte diese Art der "grausam-sadistischen Theaterdarstellung" jedoch als "Schulungsstätte einer sehr spezifischen Affektkultur" (1990a, S. 34) gewesen sein, bei der die Menschen desensibilisiert wurden, um das Interesse an ihrem individuellen Schicksal - im Sinne unseres Lebensverständnisses - zu verlieren. Individuelles Leben, Leiden und Tod sind irrelevant, Tod ist Ziel des Lebens. Dazu schreibt Seneca (zitiert nach Wertheimer 1990a, S. 34):

"Die Gladiatoren ... haben unsere Gunst, wenn sie Geringschätzung [da]für [ihr Leben] zeigen. ... Du wirst länger leben und leichter sterben, der du den Hieb des Beils, ohne mit dem Nacken auszuweichen, ohne die Hände vorzuhalten, vielmehr mutig hinnimmst. Wer den Tod fürchtet, wird nie wie ein lebenstüchtiger Mensch handeln" (Wertheimer 1990a, S. 34).

Diese Definition des lebenstüchtigen Menschen, der so perfekt in seiner Selbstunterwerfung funktioniert, so daß er die biologische Funktion, leben zu wollen, ausschaltet, ersetzt bei extrem hoher Eigensteuerung seine individuellen Lebenspläne und sein subjektives Innenleben von Phantasie und Emotionen durch Außensteuerung. Die dafür notwendige Gratifikation ist sicher eine kollektive Symbiose-Erfahrung in der Auflösung als Publikum, in orgiastischen, Identitätsgrenzen aufhebenden, kollektiven Emotionen (Sexualität, Gewalt) und im Tod. Das neue Fernseh-Genre des Wrestling, dessen Vorform in der Sportarena Roland Barthes (1993a) als "Spektakel des Exzesses" mit Bestrafungsmechanik bezeichnet hat, hat etwas mit dieser Art der Bestimmung bzw. Aufhebung von Identitätsgrenzen in der Kampfanszenierung zu tun. Individuelle Phantasien werden dabei nahezu vollständig nach außen in die Inszenierung projiziert.

Für Rambo und Rocky ist dies nicht nur kein Modell für Identität, es wird sogar definitiv abgelehnt. Rocky kämpft gegen einen Wrestler und erreicht damit den Tiefpunkt moralischen Verfalls, insbesondere weil Wrestling die Regeln des fairen männlichen Zweikampfs aufhebt. Eine Kampf- und Todesinszenierung, die sowohl die intensive Emotionswelt Rambos und die Auseinandersetzung um Moral von Rocky außer Kraft setzt, kann kein Identitäts- und Diskursmodell abgeben.

3.3.3 *Individualität des Hamlet*

Die kollektive Exzeß- und Horrorwelt des Gladiators kennt nicht die Individualisierung mittels einer verinnerlichten Herrschaftsinstitution in Form eines Über-Ichs oder subjektiven Gewissens. Die innere Beziehung von Individualisierung, Gewissen und Überich hat eine wesentliche Quelle im israelitischen Gotteskonzept des Jahwe, der als Kriegsgott des Handelns entstanden ist und handelnde Weltbewältigung repräsentiert. Wie u.a. Richard Münch in seiner Untersuchung zur "Kultur der Moderne" (1993, Band 1, S. 67ff.) beschreibt, entwickelten die Israeliten eine Kultur, die die ordnende Kraft einem Gott zuschreibt, mit dem das Volk einen

Vertrag eingeht, dessen Einhaltung von diesem Gott strafend überwacht wird. Dieser Gott ist nicht die Objektivierung und Personifizierung einer natürlichen und ewigen Ordnung (z.B. als Natur), sondern entsteht nach dem Vorbild des Heerführers, der als "Kriegsgott" dem "Feind Unheil bringt und seinem Volk die Herrschaft verheißt" (Münch, Band 1, S. 68). Dieser handelnd kämpfende und führende Gott ist über die christliche Tradition auch in die Subjektkonstitution der Moderne eingegangen.

Bei William Shakespeare (1564 - 1616) stößt man auf einen spezifischen Entwicklungspunkt dieser Traditionslinie der Konstitution eines individuellen Subjektes. In seinem frühen Stück "Titus Andronicus" von 1592 kommt es "in wohlgesetzter Sprache, bei ausgeprägter Ausdrucks- und Argumentationsfähigkeit und in Verbindung mit der Attitüde großer mythologischer Gelehrsamkeit ... zur Darstellung eines reichen Inventars sadomasochistischer Prozeduren wechselseitiger Destruktion" (Wertheimer 1990b, S. 42). Zwei Protagonisten vergewaltigen und schneiden dem Opfer Zunge und Hände ab; die Täter werden dann der Mutter als Mahlzeit vorgesetzt. Dabei geht es um die vollständige Destruktion der Handelnden, um die komplette Zerstörung und Auslöschung eines Individuums einschließlich seiner Körperlichkeit.

Abgegrenzte Individualität: innerer "Todesschlaf" - äußere Abgrenzung in Kampf

Auflösung und Destruktion von Individualität wird von Shakespeare im berühmten Hamlet-Monolog dann 1602 auch thematisiert (Hamlet, 3. Akt, 1. Szene, Übersetzung R. Schaller 1981, S. 74f.), jedoch in der Widersprüchlichkeit von Lebensentwürfen: 'in' der Ordnung des mittelalterlichen, hierarchischen Weltgefüges, das keine Individualität kennt, und der Renaissance-Ordnung der Welt, in der der Mensch der Welt als Individuum gegenübertritt. Renaissance-Identität ließ sich offensichtlich nur als destruktive Grenzlinie verstehen und darstellen, vergleichbar der gesellschaftlichen Auseinandersetzung in Form z.B. der Verbrennung von Giordano Bruno, des Ketzers der alten Weltordnung, 1600 in Rom.

"Sein oder Nichtsein - ja, das ist die Frage:
Ob's edler, im Gemüt die Pfeil' und Schleudern
Des übermächt'gen Schicksals dulden oder,
Sich waffnend gegen eine See von Plagen,
Im Widerstand enden. Sterben - schlafen,
Nichts weiter; und gesetzt, daß wir im Schlaf
Das Herzweh und die tausend Stöße enden,
Die Fleisches Erbteil sind: das ist ein Abschluß,
Innig zu wünschen. Sterben, um zu schlafen -
Schlafen: vielleicht zu träumen! Ja, da liegt's:
Denn was in diesem Todesschlaf wir träumen,
Wenn wir die ird'schen Fesseln abgestreift,
Das läßt uns zaudern. Das ist die Erwägung,
Die Not so hoch an Jahren kommen läßt:

Denn wer ertrüg der Zeiten Spott und Geisel,
Das Unrecht des Bedrückers, Hohn des Stolzen,
Verschmähter Liebe Qual, des Rechtes Hemmung,
Die Frechheit in den Ämtern und den Fußtritt,
Den stille Tugend vom Unwüdr'gen leidet,
Könnt er sich selbst für immer Ruh verschaffen
Mit bloßem Dolch? Wer trüge diese Lasten
Und stöhnt' und schwitzte unterm Joch des Lebens,
Wenn nicht die Furcht vor etwas nach dem Tod -
Dem unerforschten Land, von dessen Grenzen
Kein Wanderer wiederkehrt - den Willen lähmte
Und uns die alten Übel eher ließe
Ertragen als die Flucht zu unbekanntem.
So macht uns diese Überzeugung feige,
Und so wird des Entschlusses Ursprungsfarbe
Getrübt vom fahlen Abstrich des Bedenkens,
Und Wagnis von großem Wurf und Schwung
Gehn fehl in ihrem Lauf durch diese Rücksicht
Und büßen ein den Namen Tat."

Da leidet ein junger Mann in der herausgehobenen Rolle des Prinzen. Er leidet an seiner irren Familie, am betrogenen und ermordeten Vater, der ihn aus einer Geisterwelt zum Rachekampf nötigt, der die Moral wieder herstellen soll. In seiner psychischen Innenwelt erwägt Hamlet die Lebensmöglichkeiten eines Prinzen, dem das Lebenskonzept verwehrt ist, in einer kollektiven Gruppenidentität aufzugehen. Der individuelle Mensch zu sein, der allein und für sich, die kränkende, verletzende Auseinandersetzung mit der sozialen Umwelt, also mit vielen anderen kämpfenden Einzelnen oder mit der Geliebten aufnimmt?

"der Zeiten Spott und Geisel, das Unrecht des Bedrückers, Hohn des Stolzen, verschmähter Liebe Qual, des Rechtes Hemmung, die Frechheit in den Ämtern und den Fußtritt."

Die Alternative ist, die abgegrenzte Identität, und damit die Auseinandersetzung, den Kampf, das Werben, das Suchen, die Kränkung als individuelle Aktivität aufzugeben und in einer symbiotischen Weltordnung zu leben. Diese Weltordnung des Nichtseins kann sich Hamlet jedoch nicht mehr als realisierbar, als von dieser Welt, vorstellen. Sie ist historisch vorbei. Sie ist deshalb auch nicht mehr Paradies nach dem Tode, sondern subjektive Traumwelt des Todesschlafes.

Die Welt teilt sich in Innen und Außen, in die soziale Außenwelt des Kampfes, der Kränkung, des Konfliktes, die der Mensch als Prinz, also als herausragendes und verantwortliches Individuum auszuhalten, zu führen hat. Die Alternative ist der Wunsch nach einer integrierten Ordnung der Symbiose und Identitätsauflösung. Sie hat die Form des Todeswunsches, der Selbsterstörung, des Schlafes und des Traums, die im Inneren des Subjektes aufgehoben sind. Mit dieser Spaltung in Handeln/ Kampf/ Identitätsdefinition - Symbiose/ Identitätsauflösung und in soziale

Außenwelt - innere Phantasiewelt entspricht die Hamletfigur auch moderner Identität.

In dieser Tradition steht auch die Heldenfigur des Rambo, der in der amorali-schen Außenwelt nur noch kämpfen kann, um zu überleben. In bezug auf die Außenwelt der Amoral und des Kampfes hat Rambo sogar die sprachliche Form der Kommunikation und Beziehung aufgegeben. Um so intensiver kommunikativ ist seine Innenwelt, die eine Welt des Horrors ist. Diese Innenwelt bekommt nur in der Beziehung zur Militär- und Vaterfigur für einen Moment eine Öffnung nach außen. In diesem Moment bricht der perfekte Einzelkämpfer zusammen und regre-diert, wobei er seine Horror-Innenwelt verbalisiert. An diesem Punkt gibt es eine Entsprechung zum Hamlet-Monolog, der mit dem Auftreten Ophelias, der un-erreichbaren Geliebten endet:

"Halt, still!/ Die reizende Ophelia. Nympe, schließ/ In dein Gebet all meine Sünden ein."

Die symbiotisch elementare Beziehung des Geliebtwerdens (Vater, Geliebte) bleibt zwar unerreichbar, markiert jedoch eine realistische Hoffnung im unlösbaren Identitätskonflikt des Subjekts.²⁶

3.3.4 *Fremdheit der Romantik: Trauer und Wanderung*

Die Linie der Repräsentation von Subjektkonstitution in der Spannung von Innen und Außen, Kampf und symbiotischer Auflösung reicht von der Renaissance bis zu unseren Actionfilmen, nicht nur deshalb, weil dieser Typ von Subjektkonstitution dominiert, sondern weil diese Darstellungsweise für individualisierende Subjekt-konstitution vertraut ist. Die mit der individualisierenden und sich kämpfend abgrenzenden Subjektivität einhergehende Sinnfrage verschärft sich im 19. Jahrhun-dert in der Folge der französischen Revolution und der politischen Auseinanderset-zung um republikanische Lebensformen. Wilhelm Müllers bzw. Franz Schuberts "Winterreise" von 1827 und 1828 formuliert diese Thematik, jedoch mit einem Gegenentwurf gegen die Polarität Außen/ Kampf - Innen/ symbiotische Auflösung. Dieser Gegenentwurf ist die Wanderung durch die Welt, die sich zwar allen menschlichen Themen öffnet, die aber prinzipiell abgetrennt - fremd - bleibt (1. Lied der "Winterreise"):

26 Die Entwicklung des Gewissens, die für diese Art von Subjektkonstitution wesentlich ist, erkennt Wertheimer (1990b, S. 52) in Shakespeares "Macbeth" aus den Jahren 1601/1602: "Auf der Basis der Grenzsituation beginnen sich Teile eines neuentdeckten Wissens um Zusammenhänge des Handelns voneinander abzusondern, beginnen sich Schichten des Ichs voneinander zu separieren, um gegeneinander Stellung zu beziehen. Damit werden Shakespeares Texte, so Wertheimer (S. 53), zu "dialektische[n] Diskurs-systeme[n], die am Paradigma der Gewalt Verhaltensschemata einer neuzeitlichen Gesellschaftsform unter extremen Bedingungen erproben."

"Fremd bin ich eingezogen, fremd zieh ich wieder aus,
Der Mai war mir gewogen mit manchem Blumenstrauß.
Das Mädchen sprach von Liebe, die Mutter gar von Eh'.
Nun ist die Welt so trübe, der Weg gehüllt in Schnee.
Ich kann zu meiner Reise nicht wählen mit der Zeit.
Muß selbst den Weg mir weisen in dieser Dunkelheit."

Der Fremde wandert als subjektiv erlebendes Individuum durch eine soziale und natürliche Ordnung, die alles beinhaltet. Die Metapher dazu: "Gott hat sie so gemacht". Eine Station des fremden Wanderers Schubert ist die Liebe, mit und ohne der bürgerlichen Institution der Ehe. Wobei die bürgerliche Institution keine Lösung für Fremdheit, Kälte und Unklarheit ist. Es bleibt weiter die Aufgabe, sich den eigenen Weg zu suchen. Modern formuliert: es gibt keine Alternative zur eigenen Lebenswelt, die nur als Gestaltungsleistung der Menschen entsteht und deren Risiken bei den Subjekten liegen.

In Müllers Sprache: der Wanderer kann nirgendwo stehen bleiben, die Themen und Beziehungen sind nicht zu realisieren. Weder Kampf noch hektische oder strategische Aktion helfen, diese Fremdheit des sich als Einzelwesen wahrnehmenden Subjektes zu überwinden. Die Fremdheit hindert jedoch nicht daran, die alles umfassende und trotzdem nicht bergende Welt zu durchwandern, wobei der Wanderer sich immer der Fremdheit trauernd bewußt ist (6. Lied der "Winterreise"):

"Manch Trän' aus meinem Auge ist gefallen in den Schnee;/ Seine kalten Flocken saugen durstig ein das heiße Weh./ Wenn die Gräser sprossen wollen, weht daher ein lauer Wind,/ Und das Eis zerspringt in Schollen, und der weiche Schnee zerrinnt."

Ziel ist, Teil dieser Welt zu sein. Dies beschreibt das Bild des Leiermanns (das 24. und letzte Lied der "Winterreise"), der keinen eigenen Zielen mehr folgt, jedoch seine Lieder, also seine gestalteten Erlebnisse in die Welt singt und dabei nicht alleine bleibt:

"Drüben hinterm Dorfe steht ein Leiermann,
Und mit starren Fingern dreht er, was er kann.
Barfuß auf dem Eise wankt er hin und her,
Und sein kleiner Teller bleibt ihm immer leer.
Und sein kleiner Teller bleibt ihm immer leer.
Keiner mag ihn hören, keiner sieht ihn an,
Und die Hunde knurren um den alten Mann.
Und er läßt es gehen alles, wie es will,
Dreht, und seine Leier steht ihm nimmer still.
Dreht, und seine Leier steht ihm nimmer still.
Wunderlicher Alter, soll ich mit dir gehn?
Willst zu meinen Liedern deine Leier drehn?"

Der Leiermann bleibt Utopie und auch Schrecken, dem der Wanderer zuschauend und doch angezogen gegenüber steht. Keinesfalls ist der Leiermann Subjekt im Sinne des sich entäußernden Schöpfer-Genies, ebenso nicht mehr kämpfender Heerführer. Die abgegrenzte Individualität bleibt unaufhebbar, jedoch nicht mehr in

einer verfügbaren Welt der Zentralperspektive, sondern in der durchwanderbaren Fremde.

Leiermann, Rocky oder Rambo haben zwar den Berührungspunkt, grundsätzlich als Individuum Fremde zu sein, die angebotene Utopie unterscheidet sich jedoch grundsätzlich. Der Wanderer trauert, bescheidet sich mit der Rolle des Leiermanns, indem er die abgrenzende Zielorientierung und den Durchsetzungswillen fahren läßt. Der Einzelkämpfer will Moral und eindeutige Wertordnung durchsetzen, um sich aus dem Horror der amoralischen modernen Welt zu befreien. Er gewinnt auf diese Weise jedoch keine andere Ausdrucksform und Sprache als die des ästhetisierenden Kampfes. In der Welt kann Rambo nur im Kampf sein, eine differenzierte Welt gibt es nur als innere Phantasie-Welt des Kriegs- und Zerstörungshorrors.

Fremdheit, Kampf für eine eindeutige Moral und Weltordnung sowie Kampf als Ausdrucksform dürften wesentlich für das Action-Genre sein. Die romantische Erklärung des individuellen Menschen als Fremder auf der Lebenswanderung, die nur mit Trauer gelingt, weil Kampf und Ziel unwesentlich sind, ist dagegen verloren gegangen. Verloren gegangen heißt, langweilig für die Rezipienten, weil die romantische Utopie nicht der aktuellen Kampfes-Utopie, nicht der Utopie der eindeutigen Moral und auch nicht unserem Alltagsleben entspricht.

Für kurze Zeit gab es in der Romantik ein männliches Subjektivitätsmodell, das nicht auf der Innen-Außen-Spaltung von symbiotischer Grenzüberschreitung und Kampfhandlung beruhte. Die Bearbeitung der mit der Individualität gegebenen Fremdheit durch Trauer und Wanderung in der Welt hatte keine Chance gegen panzernde Individualitäts- und Körpergrenze einerseits und die Integration durch Zerstückelung des Fremden und Anderen oder im Rausch. Das historische Vorbild für symbiotische Zerstückelung und Rausch fand sich im Dionysos-Kult, dem Kult eines Gottmenschen, der die polytheistische Projektionswelt des griechischen Götterhimmels überwandt und zum Vorläufer des monotheistischen Gottes wurde.

3.3.5 Erstarrung und destruktive Erlösung: der entwurzelte, verletzte und zerstörende Gott im Rausch

Der Wanderer Schuberts bzw. Müllers kennt Mineralisierung und Erstarrung, der jedoch die Träne, das Wachsen, das Wasser, der Wind entgegenstehen. Bei Rambo erschreckt die Erstarrung der sprachlosen Kampfmaschine, die den Charakter der Figur dominiert. Zwar gibt es bei Rambo körperliche Verwundung, der jedoch keine Schmerzempfindung entspricht. Keine Träne ist in der Lage, diese Erstarrung aufzulösen. Bewegung gibt es nur im Kampf als Verfolgter, der sich, in die Enge getrieben, perfekt kämpfend befreien muß. Die Schmerzempfindung ist nahezu vollständig im Inneren eingeschlossen und abgekapselt, weil die psychische Verwundung zu groß ist. Die Filme bieten dem Zuschauer nur wenig Episoden, diese innere Verwundung der Rambo-Figur wahrzunehmen. Rambos starre Moral hat zudem den Charakter des ehernen Gesetzes, das mit der Pragmatik des Alltags-

lebens unvereinbar ist. Pragmatische Alltagsmoral ist aus Rambos Werte zu Morast und Terror verkommen.

Die Weiterentwicklung traditioneller literarischer Motive der Kälte, des Eises, der Erstarrung, des Mineralischen ist unverkennbar. Nur ist es kein kaltes Herz aus Stein oder, die zerbrechlichere und eher technische Form, das Herz aus Glas, das für eine spezifische emotionale Situation steht. Es ist Erstarrung im Sinne einer Mechanisierung, wie sie E.T.A. Hoffmann im "Sandmann" bzw. Jaques Offenbach in "Hoffmanns Erzählungen" skizzieren: der Protagonist verliebt sich blindlings in die Puppe Olimpia (Frank 1989, S. 47). Es ist die Erstarrung und die Kampfbewegung des Nußknackers, die Hoffmann im "Märchen" von "Nußknacker und Mausekönig" beschreibt. Es gibt eine lange Tradition von Erstarrungs-Motiven²⁷, die unterschiedliche lebenspraktische Situationen und Entwicklungen fassen, von der Reduzierung sozialer Beziehungen auf Geld und Tausch, bis zur Gefühllosigkeit.

Gefühllosigkeit bei Rambo heißt, das verletzte Innenleben der Gefühle, des Denkens und der Moral sind eingesperrt in einen Körper, der zur perfekten Kampfmaschine wird. Dieser Körper wird ästhetisch überhöht, wie wir es vom Faschismus her kennen, wozu es, wie in der Ilias nachzulesen, alte Vorbilder gibt, deren Aktualität Marie-Jo Lafontaine in ihrer Videoinstallationen 'Les larmes d'arcier' ("Stählerne Tränen")²⁸ wieder bewußt gemacht hat. Rambo ist nicht nur mittels dieser ästhetisierenden Darstellungsweise der Größte, er wird auch definitiv so bezeichnet, und zwar als unüberwindbarer Kämpfer, der zudem nicht korrumpierbar ist. Seine eiserne Moral zwingt ihn zum Kampf. In der intertextuellen Verbindung mit Rocky wird dieses Moment präzisiert: Rocky, der im Alltag Unauffällige, wird einleitend mit der Darstellung des siegreichen Christus verknüpft. Eine zweite Christus-Komponente bieten die Bilder des siegreichen, menschliches Leid überhöhend hinter sich lassenden Märtyrers. Diese Verbindung klinkt Rocky/ Rambo ein in die romantische Darstellung des "Gottes im Exil" (Frank 1988) und des "kommanden Gottes" (Frank 1982). Dabei geht es um Orientierung, um Sinn und Identität des Menschen nach der französischen Revolution und dem dadurch verursachten oder auch nur erhofften Ende des Feudalismus, die weder die aufklärende Wissenschaft, noch die Kirchen oder der Staat leisten bzw. schaffen konnte. Im Mittelpunkt stand der komplizierende Widerspruch, daß Orientierungs- und Moralvorlagen von Staat, Kirchen usw. abgewehrt werden mußten, obwohl das entstandene und beständig erneut entstehende Sinn- und Orientierungsdefizit als Werteverlust beklagt wurde.

Wie schwierig dies ist, zeigt Novalis' Kirchenverehrung in "Die Christenheit und Europa". In unserer Sprache beschreibt Frank (1989, S. 104) diese Situation: "Mit einer Art heiligem Entsetzen bemerken einige Zeitgenossen der Spätaufklärung, daß eine in alle Elemente zersplitterte Gesellschaft zugleich eine Gesell-

27 Vgl. dazu Franks Darstellung des Motivs des kalten Herzens in der romantischen Dichtung, 1989, S. 11ff.

28 documenta 8, Katalog Band 2, Kassel 1987, S. 140f.

schaft sein wird, die aus nichts Übergreifendem mehr gerechtfertigt werden könnte."

Georg Büchner (1813-1837) erzählt im "Woyzeck" (1836) dieses Lebensgefühl der verlorenen und auch prinzipiell nicht wieder zu etablierenden Weltordnung in der Form eines Märchen, das angefüllt ist von Zerstörung, Einsamkeit und leisem Entsetzen, das die Hörer ergreift:

"Marie:

Kommt ihr klei Krabben!

Ringel, ringel Rosenkranz. König Herodes -

Großmutter erzähl.

Großmutter:

Es war einmal ein arm Kind und hat kei Vater und kei Mutter, war Alles tot und war Niemand mehr auf der Welt. Alles tot, und es ist hingegangen und hat gesucht Tag und Nacht. Und wie auf der Erd Niemand mehr war, wollt's in Himmel gehn, und der Mond guckt es so freundlich an und wie's endlich zum Mond kam, war's ein Stück faul Holz und da ist es zur Sonn gangen und wie's zur Sonn kam, war's ein verwelkt Sonneblum und wie's zu den Sterne kam, warens klei golde Mück, die waren angesteckt wie der Neuntöter sie auf die Schlehen steckt und wie's wieder auf die Erd wollt, war die Erd ein umgestürzter Hafen und war ganz allein und da hat sich's hingesetzt und geweint, und da sitzt es noch und ist ganz allein."

Diese Art der Trauer setzte sich nicht durch, wobei das vielleicht ein Weg gewesen wäre, Individualität und Symbiose zu integrieren. Die gesellschaftliche Situation wurde dagegen aus der Perspektive des für den Sinn seines Lebens in der Welt verantwortlichen Individuums mit Hilfe des Mythos vom Gott Dionysos interpretiert. Den Weg dazu eröffnet dazu gerade Novalis (1799: "Hymnen an die Nacht" und "Die Christenheit oder Europa"). Die Revitalisierung des Dionysos-Mythos war der Versuch, gegen Auflösung von Sinn und Lebenswirklichkeit, d.h. gegen die Auflösung der religiösen und feudalen Wertordnung, eine synthetisch integrative Figur, Dionysos, zu setzen, die in ihrer Entstehung als symbolische Konstruktion eine Überlagerung unterschiedlichster historischer Mythos-Elemente ist. Gegen Apoll als Gott der analytischen Erkenntnis und Vernunft steht der Gott Dionysos, der griechische Mythen, christliche Heilserwartung, aggressiven Unterwerfungswillen mit Zerstörung, Wiederbelebung und taumelnder Trunkenheit verbindet.

Dionysos ist Sohn des Zeus, des obersten griechischen Gottes, und einer menschlichen Mutter, die in einem Eifersuchtszwist (Aggressorin und Verfolgerin ist Hera, Zeus' Frau) sterben muß. Der Menschgott Dionysos überlebt den Tod der Mutter, weil er als Embryo im Schenkel des Zeus nachreift. Dieser Eifersuchtszwist verfolgt Dionysos weiter. So zerreißen ihn die Titanen bei lebendigem Leibe und verkochen ihn zu Suppe. Die Stücke werden wiederbelebt, der somit erneut entstandene Dionysos entzieht sich als Mädchen verkleidet der Verfolgung, wofür die beschützende Großmutter mit Wahnsinn gestraft wurde. Vater Zeus verwandelt ihn in ein Zicklein und versteckt ihn bei den Nymphen, wo er Wein und Rausch

kennenlernt. Entdeckt, wird Dionysos mit Wahnsinn geschlagen und durchwandert Nordafrika und Asien zusammen mit einem Erzieher, mit bocksfüßigen Satyrn und mit Bakchantinnen, die die Menschen orgiastisch tanzend zerreißen. Auf seiner Wanderung lehrt Dionysos die Menschen den Landbau, gründet Städte und gibt Gesetze. Zurück von der Wanderung, befreit er die Großmutter vom Wahnsinn und wird von ihr in die Mysterien (zusätzlich zum orgiastischen Kult der Bakchantinnen ein weiterer Kult) eingeführt und dabei vergeistigt. In folgenden weiteren Kämpfen schlägt er seine Widersacher mit Wahnsinn, der dazu führt, daß die Wahnsinnigen Menschen und Tiere ekstatisch zerreißen und zerstückeln, womit sich die Zerstückelung des Dionysos zu dessen Lebensbeginn wiederholt. Am Ende "seiner exzentrischen Bahn" erzwingt er "unter Furcht und Zittern" seine "allgemeine Achtung und Anbetung als Gott" (Frank 1982, S. 20).

Der zerstörende und integrierende Führer-Gott

In Euripides²⁹ Tragödie "Die Bakchen" erkennt der König von Theben, Pentheus, Dionysos nicht als Gott und Herrscher an, nimmt ihn statt dessen gefangen und fesselt ihn. Der Gott rächt sich, indem er Pentheus in einen Zustand der Verblendung über seine Identität versetzt (Pentheus verkleidet sich als Frau und Mainande):

"kennen lernt er [Pentheus] so den Sohn des Zeus/ Dionysos, der im Wesen ist ein wahrer Gott,/ Höchst furchtbar, doch den Menschen auch höchst mildgesinnt." (3. Szene, 860ff.)

Er führt ihn zu seinen Anhängerinnen, den Bakchen, eine Schar wilder Frauen im Rausch, die unter der Führung seiner Mutter (Agaue) Pentheus zerreißen und töten. Der in der Todesangst aus der Verblendung erwachende Pentheus fleht seine wahnsinnige Mutter Agaue an (5. Szene, 1120ff.):

"Erbarm dich, Mutter, meiner, töte meiner Schuld,/ Meiner Verfehlung wegen nicht dein eignes Kind!/ Die aber, Schaum vorm Mund, die Augen hin und her/ wild rollend nicht vernünftig, wie's Vernunft heischt, war/ Von Bakchios besessen, hörte nicht auf ihn./ Und packend mit den Händen ihm den linken Arm,/ Gegen die Rippen tretend des Unseligen,/ Reiß sie heraus die Schulter; nicht aus eigner Kraft,/ Der Gott gab ihren Händen Leichtigkeit des Tuns./ Ino war auf der andern Seite tätig, riß/ Das Fleisch ihm weg; Autonoe, die ganze Schar/ Griff zu der Bakchen; allwärts gab's zugleich Geschrei:/ Der stöhnt' und schrie, sosehr ihm dazu Atem blieb;/ die jauchzten auf. Es trug die eine einen Arm,/ Einen Fuß die andre samt dem Schuh; bloß wurden durch/ Ausreißen seine Rippen. Jede, blutbefleckt/ die Hände, warf gleichwie im Ballspiel Pentheus' Fleisch./ Es liegt verstreut sein Leib teils unter rauhem Fels/ Und Stein, teils in des Waldes dichtverzweigtem Laub,/ Nicht leicht zu finden; nur das Unglückshaupt

29 Euripides 480 bis 406 v. Chr. "Die Bakchen" sind ein Spätwerk.

erfaßt- / Es glückt ihr - seine Mutter mit den Händen, steckt/ es oben auf den Thyrsos".
[Jagdstab]

Diese Darstellung einer brutalen und kompletten Zerstörung ist nicht abgelöst von menschlichen Empfindungen des Leidens, es erscheinen auch menschliche Erfahrungen und Zustände, so das Schreien und Stöhnen des Pentheus, das an seinen schwindenden Lebensmöglichkeiten, dem verbleibenden Atem, gemessen wird. Pentheus, der menschliche Herrscher und Gegenspieler des Gottmenschen entzieht sich im Sterben der erzwungenen Verblendung, indem er als Sohn seine Mutter um sein Leben bittet. Die Mutter bleibt im Zerstörungsrusch dem Gottmenschen Dionysos unterworfen. Erst die Argumentation mit dem eigenen Vater Kadmos (Schlußszene, 1235ff.) versetzt sie wieder in die Lage zu sehen, d.h. ihre Sinne zu gebrauchen, und den Mord an ihrem Sohn, dessen Kopf sie als Jagdtrophäe vor sich herträgt, zu erkennen (Schlußszene, Zeile 1329, 1ff.):

"Ich tat im Wahn, was kaum zu fassen, fürchterlich/ Mir nun vor meinen Augen steht.
Mir bleibe nichts,/ Als vorbereiten die Bestattung, hätt' ich nicht/ Die Hände mir
befleckt durch Mord am eignen Blut./ Doch gib mir, Vater, die Erlaubnis solchen Tuns;/
Ist's gleich ein schwacher Trost nur für den Toten, ist's/ Doch mir ein letzter Abschied
von dem Teuersten."

Trotz der grauenhaften und zerstörerischen Konstellation von Herrschaftsanspruch, Konkurrenz, Wahn, Verblendung, Unterwerfung, Zerstörung entwickelt die überlebende Frau (Mutter, Tochter) menschliche Eigenschaften: realistisches Erkennen, Reue, Trauer, orientiert sich an personalisierten Normen ("doch gibt mir, Vater, die Erlaubnis solchen Tuns") innerhalb von Ritualen der Trauer, der Schicklichkeit und der Integration:

"Auf, alter Vater, laß uns des Unsel'gen Haupt/ Hinzutun nun in rechter Art, wohl-
passend dann/ Den Leib als Ganzes fügen."

Der gekränkte Gott ("Sie logen, daß ein sterblicher mein Vater sei." Schlußszene, 1329, 28) hat seine Allmacht mit der Zerstörung belegt. Der Chor belegt in seiner Schlußaussage die neue Qualität von Gottheit:

"Vielfält'ge Gestalt weist das Göttliche auf,/ Und viel - unverhofft - bringen Götter
zustande./ Und was man gewünscht, das ward nicht/ vollbracht,/ Unerwartet schuf
seinen Weg ein Gott."

Dionysos ist also der *eine* Gott und der Gott der Vielfalt, was in seinen unterschiedlichen Erscheinungsformen (z.B. Stier) und verschiedenen Namen erkennbar wird. Er ist ebenso der kämpfende, anführenden Gott der Einheit (5. Szene, 1005ff.):

"Erscheine, sei's in Stiergestalt, sei es als viel-/ häuptige Schlange, sei's als /feuriger
Leu!/ Auf, Bakchos, Jagdtier, wirf dem Jäger deiner Bak-/ chen lachenden Gesichts die
Schlinge um, die töd-/ liche, wenn auf die Schar er der/ Mainanden sich stürzt!"

In der weiteren Übernahme und Interpretation des Mythos verbindet sich Dionysos mit der Figur des Christus, u.a. wegen der Gemeinsamkeit der menschlichen Mutter

und des göttlichen Vaters, die die polytheistische Götterwelt integrierend überwindet. Diese Integrationsfigur der Zerstückelung, der Unterwerfung, der eigenen Vergöttlichung, der Verbindung von Wahn, Rausch und aggressiver Macht sowie der Verbindung von Kulturen bot sich für die Interpretation der Sinnfrage und der Ordnung der Menschen in einer von selbstverantwortlichen Subjekten zu gestaltenden Welt. Dabei war sicher auch die Spannung zwischen dem Gott Dionysos (Wahn, Unterwerfung, Gottmensch, Fremdheit, Vielfalt, Beleidigung) und den Menschen Agaue, Pentheus (Verblendung, Wahn, Tod, Zerstückelung, Trauer, Rituale) in Euripides' "Bakchen" förderlich.

Die Interpretation verlief theoretisch philosophisch und metaphorisch poetisch.³⁰ Bei Novalis taucht 1799 das Interpretationsmuster des Dionysos in den "Hymnen an die Nacht" und "Die Christenheit oder Europa" auf. Nach persönlicher Erfahrung des Todes wendet Novalis sich vom Licht der Aufklärung "der heiligen, unaussprechlichen, geheimnisvollen Nacht" (Novalis, S. 1) zu. "Nacht" ist ein aktives Element ("Hast auch du ein Gefallen an uns, dunkle Nacht?", S. 2), die den Rausch anbietet: "Köstlicher Balsam träuft aus deiner Hand, aus dem Bündel Mohn" (Novalis, S.2). Nach der Klage über die verlorene Geliebte und dem Wunsch, ihr in die Nacht des Todes zu folgen, taucht ein historischer Argumentationsstrang auf (S. 18ff.):

"Zu Ende neigt die alte Welt sich ... die Götter verschwanden mit ihrem Gefolge ... Entflohen war der beschwörende Glaube, und die allverwandelnde, allverschwisternde Himmelsgenossin, die Phantasie. Unfreundlich blies ein kalter Nordwind ... Die Nacht der Offenbarung mächtiger Schoß - in ihn kehrten die Götter zurück - schlummerten ein, um in neuen herrlichen Gestalten auszugehen über die veränderte Welt."

Es schließt sich der Hinweis auf Christus und die Weihnachtsgeschichte an, wobei Dionysos die Funktion des Vorläufers erscheint, der danach nach "Indostan" weiterzieht:

"Von ferne Küste, unter Hellas' heiterem Himmel geboren, kam der Sänger nach Palästina und ergab sein ganzes Herz dem Wunderkinde" (Novalis, S. 19).

Danach folgt der Hinweis auf Christi Tod als aktuelles Deutungsmuster für eine Veränderungszeit, die alte und die neue Welt:

"Der unsäglichen Leiden dunkler Kelch leerte der liebliche Mund - In entsetzlicher Angst nahte die Stunde der Geburt der neuen Welt" (Novalis, S. 20).

30 Vgl. Franks Erläuterung (1982, S. 21f.) zu Novalis' Abendmahls-Hymne, Hans Mayer (1986, S. 346f) über Dionysos bei Hölderlin und E.T.A. Hoffmann, Karl Heinz Bohrer (1983, S. 13ff): "Die romantische Rekonstruktion" des Mythos, René Girard (1987, S. 177ff): "Dionysos", Kurt Hübner (1985, S. 186ff): "Das mythische Fest" und (S. 214ff) "Zusammenhang von chthonischem und dionysischem Mythos", Gulian (1981, S. 40ff): "Der Dionysosmythos".

Wichtig für diese Renaissance dionysischer Deutungsmuster sind, so Frank (1982, S. 25f. und S. 39), nicht nur die Nähe des Mythos zu Aufruhr, Benebelung, sexueller Energie, sondern als Zeichen für eine Entwicklung aus früheren Bewußtseinstufen (blutbesudelt, kreißend, Mordnatur, dunkel) in einem Zustand der Gärung, zu einer Mündigkeit, die sich auch dem Totalitären der Rationalität (das ist das Thema der Dialektik der Aufklärung Horkheimers und Adornos) widersetzt (Frank 1982, S. 48). Dabei spielt die Verbindung von Gewalt und Tat im Helden sowie Zerstören und gestaltendem (künstlerischem) Aufbauen, Vielfalt, kultischer Feier und Gemeinschaft (Frank 1982, S. 289), dunklem Rausch und Glaubensverbindlichkeit eine wichtige Rolle.

Als Entwicklungsschritt hin zu einem monotheistischen Gott, was ja die Romantik mit der Bezugnahme auf Christus herausstellt, steht Dionysos auch für eine spezifische subjektorientierte Lebensweise. Dies läßt sich auch an Sophokles' Antigone ablesen³¹: Antigone leidet empathisch an der Zerstörung ihres Bruders Polyneikes, der von König Kreon noch über seinen Tod hinaus weiter zerstört werden soll. Er darf nicht begraben werden, was Antigone zu verhindern versucht. Als Antigone nun selber zum Todes verurteilt ist, trägt der Chor einen Hymnus auf Dionysos vor (Zeile 955ff.). Kreon steht zwischen einem traditionellen Leben, indem er das Begräbnis und somit das Todesritual und den Weg des Toten in die Unterwelt verweigert, gleichzeitig handelt er als empfindungsloser Soldatenkönig, der Figuren (wie sie bei Homer beschrieben sind) verschiebt, statt sich mit individuellen Menschen und ihrem Leiden, Empfinden auseinanderzusetzen. Dionysos, sowohl die damit dargestellte Emotionalität als auch die monotheistische Perspektive und die anstehende Abschaffung der Götterwelt, stehen für das neue Subjekt-konzept der Antigone. Monotheismus spiegelt eine Subjekt-konstitution, bei der in den Menschen analog zur äußeren Instanz des verantwortlichen Gottes (nicht mehr Götterwelt) die innere Instanz des Gewissens / Über-Ichs entsteht. Gewissen und Überich sind schon die modernen Kategorien, mit dem Gewissen der Renaissance und dem Überich der Industrialisierung als Selbststeuerung durch internalisierte Außenkontrolle. Kreon dagegen, der schlichte und der Tradition entfremdete (heute würde man sagen: technokratische) Soldat, hatte sich in einem Gemeinwesen überlebt, das auf der komplizierten Interaktion der politisch und kulturell Handelnden basiert. Deswegen sterben die Menschen um ihn herum, ohne daß er die Gründe dafür ahnt.

31 Uraufführung in Athen 441 v. Chr.; Sophokles geb. 496, gest. 406 v. Chr.

Die Deutung der Inszenierung des Leander Hausmann von 1994 in Salzburg ist wichtig, bei der König Kreon von einer Frau gespielt wird. Damit ist die üblicherweise herausgearbeitete Konfliktlinie zwischen Täter / Gesetz / Mann und Opfer / Empathie / Frau irrelevant, weil jetzt zwei Frauen, Kreon und Antigone, um Lebenskonzepte kämpfen. In dieser Inszenierung bekommt Dionysos die Funktion der Utopie, die im Hymnus beschworen wird.

Über komplizierte Zwischenstationen: Einheit von kultischer Handlung und ästhetischer Schau - Nietzsche: "Singend und tanzend äußert sich der Mensch als Mitglied einer höheren Gemeinschaft"; das "allmähliche Erwachen des dionysischen Geistes in unserer gegenwärtigen Welt" (zitiert nach Frank 1988, S. 65), Gleichsetzung von Künstler und Staatsgründer, Wille und Macht, (Frank 1988, S. 110f.) - entsteht im deutschen Faschismus (Rosenberg: Mythos des 20. Jahrhunderts) die Vorstellung vom Leben als Lebenskampf ohne Mitleid, dem ein Höchstwert außerhalb der Kampfdynamik entspricht, die Ehre. Zukunftsperspektive ist das kommende Reich auf der Basis von Blut und Boden der germanischen Heldenrasse. Ehre erwirbt, wer im Kampf der Rassen siegt (Frank 1988, S. 123). Von der Sinndefinition in bezug auf eine übersinnliche Welt und gestaltende Menschengemeinschaft des beginnenden 19. Jahrhunderts gibt es eine Teilhabe an der gemeinsamen Rasse im Kampf um die Ehre, in dem der nationale Heldentypus siegt und die Nichthelden unterwirft, ihres Menschseins, d.h. ihrer individuellen Identität als Subjekte beraubt und zerstört. Dazu muß der Held versteinern: zäh wie Leder, hart wie Kruppstahl. Die pragmatische Seite dieses Helden-Mythos liegt in der Kompensation der Deklassierungserfahrungen der Mittelschicht, die weder auf eine vergangene feudal religiöse Ordnung noch auf die eigene gestaltende Ordnung der Kunst oder der Intellektualität oder eine Klassenzugehörigkeit zurückgreifen kann.

Die Gesellschaft nach dem 2. Weltkrieg macht die erstarrten und zerstörenden Heldenfiguren der SS überflüssig, indem sie das Aneignungsmodell des Konsum realisiert: individuell und gleichartig - der Verbraucher als König. Alberto Moravia erläutert die dabei entstehende Konfliktlinie in seinem Roman "Die Verachtung" von 1954. Es geht um die Auseinandersetzung zwischen Tradition und Nachkriegshandeln anhand des Beziehungskonflikts zwischen einem jungen italienischen Schriftsteller, der statt Romane ein Drehbuch schreibt, seiner Frau aus 'einfachen', d.h. traditionsorientierten Verhältnissen, die ihren Mann zu verachten beginnt, weil dieser mit der Übernahme seiner Drehbuchtätigkeit, den Sinn für das 'Zuhause', für Lebensregeln und Moral verliert: Er weiß nicht mehr, wie man/ Mann seine Frau vor erotisch ambivalenten Situationen und den erotischen Angeboten des Filmproduzenten abschirmt. Sie will komplementär zur Männerrolle als Frau leben: Familie, Heim, weibliche Ehre. Die Auseinandersetzung läuft über die Produktion eines Films über die Odyssee. Der Filmproduzent will aus dem Stoff eine "Maskenrevue in Technicolor", mit "nackten Frauen, King Kong, Bauchtänzen, Büstenhaltern, Ungeheuer aus Pappmaché" (Moravia, S. 151) machen, was er auch noch als Poesie bezeichnet. Der deutsche Regisseur Rheingold will die Odyssee als Beziehungsproblem zwischen der traditionell denkenden Ehefrau Penelope und dem zivilisiert vernünftig handelnden Odysseus auf die Leinwand bringen. Der junge italienische Autor lebt im Zwiespalt des Alltagstraums von der einfachen Liebe, und der künstlerischen, überhöhenden Poetentätigkeit (die Odyssee aus der Sicht Dantes und der Renaissance neu schreiben). Die Ehefrau kann als einzige in dieser neuen Welt nicht leben. Sie will erst das Ehedrama, indem sie den modernen/

angepaßten Drehbuchschreiber verläßt und zum dramatisch dominanten Regisseur zieht. Sie bricht sich unauffällig, unscheinbar das Genick bei einem läppischen Ausweichmanöver: Sportwagen des Regisseurs gegen Eselskarren. Der schlaue Mann = Odysseus geht statt dessen den Weg der Zivilisation. Er erschlägt nicht, wie seine traditionsbewußte Frau es erwartet hatte, deren aufdringliche Feier, die die Grenze der traditionellen Schicklichkeit überschritten hatten.

Der Kriegerheld ist damit überwunden. Und trotzdem bleibt der Kampfheld des Actionfilms. Die Heldenfigur des Rambo beinhaltet die Verletzungen des Mannes der individualisierten Konsumgesellschaft: pragmatisches Alltagshandeln ohne eindeutige und allgemeine, das heißt durchsetzbare Moral, Identität ohne Wurzeln. Leben heißt trotzdem kämpfen, obwohl der Kampf nie erfolgreich sein wird. Das verdeckt die innere Verletzung und Spachlosigkeit, legitimiert die abwehrende Panzerung zwischen Innen und Außen. Aktionismus ist Teil der Panzerung und legitimiert sie, Aktionismus gibt die Chance, den guten Vater zu treffen und den bösen, unmoralischen Mann zu stoppen, zu verletzen und seine zahllosen Helfer zu beseitigen.

Welchen Sinn 'machen' die Zuschauer mit dieser Rambo/ Rocky-Figur?³² Die modernen Textformen von Mythen sind im besonderen Maße von den Rezipienten und den Mustern ihres Prozesses der Bedeutungskonstitution abhängig. Im Konsum ist der Kunde König. Die Medientexte gehen mit der Rezeption eine spezifische Verbindung - Medienkommunikation - ein. Dabei ist zu fragen, wie Rezipienten in ihrem spezifischen Kontext Bedeutungselemente integrieren, etwa den Märtyrer und den in die Enge getriebenen kämpfenden Mann, der nach seinen Wurzeln und danach sucht, verstanden zu werden. Rocky und Rambo sind allgemein bekannt, für viele Jugendliche auch im Detail verfügbar. Wie fügen sie sich in individuelle Deutungskontexte ein? Was bieten diese Bilder zur individuellen Aneignung und Verwendung an? Was finden gerade junge Männer vor, die auf Identitätssuche sind?

Rambo und Rocky bieten ein hoch dramatisches Männerbild. Es verbindet Moral als der Basis der Identität, tödliche Kränkungen, symbiotisches Angenommenwerden im heroischen Kampf mit blutigem Leiden. Der Kampf macht diese Elemente erfahrbar, hilft, sich zu vervollkommen und zu artikulieren. Der Bezug zur christlichen Mythologie im Auftakt zu Rocky, der Boxer-Geschichte, ist wichtig: der Namenszug Rocky, der glorreiche Christus und der Schmerzensmann. Damit bekommt die Sportler- und Underdog-Geschichte ihre Überhöhung zur Heldenfigur und die moralische Weihe. Der Kampf auf Leben und Tod hat so auch einen Bezugsrahmen, der den Kleine-Leute-Alltag und sadistische Machtgelüste transzendiert. Damit gewinnt der Kampf als Kampf um Leben und Tod seinen

32 Bei der Frage nach der Bedeutungskonstitution der Heldenfiguren des Action-Films sind die psychohistorischen Untersuchungen von Klaus Theweleit (1986) zu berücksichtigen, ebenso die genrespezifische Einordnung von Männerdarstellungen z.B. Steven Cohan, Ina Rae Hark (1993).

Sinn. Der Boxkampf ist nie nur das Sportereignis, sondern immer auch das Ereignis, um zum Märtyrer, zum Leidensmann und zu dem das Menschliche überschreitenden Helden zu werden. In Rambo hat die männliche Heldenfigur von Anfang an das alltäglich Menschliche hinter sich gelassen, weil er die Hölle stumm durchlitten und das Böse bekämpft hat. Zwar können physische Verletzungen Rambo nie beeinträchtigen, er wird jedoch durch die bürgerlich doppelzüngige Unmoral der die Verantwortung tragenden Männer und durch menschliche Schlechtigkeit zutiefst verletzt. Er wird zum Kampf um wahre Gerechtigkeit und Humanität gezwungen, und zwar als letztes, tödliches und totales Mittel. Dabei gibt der väterliche Soldat die Heilung von der inneren Verletzung, indem er Rambo zur Sprache verhilft. Von hier aus kann er, moralisch geläutert, den heldenhaften Kampf gegen das Böse aufnehmen. Wie Rambo seine Vietnamverletzung bekennen muß, um für den weiteren Kampf gegen das Böse befähigt zu sein, muß Rocky zu seinen moralischen Wurzeln zurück - zurück zum Arme-Leute-Kampf. Die in Rocky und Rambo angebotenen dramatischen Bilder von Moral, Leiden, Größe, Quellen der Identität und tödlichem Kampf sind offen; sie lassen sich mit anderen Männer-, Moral-, Kampf- und Identitätsbildern knüpfen. Sie lassen sich problemlos mit deutsch-nationalen und faschistischen Männerbildern vermengen. Sie eignen sich auch als Interpretationsmuster bei der Identitätssuche oder als symbolische Verdichtung für erlebte Widersprüche, die auf den moralischen Kampf auf Leben und Tod in einer grundsätzlich bedrohten Identität verweist. Dieser bedrohten Identität entsprechen Phantasie und Symbolik, eventuell auch die Handlungsformen des moralischen Kampfes. Dies ist eine aktuell bedeutsame Konstellation, gerade wenn in der öffentlichen Diskussion, und hier wieder von Politikern, mit nationalistisch moralischen Untergangsszenarien gearbeitet wird. Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene leben zudem in einer gesellschaftlichen Situation und Bilderwelt, die von dramatischen Ereignissen und Phantasieprojektionen, Untergangsvisionen und Angstsznarien geprägt wird. Das Fernsehprogramm, ob Nachrichten oder Fiction, ist hier gleichzeitig Spiegel und Projektionswand. Männliche Helden-, Kampf- und Identitätsmythen sowie ihre Deutungs- und Handlungsmuster können damit - je nach individueller Konstellation - interferieren.

Nach diesen symbiotischen und moralistischen Helden- und Action-Phantasien ein kurzer Vergleich mit dem Männlichkeitsmodell von "Straßenflirt", das auf den ersten Blick so banal erscheint. "Straßenflirt" bezieht sich auf eine andere Lebenswirklichkeit, indem es gelingende Erotik zeigt. Die Repräsentation der Themen des Alltagslebens in neuen Genres, die mit dem Marktmodell von Rundfunk und seiner Rezipientendominanz entstehen, bringt also Alternativen zum Männerbild des Action-Genres, die gerade am männlichen Moderator abzulesen sind. So hat der Moderator die Rolle des Kumpels, der als Mitglied der eigenen Peer Group Sicherheit bietet und Verletzungen vermeidet, der gerade auch die Verletzlichkeit des Mannes, der eine erotische Beziehung beginnen will, akzeptiert.

4. Teil

Medienkommunikation.

Vom Medienalltag zur Medienkultur

Medien und Kultur durchdringen und überlagern sich im Alltag

Schon in der Mitte des 19. Jahrhunderts begannen sich in der Industriegesellschaft Technologie und Kommunikation zu vermischen. Die technische Anwendung des elektrischen Stroms zur Übermittlung von Informationen parallel zu den neuen Eisenbahnlinien war dafür der Anlaß.¹ Elektrischer Strom, Eisenbahn und Information ergaben zusammen eine spezielle Logik, die theoretisches und organisatorisches Allgemeingut wurde: der Informationstransport. Die Logik des Informations- transports bestimmte dann auch die Medienorganisation des 20. Jahrhunderts. Harold D. Lasswell (1948, 1952), Claude E. Shannon und Warren Weaver (1949) haben diese Art der Logik in den vierziger Jahren kodifiziert, wobei sie auch das Grundmuster der Verhaltenspsychologie (Reize als Ursachen für Verhalten: S-R-Modell des Verhaltens), die kybernetische Steuerung u.ä.m integrierten. Die Übereinstimmung war nicht schwer zu erreichen, weil die Transportlogik des Telegrafens und das Input-Output-Denken der einfachen Lernpsychologie bzw. die Steuerung der Kybernetik die gleichen Quellen haben: technologisch, d.h. zweckrational Ziele zu erreichen. Medien im Gegensatz dazu als Texte zu verstehen, die mit dem vorfindlichen symbolischen Material einer Kultur in einem spezifischen Herstellungsprozeß etwas Bedeutsames objektivieren, das sich die Rezipienten aneignen - dieser Gedanke ist abwegig, wenn man in einem Transportmodell von Kommunikation denkt. Kommunikation als symbolische Vermittlung liegt dann außerhalb der Denkmöglichkeiten, wenn auf dem technologischen Denken die Produktions- und Verteilungsorganisation der technischen Medien aufbaut. Die Reflexion über die technischen Medien ist demzufolge auch entsprechend schlicht, also nicht mehr als nur eine Ausdeutung oder Anwendung des Sender-Empfänger-Modells. Der Gedanke, technische Medien seien Teil von Kommunikation und sinnvollem Handeln der Menschen, stand deshalb lange nicht zur Diskussion. Sie entwickelt sich erst, als die Sicherheit wackelig wurde, die die technologischen Ordnung der Industriegesellschaft anbot. Der routinisierte und geschätzte Konsum in den meisten Lebensbereichen, von der Ernährung bis zur Mobilität, war Teil jener Sicherheit. Nachdem auch der Neuigkeitseffekt des Laufbildes in der Form des Fernsehens mit seiner tagtäglichen Verfügbarkeit im Privatleben verfliegen war, also auch hier

1 Rolf Oberliesen (1982, S. 18, S. 82 ff.) gibt dafür den technikgeschichtlichen Rahmen. 1837: William F. Cooke und Charles Wheatstone erproben ihren Fünfnadeltelegrafens bei der Nord-West-Eisenbahn in der Nähe von London. 1844: Samuel F. B. Morse baut eine elektrische Telegrafenslinie entlang der Bahnlinie Washington - Baltimore über ein Strecke von 64 km.

Alltäglichkeit und Routine erreicht waren, war die Neuinterpretation von technisch organisierter Kommunikation denkbar. Als Ende der sechziger, Anfang der siebziger Jahre in nahezu allen Haushalten der Bundesrepublik ein Fernsehgerät stand, wuchs die wissenschaftliche Sensibilität für Alternativen zum Informations-transportmodell der Kommunikation.² Der Bezug zum alltäglichen und auch ambivalenten Handeln, der dem Transportmodell ganz und gar fehlt, lag jetzt auf der Hand. Theoretische Basis war George Herbert Meads Untersuchungen (1934 / 1973) aus dem ersten Drittel des 20. Jahrhunderts zu Identität und sinnvollem sozialen Handeln. Mead hatte versucht, auch die Kommunikation der Industriegesellschaft an der Vis-à-vis-Interaktion der Menschen und ihren über Symbole vermittelten Beziehungen zu bemessen. Von der Technologieperspektive her gesehen, war das ein reichlich altmodischer Versuch. In das Kommunikationmodell der Vis-à-vis-Interaktion paßt nun gerade nicht die generelle Annahme vom passiven Rezipienten, der auf die Medienreize reagiert, der quasi abgefüllt wird. Statt dessen ging bzw. geht es um die komplexe Art und Weise, wie die Menschen in ihrer Lebenswelt, in der Perspektive ihrer Lebensgeschichte und bezogen auf andere Menschen handeln. Diese theoretische Herangehensweise an die Menschen des 20. Jahrhunderts war und ist notwendig, um die neuen Aufgaben der Menschen zu beschreiben, nämlich als Subjekte ihr Leben individuell und auf der Basis ständiger Entscheidungen ohne Anleitung traditioneller und ständischer Normierungen zu gestalten.

Für die wissenschaftliche Beobachtung ging es hierbei darum, sinnvolles Handeln hermeneutisch, d.h. von der jeweiligen Handlungsperspektive und Lebenswelt her zu verstehen. Bei der hermeneutischen Betrachtung von Menschen und Ereignissen begibt man sich in deren Handlungs- und Entwicklungsperspektive, um eine subsumptionslogische Außensicht zu vermeiden. Die Menschen und ihre Sinnperspektive sollen eben nicht in die Denkmuster, Kategoriensysteme und Erklärungsschemata des Beobachters bestimmend eingeordnet werden, die der jeweiligen Subjektivität unangemessen und fremd sind. Im hermeneutischen Sinne ist also zu fragen, wie sich die industriell produzierten Medientexte, die Gerätschaften und die Nutzungsformen in die Handlungsperspektiven der Menschen, in ihren Lebenslauf und ihre Lebenswelt einlagern und wie sich daraus spezifische Kommunikationsformen ergeben.

Wie läßt sich diese Beziehung, diese Art theoretisch zu argumentieren, für Massenkommunikation konkretisieren? Zwei Bereiche von Phänomenen sind begrifflich zu fassen:

- Massenhaft reproduzierbare Medientexte sind das dominante symbolische Material der Kultur der Industriegesellschaft, die auch Phantasien, Bewußtsein und Kommunikation der technologischen Herstellbarkeit unterwerfen.

2 Z.B. Arbeitsgruppe Bielefelder Soziologen (1973), Aaron V. Cicourel (1975). Für die deutschsprachige Auseinandersetzung ist Habermas (1971) und in diesem Zusammenhang Baacke (1973) wichtig.

- Rezipienten konsumieren in ihrer Lebenswelt diese Medientexte. Konsumieren heißt, sich gleichartige, von einem Markt verfertigte Angebote individuell anzueignen.

Konsumierende Aneignung ist in der kulturellen Entwicklung der Industriegesellschaft kein passiver Prozeß der wiederholenden Abbildung des Medientextes, auch wenn die öffentliche Diskussion dies immer wieder unterstellt. Medienkonsum als passiven Prozeß der Reproduktion dessen zu definieren, was geniale Schöpfer oder mächtige Regisseure, Kameraleute und Produzenten im Film angelegt haben, wiederholt als Mediengeschichte nur eine Phase der Literatur- und Theatergeschichte, die Konsum als Aneignungsform nicht kannte.

Die Industriegesellschaft, die ihre Gemeinsamkeit über zweckrationale Produktion und Konsum definiert und die die Idee des autonomen Schöpfersubjektes an alle heranträgt, braucht statt dessen einen sinnschaffenden und gestaltenden Rezeptionsprozeß, der die Medientexte strukturiert, jedoch immer unter der Bedingung einer industriellen Warenproduktion. Warenproduktion entspricht dem Handlungs- bzw. Aneignungsmodell des Konsums. Die gestaltenden und integrierenden Rezipienten geben nun der Dynamik der kulturellen Entwicklung und der Art der Subjektkonstitution einen spezifischen Impuls, die die Individualisierung forciert und dabei die gewohnte Funktion von Kommunikationssituationen und Sprache verändert.

Diese Einschätzung von Medienrezeption und Subjektivität wird im folgenden unter zwei Gesichtspunkten vorgetragen. Als erstes geht es um eine *Momentaufnahme zur Medienkommunikation* unter dem Aspekt von Handeln und Alltag. Der Terminus Medienkommunikation bezeichnet die sinnbezogene Integration von Medien und Rezeption in den Alltag und in den Lebenslauf der Menschen. Um die subjektiven Handlungs- und Gestaltungsmöglichkeiten der Medienrezeption in der Form der Medienkommunikation deutlich zu machen, werden prägnante Beispiele und Theorien zum Zusammenhang von subjektiver, thematischer Sinnperspektive, Medien und Situationen vorgetragen.

Aus der Medienkommunikation ergibt sich durch Überlagerung eine kulturelle Entwicklungsdynamik, die insbesondere in die Konstitution und Veränderung des Menschen als Subjekt eingreift. Daraus folgt der zweite Argumentationsschwerpunkt (insbesondere im 5. Teil) der den Zusammenhang von *Zivilisationsdynamik, Medien und Subjektkonstitution* skizziert. Im Rahmen dieser kulturellen Entwicklung, insbesondere durch die Individualisierung und die Betonung des Handelns, verändert sich das Gefüge von Rezeption, subjektiver Sinnperspektive und Situationen. Diese Veränderung wurde und wird mit dem dramatischen Hinweis auf das Verschwinden von Wirklichkeit diskutiert (z.B. Hartmut v. Hentig 1984). Weniger dramatisch formuliert geht es darum, daß Massenkommunikation mit Medien, Medienbezügen, Mediennutzung und Mediensymbolik als etwas Objektivem die vertraute Subjekt-Objekt-Beziehung tangiert und verändert. Medien, und nicht nur in der Organisationsform der Massenkommunikation, greifen strukturierend in die Subjekt-Objekt-Beziehung ein, weil sie als symbolisches Material der Kultur

unmittelbar in den Aneignungs- und Entäußerungsprozeß der Menschen integriert sind.

4.1 Medienkommunikation: die Verbindung von subjektiven Themen, Medien und Situationen

Die für unser Leben heute wichtige Beziehung von Menschen und Medien ist die Medienkommunikation, die ins Alltagsleben integrierte Rezeption der Medien bzw. Medientexte der Massenkommunikation. Das heißt, daß Medienrezeption, Mediensymbolik und Mediennutzung als Deutungsmuster, Handlungsmuster oder Verständigungsmittel sinnvoller Bestandteil des Soziallebens, der alltäglichen Ereignisse, der Lebensgestaltung in der Perspektive der individuellen Lebensgeschichte und subjektiven Themen sind. Mit Hilfe dieses Modells des sinnvollen Handelns läßt sich die Mensch-Medien-Beziehung als Beziehung der subjektiven Sinnperspektive der Menschen mit Situationen, in denen die Menschen handeln oder interagieren, und mit Medienrezeption, Mediensymbolik, Medienerlebnisse, Mediennutzung interpretieren und beschreiben. Demzufolge machen die Menschen in der Medienkommunikation sich und anderen ihre subjektiven Themen und ihre Interaktionssituationen mittels etwas Objektivem (Medien, Mediennutzung, Medienbezüge, Mediensymbolik) symbolisch verfügbar. Dieses Objektive haben sie sich zuvor subjektiv angeeignet und gestaltet. Die Menschen ordnen, gestalten und verarbeiten immer ihre Themen, Erlebnisse, Symbolik des Alltags, also auch die Medien, die gleichzeitig das objektive kulturelle Material zur Strukturierung dieses Prozesses sind oder es liefern.

Die beiden folgenden Beispiele zeigen auch, daß Medien die Art und Weise strukturieren, wie sich Menschen ihre Situationen schaffen und wie sie dabei miteinander umgehen. Situationen, das einmalige Hier und Jetzt des Alltags, sind immer noch der entscheidende Bezugsrahmen für Handeln, Interaktion und Kommunikation. Es sieht auf den ersten Blick gerade bei der Kindergeneration chaotisch aus, wie sie mit bruchstückhaften Medienzitaten jonglieren und damit scheinbar flüchtige, beliebige Kontakte schaffen. Auf den ersten Blick dominieren Unordnung und die Banalität des Fernsehens. Läßt man sich aber hermeneutisch auf die Handlungslogik ein, so zeigen sich Ordnungsprozesse, die jedoch wenig mit der vertrauten Subjekt/Welt-Beziehung der bildungsorientierten Erwachsenengeneration zu tun haben. Im ersten Beispiel zappelt sich eine Gruppe von Jungen durch Rambos Kampffaktionen, die sie mit dem Perfektionsanspruch der Computerspiele und der Computergraphik mischen, ohne dies jedoch in eigenes Handeln adäquat umzusetzen. Sprachlosigkeit, Durcheinander und Abgrenzung stechen ins Auge des distanzierten Zuschauers. Die Jungen schaffen sich mit ihren subjektiv willkürlichen Medienbezügen (Computerspiele, Actionfilme) gleichwohl ihren sozialen Bezugsrahmen.

Das erste Beispiel stammt vom Ende der achtziger Jahre und zeigt einen Trend in der Art und Weise, kommunikativ Ordnung zu schaffen. In den Jahren davor,

Anfang der achtziger Jahre, mit vergleichsweise noch reduziertem Medienangebot des öffentlich rechtlichen Fernsehens, ließen sich schon ähnliche Ordnungsformen entdecken, jedoch medienbedingt weniger komplex (oder chaotisch); so das zweite Beispiel, in dem Kinder Horrorfilme ("Frösche", "Der Hexer") als Mittel der thematischen Abgrenzung bzw. Zuordnung verwenden.

4.1.1 Situations- und Interaktionsfunktion am Beispiel von Selbstdarstellung und sozialer Differenzierung

Eine Gruppe 12- und 13jähriger Jungen besuchte eine Ausstellung aktueller Kunst. Sie gingen mit Fotoapparat und Tonband durch die Ausstellung, um die Exponate zu fotografieren, von denen sie sich emotional angesprochen, verärgert, angemacht fühlten. Aus diesem Fotomaterial sollten sie eine eigene Collage oder auch eine Performance machen. Bei der Bearbeitung ihrer Fotos konzentrierten sich die Jungen auf zwei Fotos bzw. Ausstellungsobjekte: auf ein Plakat von Klaus Staeck mit einem auf einer Wiese liegenden Jungen (der "Hirtenknabe" von Franz von Lenbach). Über dem Jungen tobt ein Luftangriff, neben ihm liegt Konsummüll. Das andere Foto der Jungen zeigt eine Ziellandkarte für einen Flugzeugangriff, die von einem Videogerät auf einen weißen altarähnlichen Marmorblock projiziert worden war (Ingo Günther "C3I"). Nach und nach hatten die Jungen herausbekommen, daß es sich um eine Landkarte und um eine Anflughilfe für ein Kampfflugzeug handelt. Von der Videoprojektion der Computergraphik kamen sie dann assoziativ zu Computern, die sie selber besitzen. Einer der Jungen faßt die Einschätzung zu den beiden Fotos zusammen:

"Da haben wir uns gerade über die Graphik unterhalten ... Wir warn, bei der Weltkarte, da ist ja auch mehr oder weniger son Kreuz, sind wir irgendwo hingeflogen, naja, wie geschossen. So gestrichelt und dann wurde das zur vollen Linie und da hats immer mal son Maßstab und dann immer (unvers.), verschiedene Sachen zusammengeschossen oder soll gestrichelt. ... Und das, das heißt 'Schöne Aussicht'. Da liegt jemand unten und da sind da oben, so wie Krieg der Sterne ist da, wie SDI und dann wird das so, spielen da so bzw. kämpfen und ja. Der guckt sich das an und wie die Explosion da ist. Das kann sein, daß da dasselbe mit gemeint ist."

Die Computergraphik von Ingo Günthers Installation "C3I" wird folgendermaßen identifiziert:

"Also Computer ist naheliegend, weil das Bild höchstwahrscheinlich auch vom Computer war, die Graphik und so. Ich meine, anders kann man das ja gar nicht machen. ... Ja ich meine, wenn man das richtige Programm hätte, würde das auf nem kleinen Computer, würde man das auch, glaube ich, schaffen."

Sie erzählen dann von ihren Computern, von Graphikprogrammen und von Kriegsvideospielen und wollen daraufhin ein eigenes Video- und Computerspiel für die Ausstellung produzieren:

"Ja also, mir persönlich würd das besser gefallen, das mit dem Computer. Würd ich sagen. Weil Spiele, ich mein, da gibts zwar auch Sachen, aber ich glaub, da kann man nicht so vielseitig sein." "Also, ich würd das lieber mit dem Computer machen." "Ja, also ich würd irgendwie lieber das mit den Spielen machen. Neenee. Also mit den Computerspielen. Das tät mir einfach mehr Spaß machen, weil, ich könnt sicher auch vielleicht son paar, zwei, drei Spiele besorgen und dann müßt ich mal sehen. Und wenn er so was hat, das wär schon ganz gut. Wenn wir halt gescheite Graphiken haben."

Von da ab steigern sie ihre Ansprüche an die Qualität der Graphik ("Ja, und da sieht man die Panzer wie echt, wie auf einem Foto ist das.") und an die als notwendig erachtete Geräteausstattung. Es gelingt ihnen dann jedoch über Tage hinweg nicht, irgend etwas von ihren Ideen zu realisieren oder auch nur in Gang zu setzen. Statt zielorientiert aktiv zu werden, stellen sie sich als Experten vor:

(Lehrer: "Wie ist denn das mit dem Atari, hier gibts doch nen Atari.") "Ach du Scheiße. Der meint das Telespiel." "Atari ... , ach nee, das hat ja keine Graphik, eh. Ach du Scheiße. ... Nee. Da erkennt man ja sofort. Da erkennt man doch sofort. Ja, der hat welche, aber das hat keine Graphik wie gesagt. (Lehrer: Habt ihr ne Graphikkassette ... zu Hause.) Ja, ich hab auch eins, aber da sind halt die Spiele, die Graphik, die erkennt man sofort, eh. Da, da, wenn wir das so machen wollen mit den Computern, dann erkennt man das sofort, das ist fast wie Strichelmännchen. Beim Computer ist das total anders, total bessere Graphiken. ... Aber wir brauchen, wir wollen ja sowieso fotografieren vom Fernseher und das denn fotografieren. Weil, sobald wir, ich hab jetzt nen neues Spiel gekriegt, hab ich mir gekauft, das hat natürlich super Graphik, das kann man kaum vom Wirklichen unterscheiden, wenn man das fotografieren würde und."

Zwei Jungen, die einen wesentlichen Teil der Vorbereitungszeit nicht in der Schule waren, schlagen nun vor, als Rambo durch eine belebte Straße der Innenstadt zu ziehen und davon eine Videoaufnahme zu machen. Sie sprühen vor Ideen, z.B. einen Banküberfall zu drehen. Nach viel Geschrei, Vorschlägen, gemischt mit Langeweile, Desinteresse, Konkurrenz einigt sich die Gruppe, zum nächsten Mal einen Computer mit Monitor und eine Videokamera mit Rekorder mitzubringen und einen Film zu machen. Sie wollen einen kurzen Clip auf Video aufnehmen und zu den Computerspielen zeigen. Als die Schüler auf dem Schulhof ihren Videofilm drehen wollen, ist nichts vorbereitet. Ein Junge will jetzt seine Videoanlage von zu Hause holen. Die Gruppe hat vor, Rambo zu spielen, kann es aber nicht, weil sie außer Kampfstiefeln, so ihr Argument, keine Requisiten haben. Aber auch die Kampfstiefel sind nicht auffindbar. Die Jungen erzählen, daß ein Bekannter Samuraischwerter und einen Kampfkimono besitzt, Sachen, die man holen könnte. Während die Schüler ständig Kämpfchen miteinander machen, fällt ihnen für die Inszenierung ihres Action- und Kampfspiels jedoch überhaupt nichts ein. Um sie herum beginnt die Pause mit einer Fülle von Kampfspielen. Man müßte nur die Kamera draufhalten oder den Kindern zuschauen und dies alles nachspielen. Als der Junge mit der Videoanlage da ist, haben sie keine Idee, wie und was sie aufnehmen könnten. Sie setzen sich auf eine Bank, tun zuerst nichts, beginnen zu überlegen, was man machen könnte. Dabei boxen sie sich und machen sich gegen-

seitig aggressiv an. Als sie Rocker spielen, nehmen drei Größere drei Kleinere in den 'Schwitzkasten'. Der 'Kameramann' nimmt die Szene jedoch nicht auf. Auf diese Weise geht die verfügbare Zeit vorbei.

Währenddessen hatten die drei anderen Jungen im Klassenzimmer die Idee der Computergraphik weiter verfolgt, wobei sie jedoch ihre Perfektionsansprüche minimierten. Sie laden die Spiele "Barbarian" und "Thalamos", spielen dazu als Hintergrundmusik "Live Killers" von "Queen". Jetzt handeln sie als Fachleute, die die Technik (z.B. Datei laden) und die Spiele beherrschen. Was sie fachmännisch tun, erläutern sie den Erwachsenen. Ihre Kommentare zu den beiden Spielen folgen weitgehend dem, was auf dem Bildschirm passiert.

Bei der Beobachtung der Jungen zeigen sich viele Medienspuren; sie nennen die Filmfigur Rambo und eine seiner typischen Requisiten (Stiefel), die Musikgruppe "Queen", die beiden Computerspiele "Barbarian" und "Thalamos". Etlliches an Medientechnik taucht als Vorstellung oder auch als Hardware auf. Dabei haben Rambo und Computerspiele bzw. Computertechnik Ordnungsfunktion für die Strukturierung der Gruppe in zwei Bereich: Rambo = Action; Computerspiel = Fachleute. Es gibt dabei jedoch eine Verbindung über die Spielinhalte.

"Barbarian II" ist die im Sommer 1987 erschienene Fortsetzung des den Karatespielen verwandten Kampfspieles "Barbarian". Das Spiel ist in zwei Teile aufgeteilt, die getrennt voneinander geladen werden müssen. Im ersten Teil kämpfen zwei muskelbepackte männliche Figuren (Stirnband, Stiefeln, Lendengurt) mit Schwertern gegeneinander. Die Kämpfer lassen sich auf der Horizontalen von links nach rechts bewegen. Sie können springen, sich abrollen, treten und mit dem Schwert zuschlagen. Insgesamt sind sie in der Lage, sechzehn verschiedene Angriffs- und Abwehrbewegungen durchzuführen. Die Animation der Figuren ist ausgesprochen realistisch, was daran liegt, "daß die Programmierer zwei echte Kämpfer mit einer Videokamera aufgenommen haben und dieses Band dann als Vorlage benutzt haben" (Zeitschrift "C-64er", Heft 8, 1987, S. 165). Der erste Teil dient hauptsächlich dazu, die Spieler mit dem Schwertkampf vertraut zu machen. Im zweiten Teil kommt es darauf an, den bösen Zauberer Drax mit dem Schwert zu besiegen. Der aggressive Drax will Mariana, die Prinzessin der Juwelenstadt, haben. Weil sie ihm verweigert wird, bedroht er die Stadt mit dem Untergang. Ein Barbar aus dem bergigen Ödland des Nordens ist der einzige erfolgreiche Verteidiger, der im Schwertkampf den nahezu unschlagbaren Drax besiegen kann.

"Thalamos" gehört zu den sogenannten "Plattformspielen" (Jump and Run-Spiele) für zwei Personen. Handlungsort ist der Weltraum, in dem eine Art Raumschiff auf verschiedene Hindernisse stößt, die es entweder abschießen oder denen es ausweichen muß. Für jedes abgeschossene Objekt gibt es Punkte. Zerschellt das Raumschiff, kommt der Mitspieler zum Zug.

Kampffiguren und Kampf motive der Computerspiele und die aus Rambo unterscheiden sich in ihren Themenbezügen. Die bloße Benennung von Rambo läßt noch nicht erkennen, ob bzw. was die Jungen, die eine Kampfinszenierung aufnehmen wollen, von der Tiefenstruktur der Rambo-Figur entdeckt oder aufgegriffen haben. Möglicherweise verwenden sie die Figur des Rambo oder den Namen auch nur, weil Rambo in der öffentlichen Rezeption zum Inbegriff des brutalen Gewalttäters

der Medien wurde. Deutlich ist, daß sie mit dieser Figur Situationen festlegen (wild und ohne Zielrichtung agieren) und sich über die Abgrenzung zu den anderen Jungen (die Computerfachleute) als Gruppe bestätigen. Zudem bekommen sie viel Aufmerksamkeit, ohne sich selber gegenseitig oder Umstehende wahrnehmen zu müssen. Die Computerfachleute hingegen arrangieren mit Hilfe der Computerspiele eine Situation, in der sie sachorientiert kooperieren, auf ihre Umgebung eingehen und dabei wegen ihrer Fachkompetenz Erfolg und Zuwendung bekommen. Diese Unterschiede in der sozialen Organisation und auch der zu erahnenden subjektiven Themen korrespondieren mit den jeweiligen Medien-Arrangements. Die für Computernutzung notwendige sachliche und soziale Kompetenz überstrahlt die simplen Kampfspiele (die jedoch weiterhin Gemeinsamkeit mit den 'Rambo-Leuten' signalisiert). Hinzukommt die Integration der Musik aus der Doppel-LP "Live-Killers" der Rockgruppe "Queen" von 1979, die die Jungen der Computergruppe zu den beiden Computerspielen laufen lassen. "Queen" bezieht sich nicht auf Kampf, zeigt vielmehr spezifische Aspekte von Selbstdarstellung, anders als die Selbstdarstellung mit Rambo-Symbolik. Das musikalische Spektrum von "Queen" reicht von einfühlsamen Balladen über Stücke mit symphonischen Pathos und aufwendigem, hymnenhaften Choreinsatz bishin zu schnellen, dynamischen Rocksongs. Neben ihren Tonträgern ist "Queen" von Filmen (Filmusik für "Flash Gordon" und das Fantasy-Abenteuer "Highlander") bekannt. Konzerte und Videoclips sind ähnlich pompös angelegt wie die Musik. Die perfekt und bis in Details geplanten Shows verwenden aufwendige und teure Bühnenarrangements vor bis zu 150.000 Zuhörern. Sie war eine der ersten Rockgruppen, die das Medium Videoclip zur Werbung für ihre Platten nutzte und bekannte Fernsehregisseure und Bühnenbildner für die Herstellung der Clips verpflichtete.

Schon die oberflächliche Betrachtung der Jungen zeigt, wie sich die Jungen mit ihren Medienbezügen, d.h. die Art und Weise wie sie die angeeigneten Filmfiguren, Bildschirmspiele und die Musik in ihre Aktivitäten integrieren, sich sozial arrangieren. Dabei scheinen auch ihre momentane Befindlichkeit und ihre subjektiven Themen auf: nachahmend sachorientiert und sozial integrierend, Zuwendung durch die solide, jedoch aufwendig und attraktive Show bekommen / in einer sozialen Welt die anderen um sich herumwirbeln und diese Welt nicht an sich herankommen lassen. Dabei muß ständig viel los sein. Kompetenz ist nur insofern nötig, als Gruppendifferenzierung und Gruppenzugehörigkeit markiert werden kann.

4.1.2 Medienfunktionen in der Subjekt-Objekt-Beziehung

Sowohl für die *situative und interaktive Funktion* der Medienbezüge (d.h. Symbolik der Medien, Medienerlebnisse, Mediennutzung, Hard- und Software), als auch für deren *subjektiv thematische Funktion* kommt zwar von den Jungen die Dynamik. Es ist jedoch etwas Objektives notwendig, um die Situation bzw. die Interaktion zu gestalten und die subjektiven Themen darzustellen.

Bei der situativen und interaktiven Funktion von Mediensymbolik, Medienerlebnissen und Mediennutzung geht es im Kern darum, daß mit etwas Objektivem (Medienbezüge, Mediensymbolik usw.) Subjektives (subjektive und handlungsstrukturierende Themen) kommunizierbar wird. Dadurch strukturieren Medien als etwas Objektivem situationsbezogene Kommunikation und Interaktion mit folgenden Schwerpunkten:

- Medienbezüge werden als Hinweis und Erläuterung benutzt.
- Mit Medienbezügen werden Situationen hergestellt und Beziehungen gestaltet.
- Medien, ihre Dramaturgie und ihr intertextuelles Arrangement dienen als Vorlage für Handlungsmuster.

Ebenso ist die Funktion von Mediensymbolik, Medienerlebnissen und Mediennutzung für die symbolische Darstellung der handlungsstrukturierende Themen der Jugendlichen deutlich. Während bei der situativen und interaktiven Funktion der Vermittlungszusammenhang von Massenkommunikation und sozialen Prozessen im Vordergrund steht, geht es bei der thematischen Funktion um die Verbindung von Massenkommunikation mit subjektiv individuellen Handlungsperspektiven und subjektiv individuellem Sinn. Die Dynamik beruht darauf, daß handlungsstrukturierenden Themen immer symbolisch dargestellt, also kommunikativ objektiviert werden, um den subjektiven Sinn und die subjektiven Perspektiven sich selber oder anderen anzuzeigen. Die von den Menschen hergestellten symbolischen Darstellungen sind im jeweiligen kommunikativen und situativen Kontext die symbolische Objektivierung subjektiver, handlungsstrukturierender Themen, die generell auf kulturelle Symbolik angewiesen sind. Zentral ist hier der Gedanke, daß die angeeignete Symbolik der Massenkommunikation (als die aktuell wichtige kulturelle Symbolik) mit den subjektiven handlungsstrukturierenden Themen und deren individuellen, symbolischen Darstellungen interferiert.

Es gibt folgende konkrete Zusammenhänge zwischen den subjektiven, handlungsstrukturierenden Themen der Jugendlichen und den Bildern bzw. der Symbolik der Massenkommunikation:

- Die Symbolik der Massenkommunikation ist thematisches Ausdrucksmittel, wenn die Jungen z.B. mit Hilfe von "Rambo", "Queen" usw. die eigenen Themen mehr oder weniger deutlich oder auch versteckt artikulieren. Hier geht es um die Beziehung von angeeigneter Mediensymbolik und thematischem Ausdruck (Entäußerung).
- Medien werden thematisch als Erlebnisse angeeignet. "Thalamos", "Barbarian", "Queen", "Rambo", Computerprogramme usw. haben sich die Jungen aus der Fülle des Medienangebotes thematisch herausgegriffen. Wie daraus welche Art von Erlebnisse, wie und mit welcher Funktion diese Erlebnisse ausgedrückt und ins Alltagsleben integriert werden, ergibt sich als Überlagerung und Durchdringung von Medien (Symbolik, Nutzungsform usw.), subjektiven, handlungsstrukturierenden Themen und Interaktionssituation.

Diese allgemeine Definition von Medienfunktion ergibt sich aus dem theoretischen Grundmodell sinnbezogenen Handelns als Aneignung und Entäußerung in der Lebenswelt. Die Menschen verwenden Medien als vorfindlicher Teil der Lebenswelt als Bezugspunkte für Situationen und als Wegweiser zur individuellen Subjektivität.

Michael Charlton und Klaus Neumann (1992b, S. 57ff.) haben die Funktionen der Medienkommunikation im theoretischen Rahmen eines Lebensweltmodells folgendermaßen ausdifferenziert:

- Mitteilungsfunktion von "Massenmedien im sozialen Kontext", bei dem die Inhalte und die Geschichten der Medien als Gesprächsstoff herhalten, Medienverweise wegen ihres nachprüfbaren, objektiven Charakters zur "Konfliktvermeidung oder Konfliktverlagerung eingesetzt werden" (Charlton, Neumann 1992b, S. 58) u.ä.m.
- "Selbstversicherung und Identitätsbildung" geschieht in Form eines "Dialogs mit Mediengeschichten", die den Menschen eine "dynamische Selbstentfaltung" erlauben. Medienkommunikation kann individuell, aber auch kollektiv ablaufen und zur "Herausbildung und Stabilisierung eines Wir-Gefühls" beitragen (Charlton, Neumann 1992b, S. 59).
- Medien bieten den Menschen einen Rahmen um Einzelereignisse einzuordnen. Geschichten und Darstellungsweise bekommen die Funktion von "Wahrnehmungsschemata" oder "Bewertungsmustern" (Charlton, Neumann 1992b, S. 60).
- Medien, z.B. als Rezeptionssituationen oder als erzählte Geschichten, die man gesehen hat, helfen, "gemeinsames Handeln" zu koordinieren (Charlton, Neumann 1992b, S. 60), das bis zur Strukturierung und Organisation des Alltags reichen kann. Dabei geht es heute auch um soziale Positionierung über Bezugnahme und Abgrenzung von Medien und der mit ihnen intertextuell und über Alltagsästhetik verbundenen Konsumangebote und Konsumorte (vgl. Gerhard Schulze 1992).

In einem an Kommunikation und nicht primär an der Lebenswelt der Menschen orientierten Funktionsmodell der "Kommunikationsmedien" beschreibt Klaus Boeckmann (1994a, S. 109ff.) die Medienfunktion unter den Aspekten "Inhalt" (S. 115ff.), "Beziehungen" (S. 152ff.) und "Erleben" (S. 189ff.).

Die "Inhalte der Kommunikation" (S. 115) sind nicht die simpel reproduzierten Sachverhalte und Ereignisse der "äußeren Welt"; sie finden sich, eher als mentale Konzepte, als "Gefühle und Anmutungen" in der "inneren Welt der Kommunikationspartner". Wesentlich für den Inhalt von Kommunikation ist, daß sich "Kommunikationsprozeß und die kommunizierten Inhalte" "aneinander entwickeln". "Kommunikation ist ein Mittel der Differenzierung und Artikulation, sie bringt Ordnung in unser diffus-amorphes Wahrnehmen, Denken und Fühlen" (S. 116). Deshalb geht es bei der inhaltlichen Funktion der Medien um "Verständigung", und zwar als "Verständigung über Wahrnehmung", als "Verständigung über Phantasien" und als "Verständigung über Abstraktionen".

Medien erfüllen neben der Inhaltsfunktion eine Beziehungsfunktion, bei der Menschen Medien in ihren Nutzungs- und symbolischen Möglichkeiten verwenden, um mit anderen Menschen zu interagieren und auf sie regulierend Einfluß zu nehmen. Boeckmann unterscheidet die Medienfunktionen nach den Beziehungsformen und Beziehungssituationen, in denen Medien "Botschaften" vermitteln (S. 152ff.). Es sind "persönliche Beziehungen" (S. 153ff.) und "öffentliche Beziehungen" (S. 172ff.), in denen Medien mit speziellen Darstellungsformen, z.B. mittels "Symbolen" oder "Zeichen der Macht" eine "gemeinsame Ordnung" vermitteln (S. 173) und "Botschaften der Gemeinsamkeit" geben (S. 177).

Der dritte Funktionsbereich bezieht Medien auf das "Erleben" der Menschen (S. 189ff.). Dabei können Medien relevant sein für die "Selbstdefinition" der Menschen, die ihre Erfahrungen, wer sie sind, in Kommunikationsprozessen machen. "Identität und Individualität werden in einer fortlaufenden Kette von Kommunikationsakten mitdefiniert und fortentwickelt. Was ich bin und wie ich mich entwickle, das konstituiert sich auch dadurch, wie ich mich als Kommunikator und Rezipient erlebe" (S. 189). Identität entsteht gerade auch über die traumhafte Vorstellung und Phantasie, die "Imagination", die heute "vorwiegend in der Rezipientenrolle erlebt" werden (S. 201). In einer Welt, in der die Menschen sich die Lebenswelt als ihren Alltag gestalten können und müssen, haben Medien wesentliche Erlebnisfunktion. Erleben nimmt unter Konsumbedingungen die Form des "Zeitvertreibs", der "Unterhaltung und Zerstreuung" (S. 205) an.

4.1.3 Der Horrorfilm in der Schule: eine Kommunikationssituation schaffen

Die folgende kurze Szene - 9jährige Kinder in der Grundschule unterhalten sich am Rande des Unterrichts - zeigt, wie die Mensch-Medien-Beziehung von den handelnden Menschen dynamisch entwickelt wird, wobei die Medienbezüge (Rezeptionssituation, Medienerlebnisse, Mediensymbolik) die Situation der Kinder und ihre Kommunikation in dieser intensiven Form erst ermöglicht. Medienbezüge in diesem Beispiel sind: (+) Filmtitel "Frösche", "Der Hexer"; (+) Rezeptionssituation: (eventuell) "nen Film geguckt am Samstag", "der hat auch noch mit mir geguckt"; (+) Filmfigur oder Filmszene: "da bei der Spinne war das", (eventuell) "die hat Angst gehabt vor den Viechern", "Zum Schluß sind der, ahm, der bei den Fröschen da wollte ja der, der Gelähmte, der wollte ja zum Schluß nicht heim, der wollte, ja nicht mit von der Insel weg, aber die Frau, aehm, und der Mann im Kanu, der ist am Leben geblieben, und die zwei Kinder." (+) Filmerlebnisse: (eventuell) "Da hat meine Mutter geweint", (eventuell) "die hat Angst gehabt vor den Viechern", "Ich habe mich totgelacht", "Der hat keine Angst gehabt", "ich hab noch viel Schlimmeres gesehen".

Die Kommunikation gelingt, weil die Medienbezüge objektiv und damit der jeweiligen subjektiven Aneignung prinzipiell vorgegeben sind. Mit Hilfe der Filme "Frösche" und "Der Hexer" gelingt es den Kindern, zwei Interaktionsstränge aufzubauen, die sich scharf voneinander abgrenzen. Hinter der Abgrenzung stehen

unterschiedliche Themen: angeben, konkurrieren = Theo / Gefühle, Angst haben dürfen, sollen = Birgit und Matthias. Weil die beiden Interaktions- und Themenstränge laufen, kann Matthias Fernseherlebnisse artikulieren:

Fernsehen als Gesprächseröffnung	
Birgit: Matthias, hast du nen Film geguckt am Samstag? Matthias: Ah, die Frösche, das war ein guter Film!	
Über einen Horrorfilm reden	
Birgit: Wie die da reinkamen, ne. Matthias: Ja, da bei der Spinne war das.	
Emotionen besprechen	
Birgit: Da hat meine Mutter geweint. Matthias: Ohh, die hat Angst gehabt vor den Viechern.	
	Mit schlimmen Filmen angeben
	Theo: (verächtlich) Ah, der Idiotenfilm ... Ich habe mich totgelacht, Birgit. Babyfilm, ich hab noch viel Schlimmeres gesehen, Hexer.
Angst haben und zeigen dürfen	
Matthias: ... der ist in der Vorschule, der hat auch noch mit mir geguckt, ne. Der hat keine Angst gehabt. Birgit: Der gehört in die Irrenanstalt. Der gehört in die Irrenanstalt.	
5 Minuten später Ängstigende Filmerlebnisse bearbeiten	
Matthias: Zum Schluß sind der, ahm, der bei den Fröschen da wollte ja der, der Gelähmte, der wollte ja zum Schluß nicht heim, der wollte, ja nicht mit von der Insel weg, aber die Frau, aehm, und der Mann im Kanu, der ist am Leben geblieben, und die zwei Kinder.	

Im Schema skizzieren die Überschriften die Funktion der jeweiligen Aussage im Interaktionsverlauf. Matthias, dem das Gesprächsangebot "hast du nen Film geguckt" gilt, geht darauf ein und nennt den Titel eines Films, der am vergangenen Wochenende gelaufen war, und bewertet diesen Film positiv. Als Birgit über Weinen und Angst der Mutter redet, übertreibt sie, so daß erkennbar wird, sie berichtet nicht von ihrer konkreten Mutter. Damit bekommt das Gespräch eine thematische Perspektive hin zu Emotionen (Angst, Weinen). Theo greift ein und trumpft mit Hilfe eines Films (Hexer) auf. Damit stellt er sich als sehr stark dar. Birgit bewertet diese Art von Film und damit auch das damit von Theo angesprochene Thema, man dürfe bei dieser Art von Film keine Angst haben oder zeigen, man müsse stark sein. ("Der gehört in die Irrenanstalt.") Jetzt ist bei Matthias etwas in Bewegung geraten. Nach einiger Zeit, in der er nichts sagt und in der er sich offensichtlich mit seinen Ideen und Vorstellungen beschäftigt, spricht er unvermittelt von

einer Filmszene, die ihn emotional sehr angesprochen hat. Da das Thema 'stark und schwach sein, Gefühle zeigen und Angst haben' in der Gruppe diskutiert und bewertet wird, kann Matthias, indem er sich vermutlich auf Birgit bezieht, über eine ihm vermutlich ängstigende oder belastende Filmszene reden. Dabei "dreht" er in seiner Aussage das Filmende um. Der Film endet - typisch für das Genre Horrorfilm - mit Grauen (die Szene, in der der Gelähmte von Fröschen belagert wird), das sich wiederholen wird. Davor zeigt der Film Familienalltag. Bei Matthias folgt auf die Bedrohung des Gelähmten durch die Frösche dann das gute Ende des Familienalltags. Damit distanziert er sich aktiv vom Horrorfilm. Der Horrorfilm wird im Alltag bearbeitet, u.a. weil Matthias die beiden Schlußszenen vertauscht und das Genre Horror ins Genre Abenteuer verwandelt. Dies ist eine entscheidende Gestaltungsleistung des Rezipienten, die auf der Interaktionssituation und der thematischen Perspektive, Gefühle haben und zeigen zu dürfen, beruht. Was bietet der Film an, was kann Matthias aufgreifen?

Skizze der Filmgeschichte³

Der Fotoreporter Pickett Smith ist mit einem roten Kanu auf eine Insel gekommen, um Aufnahmen vom Zustand der Umwelt als Beispiele der Naturzerstörung zu machen. Auf der Insel findet gerade eine Geburtstagsfeier statt. Der Inselbesitzer, alt, gelähmt, Millionär, hat die ganze Familie um sich versammelt, um dieses Ereignis gewohnheitsmäßig, ja traditionell zu feiern. Bis auf die Enkel sind alle Familienmitglieder der Familie am Erbe des Großvaters interessiert. Während der Festvorbereitung holen die Kinder einen großen Frosch und zeigen ihn den Erwachsenen, die mit Abscheu oder Aggressionen reagieren. Die aus dem ökologischen Gleichgewicht geratene Natur, repräsentiert durch Reptilien, Spinnen usw., töten die angreifenden Menschen. Gleichzeitig zerfällt das autoritäre Familiensystem, symbolisiert durch das Haus des alten Millionärs. So erschießt im Wald ein Mann einen Vogel, Spinnen und Pflanzen spinnen ihn ein, wobei er zu einer Art von Kokon wird, er versinkt sterbend in der Erde. (Auf diesen Filmabschnitt bezieht sich Matthias' Aussage: "Ja, da bei der Spinne war das.") Ein anderer schneidet Blumen im Gewächshaus und wird durch Gifte von anderen Tieren getötet. Nach diesem Schema geht der Film voran. Die Überlebenden rüsten zur Flucht und kommen dabei bis auf den Fotoreporter, die blonde Enkelin und zwei Kinder um. In der Form einer ordentlichen Familie, mit eindeutigen geschlechtsspezifischen Rollenzuordnungen (Vater, Mutter, zwei Kinder), flüchten die Überlebenden mit dem Kanu über das Wasser zum Festland, wobei sie sich kämpfend wehren müssen (Krokodile, Schlangen). Sie werden von einem Auto und der darin reisenden Familie mitgenommen, wobei ein Junge dieser Familie einen riesigen Frosch mitgenommen hat. Die letzte Filmszene zeigt das Haus auf der Insel, das auch für das Familiensystem steht und in dem der gelähmte Alte von den Fröschen überfallen wird und in Wahnvorstellungen stirbt.

Der Film ist als Mythos angelegt, bei dem alltäglich Erfahrbares, u.a. ein Familienfest, ein Familiensystem, Urlaub, mit Verdrängtem in Spannung steht, die sich als

3 "Frösche", USA 1972; Regie George McCowan; Schauspieler u.a.: Ray Miller, Sam Elliott, Joan Van Ark; gesendet u.a. vom ZDF (Samstag 21.3.1981, 22.05 Uhr) und von SAT1 (Freitag, 6.2.1993, 0.10 - 1.40 Uhr).

Horror entlädt. Der Film zeigt die Familie in der Spannung von alltäglicher Erfahrung und lebensgeschichtlicher Verdichtung, wozu das Geburtstags- und Familienfest verwendet wird. Die Familienspannungen werden in Form von verdrängtem Animalischen sichtbar. Der Film verwendet dazu u.a. Tiere, die aus dem Morast und der Unterwelt kommen, und das Familienhaus, das in der Schlusszene lebendig zu werden scheint. Es gibt phallische und symbiotische Bedrohung. Matthias bezieht sich mit "Spinne" auf symbiotische Bedrohung im Film, wobei Birgit zwar mit dem Hinweis auf eine weiblich symbiotische Figur antwortet, jedoch nicht deren Stärke und Bedrohung, sondern deren Ängstlichkeit und Emotionalität betont. Der Film bietet nur Horror (tötende Tiere) als sich perpetuierende Lösung der Familienthematik; der Familienalltag gibt keine Utopie, bleibt vielmehr nur die zerbrechliche Folie, die keinen Schutz gibt. Utopie taucht erst in Matthias Rezeption auf, indem er seine Version einer gelingenden Alltagsszene bringt. Diese Szene zeigt der Film, isoliert gesehen, als gelingende, traditionelle Familiensituation. Mann, Frau, Junge, Mädchen handeln wie Vater, Mutter und zwei Kinder, die sich aus dem Morast der Familie befreien. Das Gelingen benennt Matthias mit "am Leben geblieben". Damit wird auch seine subjektive Sinnperspektive deutlich: Gelingen, raus aus der Bedrohung, weg von diffuser (phallischer, symbiotischer) Bedrohung, ängstigende Gefühle zeigen.

Neben der thematischen Funktion ist die situative und interaktive Funktion der Filmbezüge wesentlich. Die Kinder grenzen sich mit ihren Themen über die Bewertung von Filmen von einander ab und schaffen sich Raum für ihre eigenen Themen. Schlüssel ist hier, wie "schlimm" Filme, "Frösche" oder "Hexer", sind. Je größer jedoch das Medienangebot ist, umso mehr schiebt sich das Benennen von Filmen in den Vordergrund, insbesondere wenn die Fülle der Filmerelebnisse nicht mit den eigenen sprachlichen oder gestischen Ausdrucksmöglichkeiten mithalten kann. Dann stehen sich minimalisierte Handlungsszenen gegenüber, die nur über die Medienbezüge identifizierbar sind. Dazu ein Beispiel aus der schon geschilderten Hauptschulklasse, die auf Kunsterkundung war und in der eine Gruppe von Jungen sich auf 'action' in Form der Rambo-Vorlage oder der Computerspiele kaprizierte. Hier gibt es eine Gruppe von Jungen, die folgenden Szene produziert:

Lehrerin sucht mit einer Schülerin Dias, die von den Schülern der Klasse aufgenommen worden waren.	Drei Schüler, einer an einer Papierschneidemaschine.
L: Rosi, bei unseren Bildern fehlen auch ein paar. Hier, hast du, wer hat, habt ihr die Pyramide fotografiert? Schülerin: Nee! L: Gib mal her, dann sind se das nicht.	Ingo schneidet Papier mit der Schneidemaschine und macht dabei erheblichen Krach. Schüler schmatzt und schleckt laut. Schüler 1: Flutschfinger. (Schleckgeräusche) (ironisch, genüßlich) Eis am Stiel, Teil 6. (Die Schneidemaschine rummt wieder.) Schüler 2: (langgezogen) Ingo! Eis am Stiel, Teil 99, Szene 2, Absatz 4.

Die Lehrerin versucht zusammen mit Rosi ergebnisorientierten Unterricht zu machen; die Jungen sind in einem völlig anderen Szenario, das mit Unterricht

nichts mehr gemeinsam hat. Sie sind in einer kurzen Szene, die die Form eines amüsanten Zuspiesels von Film- bzw. Serienelementen hat, die Bedeutung für diese Gruppe und deren spezifischen Themen und Medienerfahrungen hat. Welche soziale Ordnung diese Jungen schaffen, läßt sich kaum mehr von der Logik des Unterrichts her, das ist die Perspektive Rosis und der Lehrerin, sondern nur aus der Themenperspektive und innerhalb des intertextuellen Medienarrangement der jeweiligen Gruppe entdecken. Der Bezug zu "Eis am Stil" gibt Deutungshinweise, um welche Art von amüsantem Zuspiesel mit welchem Thema es sich handelt (Pubertätsklamauk, Liebe, Sex und Erotik).

4.2 Medienkommunikation: die Verbindung von Text, Medien und Alltags-handeln

Um den Anteil der Medien an der Medienkommunikation zu beschreiben, braucht es komplexere Kategorien als die der Hardware und Software, will man die Integration der Massenkommunikation in Alltag und sozialem Handeln benennen. Die bisher verwendeten Kategorien der Nutzungsformen, Rezeptionssituationen, Medienerlebnisse, Mediensymbolik usw. reichen ebenfalls nicht mehr aus, um den Medienarrangements der Massenkommunikation, zu denen Medien verflochten sind, gerecht zu werden. Die vielfältigen Querbezüge der Medien untereinander legen nahe, mit Hilfe der allgemeinen Kategorie des Textes eine kategoriale Metaebene zu benutzen. Medien sind über ihr symbolisches Material als Texte miteinander verknüpft. Dieser kategorialen Metaebene entsprechen auf der Rezeptionsseite der Massenkommunikation einfache Phänomene, die Werner Holly und Ulrich Püschel (1993, S. 7) für das Fernsehen als aktuelles Leitmedium folgendermaßen auf den Punkt bringen:

"Zuschauer reden beim Fernsehen und nach dem Fernsehen nicht selten über den 'Fernsehtext'. In unterschiedlichen alltäglichen Kontexten werden die Fernsehereignisse kommentiert, diskutiert, erzählt und auf vielfache Weise gedeutet und umgedeutet. Was der Fernsehtext anbietet, wird so nach den Bedürfnissen und Mustern der Zuschauer kommunikativ angeeignet. Wie dieser Prozeß der sprachlich-kommunikativen Aneignung verläuft, [kann man] anhand von authentischen Gesprächen auf der Folie der Analyse der Fernsichtexte und der situativen Kontexte beschreiben."

Mit ähnlichen Schwerpunkten skizziert Robert C. Allen (1992a) drei Perspektiven, um die Rezipienten (und damit die Medienkommunikation) in den Blick der Forschung zu bekommen (S. 101f.). Er benutzt dazu das Modell der Herstellung und des Lesens eines Textes in der bekannten Form der Beziehung Autor/Buch/ Leser. In der *ersten Perspektive* (S. 101, S. 102ff.) geht es um die Beziehung von Zuschauer und Text ("reader-oriented criticism"). Die Geschichten eines Textes werden nicht nur erzählt, es gibt also nicht nur eine Erzähler-Text-Beziehung, sondern selbstverständlich auch die Beziehung zwischen Leser bzw. Zuschauer und Erzählung, die z.B. vom Autor unterstellt wird. Leitend ist hier die Frage nach der

Beziehung zwischen Fernseherzählungen ("television's tales") und der zwischen Autor und Sehern dieser Erzählungen ("mediated writer/ reader relationship").

In der *zweiten Perspektive* (S. 101f.) wird die Darstellungsleistung ("performance") des Mediums Fernsehen mit Hilfe des Modells der vis-à-vis-Kommunikation ("face-to-face communication") erschlossen. Fernsehen erzählt Geschichten auf seine Weise. Hier geht es um die Frage, wie die Fernsehsendungen ("television's discourses and modes of addresses", S. 113ff.) die Zuschauer integrieren ("engage the viewer"), z.B. gezielt im Modell des Werbefernsehens. Es steht also die medienspezifische Kodifizierung im Mittelpunkt der Frage.

Eine *dritte Perspektive* (S. 102) stellt den Rezeptionsprozeß in den Frage- und Forschungsmittelpunkt ("the act of television viewing"), wobei es um den sozialen Kontext der Aktivität des Fernsehens geht ("the social contexts of television viewing", S. 127ff.). Dabei unterscheidet Allen (S. 128) zwei Forschungstraditionen: Untersuchungen von Wirkungen, bzw. in der komplexeren Frageweise, von Funktionen (z.B. Bedürfnis nach sozialer Ersatzbefriedigung oder Problemlösung)⁴, oder die Untersuchung, wie Fernsehen in das Alltagsleben der Menschen eingepaßt wird.⁵

Man kann diese drei Perspektiven auch folgendermaßen als Beziehungen verallgemeinern: Text - Seher/Hörer; Medium - Seher/Hörer; Text/Medium - Alltagshandeln. Allen benennt damit die wesentlichen Kontaktstellen für eine Subjekt-Objekt-Verbindung, die sich in die Sinnperspektive der Menschen einfügen lassen.

4.2.1 *Text-Mensch-Beziehung*

Für die augenblickliche Entwicklung des Medienmarktes ist die Unterscheidung zwischen Text und Medium wichtig, da die Text-Seher/Hörer-Beziehung die Diversifizierung des Medienmarktes beschreibbar macht. Schon heute ist die Kodifizierung und Präsentation eines Textes, z.B. von "Jurassic Park", als Filmvorführung, Video, Fernsehausstrahlung, Spielzeug, Werbebericht usw. nur sekundär für die Rezeption. Für die Jungen z.B., die "Rambo" spielen wollen und dabei über dessen Stiefel reden, vermengen sich Filme, öffentliche und private Meinungen, genretypische Requisiten, Starkult usw. zu einem Text auf Seiten der Rezipienten. Auf Seiten des Medienmarktes gibt es strukturierende Medienarrange-

4 "... functions that particular types of programming might serve for particular viewing groups. Watching soap operas, for example, has been explained in terms of the viewer's need for vicarious (ersatzweise, vermittelt, indirekt) social interaction or problem solving", Allen (1992a, S. 128).

5 "... How do television and television viewing fit into the everyday lives, the 'lived experiences' ... of viewers. ...how is the process of making sense of and taking pleasure from television affected by the particular context within which people make use of television?" Allen (1992a, S. 128).

ments, was auch öffentlich z.B. von der Medienberichterstattung wahrgenommen wird. So schreibt die Süddeutsche Zeitung vom 25.2.1994 (S. 30), unter dem Titel "Wie Micky weltweit Mäuse eintreibt" über die "Vermarktungsstrategie von Kinderfernsehen":

"Eine glatte Sache: Donald, Goofy und Micky rutschen auf Schlittschuhen über eine Eisfläche, gefolgt von einer kichernden Kinderschar und zwei notorisch grinsenden Moderatoren. Die ARD-Sendung 'Disney-Club' verbreitet eine Menge gute Laune - und eine Menge freundliche Hinweise auf Disney-Produkte. Auch Thomas Gottschalk ist dem Spaßkonzern auf der 'Disney-Parade' auf RTL gefällig: Er kündigt eine 'Reportage' an, die nichts anderes ist als eine Werbesendung für Disneyworld. Gewinnspiele im 'Disney Club' enden oft mit der Präsentation von Armbanduhren, T-Shirts und Baseballmützen aus dem großen Merchandising-Fundus der weltumspannenden US-Unterhaltungsindustrie. Thomas Gottschalk verliert als Moderator der 'Disney-Parade' bei RTL gerne wohlwollende Worte über den Erlebnispark Euro-Disney oder die neueste Aladdin-Computer-Software ... Der 'Disney Club' ist eine modernisierte Version des 'Mickey Mouse Club', wie er in den späten Fünfzigern in den USA ausgestrahlt wurde. Schon in den Originalsendungen, die Walt Disney selbst moderierte, war stets unterschwellige Werbung enthalten für die Vergnügungsparks, die Konsumprodukte und die neuesten Filme des Konzerns. Auch in den Werbeblöcken auf RTL gibt es Spots für Micky-Maus-Telephone, Donald-Plastikfiguren und Disney-Videospiele. Disneys wertvolles Archiv mit alten Trickfilmen verspricht dabei langwährenden Profit ... Bei der Neuproduktion für das Fernsehen setzt die Firma auf allgemeinverständliche Serien und Cartoons, die sich wie Coca Cola, MacDonald und Michel Jackson weltweit vermarkten lassen. Internationaler Verkaufsschlager des Konzerns sind zum Beispiel die 'Golden Girls', die 1990 für 300 Millionen Dollar an verschiedene Sender vergeben wurden, oder der Spielfilm 'Pretty Woman'".

Spezielle Medienarrangements dominieren zu bestimmten Zeiten. So läuft ein Spielberg-Film nach viel Werbegetrommel eben zuerst im Kino, ist dann im Fernsehen und danach als Video verfügbar. Dafür gibt es die "Dinos" sofort als Gummitiere, Sticker und bei Nintendo, kurz danach als Backform für die Weihnachtsbäckerei.

Die intertextuelle Verknüpfung als strukturiertes Feld individuellen Rezipientenhandelns, in der Regel auf der Basis von Kauf- oder Einschaltentscheidungen, geschieht jedoch nur über einen Text, der die verschiedenen Aspekte oder Figuren eines Films zusammenhält, und zwar auf Seiten der Produktion bzw. Distribution, wie auf der der Rezeption. Unter den Bedingungen eines verflochtenen Medienmarktes und der sich daraus ergebenden Medienverknüpfungen ermöglicht die Kategorie der Text-Seher-Beziehung eine generalisierende Betrachtung, bei der die jeweilige Erscheinungsform (Kodifizierungsform, Präsentationsform) der rezipierten Texte unabhängig in ihrer funktionellen Einbindung in den Rezeptionsprozeß untersucht werden können. Da die Medien-Entwicklung sich im Augenblick aus den eingefahrenen organisatorischen Gleisen des Sender-Empfänger-Modell herausbewegt, ist damit auch die kategoriale Unabhängigkeit von Text und Medium notwendig. Sonst läßt sich Cyberspace als Maschine, Raumerlebnis oder als inter-

aktives Display-Spiel nur und theoretisch unangemessen als Wirklichkeit (Verlust), Welt (Ersatzwelt) u.ä.m. fassen (vgl. die Kritik von Mikos 1992). Mit dieser Entwicklung, daß sich auch Medienensembles und die ihnen zugrundeliegenden Texte auflösen, braucht es ein entsprechendes theoretisches Konzept. Das Konzept des Textes abstrahiert von den Kodifizierungsbedingungen der Medien und betont deren intertextuelle Verbindung. Die augenblickliche kulturelle Entwicklung legt nahe, einen weiteren Abstraktionsschritt in der Argumentation zu gehen und die Kategorie der Alltagsästhetik zu verwenden. Mit dem Konzept der Alltagsästhetik läßt sich die Funktion einer Art von 'leerem' Text als Kristallisationskern für soziale Figurationen erfassen.

Zurück zum Konzept des Textes: Zur Skizzierung von Texten aus soziolinguistischer Sicht (und damit theoretisch offen für Rezeption und deren kommunikative Beziehung) definiert Gunther Kress (1993, S. 221ff.) "Texte als soziale Objekte" ("texts are social objects", S. 221), wobei jede Art von Sprache immer in Texten erscheint ("Language always happens as a text"). Es ist diese soziale Dimension, die die Beziehung der Menschen zum Text als Rezeption theoretisch öffnet. Folgende fünf Herstellungszusammenhänge strukturieren Texte (S. 222ff., S. 229):

- der soziale Funktionszusammenhang des Textes, insbesondere die soziale Differenzierung durch den Text ("What is at issue in this text?");
- soziale Situation der Texterstellung ("What are the crucial characteristics of the social situation in which the text has been, is being made?");
- Quellen repräsentierter Sachverhalte, Ereignisse ("Where does this way of writing or talking about the topic at issue come from?");
- Kommunikationsinteressen ("Are the makers of the text more interested in coming to - seemingly unproblematic - resolution, or are they more interested in keeping the discussion open?");
- Textumfang ("What material circumstances are there which produce limits on the size or scope of the text?"). Hierbei geht es um die kulturabhängige oder kulturspezifische Definition von Texteinheiten (S. 228f.). Die Texteinheiten entstehen schließlich auch mit Annahmen über die Leser bzw. Zuschauer, wieviel von einem Kind z.B. an Aufmerksamkeitsspanne zu erwarten ist u.ä.m. Texteinheiten sind Folgen von Programmschemata, aber auch von sich ändernden Erlebnisweisen. Aktuell ist sicher die Zeiteinheit des Videoclips bemerkenswert, die die Zeiteinheit der Popmusik auf Fernsehen überträgt.

Die Metapher von der Lesbarkeit der Welt

Mit der eingeschlagenen theoretischen Richtung, Rezeption mit der Kategorie "Text" zu verbinden, empfiehlt es sich, über die theoretischen Implikationen nachzudenken. Hans Blumenberg bietet in seiner Denk- und Wirkungsgeschichte der Metapher der "Lesbarkeit der Welt" (1993) den dafür geeigneten Rahmen: Mit dem Wunsch der Menschen, sich die Welt als etwas zu erschließen, das über die

bloße Wahrnehmung hinaus als "ein ganzes von Natur, Leben und Geschichte als sinnspendend" (Blumenberg 1993, S. 10) erweist, entsteht die Vorstellung und Metapher von einer Welt, die sich lesen läßt wie ein Brief oder ein Buch. Je nach Text und seiner Kodifizierung entsteht eine spezielle Art der Weltdeutung und des Weltbezugs. In der Form einer Erfahrungs- oder Mentalitätsgeschichte läßt sich beschreiben, wie sich den Menschen die Wirklichkeit darbietet (S. 15), wie sie diese Beziehung verstehen und einordnen. Das ist ja die hermeneutische Herangehensweise der Sinnauslegung (z.B. S. 21).

So spricht z.B. Jesaja in der Bibel von einem "Himmelsbuch", um apokalyptische Aussagen über die "Empörung Gottes über die Heiden" zu machen (S. 24, S. 314). Der Prophet beschreibt den blutigen Kampf am Jüngsten Tage, aus dem sich die Heerscharen des Himmels zurückziehen, als Zusammenrollen des Himmels gleich einem Buch. Zwischen dem Himmel, dem Reich Gottes, und der Erde, dem Ort der Menschen, erstreckt sich eine symbolische Folie, eine Buchrolle, das Himmelszelt, das die Seite mit den Gestirnen der Erde zuwendet. Wird diese Gestirnseite, der Himmel, aufgerollt und den Menschen entzogen, gehen die astralen Vorzeichen und damit die Wirkungsmacht der Sterne bzw. die das Leben strukturierenden Gesetze verloren; von der Erdseite aus gibt es auf dem einge-rollten Buch nichts mehr zu lesen.

In der Apokalypse des Johannes wird dagegen ein Buch aufgeschlagen und die Ereignisse setzen sich entsprechend der aufgeschriebenen Voraussagen in Gang (Blumenberg, S. 24f.). Das Buch kann auch zum Weltplan werden, den Gott dem Adam zeigt. In diesem Weltplan-Buch ist die Entwicklung nach Generationen aufgeschrieben, eine Abfolge, die die Menschen zur Gewinnung des Heils einzuhalten haben (Blumenberg S. 27). Die Ausdeutung dieses Buches heißt, den Weltplan zu erfüllen, weshalb dann die Textausdeutung, das Behüten und unversehrte Bewahren des Textes zentrale menschliche und priesterliche Aufgabe wird (Blumenberg, S. 28). Das Buch als Weltplan und Heilsplan läßt sich jedoch auch durch mündliche und lebenspraktische Überlieferung ergänzen, so z.B. die katholische Tradition, die zur institutionellen Lehrmeinung auch eine individuelle Interpretation (z.B. durch das Gewissen) notwendig macht. Die Denkfiguren zur Deutung der Beziehung von Mensch und Wirklichkeit mit Hilfe von Text und Lesbarkeit ziehen sich durch die gesamte Mentalitäts- oder Deutungsgeschichte.

Heute bietet die Metapher des Buches und der Lesbarkeit Deutungshilfe, und zwar um den Übergang vom Buch zum Bild (von den Medien her beschrieben), von der Theorie zur Phantasie (von den Rezipienten her formuliert), deutlich zu machen. "Lesbarkeit" unterstreicht für das 20. Jahrhundert die symbolischen Qualität der Wirklichkeit, die zur Lebenswelt wird. Lebenswelt entsteht als subjektive Deutung im Prozeß des Alltags. Was Georg H. Mead oder Alfred Schütz dazu formulierten, betont die symbolische Vermittlung aller Lebensvollzüge, die an die Deutungstätigkeit der Menschen gebunden ist und mit deren Hilfe sie ihre relevante Welt als Lebenswelt aufbauen bzw. sich darin einrichten. Wenn diese Welt, und das zeichnet sich erst mit der Veralltäglichen des Fernsehens in den sechziger

Jahren ab, sich in der Verbindung von Medien und Konsum entwickelt, bekommt die symbolische Vermittlung medien- und konsumspezifische Schienen und Schneisen.

Hier ist die Rückbesinnung auf die Metapher der Lesbarkeit und des Textes notwendig. Zugleich verweist die Metapher der Schiene, der Schneise oder ähnlicher Bewegungslinien auf "Bewegung" als ein wesentliches Definitionselement von Massenkommunikation. Die symbolische Qualität der Massenkommunikation erschließt sich in besonderem Maße über den Text, der aber ganz und gar nicht die Kodifizierungs- und Präsentationsform des Buches hat. Adäquater sind statt der Buch-Metaphern solche der Bilderwelt. Wie sie aufgebaut sind, von den Rezipienten aufgebaut werden, ist einer theorieorientierten Bücherwelt fremd. Bildhafte Metaphern wie die des sich einrollenden Himmels liegen nicht in unserer theoretischen Kulturperspektive; zu sehr dominieren Schrift und der schriftlich gefaßter Text. Als fernsehende Menschen sind sie uns jedoch auch wieder wohl vertraut.

Wichtige Konstitutionselemente einer Bilderwelt der Massenkommunikation sind technische Reproduzierbarkeit, Konsum und Medienmarkt, Individualisierung, mythische Grammatik und Praxis, rezipientenorientierte Texterstellung. Daraus ergibt sich folgende Dynamik: Auf der generalisierenden und Gemeinsamkeit stiftenden Basis der intertextuellen Verbindung von Medien integrieren die Rezipienten hochindividuell Medientexte in ihre Lebenswelt und in ihren Alltag. Diese Deutungs- und Gestaltungsaktivität verdichten sich im Medienmarkt zu schnell veränderlichen medienspezifischen und interpretativen Figurationen, die quasi institutionelle Funktionen für die Entstehung, Veränderung und Konstanz von Lebenswelten und Lebensläufen haben.

Die Bilderwelt ist eine subjektive Welt der Deutung, die vom Buch und den damit verbundenen Bildungsprozessen her bewertet, nur als sekundär, banal, trivial und als Surrogat erscheint. Von der für unser Bildungsdenken noch immer relevanten romantischen Deutung der Lesbarkeit der Welt aus gesehen, sind die modernen Medientexte nur abgeleitete Sekundärwelten. Das Originäre ist dagegen die Welt, die es unmittelbar zu entschlüsseln und zu verstehen gilt. Hans Blumenberg faßt die dafür stehenden Argumente von Novalis zu folgendem Auftrag zusammen (1993, S. 234): "Alles spricht von sich aus, wenn ihm nur das Gehör nicht verweigert wird". Die Beziehung zur Welt wird durch Sinne und Sprache vermittelt: "Der Mensch spricht nicht allein - auch das Universum spricht - alles spricht - unendliche Sprachen"⁶. Das hat seinen Grund in dem, was Novalis mit dem Satz zusammenfaßt: "Die Welt ist ein gebundener Gedanke"⁷. Über das unmittelbare

6 Novalis: Das allgemeine Brouillon. Materialien zur Enzyklopädistik 1798/99 (1983, S. 267f.), vgl. Blumenberg (1993, S. 234).

7 "Die Welt ist ein gebundener Gedanke. Wenn sich etwas consolidirt, werden Gedanken frey - Wenn sich etwas auflöst, werden Gedanken gebunden." Novalis (1983), Fragmente und Studien 1799-1800. Physikalische Bemerkungen. S. 595, Absatz 252,

Angesprochen werden hinaus ist es wichtig, die Grammatik dieser Sprache herauszufinden (Blumenberg, S. 234). Wissenschaft bekommt die Aufgabe, diese Sprache der Natur freizulegen (Blumenberg, S. 236).

Medienlitalität, Medienkompetenz, Medienmündigkeit

Der Gedanke der sprechenden Welt und der zu verstehenden Sprache gehört auch zur pädagogischen Diskussion, derzeit z. B. in Gestalt medienpädagogischer Ziele wie dem der Medienlitalität oder Medienkompetenz⁸. Ausgehend von Sprache und sprachlicher Kommunikation unter spezifischen kulturellen Bedingungen wurde und wird immer noch die für Massenkommunikation notwendige oder wichtige Qualifikation und Kompetenz der Rezipienten beschrieben. Die soziolinguistische Definition von "Media Literacy" bei Gunther Kress (1990, S. 6), betont: "the term 'literacy' needs to be restricted on instances where it is possible to demonstrate a system of categories, rules, codes and coding-orientations, which are understood and available for productive use by the user of the literacy." Litalität bietet die Möglichkeit, die Welt mit dem bedeutungsschaffenden Potential der Texte zu erschließen. ("Literacy has the inherent potential to produce descriptions of the world which are found on the meaning-creating potential of the system itself.", 1990, S. 7.) In diesem Sinne ist Medienlitalität keine Sammlung von medien-spezifischen Fähigkeiten und Fertigkeiten, vielmehr Teil praktischen sozialen und kommunikativen Handelns in einer von Medien strukturierten Alltagswelt oder politischen Welt.⁹

Dafür gelten die sozialen Normen, die für Handeln in einer auf Individualität basierenden Konsumgesellschaft wichtig sind. Die Klagenfurter Projektgruppe Medienerziehung formuliert deshalb auch die Mündigkeit der Menschen als Ziel-perspektive für das Verhältnis Mensch-Medien. Für Klaus Boeckmann (1994b) geht es dabei sowohl um die Reflexion der Medien und um die Art, wie man selber mit den Medien umgeht und in sie involviert ist, also auch um die "Teilnahme an der Medienkultur, die Teil unserer sozialen Wirklichkeit ist" (S. 35). Nicht das bewertende Ausgrenzen unter der Zielvorstellung des Bewahrens ist die Aufgabe der Medienerziehung. Wichtig ist dagegen, die "innere Auseinandersetzung des Rezipienten mit den Medien" (S. 35) zu fördern, wozu "bestimmte Grundeinsichten" gehören, insbesondere auch die Einsicht in die "Massenkommunikation als redu-

vgl. Blumenberg (1993, S. 237).

8 Einen differenzierten Überblick über die deutsche und die amerikanische Diskussion gibt der Konferenzbericht der Bertelsmannstiftung (1992).

9 Vgl. Lancaster Literacy Research Group (1993, S. 127): "... literacy is not a skill, but a set of practices, culturally shaped and embedded in social actions". Das politische, auf Öffentlichkeit gerichtete pädagogische Konzept der "Medien-Mündigkeit" formuliert die "Klagenfurter Projektgruppe Medienerziehung" (das sind Klaus Boeckmann, Günter Stotz und Brigitte Hipfl), vgl. Walther Schludermann (1991).

zierte Form der Kommunikation". Wichtiger Teil von "Medienmündigkeit" ist, die Produktions- und die Rezeptionsseite der Massenkommunikation und deren Zusammenspiel mit Politik, Kommerz, Institutionen, Kultur und Ästhetik zu verstehen. Brigitte Hipfl betont die hermeneutische Aufgabe als Teil von Medienmündigkeit, da "den meisten Erwachsenen ... das Medienverhalten von Kindern und Jugendlichen im Grunde fremd" (S. 38) ist. Kompetenz und Mündigkeit schreiben die Erwachsenen sich selbstverständlich zu, bei Kindern und Jugendlichen sehen sie jedoch nur Defizite. Da die Funktion von Medien im Leben der Kinder und Jugendlichen nicht wahrgenommen wird, fehlt den Erwachsenen der Bezugsrahmen, um Medienmündigkeit von der Lebens- und Identitätsentwicklung der Kinder und Jugendlichen her zu sehen und entsprechend zu fördern. So werden z.B. "Aussagen über mündiges Medienhandeln ... geschlechtsneutral formuliert" (S. 39). Auf diese Weise verdecken vordergründig an Medien festgemachte Kompetenzvorstellungen das Identitätsproblem von Mädchen und Jungen in dieser Gesellschaft.

Hier wird Medienmündigkeit zur Aufgabe, das Leben unter den Bedingungen der Massenkommunikation zu reflektieren und zu verstehen. Barbara Eschenauer (1994) hat diesen Reflexionsaspekt mit der Gleichsetzung von Media Awareness und Media Education herausgestellt.

Wenn sich Medien weiter intertextuell verknüpfen, ist diese Reflexionsmöglichkeit die wesentliche Bildungsaufgabe. Zur Zeit dominiert noch das Bildungsziel des kompetenten Umgangs mit Medien. Aimée Dorr (1992) formuliert und begründet dies funktional gedachte Ziel für die USA folgendermaßen:

"Schools need to educate children to be competent users of communication media and technology. In the industrial and post-industrial countries in which we live, various media and technology are important means of informing and becoming informed, persuading and being persuaded, working and being served by work. To function well in these activities, people must be media literate." (S. 291)

Die Konfliktlinie, wie denn das Verhältnis zwischen Rezipienten und Medien beschaffen sein soll, läuft heute nicht wie im 19. Jahrhundert zwischen Anschauung (Volksschule) und "philologischer Pedanterie" des Altsprachenunterrichts des etablierten Gymnasiums (Nipperdey 1993, S. 456f.), sondern zwischen den schulischen Aneignungsformen des Lesens bzw. Schreibens und den alltäglichen, subjektiven Deutungs- und Phantasieprozessen. Dabei dominierten Verlust-Argumente, die den Bedeutungsschwund des Buches in der Massenkommunikation zugunsten der Bildschirmmedien bedauern.¹⁰ Zunehmend mehr kommt jedoch die "integrative Aufgabe" der Medienerziehung (Tulodziecki 1992) als Konzept zum Tragen.

10 Das Journal of Communication (Winter 1980) mit dem Themenschwerpunkt "Literacy and the Future of Print" gibt einen differenzierten Überblick über die Einschätzung der Literalität als Kompetenz, mit Texten, insbesondere mit Büchern, in einer Gesellschaft, umzugehen, in der Fernsehen dominiert.

Die theoretische Kategorie der Literalität beschreibt die Text-Mensch-Beziehung vom lesenden oder schreibenden Subjekt her. Wenn man Literalität jedoch mit den frühen Buch-Metaphern vergleicht, erschließt sich eine auch für uns relevante Vorstellung von den Menschen als Subjekten, die individuell und sich prinzipiell selbst organisierend ihre Lebenswelt deutend gestalten. Daß sich 'Gestalten' unter den Bedingungen der Medienkommunikation vom uns vertrauten Modell des kreativen Künstlers als Schöpfer abgelöst hat, ist auch klar. Den Zusammenhang von Medienkommunikation und Gestalten zu verstehen, geht nicht ohne eine spezifische hermeneutische Bemühung, wie die Rambo-Aktion in der Schule oder das kurze Gespräch über den Horrorfilm "Frösche" nahelegt.¹¹

Weder ein sich zusammenrollendes Himmelsbuch noch das Richter- und Welt-Buch ziehen dem Menschen als individuelles Subjekt seine Lebenswelt unter den Füßen weg. Das kann der subjektiv konstituierte Mensch nur selber tun. In eine Buch-Metapher gekleidet heißt das, der Leser 'erschafft' sein Buch selber. Dazu hat es in der Romantik die verblüffende Aussage des "leeren Weltbuches" (Blumenberg 1993, S. 300ff.) gegeben. Das leere Buch gibt die gesamte Gestaltungs- und Rezeptionsleistung an die Leser. Kulturhistorisch geht es um die Frage, ob der Dichter in der Rolle des göttlichen Schöpfers, also als Genie, in der Lage ist, das Buch über die Welt, das absolute Buch zu schreiben. "Entweder dem Autor ist die Erfüllung und Ausfüllung der Aufgabe zuzutrauen, das unüberbietbare Buch zu erzeugen, oder die ganze konstruktive Energie ballt sich beim Adressaten, beim Leser. ... Der Leser, in seinem Plural, vertritt das ganze kreative Potential der Gattung, das aufzuwiegen der Autor jenes Genie hätte sein müssen" (Blumenberg, S. 300). Der "Anteil des Autors" beschränkt sich nur auf eine "auslösende Funktion". Noch in den Kategorien des Dichters als Textschöpfer denkend formulierte Novalis 1798: "Journale sind eigentlich schon gemeinschaftliche Bücher. Das Schreiben in Gesellschaft ist ein interessantes Symptom - das noch eine große Ausbildung der Schrifstellerei ahnden läßt. Man wird vielleicht einmal in Massen schreiben, denken, und handeln - Ganze Gemeinden, selbst Nationen werden Ein Werck unternehmen."¹²

Trennt man sich von der Idee des Dichters als Schöpfer, beginnt man dagegen in den Kategorien einer egalitären und auf Individualität setzenden Gesellschaft zu argumentieren, dann läßt sich der zappende oder switchende Fernsehzuschauer (vgl. Gangloff 1994) mit der Fernbedienung in der Hand als Textproduzent identifizieren, der aus der Fülle von Serien, Filmen, Werbung, Berichten sich seinen aktuellen und individuellen Textteppich webt. Die uns bekannte Medientexte, gerade die Schilderung und die Erzählung, lösen sich auf, können 'leer' werden.

11 Vgl. Bachmair (1993, 1994a) und 4.2.3 "Medienanalyse als Rekonstruktion der Bedeutungskonstitution der Rezipienten" in diesem Band.

12 Novalis: Schriften, II, S. 645. Herausgegeben von R. Samuel. Stuttgart 1968, 2. Auflage. Zitiert nach Blumenberg (1993, S. 301).

Sie müssen sich sogar auflösen und müssen leer werden, weil die Rezipienten ihren subjektiven Text als eigenes Arrangement herstellen.

Aktuelles Beispiel hierzu ist die Fernsehserie "Power Rangers" im RTL-Kinderprogramm, das morgens von 7.35 bis 8 Uhr läuft.

"Power Rangers" ist eine Mischung aus bekannten Figuren wie Frankenstein, Gremlins, He-Man, bekannten Genres wie Kung-Fu, Action, Schullebenserien, Fantasy und bekannten Darstellungsformen wie Zeichen- und Puppentrick sowie Realfilmserien. Als Alltagsthemen erscheint Rivalität und Integration in einer Gruppe Gleichaltriger. Der Plot der Sendung entwickelt sich aus dem Antagonismus der Alltagswelt einer Jugendclique und der diese Alltagswelt bedrohenden Fantasywelt der bösen Hexe und Anführerin Rita. Die Monster der Fantasywelt wollen die Jugendwelt zerstören oder erobern. Von den Monstern der Fantasywelt angegriffen, verwandeln sich die Jugendlichen in die Power Rangers. Sie sind dann Figuren in einer Art Motorradschutzanzug mit Motorradhelm, dessen Visier geschlossen ist. Die Power Rangers sind Teil einer eigenen Welt, die von einem Geistwesen geleitet, von dem man nur die Männerstimme hört und von dem nur ein Gesicht auf einem Bildschirm (oder in einem Glasbehälter) existiert. Der Vorspann der Sendung präsentiert die auftretenden Figuren. Danach sieht man, in der Sendung vom 29.12.94, Jugendliche eine Verkleidungsparty vorbereiten. Dieser Teil hat Erzählfunktion und hält die 25-Minuten-Sendung dramaturgisch zusammen. In der Jugendgruppe sind verschiedenen Ethnien (weiß, asiatisch, schwarz), verschiedenen Typen (dick, schön, sportlich, kreativ) und Mädchen und Jungen. Mit der Darstellung aktiven Jugendlebens folgt die Sendung den Serien mit Jugendklamauk und kreativem Alltagsleben Jugendlicher. So bekommt z.B. ein Dicker einen Farbeimer auf den Kopf. Die Themen sind im Feld von Aktivität, Nähe, Eigenständigkeit und kindlicher Rivalität angesiedelt. In der anschließenden Sequenz erscheint die Fantasywelt mit gremlinartigen Tiermonstern (Puppen), einer Hexe und Anführerin, dargestellt durch eine Schauspielerin. In dieser Sequenz erscheint das Monster Frankenstein, eine jugendliche Version der bekannten Filmfigur, und wird in die Jugendwelt geschickt, um diese zu stören oder zu zerstören. Aus der Durchdringung beider Erzählelemente (Jugendleben, Frankenstein bedroht die Jugendwelt) entsteht der Kampf der Jugendlichen gegen die Monster. Die Durchdringung der antagonistischen Welten führt zu Kampf. Im Detail sieht das folgendermaßen aus: Die Jugendlichen akzeptieren auf ihrer Verkleidungsparty den Frankenstein, der dann die Party sprengt und wegläuft, verfolgt von Tommy, der männlichen Führungsfigur der Jugendlichen. Die Verfolgung führt in eine Höhle, in der die Königin der Fantasywelt residiert und die Welt gerade mit Erdbeben erschüttert. Die Jugendlichen verwandeln sich in die Kampffiguren der Power Rangers. Es beginnt eine Kampf im Kung-Fu-Stil mit den Supermonstern der Fantasywelt, die die Welt überfallen haben und sie unterwerfen sollen. Neben dem Kung-Fu-Kampf gibt es Kampffiguren, die aus der Durchdringung von Kampfmaschinen und Urweltwesen wie Dinosaurier entstanden sein müssen. Sie sind als bunte Plastikfiguren erkennbar. Während sich die Fantasyhexe und Königin Rita kommentierend am Kampf erfreut, bekommen die Power Rangers Hilfe von "Dragon", einer Dinosaurierkampfmaschine im Stil des Gozilla. Dragon und Frankenstein kämpfen in einer Großstadtkulisse, die die beiden Figuren riesengroß erscheinen läßt. Der Bezug zum Science-Fiction-Horror-Genre vom Typ Gozilla liegt nahe. Nachdem das Frankenstein-Monster im Kampf

erledigt ist, geht die Jugendparty weiter. Frankenstein taucht wieder auf, entpuppt sich jetzt jedoch als Maske, in der Tommy, die Hauptfigur der Power Rangers steckt.

Das Motiv der Verwandlung von Figuren und der Durchdringung verschiedener, antagonistischer Welten ist durchgängig. Sie liefern die dramaturgische Legitimation der Kämpfe und der verschiedenen Kampfformen. Sie sind auch die dramaturgische Basis für Anleihen aus einer Fülle von Genres, vom Märchen, über die Jugendabenteuerbücher wie die von Enid Blyton, klassischem Horrorfilm wie Frankenstein, Fantasyserien wie Heman, Science-Fiction wie Gozilla oder Kampfserien wie Kung-Fu oder die Ninja Turtles. Die Serie ist ein Konglomerat unterschiedlichster Medien- und Genrezitate und -anleihen, die dramaturgisch nur durch einfache, antagonistische Geschichten und durch Verwandlungs- bzw. Durchdringungsmotive zusammengehalten und offen arrangiert werden.

Fernsehen dieser Entwicklungsphase bietet auf enzyklopädische Weise mythisches symbolisches Gestaltungsmaterial¹³ von hoher Gleichartigkeit und gleichwohl von hoher individueller Gestaltbarkeit und Verfügbarkeit. Der Prototyp ist der verkabelte Rezipient mit der Fernbedienung in der Hand; das aktuelle Modell mit Zukunftschancen sind die Gameboy-Spieler, die sich für ihr interaktives Display-Spiel die Software holen, die zum aktuellen oder gängigen Kino oder Fernsehen gehört (Super Mario, Disney, Jurassic Park usw.). Diese Text-Rezipienten-Beziehung hält sich die Tür zum 18. Jahrhundert und dem Schöpfungsgedanken insoweit offen, als Rezeption nicht mimetische Textproduktion, sondern subjektive Gestaltung ist: thematische Aneignung des symbolischen Materials einer Kultur, symbolische Darstellungen der subjektiven und handlungsstrukturierenden Themen mittels symbolischen Materials, das eine Kultur anbietet. Die Dynamik geht von den handelnden Subjekten und ihrer Lebenswelt aus. Die Beziehung zwischen Medientext und rezipierendem, sich äußerndem Subjekt ist Konsum: individuelle Verfügung über gleichartiges und reproduzierbares symbolisches Material.

Die Vermittlung zwischen Subjekt und Text läßt sich allgemeiner formulieren, allgemeiner deshalb, weil man von unserer spezifischen Situation der konsumorientierten Industriegesellschaft abstrahieren und eine allgemeine kulturelle Beziehung formulieren kann. John Fiske (1992) macht dies in einem wissenschaftshistorischen Rückblick deutlich, indem er zentrale Argumente der britischen Cultural Studies herausstellt.

Ziel der Cultural Studies war u.a. für 'Medien in der Industriegesellschaft' einen anderen Bezugsrahmen zu gewinnen als die selbstverständliche und gängige Ausrichtung auf Massenkommunikation und die isolierte Untersuchung von Medien. Der leitende Gedanke ist die Beziehung zwischen sozialer Situation der

13 Das entspricht der romantischen "Konzeption vom absoluten Buch", das "zwischen den Titeln 'Enzyklopädie' und 'Bibel'" schwankt (Blumenberg 1993, S. 300).

Menschen und der Bedeutung, die sie dem Fernsehprogramm geben ("... necessary correlation between people's social situation and the meaning that they generate from a television program", Fiske, S. 292). Diese Beziehung beinhaltet eine Spannung zwischen der Struktur des Textes und dessen ideologischer Funktion sowie der sozialen Situation der Rezipienten ("... possible tension between the structure of the text, which necessarily bears the dominant ideology, and the social situation of the viewers, which may position them at odds with¹⁴ the ideology"). Rezeption wird somit zum Vermittlungsprozeß zwischen Rezipient und Text. ("Reading and viewing television, then, becomes a process of negotiation between the viewer and the text.") Daraus entwickelt sich, wie Stuart Hall (1980) formulierte, eine bevorzugte Art des Lesens ("preferred reading"), die sich als dominierend, vermittelt ("negotiated") und abwehrend ("oppositional") typisieren läßt: *Dominierend* ist die Rezeption, wenn sich ein Zuschauer zustimmend auf die dominante Ideologie des Textes einläßt. ("The dominant reading is produced by a viewer situated to agree with and accept the dominant ideology and the subjectivity that it produces." Fiske 1992, S. 292.) Bei der *vermittelten* Art der Rezeption bezieht ein Zuschauer seine soziale Position auf den Text, akzeptiert jedoch dessen Ideologie als Bezugsrahmen. ("A negotiated reading is one produced by a viewer who fits into the dominant ideology in general but who needs to inflect it locally to take account of his or her social position." Fiske, S. 292). Bei einer *opponierenden Rezeption* gibt es einen direkten Widerspruch zwischen der sozialen Situation des Zuschauers und der dominanten Ideologie des Fernsehtextes. ("... there are readings produced by those whose social situation puts them into direct opposition with the dominant ideology", Fiske 1992, S. 292.)

Die soziale Orientierung der Rezipienten strukturiert also die Rezeption, indem die "dominante Ideologie" des Fernsehtextes akzeptiert, abgelehnt oder nur partiell intervenierend akzeptiert bzw. verändert wird. Die eigene soziale Situation und die ideologischen Leitlinien einer Fernsehsendung, bzw. allgemein formuliert, eines Medientextes werden von den Rezipienten auf der Basis von Übereinstimmung oder Ablehnung in Beziehung gesetzt, woraus sich komplexe individuelle Rezeptionsformen von singulärer oder auch genereller Art entwickeln.¹⁵

14 at odds with = im Streit mit, uneinig mit.

15 Vgl. dazu die Tradition der konsistenztheoretischen Kommunikationsmodelle (Balance-, Kongruenz- und Dissonanz-Modelle), insbesondere zum Einstellungswandel, die Michael Schenk (1987, S. 103ff.) zusammenfassend beschreibt.

4.2.2 *Einklinken von Medien und Menschen: Rezeption als Aneignung und Gestaltung*

Zur weiteren systematischen Präzisierung der Mensch-Medien-Beziehung ist die Frage nach dem sozialen Ort für das Ineinandergreifen von Medien und Handeln bzw. Rezeption und Alltag interessant.¹⁶ Medienrezeption ist eine Situation der "individuellen Interaktion mit dem Fernsehen" (Mikos 1994, S. 101) und die Verbindung von Medienpräsentationen mit Situationen. Situationen sind "lebensweltliche Verweiszusammenhänge", die sich "als Objektivationen" aus "früheren Handlungen von Subjekten" (Mikos, S. 41) ergeben, und in denen gehandelt wird. Situationen und Handeln sind also miteinander verzahnt, weshalb sich in der Rezeption die technologische Kommunikationsstruktur der Medien und all das, was sie repräsentieren, mit dem subjektiven Handeln verknüpft. Deshalb haken sich auch in der Rezeption zwei in ihrer Logik wesentlich verschiedene Kommunikationsstrukturen ineinander: die Organisationslogik des Informationstransportes mit dem sinnvollen sozialen Handeln. Daraus folgt dann, daß sich die situationspezifischen mit den medienpezifischen Relevanzstrukturen und der "Rezeptionsmotivation" (S. 48) der interpretierenden und handelnden Menschen verbinden. Bislang war die Rezeptionssituation des Leitmediums Fernsehen relativ klar: in der Freizeit und im Privatbereich, also zu Hause, fernsehen. Die Situationen herzustellen und zu strukturieren war damit im wesentlichen von den Themen und der sozialen Dynamik des Zuhauses, also insbesondere der Familie, bestimmt.

Dazu Beispiele aus einer Familie, bei der sich nach Scheidungen Mann und Frau jeweils mit ihren Kindern zum Zusammenleben entschlossen haben. Zur Bewertung, ob diese neue Beziehung gelingt, zieht die Frau die Fernsehrezeption heran. Fernsehen macht die Beziehung enttäuschend, ist aber vertraute Problemursache. Die Frau berichtet, daß ihr Mann in der ersten Ehe ständig den Fernseher eingeschaltet hatte. Nach der Trennung von ihm lebte sie zwei Jahre ohne Fernseher. Sie hat mit den Kindern viel unternommen, mit ihnen gespielt, ist selber ins Theater und in die Öffentlichkeit gegangen. Seit sie nun wieder in einer Familienbeziehung lebt, läuft auch wieder der Fernseher, den der neue Mann und Stiefvater immer häufiger einschaltet, obwohl sie selber gar nicht gern fernsieht. Fazit: Es ist also alles beim Alten geblieben. Die Hoffnung auf Lebendigkeit und der Mann, der - wie bekannt - vor der Glotze hockt. Gleichzeitig ist die Schuldfrage geklärt. Ursache für die Abkehr von einer lebendigen und lebensoffenen, weltoffenen Beziehung ist das Fernsehen. Die Enttäuschung hat ihre definierte und bekannte Ursache. Alles bleibt wie bisher brüchig, unzulänglich, enttäuschend wie bisher. Damit ist aber auch alles kalkulierbar, weil bekannt.

16 Dazu unterscheidet Lothar Mikos (1994, S. 41ff. und S. 99ff.) zwischen der medien-spezifischen Situation der Rezeption einerseits und der Medienaneignung als Integration in den Alltag andererseits.

Fernsehrezeption gibt darüber hinaus die Möglichkeit zum Beziehungsmanagement - Nähe, Distanz und beides gleichzeitig. Die Frau sagt: "Wenn wir mal zusammen nen Film geguckt haben, den ich gern sehen wollte, da hab ich das richtig genossen." Fernsehen bringt also auch für Frau Meier Nähe und Gemeinsamkeit, was sie auch positiv erlebt. Sie wirft aber auch dem neuen Mann vor, Fernsehen als Mittel gegen eine emotionale Beziehung zu ihrem Sohn einzusetzen. Der neue Mann, also der Stiefvater ihres Sohnes, so die Frau, setzt sich abends vor die Fernsehnachrichten, um sich nicht zu ihrem Sohn ans Bett setzen zu müssen und eben auch, um ihm kein "Küßchen" geben zu müssen. Vor dem Fernsehapparat zu sitzen, hilft also körperliche und emotionale Nähe zwischen Stiefvater und Stiefsohn zu vermeiden. Gleichzeitig wehrt sich der neue Ehemann dagegen, daß sich seine neue Frau abends nie zu ihm zum Fernsehen setzt. Kuschelige Nähe oder gemeinsame Vertrautheit will er vor dem Fernseher. Sie will das Fernsehen jedoch dann nicht, wenn der Vorschlag dazu von ihm ausgeht.

Aktuell verändert sich das Verhältnis von Rezeptionssituationen des Fernsehens und die Anbindung an andere Lebenssituationen des Alltags. Es entstehen individuelle Rezeptionsmuster (Hasebrink, Krotz 1992, 1993) als Folge zunehmender medieninduzierter Individualisierung, bei der Medienangebote, Rezeptionssituationen und nicht medienbezogene Alltagssituationen individuell und flexibel miteinander verknüpft werden.

Diese flexible individuelle Einbindung von Medienrezeption in eine Fülle von Alltagssituationen ist eine individuelle Aneignungsleistung. Mikos beschreibt die "Fernsehaneignung" (S. 101ff.) als "Übernahmen der Fernseherzählung in den Alltag der Zuschauer" (S. 101), bei der die Medien auf der Basis der Rezeption eine strukturierende "kommunikative Resource" (S. 101) sind. Zunehmend mehr wird die Rezeption - wann, mit wem, wo, wie - der erste Teil der Aneignung sein, der die Art und Weise der Aneignung der gesehenen Figuren, Geschichten usw. beeinflusst. Die Aneignung ist ein individueller Prozeß der subjektiven und damit thematischen Integration symbolischen Medienmaterials durch die Rezipienten in Alltag und Phantasieinnenwelt.

Auch wenn es aus analytischen Gründen hilfreich ist, Rezeptionssituationen und Medienaneignung zu trennen, fällt Medien- bzw. Fernsehrezeption nicht aus der Logik eines Aneignungsprozesses heraus. Das Familienbeispiel, in dem die Familienmitglieder ihre Nähe bzw. Distanz zueinander mit Rezeptionssituationen regulieren, bei der Fernsehrezeption ein Indikator für die Lebendigkeit einer Beziehung ist, zeigt erneut, daß Rezeption Teil des Alltags ist, gerade auch weil die Menschen als Rezipienten ihren Alltag mit Rezeptionssituationen herstellen und Rezeption in den Alltag übernehmen.

Der Aneignungsprozeß wird interferierend durch das symbolische Material der Medien und durch die Medienberichterstattung, die Werbung für Medien, die öffentliche Diskussion aktueller Medien und deren intertextuelle Einbindung strukturiert. Hierzu ein Beispiel zu "Jurassic Park", Steven Spielbergs Abenteuerfilm mit Dinosauriern.

Aneignung von "Jurassic Park"

Bei der zunehmenden intertextuellen Verknüpfung der Medien werden Rezeptionssituation und Aneignung nicht nur durch die rezipierten Medien und die Relevanz- bzw. thematischen Strukturen der Menschen, sondern auch durch die öffentliche Diskussion und durch andere Medien oder Konsumangebote vorbereitet und beeinflusst. Medienaneignung hat also eine öffentliche und eine private Seite.

Jens, er ist knapp 11 Jahre alt, bringt in einem kleinen Aktenkoffer drei Bücher über Dinosaurier mit in die Schule. Alle drei sind noch vor dem Film erschienen, sie stellen populärwissenschaftlich die Arten der Dinosaurier, ihre Geschichte, Geographie, Umgebung, Biologie vor. Auf diese Bücher angesprochen macht Jens klar, daß er den Film "Jurassic Park" gesehen hat. Die Jugendschutzgrenze liegt in der Bundesrepublik für "Jurassic Park" zwar bei 12 Jahren, sie greift offensichtlich nicht. Wie sollte sie auch! Zu Spielbergs Film gibt es eine breite öffentliche Diskussion, die sich zusammen mit einer scheinbar unerschöpflichen Flut von Spielzeugen, Computerspielen, T-Shirts, Werbung usw. über alle, ob groß oder klein, ergießt. Zudem sind Spielberg und seine Filme bestens bekannt.

Der Lehrer, der Jens' Interesse an Dinosauriern und "Jurassic Park" bemerkte, stellt sich die Frage, wie sich die Figuren, Bilder und Motive mit dem Denken und Fühlen der Schüler verbinden. Deshalb spricht der Lehrer mit Jens über dessen Eindrücke zu "Jurassic Park" (und läßt dabei das Tonband mitlaufen).

Das Superereignis

Daß es eine auf Sensation ausgerichtete öffentliche Diskussion zu "Jurassic Park" gibt, weiß Jens:

"Das ist son Film von Steven Spielberg. Und der hat schon mal n Dinosaurierfilm gedreht. Der hieß Dinosaurierpark. Aber der war nicht so erfolgreich. Da, den wissen viele gar nicht, daß es den überhaupt gibt. Aber jetzt weiß ich, weil ich so ne Zeitschrift, so ne Filmzeitschrift, gelesen hab, die hab ich mir ausgeliehn von meinem Freund, weil und der, weil die, da stand das alles drinne, daß der neuen Rekord hat. Der hat die Millio, Million, zehn, hundert oder was auch immer, irgendne Millionengrenze, auf jeden Fall Hundertmillionengrenze geseh, innerhalb von sechs Tagen überschritten, von dem Geld natürlich, also hundertmillionen Dollargrenze. Und äh, das hat davor nur Batmans Rückkehr in sieben Tagen geschafft."

Gewaltfilm?

Wie sieht die öffentliche Rezeption aus, in die sich Jens per "Filmzeitschrift" eingeklinkt hat? Sie begann mit dem Thema Gewalt / Kinder / Medien, das seit geraumer Zeit die Argumentationsmuster liefert. Anfang August 1993 "rügen" "CSU-Politiker den Dinosaurier-Film" und fordern eine "Altersbeschränkung". So berichtet ap am 4. 8.1993 (in der Augsburgener Allgemeinen auf Seite 1):

"Angesichts des Kinostarts des Dinosaurierfilms 'Jurassic Park' von US-Regisseur Spielberg hat die CSU schärfere Altersbeschränkungen für Kinofilme gefordert. Es

müsse sicher gestellt werden, 'daß dieser Phantasiestreifen mit menschenfressenden Sauriern und kinderjagenden Killer-Dinos Jugendlichen frühestens ab 16 Jahren zugänglich gemacht wird' ... Nach 'allen Untersuchungen' seien Gewaltdarstellungen 'mitursächlich für die Bereitschaft junger Leute, Probleme mit Gewalt zu lösen'."

Die Hessisch Niedersächsischen Allgemeine vom 16.9.1993 schickte dazu sogar einen Reporter ins Kino. Von der elfjährigen Lisa-Marie, die sich so etwas normalerweise nicht anschaut, heißt es:

"Mehrfach während des Films hält sie Hände und Jacke vor die Augen. Als ein lebender Stier und eine lebende Ziege den Dinos zum Fraß angeboten werden, ruft sie: 'Oh nein!'. Am Ende findet sie das Gesehene aber doch 'ganz gut'. 'Toll', begeistert sich Andreas, aber der ist erfahren in Sachen Schockszenen. Filme 'wie Terminator' oder 'Killeraligatoren' im Fernsehen haben ihn abgehärtet."

Diese Szenen mit der lebenden Ziege bzw. mit dem Ochsen kommentiert auch Jens:

"Naja, und dann fand ich auch noch blöd, das mit dem, wo sie den großen Ochsen da in das Gehege reingehoben haben. Und dann war der, das Ding durchgerissen. Und das fand ich blöd, weil, wenn der das durchgerissen hätte, wieso hat er das dann nicht in der Luft durchgerissen? ... Aber dann fand ich auch noch blöd mit der Ziege da, wo sie die Ziege so zum Locken hingemacht haben, für den Tyrannussaurus Rex, daß man den sieht. Und angenommen das wär jetzt echt, dann, dann immer ne Ziege nur daß die, opfern, nur daß die Besucher das sehen können, das fand ich, das fand ich nicht gut."

Jens hat mit "opfern" ein gutes Argument gefunden, sich von beiden Szenen zu distanzieren. Wichtig ist die Einordnung als Opferung. Dadurch gelingt es, die Szenen, in denen die Tötung der Tiere im wesentlichen in der Phantasie der Zuschauer abläuft, als Teil der Tiefenstruktur der Filmgeschichte bzw. Spielberg-scher Filme zu erahnen und sinnvoll, d.h. bewertbar zu machen. Hier öffnet sich Jens einen eigenen Weg der Filmverarbeitung und geht damit ein Stück weit von der öffentlichen Rezeption weg.

Dino-Rummel und Dinosaurier-Experten

Die öffentliche Diskussion zu "Jurassic Park" wandte sich schnell vom Thema 'Gewalt und Medien' ab. Das Interesse an den Dinos und des zugehörigen Konsumangebots schob sich als erstes in den Vordergrund: "Vom sauren Saurier bis zum Dino-Schuh. Am Start des neuen Urechsen-Films verdienen viele mit." (Augsburger Allgemeine, 28.8.1993). Die Computer-Discounter ESCOM warb z.B. Ende September mit einem Dinosaurier: "Software Saurier gezähmt". Naturkundemuseen warben mit Dinosauriern für ihre prähistorischen Abteilungen. usw. Die Münchner Abendzeitung vom 4./5.9.1993 lag mit Kurzinterviews auf der gleichen Linie. Auf die Frage "Was reizt Sie so an den Dinosauriern?" antworteten drei Jungen (10, 11 und 13 Jahre): "Es interessiert uns total, wie die Dinosaurier früher gelebt haben. Wir haben auch Bücher über Saurier, Plüschtiere und Aufkleber, sind also Experten auf dem Dino-Gebiet". Der Saurier- bzw. Dino-Experte ist eines der wesentlichen

Muster der Rezeption. Die Zeitschrift GEO wirbt für ihr September-Heft "Dinosaurier" z.B. im renommierten ZEIT-Magazin (27.8.1993) mit Realbild und Modell eines Sauriers unter der Überschrift "Die Saurier: Dichtung und Wahrheit". Das bunte Lifestyle-Magazin Max brachte ein Titelblatt zum Ausklappen mit einer urweltlichen Saurierszene mit der Überschrift "Die Dinos sind los! Mythos. Monster. Megatrend". Es folgt ein dreizehnseitiger differenzierter Bericht mit den Schwerpunkten 'Lexikon der Saurierarten, Naturgeschichte der Saurier' und 'Filmproduktion, Vorgeschichte des Films'. Das Wochenmagazin "Stern" erweitert in seiner Ausgabe vom 2.9.1993 sein Titelblatt sogar auf vier ausklappbare und beidseitig bedruckte Seiten ("Acht Seiten Saurier Panorama") mit einer szenischen Darstellung der Saurierarten, die auch präzise benannt werden (z.B. "Diplodocus", "Krokodil"). Das Heft bringt von Seite 54 bis 76 differenzierte Berichte über die Filmproduktion und die Naturgeschichte der Saurier, einschließlich des Standes der Forschung.

Distanzmechanismus: Wissenschaft

Die Herangehensweise von "Max" und "Stern" treffen sich mit Jens fachmännischen Argumenten zur Klassifizierung der Saurier:

"Mhm, der, die, die Pflanzen da, die großen, die Protosaurier. Das sind, hab ich auch gelesen, weil ich, ich beschäftige mich auch damit, mit den, den Dinosaurier äh Sachen da, hab ich auch ein paar Bücher. Das ist der größte Dinosaurier, den es jemals gab und der hat das selbe Gehirn, wie eine Fliege hat. Und der hatte viel zu wenig Gehirn für seine großen Massen an Körper. Und der hat sich meist nur im Wasser aufgehalten, weil da konnte er die Unmengen Tonnen besser bewegen. Und der war Pflanzenfresser. Also Vegetarier könnt man."

Distanzmechanismus: Unrealistisch, fiktiv

Die Machart des Films hilft Jens, den Film als fiktiv und damit unrealistisch einzuordnen und damit Bedrohliches von sich wegzuhalten:

"... das kann man ja gar nicht machen, daß man Dinosaurier wieder zu Mensch, also zur, also wieder erweckt zum Leben. - Und, das geht auch gar nicht. Und deshalb hab ich mir immer gedacht, na. Ich hab mich da auch nicht gefürchtet, eigentlich."

Die fehlende Realitätsnähe von Details der Geschichte helfen Jens sein Konzept von der fiktiven Geschichte zu begründen:

"Und dann fand ich auch noch komisch, daß die immer solche, so komische Gewehre hatten, mit diesen blauen Blitzen oder was das war. Also sowas gibts doch gar nicht in echt, so blaue Blitze. - Ja, na am Anfang, wo dieses Container geschoben haben, warn se doch alle so mit diesen blauen Blitzen da geschossen oder so. Und das frag ich mich immer noch, was das war. Weil Lasergewehre oder sowas gibts ja gar nicht."

Distanzmechanismus: Grotesker Witz

Zumindest im bewußten Bereich hilft Distanz zum Film, Angst oder ähnliche Gefühle wegzuhalten. Grotesker Witz unterstützt Jens' Distanz. Das zeigt sich bezüglich einer Szene, von der gerade junge Erwachsene emotional betroffen berichteten. Der Saurier hat die Hauptfiguren des Films, zwei Kinder, tödlich bedroht, frißt dann jedoch eine eher weniger sympathische Nebenfigur, einen Mann, der sich in einem Toilettenhäuschen versteckt hat.

Jens bemerkt zur Aussage des Lehrers: "Da sind ja ne Reihe Leute ... gestorben in dem Film.": "Mhm, ah zwar nicht echt, aber, aber doch auch schon. Und aber da war noch Witziges drin. Wie der eine, wo der eine auf dem Toilettenhäuschen saß und da kam der Tyrannosaurus Rex: Kann man denn niemals mehr in Ruhe sitzen."

Das unerwartet Groteske wird auch als witzig eingeordnet.

"Naja, das ist, das fand ich sehr witzig, na eigentlich nicht witzig, aber das war so Nervenkitzel, wo die Frau so sagte: Ah, da sind Sie ja. Hat den Arm gegriffen und da war es nur noch der Arm da."

Distanzmechanismus: Kenntnis des Genres

Gefragt, ob er sich "vor irgendeiner Szene gefürchtet" hat, vergleicht er "Jurassic Park" mit einem Film der ihn emotional sehr bewegt hat:

"Nee. Eigentlich nicht, weil ich hab mir immer gedacht, daß ist ja alles nicht wahr. Und das war naja, also nicht. Aber mal bei dem Film, der hieß 'My Girl', da hab ich fast geweint, weil das so traurig war, da hat der Junge, der war gegen Bienenstich allergisch. Und da ist er gestochen worden, und dann starb er. Da, da, das war, hat meine Mutter auch geweint."

Weil Jens mit dem Genre vertraut ist, kann er emotional überfordernde oder verwirrende Episoden einordnen. Auf die Frage, ob er eine Szene "gruselig" fand, in der die Hauptfiguren erneut tödlich bedroht sind (diesmal von einem Auto, das auf sie zu stürzen droht), benennt Jens eine Leitlinie des Genres:

"Ich wußte genau, daß die nicht sterben, weil das auch auf dem Plakat war. Und das, solche Filme, bei denen, ich find das auch, es sterben eigentlich immer nur die Bösen, die Guten die bleiben. Die werden vielleicht verletzt höchstens. Das find ich immer auch bei Filmen blöd. Immer das Gute gewinnt. Und das Böse verliert einfach immer bei diesen Filmen. (Frage: Und bei dem "Jurassic Park" hättest du dir das anders gewünscht? Daß die Bösen gewinnen?) Nein. Auch nicht so, aber am besten wärs gewesen, wenn am besten so gar keiner stirbt und wenn zum Ende dann irgendwie so, na, ich weiß es nicht. (Frage: Wenns gut ausgeht.) Ja, das hab ich immer lieber. Und wenn keiner stirbt oder so."

Medienaneignung als Gestaltung

Zieht man sich aus der kommunikationstechnologischen Argumentation und aus der Denkfigur zurück, die Textproduktion sei der auch die Rezeption prägende Schöpfungsakt, und folgt man dem Gedanken, Konsum sei die für die entwickelte Industriegesellschaft die maßgebliche Aneignungsform, dann kommt man nicht umhin, die subjektive und kommunikative Aneignung theoretisch in den Mittelpunkt der Begriffsentwicklung zu stellen. Der Veränderung der Rezeptionssituation infolge der Verschmelzung mit vielen anderen alltäglichen Situationen und Handlungen läßt es auf Dauer theoretisch nicht mehr zu, den Rezeptionsprozeß vom Aneignungsprozeß abzutrennen. Michael Charlton (1993) hat dafür auch eine Begriffsbildung vorgeschlagen, die konsequent vom Subjekt her argumentiert. Er strukturiert begrifflich die Medienaneignung als eine Folge "kommunikativer Akte und sozialer Handlungen" (S. 11), die auch die Rezeption, also Situation, Handeln, Deuten usw. sozusagen vor dem Fernsehapparat, einschließt. Medienaneignung kann auf mindestens drei Weisen erfolgen (S. 13ff.),

- als "soziales Handeln", also "in der sozialen Interaktion mit anderen Personen", z.B. indem man mit anderen vor, während oder nach der Rezeption über das Medium spricht,
- als "para-soziale Interaktion", in der "inneren Auseinandersetzung mit Medien, indem man sozusagen mit dem Autor über seinen Entwurf der Wirklichkeit kommuniziert",
- als "verinnerlichter Dialog", eine Art der "identitätsstiftenden Intrakommunikation, indem man sich mit sich selbst über die Möglichkeit zur Zustimmung zum eigenen Handeln und zur Anerkennung der eigenen Person verständigt".

In einer zweiten Dimension unterscheidet Charlton zwischen dem Grad der Distanzierung der Menschen zu den Medien. Es gibt mindestens unterschiedliche Reflexions- oder Distanzniveaus, indem die Menschen "über Medien sprechen" oder "mit Medien handeln" (Charlton 1993, S. 14). Daraus ergibt sich für Charlton folgende "Klassifikation von Erscheinungsweisen der Medienkommunikation (S. 15):

	soziales Handeln	para-soziale Interaktion	verinnerlichter Dialog
Über Medien sprechen	Mediengespräche Reinszenierung in der Gruppe spontanes Vorlesen	kontrolliertes Vorlesen	Themengestaltung in freier Nacherzählung oder freies Nachspielen mit Selbstbezug
Mit Medien handeln	soziale Verwendung von Medien	systematische Zu- und Abwendung zum / vom Medium. Identifizierung oder Distanzierung von Medienaussagen	Voreingenommene Auswahl von Medieninhalten

4.2.3 *Medienanalyse als Rekonstruktion der Bedeutungskonstitution der Rezipienten*

Medien sind nicht mehr primär Abbilder von etwas, sondern Teil der Lebenswelt. Die Menschen integrieren Medien in der Medienkommunikation und in Prozessen der Bedeutungskonstitution in ihre Lebenswelt. Die Mensch-Medien-Beziehung ist deshalb eine hermeneutische Beziehung mit zwei Spannungspolen. Einen Spannungspol bilden die im Medientext objektivierten Mitteilungen, Geschichten oder auch Verweise auf andere Medien o.ä.m. Medientexte enthalten neben den offensichtlichen symbolischen Darstellungen eine Tiefenstruktur. Den zweiten Spannungspol setzt das Publikum und seine symbolischen Aktivitäten. Die aktuelle Mensch-Medien-Beziehung läßt sich nur dann angemessen rekonstruieren, wenn beide Pole über eine semiotische Analyse der Bedeutung des Medientextes und über eine Rezeptionsanalyse konkret und wechselseitig aufeinander bezogen werden. Bei der semiotischen Analyse geht es gerade darum, die Tiefenstruktur eines Textes zu erfassen.¹⁷ Die Text- und die Rezeptionsseite der Medienkommunikation läßt sich mit dem Konzept der Tiefenstruktur und mit dem sinnorientierten Modell von Kommunikation als Aneignung und Entäußerung operationalisieren.

Tiefenstrukturen von Texten

Tiefenstrukturen von Texten beziehen sich auf Repräsentation und Rezeption von Texten. Sie sind Verweise auf andere Texte, auf Alltagswirklichkeit, individuelle Lebenserfahrungen oder subjektive Themen, die ein Text prinzipiell enthält. Tiefenstrukturen von Texten, z.B. von mythischen Texten, erschließen sich nicht nur über die jeweiligen aktuellen und tradierten Motive und Inhalte, sondern über die Art des textuellen Arrangements, wobei die "Art der Klassifikation durch Mythen-erzählungen" (Frank 1988, S. 16) offen ist für mögliche gesellschaftliche oder kommunikative Handlungen.¹⁸

Tiefenstrukturen des Films sind Strukturen und Quellen, die 'hinter' der offensichtlichen Filmgeschichte bzw. den offensichtlichen Eigenschaften der Filmfiguren liegen. Werden sie vom Rezipienten wahrgenommen, ergeben sich komplexe Interpretationsmuster, die den 'offensichtlichen' Teilen des Films neue Bedeutung geben.

17 Zum Konzept der Tiefenstruktur im Kontext der Rezeptionsanalyse vgl. auch Peter Wuss (1990, 1993).

18 Vgl. dazu das entsprechende dreischrittige Argumentationsmuster von Manfred Frank (1988, S. 15f.): Erzählstoffe, grammatische Struktur und praktisch kommunikative Funktion.

Ein Beispiel zu "Jurassic Park": Der zehnjährige Jens, der über den Film "Jurassic Park" gefragt wird, spricht von Opfer: "... dann immer ne Ziege nur daß die, opfern". An einer anderen Stelle meint er: "... daß man Dinosaurier wieder zu Mensch, also zur, also wieder erweckt zum Leben." Die Verbindung der Figuren der Dinosaurier mit Menschen und das Motiv des lebendigen Opfers öffnet die Filmgeschichte für alte Mythen, die sicher die Faszination des Films erklären können. Vermutlich verweist die spezifische Überlagerung angedeuteter Mythen mit der vordergründigen Filmgeschichte auf die subjektiven und kollektiven Themen, die dieser Spielberg-Film, ebenso wie die anderen großen Erfolge Spielbergs, bei einem Massenpublikum ansprechen. Zwar sind die Tiefenstrukturen im Film angelegt, insbesondere in der Verbindung mit anderen Motiven, Geschichten und Figuren des Massenkommunikation, sie werden jedoch von den Rezipienten auf der Basis ihrer Alltags- und Lebensthemen gestaltet und in einem Prozeß der Medienkommunikation zur Sprache gebracht.

Rezeptionsanalyse

Bei der Rezeptionsanalyse liegt das empirische Problem in der strukturellen Veränderung des Publikums. Es ist, im Gegensatz zur Zeit der Einführung des Fernsehens, in seiner Zusammensetzung weder statisch noch passiv. Deshalb lassen sich heute Rezipienten nur dann adäquat beschreiben, wenn man sich in die Denk- und Handlungsperspektiven der Menschen und in ihre Milieus als ihren jeweiligen Sinn- und Bezugsrahmen versetzt. Der quantitativen Forschung gelingt in der Regel nur, das Publikum von außen zu vermessen. Dazu taugten bislang die Maßeinheiten Alter, Einkommen, Bildung, Geschlecht. Sie repräsentierten den schichtspezifischen Aufbau des Publikums. Warum sich jemand dem sprachlosen Ritual des Wrestling zuwendet, andere, die Streetball-Fans, einen Lebensstil des Aushandelns lieben, bleibt dabei ohne Erklärung. Wrestling- und Streetball-Fans leben in verschiedenen sozialen Welten mit dafür typischen Inszenierungen, Umgangsformen und Konsumvorlieben. Stetigkeit im Konsum gibt es auch nur dann, wenn Konsum zu einem Stil gehört. Die Konstruktion dieser individuellen Lebenswelten erfordert folgende neue Beschreibungskategorien:

Subjektive Themen: "Themen" beschreiben die Sinnperspektiven der Menschen als Baumeister ihrer eigenen Lebenswelt. Streetball entspricht z.B. dem Thema der Nähe, der Gemeinsamkeit verbunden mit Selbstdarstellung.

Lebensphasen und Lebensgeschichte: Die Themen der Menschen ändern sich nach Lebensphasen. Ob jemand auf der Suche nach einem Lebenspartner ist oder Erfahrungen mit erotischer Freundschaft macht, ist eine Frage der Lebensphase. Die verschiedenen Game Shows treffen typische Themen von Lebensphasen recht gut: "Straßenflirt" spricht Zuschauer in der Lebensphase erotischer Kontaktaufnahme an, die "100 000-Mark-Show" jedoch Menschen, die Lebenspartnerschaft erproben.

Soziale Stile, Milieus und soziale Situation: Stile und Milieus entwickeln sich aus den vertikalen Schichten der fünfziger Jahre und werden zu wichtigen horizontalen Gliederungssegmenten unserer Gesellschaft. Für Ende der achtziger und Anfang der neunziger Jahre hat Gerhard Schulze (1988, 1992) für die "Erlebnisgesellschaft" fünf kulturelle Segmente gefunden: "Niveaumilieu", "Harmoniemi-lieu", "Integrationsmilieu", "Selbstverwirklichungsmilieu", "Unterhaltungsmilieu".

Nutzungsmuster: Die Milieus unterscheiden sich nach Alltagsästhetik, existentieller Orientierung, Leitbildern, Werten, Denk- und Handlungsstilen. Daraus ergeben sich unterschiedliche Nutzungsmuster, z.B. die der "Entspannungssucher", der "Mediensurfer", der "Gefühlsbetonten", der "Actionfans".¹⁹

Intertextualität: Den einzelnen Film, die einzelne Serie gibt es nicht mehr. Medienangebote und Medienerlebnisse sind ineinander verwoben. Zwar dominiert die Präsentationsform des Laufbilds. Der gemeinsame Kern ist jedoch ein allgemeiner Text, der sich aus alten und aus aktuellen Motiven (und Medien) speist.

Freds Bilderwelt - Fallbeispiel einer Rekonstruktion

Ein junger Mann, Fred, malt in einem Jugendzentrum zwei Wochen lang an einem großen Bild. Zu sehen sind mehrere Kernkraftwerke, aus denen Lava heraus fließt. Als das Bild fertig ist, erklärt er es. Dazu verwendet er Ausschnitte aus den Filmen "China-Syndrom" und "... Jahr 2022 ..., die überleben wollen", die er irgendwann gesehen hat.

"China Syndrom" ist ein Politthriller, in dem eine Journalistin die Hintergründe eines Reaktorunfalls aufklärt. Der Cheftechniker des Reaktors verliert dabei sein Vertrauen in die Kalkulierbarkeit der Technik, wehrt sich gegen Betrugsmanöver und wird deshalb von den Kraftwerksbetreibern als Psychopath erschossen. Der Science-Fiction-Film "... Jahr 2022 ..., die überleben wollen" beschreibt das inhumane Leben nach einer Atomkatastrophe. Ein Polizist stellt fest, daß sein Freund in einer Euthanasieklinik getötet und zum Nahrungsmittel verarbeitet wird.

Fred hat sich das Thema für sein riesengroßes Gemälde selbst gesucht. Während er tagelang malt, hat er Zeit, sich Gedanken zu machen. Alte Familienkatastrophen und die Reaktorkatastrophe von Tschernobyl (die damals ein Jahr zurücklag) tauchen auf, werden für ihn soweit faßbar, daß er auch darüber reden kann: "Tschernobyl brennt", weil "der Kernreaktor halt zu wenig Wasser hatte." Was dabei in einem Reaktor passiert, beschreibt er mit Hilfe eines, wie er sagt, "Spielfilms", der ihm als Erklärungsmuster für die Reaktorkatastrophe von Tschernobyl dient:

19 Dies sind die Kategorien der Sinus-Studie für Pro 7; SINUS (1994), vgl. Berthold Bodo Flaig, Thomas Meyer, Jörg Ueltzhöffer (1993).

"... wenn die Stäbe richtig heiß, ... da gibts dann ringsum Wasser und auf jeden Fall werden die dann gekühlt. Und hier ist genau das passiert, was in Tschernobyl passiert ist."

Er beschreibt den technischen Ablauf der Katastrophe wie im Film:

"... daß halt keine Kühlung mehr da ist, falsch angezeigt worden ist und der ganze Reaktor normalerweise explodiert ..."

Nach weiteren Details, wie ein Kernkraftwerk funktioniert, betont Fred, daß Verantwortungslosigkeit, Vertuschen, Manipulation und Gewinnsucht zur Katastrophe geführt haben. In seiner Argumentation folgt er detailgenau dem Film, der sowohl den technischen Ablauf der Katastrophe als auch die moralisch politische Verantwortungslosigkeit, die Voraussetzung für technische Fehler war, und den lebensgefährlichen Kampf weniger mutiger Männer und Frauen zeigt.

Fred schiebt in seine Schilderung der Reaktorkatastrophe zentrale Episoden des Science-Fiction-Films ein, um zu erläutern, wie eine Welt in Harmonie vor der Atomkatastrophe aussah. Der Science-Fiction-Film gibt ihm die Bilder, mit denen er bedrohtes Leben, unermessliche Unterdrückung als Folge einer Atomkatastrophe und die Hoffnung, die aus einer harmonischen Vergangenheit herüber gerettet wurde, beschreibt. Fred zitiert dazu eine Filmepisode, in der ein alter Mann vor seinem Tod in einer Euthanasiaklinik einen Film über unzerstörte und harmonische Natur sehen darf, und eine Filmepisode, bei der Menschen bei einer Hungerdemonstration wie Müll von Baggern und Planierwalzen vernichtet werden.

"Dann wollt ich halt darstellen, daß es, wies vorher war. Wie die Welt vorher war. S gibt ja etliche Filme, wo gezeigt wird, aha, zerstört, Atomkrieg, die Menschen leben weiter, aber keiner zeigt, wies vorher mal war. Ja doch, in einem einzigen Film. Da gibts dann keinen Sauerstoff mehr, kein Leben, gibts nur noch so, so Zellen. Und die Menschen, da gibts dann nur noch grünes Brot zum Essen. Und das ist Menschenfleisch. ... Und der da zeigen gibts dann wenn de dich ein ... der eine ... sagt dann ganz zum Schluß, ich will mich einschläfern, ne. Kannst ja genau aussuchen, was ... da zum Schluß angucken willst, ne. Und der hat sich, der hat die die Welt noch nie so gesehen noch nie, ne, wie wir sie jetzt sehen. N Bussard am Himmel. N Adler und so, ne und die Wiesen alles s normal, gehört zum Frühling und zum Sommer, und die kannten aber nur diesen Hintergrund, nur grau. Grau in Grau. Große Bagger. Se alles platt planiert haben. Demonstration. Wenn man die Polizisten ... Gummiknüppel und dann richtige Planierwalzen, ne, die einfach auf die Menschen zu, gerade runter, rein, schaufeln über sich weg und hinten abgeladen haben. Die dann zur Vernichtung gebracht haben oder so, ne. Und der hat sich dann ... ist dann gezeigt, eh hat er gesagt, ich kann in dieser Welt nicht mehr leben, ich halts nicht mehr aus, weil er wußte, was das Brot war, ne! ... Keiner wußte, was es war, und er ist dahinter gegangen, und er hat noch einen jungen Freund gehabt, und er hat gesagt, ich darfs dir nit sagen, ne, wenn das rauskommt, dann werd ich getötet. Also der Freund ist dann zum Schluß noch angeschossen im Zelt und hat gesagt, sags jetzt, sagts mir, was es is, ne. Mit letzter Kraft hat ers rausgeschrien im Zelt, ne, richtig rausgeschrien. Grünes Brot ist Menschenfleisch, ne."

Fred verweist in seiner Erläuterung zu seinem Bild auf bedrohliche, aktuelle Erfahrungen: die Katastrophe von Tschernobyl und auf seine ganz persönlichen Katastrophenerfahrungen aus seiner Kindheit, insbesondere die gewalttätige Auseinandersetzung zwischen Vater und Mutter. Die beiden Filme, "China Syndrom" und "... 2022 ..., die überleben wollen", präsentieren Horrorvisionen vom Ende der Menschlichkeit: "China Syndrom" zeigt im Genre des Politthrillers, wie Korruption zur Katastrophe in einem Nuklearreaktor führt. "... 2022 ..., die überleben wollen" schließt sich in der denkbaren historischen Entwicklung dem Reaktorunglück an. Der Film schildert das Leben der Menschen nach der Nuklearkatastrophe als buchstäblich kanibalsch. Filmzitat (Aussage der Hauptfigur Thorn):

"Sie machen unsere Nahrungsmittel aus Menschenfleisch. Es dauert nicht lange, und sie werden Menschen züchten zur Ernährung, wie Vieh. Sag ihnen die Wahrheit, sag es allen."

Mit dem Horror vom Ende der Menschlichkeit öffnen sich beide Filme für die Hoffnung auf Rettung durch einzelne Mutige. Das paßt zum Genre; im Politthriller stellen sich Helden der politischen Bedrohung durch skrupellose Ausbeuter und Gangster mutig entgegen. Im Mittelpunkt stehen bei beiden Filmen Recherche und Aufklärung als Mittel gegen den gigantischen Betrug. (Das unterscheidet den Politthriller vom Action-Genre.) In "China Syndrom" gibt es zwei Träger dieser Aufklärungsfunktion: Eine Frau, die mutige, junge Reporterin, die der Wahrheit und gesellschaftlichen Verantwortung verpflichtet ist; und der Cheftechniker, der die Korruption aufdeckt, dies jedoch mit dem Leben bezahlt. In "... 2022 ..., die überleben wollen" ist es der Detektiv, der sich nicht einlullen oder mit bescheidenen Privilegien kaufen läßt, der statt dessen den Kanibalismus der Gesellschaft aufklärt und die Wahrheit herausbrüllt.

Neben der Hoffnung auf Aufklärung und den widerständigen Mut des einzelnen, gibt es in beiden Filmen den sich opfernden Vater. Auf den mißverstandenen und sich opfernden Cheftechniker in "China Syndrom" verweist Fred nicht. Fred bleibt mit seinen Zitaten aus "China Syndrom" in der Form des technischen Berichts und der technischen Erklärung. Die in diese Erklärung eingeschobenen Szenen aus "... 2022 ..., die überleben wollen" stellen jedoch den sterbenden väterlichen Freund in den Mittelpunkt.

"... der eine ... sagt dann ganz zum Schluß, ich will mich einschläfern, ne. Kannst ja genau aussuchen, was ... da zum Schluß angucken willst, ne. Und der hat sich, der hat die die Welt noch nie so gesehen noch nie, ne, wie wir sie jetzt sehen. ... Bussard am Himmel. N Adler und so, ne und die Wiesen alles s normal, gehört zum Frühling und zum Sommer ..."

Hier weist die Utopie in die gute Vergangenheit. Der Film verwendet dazu einen Film von der heilen Natur (Tiere in unzerstörter Landschaft) plus 'klassische' Musik (Ausschnitte aus Symphonien von Beethoven und Tschaikowskij), den der sterbende alte Mann sehen darf und der ihn an das Leben vor der Katastrophe

erinnert. Diese Utopie vom sich opfernden Vater, ist der Gegenentwurf zur Kindheitserfahrung Freds, in der der aggressive Vater die Mutter bedroht hat.

Mit der auf Filmerlebnissen basierenden und zitathaft verwendeten Filmsymbolik gelingt es Fred, seine Erfahrungen und seine Themen aufeinander bezogen zur Sprache zu bringen. Seine Thematik verbindet sich mit der Symbolik tödlicher Bedrohung, die er in seine Erfahrungen, in einer fragilen Welt zu leben, einordnet. In Freds Erläuterung zum Film 'Katastrophen' und in seinem Kommentar zu seinem Bild 'Verschüttet' fügen sich drei Bewegungen oder Bereiche zusammen, die eine spezifische Lesart für beide Filme nahe legen. Sein Denken und Handeln erscheint durch überschießende Energie und Aktivitätsdruck veranlaßt. Er fühlt sich zudem bedroht. Immer wieder beschäftigt er sich mit Innen-Außen-Beziehungen (Aufbrechen, Einschließen, Explodieren, Ausströmen), die unklar in der Form sind. Als zweites ist für die wesentlich, in einer zerbrechlichen Welt zu leben, was mit bedrohlichen Brüchen in seiner Kindheit zu tun hat. Die Erfahrung mit der Katastrophe von Tschernobyl entspricht seinem Thema des Bedrohtseins und des Ausbrechens bis zur Explosion. Als drittes Moment keisen seine Medienerlebnisse und Filmsymbolik um folgende Punkte: Vom Menschen verursachte Katastrophen und fehlende Vorsicht sind eine tödliche Bedrohung. Es gibt technische Möglichkeiten, das Bedrohliche in der Tiefe zu erkennen und zu demonstrieren. Die Qualität des Innern ist amorph. Was von Innen nach Außen explodiert oder fließt, ist nicht aufzuhalten und von zerstörerischer Gewalt. Ein minimaler Anlaß führt zum Ausbruch einer Katastrophe.

Über diese Themen verbindet Fred die Filme "China Syndrom" und "... Jahr 2022 ..., die überleben wollen" mit einem Dokumentarfilm über Naturkatastrophen und dem Kriegsfilm "Platoon". Was charakterisiert 'seine' Filme? Die für ihn relevanten Filme ordnen sich thematisch um den Pol: aufklärerisch und damit erklärend, an der Sache orientiert; und um den Pol: explosiv, katastrophenhaft. Das gibt den Raum für erfolgreich agierende Helden und für die Utopie der heilen und gerechten Welt. Maskulinität hat, entsprechend seiner Lebensphase, hohen Stellenwert. Freds Aneignung entspricht einem kreativen Nutzungsmuster, das thematisch geschlossene Einheiten über Genre Grenzen hinweg zu einem dynamischen Interpretationsmuster und einer utopischen Erklärungsgeschichte verbindet. Aus den Filmen stückelt er zusammen, wie ängstigende Vergangenheit in gelingende Zukunft und wie Bedrohung in heldenhaften und verantwortbaren Erfolg umzudeuten ist.

Film und Rezeption als wechselseitige Interpretationsanleitungen - Skizze einer Rekonstruktionsmethode

Film- bzw. Medienanalyse hat die Aufgabe einer Interpretationshilfe, um Fred besser zu verstehen; Freds angeeignete Filme, also z.B. seine Verbindung von "China Syndrom" mit "... Jahr 2022 ..., die überleben wollen" deckt Tiefenstruktu-

ren der Filme auf. Um die Verschränkung der beiden Interpretationszugänge methodisch zu bewältigen, empfiehlt es sich, in drei Bereichen zu arbeiten und in einer Folge von Schritten vorzugehen. Arbeitsbereiche und Arbeitsschritte der Film- und Rezeptionsanalyse sind heuristische Gliederungspunkte. Sie stecken den Rahmen einer methodischen Arbeitsweise ab. Je nach Handlungssituation, Medienhinweisen und Medien sind diese Arbeitsabschnitte in unterschiedliche Arbeitsschritte bzw. Abfolgen von Arbeitsschritten umzusetzen. Die Analyse entwickelt sich als Prozeß des Aufeinanderbeziehens von Medien und den Ereignissen in der Handlungssituation.

Trotz aller fallbezogenen und interpretativen Komplexität und Uneindeutigkeit lassen sich drei Arbeitsbereiche als verbindlich beschreiben:

1. Arbeitsbereich: Text zur Handlungssituation erstellen - Medienspuren identifizieren. Voraussetzung ist ein Text, der den Handlungszusammenhang in seiner Entwicklungsdynamik ganzheitlich beschreibt. Innerhalb dieses Textes wird dann nach Indikatoren für explizite oder implizite Medienspuren gesucht. Explizite Medienspuren sind Hinweise auf Medienerlebnisse und Rezeptionssituationen, Verwendung von Mediensymbolik, Filmschilderung usw. Implizite Medienspuren sind u.a. dramaturgische Gemeinsamkeit. Von diesen Indikatoren ausgehend wird das Medium beschafft, besichtigt und relevante Ausschnitte, dramaturgische Komponenten usw. isoliert und beschrieben.

2. Arbeitsbereich: Verschriftlichung der Medien. Um dem Kriterium der intersubjektiven Nachvollziehbarkeit der Analyse gerecht zu werden, müssen die Medien, im skizzierten Beispiel also die Filme, ebenso wie schon zuvor die Handlungssituation, in Form ausgewählter schriftlicher Dokumente vorliegen. Die Dokumente zu den Medien bzw. zu den Handlungssituationen können diese nie ausschöpfen. Sie objektivieren trotzdem den Forschungsgegenstand unter dem Aspekt der jeweiligen Fragestellung. Die Verschriftlichung von Handlungssituationen und Filmen setzt eine hermeneutische Sequenzierung voraus. Diese Sequenzierung ist von einer Zusammenhangsschilderung her zu entwickeln.

Beschreibung der Themenkomplexe des Films, Erzählstränge, Dramaturgie usw.

- Schilderung des Handlungsverlaufs des Films
- Beschreibung der Dramaturgie des Films
- Beschreibung und Einstellungsprotokolle mehrerer Filmstellen
- Stellung der Filmstellen im Filmkontext

Der Film wird dabei als symbolische Objektivation erschlossen, die prinzipiell unabhängig ist von seiner Rezeption, jedoch immer in einem kulturellen Entstehungs- und Verweiszusammenhang steht.

Filmfiguren oder Aspekte der Filmgeschichte, auf die der Rezipient verweist, identifizieren und auswerten.

Der Film wird als symbolische Objektivation zum Untersuchungsgegenstand gemacht, der in einem Situations- und Handlungskontext Bedeutung hat. Er

wird als etwas Kommuniziertes, Rezipiertes, Erlebtes innerhalb dieses Kommunikations- und Handlungskontextes untersucht.

Bedeutung der Filmfiguren oder Aspekte der Filmgeschichte im Kontext des Films herausarbeiten.

Der Film ist wiederum als eigenständige symbolische Objektivierung, unabhängig von Rezeptionsweisen, Gegenstand der Untersuchung.

3. Arbeitsbereich: Vergleich von Filmtext und Handlungstext

Wichtig für den Vergleich ist die Suche nach Übereinstimmungen und Unterschieden bzw. Widersprüchen zwischen Filmtext und Handlungstext. Die Feststellung von Gemeinsamkeiten und Unterschieden ist die Basis, um nach Interpretationszusammenhängen bzw. Interpretationsperspektiven zu suchen: Wie hilft der Film, die Handlungssituation zu deuten? Wie hilft die Handlungssituation, den Film zu deuten? Verwendung der Ergebnisse der Filmanalyse als Interpretationsanleitung für Handlungssituation und Themen des Rezipienten.

4.3 Veralltäglichung von Massenkommunikation

Die Verbindung von Kommunikation und Technologie in den verschiedensten Erscheinungsformen der Medienkommunikation geschieht im Prozeß der Veralltäglichung des Fernsehens, und zwar mit der Einbindung des Fernsehens (Rezeption, Fernsehsymbolik, Fernseherlebnisse) in das Alltagsgeschehen, also in die moderne Lebenswelt der Menschen. Dabei hat die Verbindung von Fernsehen mit der Familie einen wesentlichen Anteil. Es ist kulturhistorisch gesehen kein Zufall, daß das Medium Rundfunk in und mit der Familie der fünfziger Jahre zum Filmmedium Fernsehen 'mutierte'. Diese Veränderung war zugleich eine wichtige Weichenstellung für die weitere Entwicklung der Kommunikations- und Informationstechnologie, z.B. mit der Verbindung von Öffentlichem und Privatem oder mit der Dominanz der bildlichen Visualisierung über die Schrift. Die Verbindung von Familie und Fernsehen passierte in der Entwicklungslogik der Industriegesellschaft, bei der sich Kultur und Industrieproduktion auf spezifische Weise durchdringen.

4.3.1 Normalität und Selbstverständlichkeit des Fernsehens und der Fernsehrezeption

Die 1974 durchgeführte Überblicksstudie zur "Mediennutzung und Medienbewertung" im Rahmen der sogenannten "Langzeitstudie" der ARD bzw. später von ARD und ZDF (Klaus Berg, Marie-Luise Kiefer 1978 oder 1992) zeigte eine "Vollversorgung" (Kiefer 1978, S. 50) der Haushalte mit Fernsehen. Noch 1964 gab es nur eine "50%ige Haushaltsabdeckung". Dabei war von 1964 bis 1974 die tägliche Fernsehzeit auf knapp 4 1/2 Stunden gestiegen. In dieser Zeit bildete sich auch eine komplementäre Mediennutzung (Fernsehen, Zeitung, Hörfunk) heraus mit

über zwei Stunden Fernsehen, knapp zwei Stunden Hörfunk, etwas mehr als einer halben Stunde Zeitung.

Wichtig ist, daß mit dieser zahlenmäßigen Ausbreitung des Fernsehens auf nahezu alle Haushalte und mit über zwei Stunden täglicher Nutzungszeit (nach Schlaf und Berufsarbeit der dritte große Zeitanteil pro Tag; Kiefer 1978, S. 60) ein "Wandel in den Einstellungen zum Fernsehen" (Kiefer 1978, S. 60) eingetreten war, den Marie-Luise Kiefer als "Ernüchterung" beschreibt: "Das offensichtlich überhöhte Vorstellungsbild von der publizistischen Funktionsfähigkeit des neuen Mediums ist mit zunehmender Gewöhnung an seine tägliche Verfügbarkeit und seinen täglichen Gebrauch einer differenzierten Einstellung gewichen" (Kiefer 1978, S. 60). Dieses deutsche Ergebnis entspricht einer vergleichbaren amerikanischen Untersuchung (Bower 1973, S. 14), bei der Fernsehen 1970 im Vergleich zu 1960 "deutlich weniger als 'aufregend', 'interessant', 'wundervoll', insgesamt 'exzellent' eingestuft - und wohl auch erlebt" wurde (Kiefer 1978, S. 60). Für die Bewertung der Informationsfunktion des Fernsehens zeigt sich parallel zur amerikanischen Untersuchung eine "wachsende Bedeutung für den Rezipienten" (Kiefer 1978, S. 61), bei gleichzeitiger "allgemein abgekühlter Einstellung dem Medium (Fernsehen) gegenüber" (Kiefer 1978, S. 61). Fernsehen ist 1974 also eine normale Angelegenheit, die mehr oder weniger selbstverständlich mit hohem Zeitanteil für die Rezeption in den Alltag integriert ist. Bei dieser Veralltäglichung des Fernsehens haben sich Kommunikation als Informationstransport (Modell des Telegrafen, der Technologie) und Alltagshandeln (die symbolisch vermittelte Kommunikation im Sinne der Vis-à-vis-Interaktion) durchdrungen. Der dafür maßgebliche Ort war die Familie. Familie und Fernsehen sind eine Einheit eingegangen. Das ist gerade auch deswegen bemerkenswert, weil es wichtige andere soziale Orte gab, Schule und Unterricht etwa, wo diese Veralltäglichung und Durchdringung nicht passierte. Von der Familie ausgehend, verbindet sich technologisch organisierte Kommunikation mit weiteren Bereichen alltäglichen Handelns, weil und wenn Medien wie Videorekorder, Walkman, Display-Spiele und breites Programmangebot über Kabel oder Satellit der Logik der Individualisierung und des Konsums folgen.

4.3.2 Durchdringung von Kultur und Fernsehen in der Familie

Familie ist der soziale Ort, an dem Medienkommunikation als Durchdringung von Alltagshandeln und Fernsehen entstand. Wie entwickelte sich diese Dynamik? In der wissenschaftlichen Auseinandersetzung um den Zusammenhang Familie-Fernsehen dominierte lange die Vorstellung vom negativen Einflusses des Fernsehens auf die Familie, vom Fernsehen, das Familie stört und das zu Funktionsverlusten der Familie führt. Barbara Füllgraff hat 1965, also parallel zum Prozeß der Veralltäglichung des Fernsehens, eine Untersuchung zur Frage vorgelegt, was es denn mit diesen "Struktur- und Funktionsverlusten" (Füllgraff, S. 92ff.) auf sich habe. Es kam ihr darauf an herauszuarbeiten, wie "eine Gesellschaft und ihr Kommuni-

kationssystem" (S. 11) verbunden ist und wie diese Verbindung in der Familie abläuft.

Im Sinne der kultursoziologischen Argumentation bzw. Terminologie von Richard Münch (1993), die im nächsten Kapitel zur Beschreibung der kulturhistorischen Dynamik, in der Fernsehen steht, vorgetragen wird, versuchte Barbara Füllgraff mit dem Gedanken der inneren Verbindung einer Gesellschaft mit ihrem jeweiligen Kommunikationssystem (S. 11) die Beziehung von "Gesellschaft (Welt)" und "Kultur (Sinn)" (Münch, S. 9) zu erfassen. Die Kommunikationstechnologie des Fernsehens greift in den Universalisierungsprozeß (Münch, S. 9)²⁰ der Industriegesellschaft (Füllgraff, S. 11) ein und unterstützt den kulturellen Aktivitätstrend (Münch, S. 9)²¹. Die Verbindung von Familie mit Fernsehen ist dabei für die kulturelle Universalisierung bedeutsam, da das " 'Wissen' ... von sozialem Einverständnis über Ideen und Gedanken in einer Gesellschaft getragen wird. Damit Einverständnisse entstehen können, müssen Ideen und Gedanken austauschbar sein in einem Netz sozialer Beziehungen zwischen Einzelnen und zwischen Gruppen: Die Art der sozialen Beziehungen, ihre Zahl und ihre Verflechtungen, bestimmen ihrerseits den Prozeß des Austausches und die Intensität der Einverständnisse. Das Kommunikationssystem, die Summe sozialer Beziehungen, ist also nicht nur für Entstehung und Fortbestand einer differenzierten Gesellschaft Voraussetzung, sondern im wesentlichen Bestandteil ihrer Struktur" (Füllgraff, S. 13).

Ein Mechanismus dieser Durchdringung von Kommunikation und Technologie war die für Erziehung und Familie zentrale Generationsbeziehung von Eltern und Kindern. Füllgraff untersuchte nun die "Intensität, mit der sich Eltern mit den Kindern beschäftigen, den Umfang der Kontrolle, die sie ausüben und die Erziehungsfunktion, die sie dem Fernsehen zuschreiben" (Füllgraff, S. 93). Füllgraff stellt empirisch drei Beziehungsmomente zwischen "Fernsehen, Familienstruktur und Gesellschaft" fest (S. 93f.):

1. Je intensiver sich eine Mutter mit ihren Kindern beschäftigt oder beschäftigen kann, je mehr Anteil sie an dem täglichen Leben der Kinder hat, desto eher begreift sie das Fernsehen in den Kreis der Einflüsse ein, denen die Kinder unterworfen sind, und reflektiert über dessen mögliche Wirkungen".
2. "Je problemloser sich einer Mutter die Fernsehsituation in ihrer Familie darstellt", je weniger sie sie durchschaut, desto weniger beeinflusst oder erzwingt sie das Fernsehverhalten ihrer Kinder.

20 "Erst die neueren Medien - Presse, Film, Rundfunk und Fernsehen - sind in der Lage, zu gleicher Zeit Millionen von Menschen einer Stadt, eines Landes, ja eines Kontinentes zu erreichen und zu verbinden. Eine derartige Kapazität des Kommunikationsnetzes entspricht den strukturell bedingten Anforderungen der heutigen industriellen Gesellschaft", Füllgraff (S. 11).

21 "Die Instrumente der Massenkommunikation zu beherrschen und je nach Bedarf zu manipulieren, heißt, eine bedeutende Möglichkeit zu Formung und Änderung der gesellschaftlichen Wirklichkeit erkannt und in der Hand zu haben", Füllgraff (S. 12).

3. "Je weniger eine Mutter die Funktionen des Fernsehens in ihrer Familie bestimmen kann, desto eher ist sie bereit, ihm eine positive Erziehungsfunktion zuzuschreiben."

Diese Ergebnisse legen nahe, daß Fernsehen in das jeweilig Familiensystem integriert wurde.²² Damit konnte Fernsehen als "familienunabhängiges Faktum, ... als ein Arm der Gesellschaft in die Familien" (Füllgraff, S. 112) eingreifen, um u.a. die kulturelle Universalisierung auf der Basis der tradierten Sozialform der Familie in Bewegung zu setzen.

Für die Europäer, die nach dem 2. Weltkrieg in den fünfziger Jahren mit Auto, Fernsehen, Urlaub, einer Fülle von Essen und dann auch Kleidung in der neuen Konsumphase der Industriegesellschaft aufgewachsen waren, gehören die netten, kleinen Geschichten, wie es damals mit dem Fernsehen war, zu den freundlichen Kindheitserinnerungen, die sich plaudernd erzählen lassen: Im Haushalt mit drei Generationen hat der Großvater, Handwerker, seine Offenheit für Technik und modernes Leben kundgetan, indem er ein Fernsehgerät kaufte; eines, dem man noch die Verwandtschaft zur Bühne ansah. Zwei hölzerne Flügeltüren wurden geöffnet, den Kindern ein "Fernsehbett" aus Teppichen und Kissen im Halbrund vor den Eltern, Großeltern und auch der Nachbarschaft gebaut.

Die Beschreibung von Neena Behl (1988), wie der erste Fernseher in einem traditionellen indischen Dorf auftauchte, unterscheidet sich von den deutschen Ereignissen der fünfziger Jahren nicht wesentlich (S. 150ff.):

Der älteste Sohn der Bauernfamilie kauft auf Drängen seiner jüngeren Geschwister einen Fernsehapparat. Unter begeisterter Anteilnahme der Nachbarn wird der Apparat mit einer Rikscha angefahren. Das Gerät kommt in den Frauenbereich, um den Konflikt mit dem Vater abzuschwächen, der gegen den Kauf war, denn dafür hätte man einen weiteren Büffel oder eine Kuh erwerben können. Den Protest manifestiert er, indem er dann auch nicht zum Fernsehen kommt. Am Abend ist die Antenne installiert, das Gerät wird nach draußen gebracht und im Hof auf einen Tisch gestellt. Der Hof ist voll von Kindern, die auf Teppichen vor dem Bildschirm sitzen. Dahinter sitzen Frauen, auch die von der Nachbarschaft, und hinter denen wiederum die Männer. Spezielle Gäste bekommen Stühle angeboten, was ungewöhnlich ist, da man draußen keine Stühle benutzt. Ältere Jungen stehen mit ihren modischen neuen Hosen ganz hinten an die Hauswand gelehnt. So sieht man vom frühen Abend bis spät in die Nacht hinein. Diejenigen von den Älteren, die noch kein Fernsehen haben, fragen den ältesten Sohn der Familie eine Menge zur Technik und Qualität des Gerätes. Nachdem der Abend vorbei ist, stellt der älteste Sohn das Gerät im Frauenbereich des Hauses auf einen Tisch. Im Raum wird nun das Mobiliar umgestellt. Die Wanduhr, die bislang im Männerbereich des Hauses war, kommt zum Fernseher. Alle guten Stühle und das Sofa werden aus anderen Räumen geholt und vor den Fernsehapparat gestellt. Auf die Dauer

22 Füllgraff (1965, S. 111f.) veranschaulicht dieses Argument u.a. damit, daß Fernsehen nicht Konflikte produziert, sondern daß Konflikte zum Fernsehen "stets Probleme im Verhältnis der Eltern zu den Kindern oder der Eltern untereinander" anrührt.

wird der Raum weiter verändert. So hängt man religiöse Bilder, Bilder politischer Führer und Familienfotos auf. Die Beleuchtung ändert sich, es wird heller, so daß man auch sehen kann, wie gut der Raum aussieht. Die Kinder dürfen sich nicht mehr ohne Erlaubnis in diesem Raum aufhalten; sie werden von der Mutter oder älteren Schwestern hinausgewiesen, wenn sie Unordnung machen. Wenn Gäste kommen, werden sie in diesen Raum gebeten. Sollten die Gäste in andere Räume wollen, entschuldigen sich die Frauen, daß nur das Zimmer mit dem Fernseher wirklich sauber sei, der Rest des Hauses jedoch schmutzig.

Auf die Dauer ändert sich auch der Zeitrhythmus der Familie. Die Frauen kochen früher als bisher, damit das Essen vor Fernsehbeginn fertig ist. Am Sonntag wird auch untertags ferngesehen. Deshalb gibt es abends etwas, das sich schnell kochen und vorbereiten läßt. Die Männer sehen ihre bevorzugten Serien oder schauen Cricket oder Fußball. Die Kinder gehen sonntags zu Nachbarn zum Fernsehen, ohne daß sie zu Hause vermißt werden, denn die Familie sitzt ja vor dem Fernseher.

Was hat sich am Familienleben nach und nach verändert? Wenn Barbara Füllgraff Anfang und Mitte der sechziger Jahre feststellte, daß das Familiensystem den Bezugsrahmen für die Integration des Fernsehens liefert, so ist nun die Frage nach der medienspezifischen Strukturierung des Familiensystems und der Folgen für den Alltag zu stellen. Wesentliches Ergebnis: Es gibt eine neue Positionierung der fernsehenden Menschen im Alltag. Neena Behl (S. 155f.) zieht folgende systematische Schlüsse:

Zeitgliederung: Mit dem regelmäßigen Fernsehen ändert sich die Zeitorientierung der Bauernfamilie, weg von der Sonnengliederung des Tages, hin zur Uhrzeit. Die Wochengliederung schiebt sich vor die Zeitgliederung nach der täglich notwendigen landwirtschaftlichen Arbeit. Der Sonntag mit seinem speziellen Fernsehangebot wird zum Tag der Freizeit, was auch durch die Fernsehgeschichten und ihre Unterscheidung zwischen Arbeit und Freizeitvergnügen unterstützt wird.

Verhältnis von Männern und Frauen: Die Rezeptionssituation ändert das räumliche Verhältnis von Männern und Frauen. Weil Männer und Frauen gemeinsam fernsehen, verbringen sie viel mehr gemeinsame Zeit in einem nun gemeinsamen Raum im angestammten Bereich der Frauen, der zudem für die Außendarstellung der Familien und zur Reputation verwendet wird.

Generationsverhältnis: Gleichzeitig verwischt sich die angestammte Altersabgrenzung. Alte und Junge verbringen fernsehend mehr Zeit miteinander. Dabei reduzieren sich auch Hierarchien. Es gibt zudem mehr gemeinsame Gesprächsthemen, die mit den Kommentaren zu den Sendungen beginnen.

Ordnungsschemata: Die Gespräche bekommen einen gemeinsamen Bezugsrahmen. Über Menschen, Orte oder Ereignisse des Fernsehens können sich die Familienmitglieder ohne komplizierte Sprache aufeinander beziehen. Dazu trägt das einfache Bewertungsschema des Fernsehens nach gut und böse bei: "References to people, places, and things on TV are readily classifiable in simple categories of good and bad so the individual can now communicate about a much wider sphere of life in

this dichotomous manner" (S. 156). Diese Ordnungsfunktion ("Orderliness") geht über das Bewertungsschema erheblich hinaus. Dazu gehört die *klare Zeitgliederung* des Fernsehens. Wichtig ist auch die *Sauberkeit* ("cleanness"), die gerade die Werbung ausstrahlt. Ein dritter Aspekt von Ordnung und Sauberkeit, der mit dem Fernsehen im Alltagsleben der Menschen auftaucht, hängt mit der klaren *Bildgliederung des Fernsehens* in Vordergrund und Hintergrund, sowie mit den scharfen *Bildkonturen* zusammen, die es im dörflichem Leben so nicht gibt.²³ Gleichzeitig bringt Fernsehen *Unordnung in die angestammten Alltagsroutinen*, insbesondere Essenszeiten (Fernsehen verschiebt die Abendessenszeit) und was gegessen wird (was sich bei verkürzter Vorbereitungszeit machen und essen läßt, neue von der Werbung angebotene Nahrungsmittel).

Fernsehen, in Europa eine Nachkriegsinnovation der fünfziger Jahre, traf bei seiner Einführung auf ein anderes Familiensystem. Es hatte eine Trennung in Privatheit, die Domäne der Familie, und Öffentlichkeit stattgefunden. Familie war nicht mehr der Ort bäuerlicher oder handwerklicher Produktion, sondern hatte sich schon zunehmend zur Institution gewandelt, die für Kindererziehung, Konsum, emotionale Bedürfnisse zuständig (vgl. Lindlof u.a. 1988, S. 160) und damit der Ort für entscheidende kulturelle und soziale Lernprozesse ist. Zudem legt die Familie den Grund der Identitätsentwicklung. Seither läuft ein Prozeß der Diversifizierung familialer Lebensformen, der besonders durch zunehmende Singlehaushalte und Berufsorientierung vorangetrieben wird.²⁴

Eine analoge Diversifizierung fand und findet auch im Rundfunkbereich statt. Hier kommt die Dynamik von der "Deregulierung" der öffentlichen Rundfunkordnung, die in allen westlichen Industriegesellschaften nach marktwirtschaftlichen Prinzipien umgebaut wird. Im Bereich der Informationstechnologie geht diese ökonomische Veränderung mit Videokassettenrekorder, Kabel- und Satellitenübertragung einher (vgl. Lindlof, S. 161f.).

23 Für die europäisch westliche Wahrnehmung ist dieses Ergebnis verblüffend, weil diese Art der Ikonographie mit der Zentralperspektive seit der Renaissance selbstverständlich ist. Eine wenig konturierte Bildarstellung, wie sie für Künstler wie Josef Beuys selbstverständlich ist und in Abhängigkeit vom Darstellungsthema verwendet wird, frustriert immer noch die Kunsterwartung vieler Rezipienten, weil zu unserer Art von Ästhetik Eindeutigkeit, Klarheit und Ordnung zumeist unhinterfragbar gehören.

24 Vgl. hierzu Gunter und Svennevig (1987, S. 3): "The fact is, that in Britain today, there is a variety of different household structures. Of all homes, 23 percent are one-person households, a further 46 percent contain two or more people but no child under school leaving age; which leaves less than one in three homes as family households in the traditional sense. In all, 31 percent of households contain children up to 15 years, while 69 percent do not. In the past two decades the percentage of people living alone in particular has increased. ... In spite of the increase in the number of one-person households, marriage is still very popular."

Anhand von Fallstudien in Familien, die einen Videorecorder anschaffen, zeichnen sich folgende Veränderungen ab (Lindlof, S. 189f.):

Es verändert sich die tägliche *Zeitgliederung*, die das Sendeschema des Fernsehens zur Folge gehabt hatte. Es entwickeln sich neue "*Interpretationsgemeinschaften*" ("Interpretive Communities", Lindlof S. 184f.) je nachdem, wer für wen Sendung aufnimmt und weitergibt, z.B. an Freunde. Dabei spielen unterschiedliche *Alters- und Entwicklungsphasen* der Familienmitglieder eine Rolle ("different maturational phases", S. 189). Der Mechanismus läuft derart, daß die Familienmitglieder nur das aufzeichnen, was ihnen wichtig ist und alles andere ignorieren. Im Verhältnis von *Männern und Frauen* scheint sich für die Benutzung des Videorekorders die eingespielte und geschlechtsspezifische Umgangsweise mit der Funktionsteilung in der Familie zu wiederholen: Kaufentscheidung treffen Männer und sind von da ab auch für die technische Installation zuständig. Frauen benutzen die Fernbedienung, weil bzw. wenn sie einfacher und auf wenig Grundfunktionen beschränkt ist. Die wesentliche Veränderung betrifft die Art und Weise, wie die Familie als Sozialsystem mit divergierenden Nutzerinteressen umgeht, also wie sie die *soziale Anpassung bzw. Koordination im Familiensystem* realisiert. Obwohl die Familienmitglieder mehr allein fernsehen, müssen sie neue Formen der sozialen Koordination entwickeln, um sich untereinander abzustimmen ("to develop modes of interpersonal accomodation", S. 189).

Die Basis ist dafür das Sozialklima der Familie, das für die siebziger und achtziger Jahre theoretisch nach einem einfachen binären Modell mit Dimensionen "Sozio-Orientierung" und "Konzept-Orientierung" ("socio-orientation, concept-orientation") beschrieben wird (vgl. Fritz 1984, S. 60ff.; Gunter, Svennevig 1987, S. 20ff.; Lull 1990, S. 49ff.). Im wesentlichen geht es in sozio-orientierten Familien um harmonische Beziehung, um die Vermeidung kontroverser Standpunkte, Fernhalten von Konflikten, Unterdrückung von Ärger und Unwillen. Konzept-orientierte Familien unterstützen dagegen ihre Kinder in ihrer Individualität. Die Kinder sollen ihre Meinung artikulieren und lernen, Konflikte und Kontroversen auszutragen. Der jeweilige Schwerpunkt des Sozialsystem hat Folgen für die Art und Weise mit Fernsehen umzugehen. So übernehmen die Kinder in sozio-orientierten Familien eher die Rezeptionsmuster der Eltern als in konzeptorientierten Familien. Setzen Eltern in sozio-orientierten Familien konsequenter Disziplinierung in der Erziehung ein, dann schauen die Kinder auch mehr Fernsehen.²⁵ Familien mit Konzeptorientierung lassen neben der Fernsehrezeption auch noch andere Aktivitäten zu, die die Eltern nicht als störend verbieten.

25 Diese Disziplinierung ist keine direkte Ursache für die Art der Kinder fernzusehen, sondern Teil eines systemischen Zusammenhangs von Sozialstil und Fernsehrezeption.

Das folgende Schema gibt einen Überblick über die familialen Kommunikationsmuster und Formen des Medienumgangs (nach Barthelmes, Sander 1990, S. 36f.):

	Sozio-orientierte Familien	Konzept-orientierte Familien
Sehdauer	Sehen mehr fern.	Sehen weniger fern.
Zielsetzung	Mediennutzung dient sozialen Zwecken und der Kommunikations erleichterung.	Mediennutzung dient der Vermittlung von Werten und Informationen.
Funktionszuweisungen	Medien dienen zur Strukturierung von Zeit und Alltagsorganisation, als Anlässe für Gespräche, Kontakte, zur Vermeidung unerwünschter Stimmungen, zur Unterstützung des Familienlebens.	Medien dienen der Vermittlung von Werten und Wissen, sind Anlässe für die Verarbeitung realer Ereignisse und zum Kennenlernen von Kommunikationsmöglichkeiten.
Medienumgang	Medienumgang ist geprägt von Regeln, Routinen, Ritualen und ist mehr unbewußt.	Medienumgang unterstützt Erfahrungs- und Entwicklungsprozesse. Bewußtere Auswahl, größere Distanz zu Medien und aktive Teilnahme am öffentlichen Leben.
Auswahl der Programme	Teilweise diffuses Sehen, mehr Empfindlichkeit gegenüber den Wünschen der anderen Familienmitglieder, mehr Konflikte bei der Programmauswahl.	Mehr selektives Sehen, mehr Arrangements bei der Entscheidungsfindung, mehr Verständnis für die Wünsche anderer Familienmitglieder, Zufriedenheit mit dem Auswahlmodus, mehr Kompromißbereitschaft.
Kommentare, Gespräche beim Fernsehen	Mütter halten das Mediengeschehen für ziemlich wirklichkeitsnah, Kommentare beziehen sich vor allem auf Unglücke, Schicksalsfälle.	Mütter vermitteln, daß das Mediengeschehen scheinbare Wirklichkeit ist. Kommentare beziehen sich vor allem auf moralische Aspekte und die Vielfalt von Handlungsmöglichkeiten. Medieninhalte sind Anlaß für weitergehende Informationen.
Konsumverhalten	Eltern ermuntern Kinder zum Konsumverhalten, größere Tendenz zur Entwicklung "materialistischer" Orientierung, Betonung von Konformität und Anpassung und weniger Kompetenz in sozialen und politischen Fragen.	Mehr Kenntnisse über Konsumverhalten, größeres Engagement beim kritischen Verbraucherverhalten, größere Nutzung von Zeitungen, größeres Wissen über Konsumproduktion, mehr Kompetenz in sozialen und politischen Fragen.

Hella Kellner (1980) teilt anhand empirischer Daten die Fernsehnutzungsmuster in folgende Typen ein:

Vielseher:

Typ 1: Schweigend fernsehende Familie, deren Basis die gemeinsamen Programminteressen sind; das Fernsehen ist Stifter von Gemeinsamkeit bei gleichzeitiger Verhinderung des direkten kommunikativen Kontaktes der Familienmitglieder.

Typ 2: Spannungsreiche Familiensituation, die durch die gemeinsame Tätigkeit Fernsehen neutralisiert wird; aufgrund der Vereinheitlichung der Programminteressen entsteht eine relativ harmlos-stimmige Kommunikationssituation; "Fernsehgespräche" herrschen vor.

Typ 3: Der Vater okkupiert das Fernsehen als seine Beschäftigung, setzt sich damit von der übrigen Familie ab; die Mutter hat die Aufgabe zwischen Vaterfernsehen und Familienleben zu vermitteln.

Wenigseher:

Typ 1: Deutliche Abgrenzung zwischen Kinder- und Eltern-Fernsehen; nehmen die Eltern intensiv am Kinderfernsehen teil, geht dies einher mit einem besonders intensiven Familienzusammenhang.

Typ 2: Die gezielte Auswahl von Fernsehprogrammen wird zur Spiegelung des Selbstverständnisses der Familie sowie zur Weiterentwicklung dieses Selbstverständnisses mit den Mitteln und Inhalten des Fernsehens, ohne gegenüber dem Fernsehen die Handlungsfreiheit zu verlieren.

Familiendynamik

Löst man sich von der schematischen Argumentation und nimmt die Familiendynamik in Augenschein, dann ist klar, daß sich Rezeption in die Familiendynamik sinnvoll einordnet und die Familien die für Fernsehen typischen Nutzungsformen in ihre Sinnperspektive einbauen. Entsprechend der Familiendynamik kommen dann die jeweiligen technischen (z.B. Videorekorder) oder organisatorischen Neuerungen (z.B. Kabelfernsehen) in die Familie, die dann in in Tagesablauf, Entscheidungsfindung, Ordnungsvorstellungen, Erziehungskonzepten, Generations- und Geschlechterbeziehungen hineinwirken, weil die Rezipienten sie integrieren, abwehren, verändern usw., und zwar mit den Alltagsangelegenheiten als Bezugsrahmen. Diese Art der dynamisch systemischen Betrachtungsweise der Medienkommunikation leitete auch die Untersuchung zur Einführung von Kabelfernsehen, die 1986 durchgeführt wurde. Bettina Hurrelmann u.a. (1988, B. Hurrelmann 1989) führten dazu 20 qualitative Familienfallstudien durch; 400 Familien mit und ohne Kabelanschluß wurden mit Hilfe von Fragebogen erkundet. Die "Mediennutzung" wurde in Hinblick auf vier Dimensionen untersucht (Bettina Hurrelmann u.a, S. 15): "Nutzungsdauer im Familienalltag", "soziale Funktion der Mediennutzung", "kommunikative Einbindung der Mediennutzung", "Pädagogische Konzepte der Eltern zur Mediennutzung ihrer Kinder". Es zeigten sich folgende Ergebnisse:

Nutzungsdauer: Bei einem "erweiterten Medienangebot" ist die soziale Schichtung (untere Mittelschicht, obere Mittelschicht, obere Schicht)²⁶ noch bedeutsamer für die häufigere Mediennutzung als sie es ohnehin war. So wird in der unteren Mittelschicht mit Kabelanschluß deutlich mehr gesehen (vgl. B. Hurrelmann, Tabelle S. 22). Hinzu kommt, daß jüngere Kinder drastisch mehr fernsehen, somit für Kinder der unteren Mittelschicht das Fernsehen deutlich an Bedeutung im Tagesablauf gewinnt.

Soziale Funktion der Mediennutzung: Häufigeres Fernsehen "beträchtigt traditionelle Rollendifferenzen" und "erhöht die Bedeutung der Gemeinsamkeit der Familienmitglieder" (S. 29). So bestimmt der Vater aufgrund seiner Kompetenz und als derjenige, der die Entscheidung für den Kabelanschluß gefällt hat, auch über die neuen Fernsehmöglichkeiten. Auch hier ist die schichtspezifische höhere Nutzung maßgeblich. Auf diese Weise kommen "Rollendifferenzen" und "Machtstrukturen" in der Familie im Fernsehverhalten zum Ausdruck, was nicht zu Konflikten führt, sondern die vorhandene und geschlechtsspezifische Machtstruktur wiederholt und bestätigt.

Kommunikative Einbindung der Mediennutzung: Dabei spielt die gemeinsame Vorliebe für Unterhaltungssendungen bei Eltern und Kindern eine Rolle, die sie von Problemen und Konflikten entlasten (S. 30). Mit mehr Fernsehen reden die Familienmitglieder auch mehr über Fernsehen. Die "gesprächärmeren Familien" werden jedoch auch mit mehr Fernsehen nicht eloquenter. Gerade in diesen gesprächärmeren Familien bleiben viele der gesehenen Inhalte unausgesprochen, werden nicht im gemeinsamen Gespräch angesprochen, also auch hier nicht verarbeitet, was besonders die Kinder, und da wieder die vielschenden kleineren, betrifft.

Pädagogische Konzepte zur Mediennutzung: Bei mehr Fernsehangeboten schätzen die Eltern dessen "pädagogischen Wert" auch höher ein. Die Eltern reden jedoch auch, nachdem die Familie gemeinsam vor dem Fernseher saß, mehr über Fernsehen. Medienpädagogische Vorstellungen beschränken sich auf "Gewährenlassen" (S. 34). Man zögert jedoch auch nicht damit, Fernsehen erzieherisch als Belohnung und Bestrafung einzusetzen. Wie die Eltern mit Fernseherlebnissen der Kinder umgehen, hängt vom Familiensystem als Bezugsrahmen ab. In Familien mit dauerhaften und drängende Problemen (Arbeitslosigkeit des Vaters, Alleinerziehende, junge Eltern, volle Erwerbstätigkeit beider Eltern) verknüpfen sich diese Probleme mit dem erhöhten Fernsehangebot, und damit auch mit den skizzierten Trends.

26 Die mittlerweile sichtbare horizontale gesellschaftliche Differenzierung in Milieus, in denen Alltagsästhetik und Stile abgrenzend bzw. integrierend wirken, setzt die von Bettina Hurrelmann u.a. gefundenen schichtspezifischen Handlungsstrategien nicht so schnell außer Kraft. Die Familiensysteme dürften jedoch komplexer in ihrem Bezugsrahmen werden, indem sich milieu- und schichtspezifische Erziehungsformen herausbilden, bei denen medienpezifisches symbolisches Material wichtig ist.

Dazu der Fall einer jungen, überforderten Familie:

Die Eltern sind arbeitslos und ohne berufliche Perspektive, die Wohnung ist zu klein und ohne Spielmöglichkeiten für die Kinder am Haus. Die Kindererziehung überfordert die Eltern. Die Gefahr, im sozialen Abseits zu landen, belastet sie emotional sehr (B. Hurrelmann, S. 308ff.). Die Familie sieht viel Fernsehen und nutzt das Kabelangebot täglich etwa drei Stunden. Es gibt ein Videogerät, das ebenfalls täglich 3 bis 4 Stunden läuft, am Wochenende täglich nochmals 1 bis 2 Stunden mehr. Für die jungen Eltern (Mann 29 Jahre, Frau 26 Jahre) sind die beiden Kinder im Kindergartenalter (fünf und dreieinhalb Jahre alt) nur Belastung, die es im Kampf abzuwehren gilt. Dazu eignen sich auch Horrorfilme, vor denen der Vater, wie er sagt, keine Angst hat ("im Grund kaum Angst vor irgendwas"). Die Kinder haben jedoch Angst vor diesen Filmen.

"Einmal hab ich den Fehler gemacht (lachend), da hab ich mir so / da dacht ich nen harmlosen Film anzukucken, das ist leider mitten 'Mörderwal'. (lachend) Wie kann ich denn denken, daß das so in dem Film da so den Leuten die Beine abgebissen werden und so, ne. (...) Ja, son bißchen Horror ist dabei ... was heißt Horror? Halb so schlimm, wie das Leben wirklich ist. Würd ich sagen, ne. (...) Ja, ja ... Wieder diese übliche Panik, würd ich sagen, wie se bei den Kindern so is: is gespielte Angst ... Mehr oder weniger. Keine richtige, wohl" (S. 312).

Im Kampf gegen die Kinder sind sich die Eltern einig. Wahrscheinlich sind für sie die beiden Kinder die Schwachen, die ihnen in einer als grauenhaft, brutal und ungerecht erlebten Welt Stärke über die einzigen Schwachen, die zugleich von ihnen abhängig sind, geben. Fernsehen ist hier ein "Versprechen auf Entlastung" (S. 319). "Im gemeinsamen Fernsehen stoßen aber bei den Kindern und Eltern ganz unterschiedliche Bedürfnisse aufeinander. Die Befriedung des familialen Kriegsschauplatzes gelingt auch im Handlungsrahmen des gemeinsamen Fernsehens allenfalls kurzfristig und äußerst oberflächlich" (S. 320). "Bei den Eltern richten sich die Fernsehbedürfnisse auf Betäubung, zugleich aber auf Bestätigung ihres chaotischen und verzweifelten Wirklichkeitsbildes. Sie wollen gerade keine 'Familiensituation' beim Fernsehen, sie wollen die Situation mit ihren Belastungen vergessen. Das geht nur durch starke Reize, die das Fernsehen im gewünschten Ausmaß gar nicht bietet, auch das erweiterte Programmangebot nicht. Daher die abstruse Fernsehkritik des Vaters: Die Fernsehwelt soll so desatrös und brutal sein wie die persönliche Erfahrung der Wirklichkeit" (S. 320): "Also Nachrichten, also, hab mir bestimmt schon, oh ja, ich muß sagen, im 'Ersten' hab ich mir bestimmt schon übern halbes Jahr nich mehr die Nachrichten angekuckt, und aufem 'Zweiten' auch nich (lacht). Weil, was bringts mir, wenn ich mir da diese ganzen Chaosmeldungen ankuck, ne. Ich informier mich zwar, ne / wat heißt: ich informiere mich? Ich weiß nich, wat dat soll, ne? Anscheinend bin ich doof oder die andern, ne. So inner Welt, da gib't's sonne Adolf-Hitler-Verschnitte, und unsere Regierenden machen trotzdem da weiter mit Geschäfte. Obwohl se da meinen, aus ihrer Geschichte da irgendwelche besonderen Ansprüche zu erheben, aber ... komm se keinesfalls nach, ne. Wenn ich so seh, Ayatolla Khomeny, müssen se Geschäfte mit machen. Ich würd doch mit son Adolf-Verschnitt kein Geschäft machen. Das ist für mich nichts wie'n Adolf-Verschnitt. [...] Aber, was soll ich mir da die Information reinziehen, wo ich genau weiß: Die Menschen sind schlecht, im Grunde gehören se nich mehr aufe Erde. Das einzigste Ungeziefer, wat wirklich da is ... Das Schlimmste ist nur, (lachend) daß man selber zum Ungeziefer gehört. (Vater)" (S. 313).

Bettina Hurrelmann zieht folgenden Schluß (S. 320f.):

"Psychische Realität ist längst an Fernsehsymbolik gebunden. Nur 'schlimme' Filme können Haß und Verzweiflung lustvoll machen, denn sie bieten Bilder an, über die beides kurzfristig symbolisch ausagiert werden kann. In diesem Familiengefüge kann die Problemlage 'Arbeitslosigkeit' nicht aufgefangen werden. Sie spiegelt sich in einem problematischen Fernsehverhalten, das die Familie zusätzlich behindert, ihr Problem zu bearbeiten. Den Kindern wird ein Realitätsbild aufgedrungen, das die Welt der Erwachsenen als gewalttätig und chaotisch zeigt. Die Eltern betäuben sich mit einer fiktiven Welt, die den erlebten Horror möglichst übertreffen soll. Das 'Viel'-Sehen ist nur ein Merkmal an der Oberfläche dieses Zusammenhangs zwischen Familiensituation und Mediengebrauch."

4.3.3 *Kulturhistorische Dynamik - Durchdringung von Rationalismus, Aktivismus, Individualismus und Universalismus*

Es ist kein Zufall, daß in Europa in der Nachkriegszeit Fernsehen in und mit der Familie entsteht. Fernsehen der fünfziger Jahre greift nicht auf die öffentliche Kinoveranstaltung zurück, schreibt nicht die Idee der Fernsehstuben fort, die für die Fernsehentwicklung im Rahmen des Nationalsozialismus klar war. Mit dem Ende des 2. Weltkriegs und im europäischen Wiederaufbau auf der Basis amerikanischer Entwicklungshilfe durchdrang die Logik der Technologisierung immer mehr Lebensbereiche und Lebensfunktionen. Technologisierung wurde Organisationsprinzip u.a für Landwirtschaft und Ernährung, für Fortbewegung, Kleidung, Freizeit²⁷, Vergnügen und für Phantasien. Von der Produktion ausgehend griff die Logik der Technologie in den Lebensalltag prinzipiell aller Menschen hinein, indem sich die Menschen die produzierten Waren individuell aneigneten. Dabei spielte Familie als Ort des privaten Lebens eine herausragende Rolle. Was der öffentliche Markt anbot, ließ sich, nach der Logik der Währungsreform von 1948 und in den fünfziger Jahre, nur individuell privat aneignen. Deswegen fiel auch nicht als befragenswert auf, daß Fernsehen mit Hilfe privater Geräte in der Familie konsumiert wurde, denn die Institutionalisierungsform der öffentlichen Fernsehstuben als Alternative war historisch obsolet geworden. Die Institutionalisierung der Fernsehrezeption setzte auch nicht das öffentliche Kino fort, sondern verlief von Anfang an als individualisierte Aneignung: Das hieß individueller und damit privater Konsum im privatesten aller sozialen Orte der fünfziger Jahre, in der Familie. In der Schule dagegen übernahmen die Medien nur Randfunktionen. Schulische Organisation und die spezifische, von einem Lehrplan strukturierte generationsübergreifende Kom-

27 Horkheimer und Adorno haben diese Entwicklung aufgrund ihrer Erfahrungen als Emigranten in den USA in "Dialektik der Aufklärung" (1944) beschrieben.

munikationsform zwischen dem einzelnen Lehrer und einem Block von Schüler bot keine Basis für die Medienentwicklung²⁸ - im Gegensatz zur Familie.

Mittlerweile und in der Folge individualisierender Medientechnik (z.B. Videorekorder, Kabel, Satelliten) sind auch andere soziale Formen individueller Rezeption entstanden (z.B. Szenen, die sich mit Hilfe von Medienereignissen bilden), so daß sich individuelle Rezeption auch von der Familie abzulösen begonnen hat. Es ändert sich damit nicht nur Rezeption, sondern auch deren sozialer Ort, die Familie. Die Befürchtung, daß dies passiert, sich also das Verhältnis der Menschen zu den Medien (konsumieren) und die Familie durch Fernsehen verändert, ist von Anfang des Fernsehens in den fünfziger Jahren an in Form von Fernseh- und Konsumkritik formuliert worden.²⁹ Diese Kritik hebt auf Störung und den Verfall der bekannten und vertrauten Sozialformen ab und stellte sich nicht die Frage, in welcher Entwicklungsdynamik 'fernsehen' als individuelle Freizeit- und Konsumaktivität entstanden ist.

Es handelt sich um eine Dynamik, die in die Logik der westlichen europäischen Kultur hineinpaßt und diese zunehmend prägend fortschreibt. Münch (1993) bezeichnet dies als gegenseitige Durchdringung von Rationalismus, Aktivismus, Individualismus und Universalismus (Münch 1993, I, S. 179). Um diese lang wirkende Entwicklungsdynamik zu verstehen, lohnt es sich, die gegenseitige Durchdringung von Kultur (das ist der Bereich des "Sinns") und Gesellschaft (das ist die "Welt", Münch I, S. 9), genauer anzuschauen. Basis dieses Modell ist die gegenseitige Durchdringung, die einen strategisch absichtsvollen Prozeß oder eine mechanische Ursache-Wirkungs-Beziehung als historische Entwicklungsdynamik beiseite läßt.

Dies kulturhistorische Entwicklungsmodell kommt in seinen dynamischen Teilen - das ist die Durchdringung der Lebensbereiche "Kultur" (Sinn, Bedeutung, Symbole, Sprache, Münch I, S. 15ff.) und "Welt" (gesellschaftliche Wirklichkeit) - dem Überlagerungsmodell von Norbert Elias (Prozeß der Zivilisation) nahe. Bei Norbert Elias kann es jedoch nicht die theoretische Trennung von Kultur und Welt geben, da sich die kulturelle Entwicklung aus der Überlagerung subjektiven Handelns und der daraus entstehenden Objektivationen konstituiert. Zivilisation ist bei Norbert Elias von den Menschen als Subjekten her gedacht, bei Richard Münch interferieren kulturelle und gesellschaftliche Strukturen, deren Zusammenwirken oder deren gegenseitige Reibung Funktionslinien aufbauen, verändern oder verstärken.

28 In den sechziger Jahren sollte die Modernisierung der Schule mittels audiovisueller Medien über das Konzept der Unterrichtstechnologie, z.B. Programmierter Unterricht, Sprachlabor, Lehrmaschinen, laufen. Vgl. Bachmair (1979, S. 16ff., S. 23ff.).

29 Vgl. Stückrath, Schottmayer (1967), Füllgraff (1965), Überblick bei Barthelmes, Sander (1990, S. 7f.).

Münch (I, S. 23) beschreibt als zentrales Charakteristikum der westlichen Gesellschaft die gegenseitige Durchdringung ("Interpenetration") von Kultur und Welt. Nicht die strikte Abgrenzung, sondern die Kultur und die Welt als für einander "offene Systeme, die sich gegenseitig vorantreiben" (I, S. 23) schaffen die für die Moderne typische Strukturkonstellation:

"Die kulturellen Ideen greifen stets über die bestehende Welt hinaus und setzen diese einem Druck der Veränderung in der von ihnen aufgezeigten Richtung aus. Die Welt unterwirft die kulturellen Ideen der Dynamik von neuen Erfahrungen, Lernprozessen, Interessen, situativem Wandel, der Vielfalt konfligierender Zielsetzungen, divergierender Interpretationen der Kultur und partikularer Lebenswelten. Je mehr die Kultur die Welt in sich aufsaugt, um so schneller wandelt sie sich selbst; je mehr ihre Ideen in die Welt hineingetragen werden, um so tiefergehender und weitreichender verändert sich die Welt."

"Weltanpassung" oder Weltflucht sind dazu alternative Funktionsbeziehungen mit dem Schwerpunkt der Abschottung und Abgrenzung, die - im Gegensatz zur westlichen Gesellschaft und der Moderne - Statik statt Dynamik verstärken. Die westliche Moderne basiert mit ihrer Entwicklungsdynamik darauf, daß die Menschen sich in ihrem Bemühen um Sinn der Welt zuwenden und dabei Kultur und Welt systematisch aufeinander beziehen und einen Veränderungsdruck bewirken (I, S. 23). Kultur kann sich in diese Veränderungsdynamik nicht auf "rein kontemplative Sinnsuche" und auf die "Formulierung abstrakter Ideen" (I, S. 23) zurückziehen (der eine mögliche Entwicklungspol) oder sich in "Utilitarismus", "Pragmatik" und "Partikularismus" (I, S. 24) der Welt unterwerfen oder anpassen (der andere mögliche Entwicklungspol). Für die westliche Kultur und die Moderne ist ein "Kulturmuster" maßgeblich, das sich aus den vier Komponenten Rationalismus, Universalismus, Aktivismus, Individualismus, die sich durchdringen, zusammensetzt:

Der "kulturelle Diskurs" hat eine *rationalistische* Grundstruktur. Sinnvolles und soziales Handeln zielt auf einen "höheren Grad der inneren Konsistenz" und der "universellen Gültigkeit" (I, S. 24). Handeln muß auf "gültige kulturelle Konstrukte" und "richtige Normen und konsistente Sinnkonstruktionen", auf wahre Erkenntnisse und Einsichten, auf "identitätsverbürgende" Mitteilungen zurückgeführt werden. Das funktioniert insbesondere dann, wenn sich ein kultureller *Universalismus* herausbildet. Die kulturellen Normen haben dann "verbindlichen Charakter" und werden zu einem "generellen Bezugsrahmen" des Handelns. Dieser Universalismus, also der allgemeine Bezugsrahmen, führt dazu, "daß alle Menschen gleiche Rechte und Pflichten haben, die allgemeine Geltung besitzen, von gleich zu gleich miteinander verkehren und gleiche Solidarität üben" (I, S. 24). Handeln innerhalb eines gemeinsamen und begründeten Bezugsrahmen richtet sich handelnd und "technisch praktisch" auf die Gestaltung der kollektiven Welt. Dieser "*kulturelle* Aktivismus" (I, S. 26) ist eine "Disposition zur aktiven Umgestaltung der bestehenden Welt nach kulturellen Ideen". Diese prinzipielle Handlungsorientierung, also das verändernde und gestaltende Einwirken auf die Welt, stützt sich auf einen

gemeinsamen und begründeten bzw. begründbaren Bezugsrahmen, der als "kultureller Diskurs" offen ist für "individuelle Nutzenerwägungen". Die Durchdringung von "kulturellem Diskurs und individueller Nutzenerwägung öffnet die kulturellen Ideen für individuelle und situativ wechselnde Interessen und vermittelt den individuellen Kalkulationen einen festen Rahmen, innerhalb dessen sie koordiniert werden können." Daraus entsteht ein Typ von *Individualismus*, der jedem "Individuum das Recht der Verfügung über sein Denken und Handeln" gibt, "zugleich aber auch die Pflicht, seine Freiheit mit der Freiheit der anderen in Übereinstimmung zu bringen" (I, S. 6).

Massenkommunikation entstand, weil sie in dieses Strukturschema paßte. Gerade das Laufbildmedium Fernsehen verstärkte den Universalismus, und zwar mit dem Mechanismus der individuellen Aneignung standardisierten symbolischen Materials, so daß Universalisierung und Individualisierung nicht nur in Einklang kamen, sondern sich stützten und verstärkten. Der Einklang von Universalismus und Individualismus führte dazu, daß die Lebenswelt als individueller Alltag von den Menschen selber aufzubauen ist. Dabei bietet das gemeinsame symbolische Band der Massenkommunikation das individuell passende und zugleich die Kultur repräsentierende symbolische Material, das gemeinsame Konsistenz und Gültigkeit als vernünftige Grundlage - im Sinne des kulturellen Rationalismus - ermöglicht und gewährleistet. Die Rationalität der Bilderwelt der Massenkommunikation ist nicht die der zweckrationalen Logik oder der kritischen Aufklärung, sondern die mythische Weltdeutung in der Spannung von faßbarer Wirklichkeit und der sie transzendierenden Utopie bzw. deren Negation, dem Horror. Zur Rationalität der mythischen Bilderwelt gehört die Auflösung starrer Grenzen und Sphären durch Aktion und fließende Verwandlung. Gerade die Bewegungsmedien Film, Fernsehen, Video entsprechen in ihren Kodifizierungs- und Repräsentationsformen einem aktiven Handlungs- und Erlebnismuster.

In der folgenden kulturellen Entwicklung übernahm Massenkommunikation die Innovationsaufgabe der weiteren Durchdringung von Alltag, Kommunikation und Technologie. Für die Medien- und Organisationsentwicklung gab die Familie den Rahmen ab, in dem Familie die Fernsehrezeption strukturierte. In dieser Zeit, von den fünfziger Jahren bis Ende der achtziger Jahre, entstand aus dem Fernsehen langsam eine Technik für situationsunabhängige Mediennutzung, also das Display-Fernsehen in Form des Walkman plus Gameboy von Nintendo oder Sega. Die *Universalisierung* des Mediums Fernsehen lief also über die Familie, indem Rezeption die Form des individuell Privaten bekam. Sie war sozusagen die Schnittstelle zwischen Individuum, sozialem Handeln, Alltag und Fernsehrezeption. Diese soziale Schnittstelle Familie liefert den Sinnrahmen für Fernsehen - das sind die subjektiven und handlungsstrukturierten Themen der Menschen - und setzt das soziale Aneignungsmuster für Kommunikationstechnologie, das ist die Medienkommunikation. Fernsehen wurde zum Prototyp der Medienkommunikation, weil es sich mit der Alltagsgestaltung der Familie bzw. der Familienmitglieder und deren Sozialbeziehungen (Eltern und Kinder, Frau und Mann) vermischte. Massenkom-

munikation wurde dabei auch über die Fernsehrezeption in die Zeitgestaltung der Tage, Wochen und des Jahres integriert. Auf diese Weise entwickelte sich in Form der Durchdringung von Technik und Familie ein kultureller Aneignungs-, Handlungs- und Kommunikationstyp.

Die geschilderten Familienbeispiele zeigen die Detailmechanismen, wie Rezeptionssituation und Themen des Fernsehen in die Familien passen: Der Stiefvater, der vor dem Fernsehapparat sitzen bleibt, um dem Stiefsohn beim Ritual des Ins-Bett-Gehens nicht zu nahe kommen zu müssen, der aber seiner Frau Grenzen bei diesem Familienritual setzt, indem er von ihr fordert, sich zu ihm zu setzen und die "Tagesschau" anzuschauen. Für die Frau wiederum läßt sich am ständig laufenden Fernseher erkennen, daß die gewohnte Reduktion des Familien- und Freizeitlebens auf die häuslichen vier Wände trotz neuer Partnerschaft wieder passiert ist, daß Partnerschaft also z.B. öffentliches Kulturleben ausgrenzt, daß Familienleben sich nur in der Dimension Fernseh-Nähe und Fernseh-Distanz verwirklicht.

Wie sich Zeitgliederung, Raumgliederung oder das Generations- und Geschlechterverhältnis um den neuen Fernsehapparat arrangierten, zeigt der Familienbericht aus Indien. Dieser Bericht macht ebenfalls deutlich, wie sich damit auch die westliche Kulturlogik Durchdringungssituationen schafft bzw. geschaffen werden. In diesen Berichten über kommunikationstechnologische Innovationen (Fernsehapparat, Videorekorder, Kabelanschluß) scheint es auf den ersten Blick so zu sein, daß diese Innovationen die Familie sozusagen unterwerfen. Angemessener ist dagegen, die Familie als kulturellen Bezugsrahmen für kommunikationstechnologische Innovationen zu verstehen. Die Universalisierung von Kommunikationstechnologie wird eine wichtige Entwicklungsphase lang von der Familie als sozialem Ort des Alltagslebens geprägt. Ergebnis ist die Medienkommunikation; das ist die alltags- und subjektbezogenen Sinnggebung der Bildschirm- und der mit ihnen verbundenen Medien. Von der Familie als Bezugsrahmen von Medienkommunikation bzw. von der für die Verbindung von Medien und Konsum verantwortlichen Nachkriegsphase der Entwicklung der Medientechnologie, ist die Familie der soziale Ort, dessen Dynamik als allgemeiner kultureller Bezugsrahmen fungiert.

Daß dies ein bemerkenswerter Entwicklungsschritt war, läßt sich durch einen Vergleich mit der Technologisierung der Produktion im Industriebetrieb oder der Entwicklung der Informationstechnologie als industrielle und wissenschaftliche Datenverarbeitung und Datenübertragung bewußt machen. Der kulturelle Bezugsrahmen von Produktionstechnik und Fernsehen unterscheidet sich wesentlich, was sich gerade an der Funktion von Fernsehen für Alltags- und Lebensthemen der Menschen ablesen läßt. In der Familie öffnet sich die Medienentwicklung in besonderem Maße für die subjektiven und handlungsstrukturierenden Themen der Menschen. Von diesen Themen aus ordnet sich Medienkommunikation in die Phantasieprozesse und in die assoziativen Verarbeitungsprozesse von Erlebnissen ein. Ausgehend von der familienbestimmten Medienkommunikation kann sich alltägliches Fernsehen, ebenso wie nachfolgende kommunikationstechnologische

Innovationen, in andere sozialen Alltagsbereichen verschieben, so z.B. in alters-spezifische Gespräche von Kindern und Jugendlichen in der Schule, in der Gleichaltrigengruppe usw. Damit weitet sich der soziale Bezugsrahmen von Kommunikationstechnologie auf viele alltägliche Sozialgruppierungen und Situationen aus. Soziales Alltagshandeln bleibt damit der Bezugsrahmen für Mediennutzung und für die Akzeptanz von Medienkommunikation. Das setzt eine spezifische Logik in Gang.

Im Sinne von Münchs Strukturkategorie des *Rationalismus* geht es um die innere Gültigkeit der gemeinsamen Sinnkonstitution, die zwar aus der Sicht der Medienproduktion ökonomisch zweckrational orientiert ist. Medienkommunikation baut dagegen auf der Logik des sinnvollen sozialen Handelns im Alltag auf. Bei der Medienkommunikation geht es darum, sich und anderen mit Hilfe kultureller Symbolik die subjektiven und handlungsstrukturierenden Themen mitzuteilen, wobei es zu der für soziales Alltagshandeln typischen Mischung von Phantasie und Zielorientierung kommt. Auf diesem Weg wurden für Medienkommunikation die Lebens- und Alltagsthemen in der Darstellungsform assoziativer Phantasieprozessen wesentlich. Über Medienkommunikation bestimmen thematische orientierte assoziative Phantasieprozesse die kulturelle und technologische Entwicklung mit.

Das Textparadigma für thematisch orientierte assoziative Phantasieprozesse ist der Mythos, der sich aus der Spannung von empirisch Realem (Alltagsthemen, soziale Umgebung, Institutionen) und den vom Alltag abgetrennten oder über den Alltag hinaus projizierten Erfahrungen und Wünschen konstituiert. Mythos bekam und bekommt zudem paradigmatische Funktion für Medienkommunikation bzw. für die Medientexte, weil Mythen eine auf Aktion ausgerichtete Dramaturgie besitzen. Sie kann sich nicht nur mit dem Bewegungsmedium Fernsehen verbinden, sie entspricht der kulturellen Logik des handelnden Durchdringens von Lebensbereichen, die ja schon für die Verbindung von Kommunikation und Bewegung maßgeblich war.

Der Start des Fernsehens in der Familie der Nachkriegszeit prägt die moderne Massenkommunikation, auch wenn mittlerweile Fernsehen und Familie von Konsummechanismen wesentlich verändert wurden. Schlüsselkategorie zur Beschreibung der Veränderung ist Individualisierung, die sich an zwei Phänomenen schlaglichtartig verdeutlichen lassen: der oder die in der Berufskarriere oder den Freizeitaktivitäten aufgehende Single; die Fragmentierung des Medienmarktes.

Die zweite PrägröÙe neben der Familie war die industrielle Produktion, in der Fernsehen von Anfang an entstand. Horkheimer und Adorno (1969) haben mit "Kulturindustrie" das entscheidende theoretische Stichwort zur Erklärung industrieller Medienproduktion gegeben. Auch wenn industrielle Medienproduktion im Sinne des Zeitungsverlags oder des Hollywood-Studio uns heute als naheliegend erscheint, so ist die Abtrennung der Medien vom traditionellen Gedanken der Kultur (Stichworte: Geist, Bildung) und die Zuordnung zur Warenproduktion zwar juristisch, und das heißt von unserem institutionellen Selbstverständnis her immer noch umstritten, jedoch mit dem sog. dualen Rundfunk und der Reduzierung der

öffentlich-rechtlichen Medienproduktion Fakt geworden. Damit verschwindet auch das öffentlich-rechtliche Kriterium des ausgewogenen und in seiner Gesamtheit verantworteten Programms von Information, Unterhaltung und Bildung.

Die kulturelle und gesellschaftliche Entwicklung der Nachkriegszeit brachte die Egalisierung der Gesellschaft durch Konsum. Diese Egalisierung durch Konsum war der gemeinsame Schnittpunkt von industrieller Medienproduktion und Familie. Die Familie als Kristallisationskern für privates Alltagsleben und als Übergangsinstitution zwischen traditioneller Lebensorganisation des 19. Jahrhunderts mit der spezifischen Definition von Männer- und Frauenfunktion (Vater / Autorität / Außenwelt des Berufs und der Institutionen - Mutter / Emotionen / Innenwelt der Familie) war der entscheidende Katalysator für die Phantasie- und Themenwelt des Fernsehens. Diese ist dem irrationalen Traum verwandter als dem bürgerlichen Arbeitsethos des "Geschäftsmannes, der durch konsequente Arbeitsdisziplin und rationale Gestaltung der Arbeit, rationale Buchführung über Einnahmen und Ausgaben und rationale Betriebstechnik den ökonomischen Erwerb und den gestaltenden Eingriff in die Lebensordnung, um sie nach zweckrationalen Kriterien beherrschen zu können, zum Ziel seines Daseins macht" (Münch I, S. 131f.). Zwar entspringt diesem Typ von Rationalität das Fernsehen, die sich im Organisationsmodell des Informationstransportes niederschlägt. Der soziale Rezeptionsort Familie verstärkt die nicht-rationale Orientierung, die durch die Trivalliteratur schon Teil der Massenkommunikation war, jetzt jedoch für den Bildschirm bestimmend wurde. Für die Dramaturgie des Fernsehens ist die Logik der Arbeit disfunktional. Fernsehen besetzt den arbeitsfreien Zeitraum³⁰ und schafft Raum für assoziative und subjektiv thematische Erlebens- und Ausdrucksprozesse.³¹

Ein Beispiel dafür sind die Quiz- und Spielshows des Fernsehens, die schon in den fünfziger Jahren z.B. mit Frankfelds Quizsendungen ein Modell sozialen Lernens präsentierten, aus denen sich die heutigen Game Shows und ihre soziale Funktion entwickelte. Sie bringen u.a den universellen Rahmen neuen, kompensatorischen oder notwendigen sozialen Handelns. Hans Jürgen Wulf (1991, S. 9, 1992) formuliert dazu folgende Thesen: Fernsehshows organisieren eine "eigene stabile soziale Welt". "Man weiß im Spiel immer, wer man ist, was man will, was man tun darf; die Regeln, die Ziele, die Zuverlässigkeiten stehen nicht zur Debatte. Spielend konstituieren die Spieler sich eine in höchstem Maße kontrollierte Realität des Handelns". Sicherheit und Eindeutigkeit des Handelns ist genau der soziale Punkt, den

30 Das Argument von Horkheimer und Adorno (1969) in "Kulturindustrie", daß die Freizeit die Logik der Arbeit nur fortsetzt, steht hierzu nicht in Widerspruch, da sich mit der Konsumorientierung in der Freizeit die zur Produktion komplementären Aktivitäten als notwendiger Bestandteil der Industriegesellschaft und ihrer Systemlogik durchsetzen.

31 Sie mit anderen als arbeitslogischen Kategorien zu beschreiben, ist aufgrund unserer individuellen und kulturellen Prägung durch Arbeit und arbeitsorientierte Lernen nicht leicht.

die Alltagswelt den Menschen der Industriegesellschaft heute nicht mehr anbieten kann. In der Alltagswelt sind ständig individuelle Entscheidungen unter ambivalenten Bedingungen notwendig, die jeweils neue soziale Situationen und Prozesse konstituieren. In der eindeutigen und definierten Spielsituation der Game-Show lassen sich sozusagen probierend soziale Mechanismen erkunden und gleichzeitig Alltagsambivalenz kompensieren. Diese "individuelle und soziale Sicherheit der Mitspieler" (S. 9) wie auch der Zuschauer im Studio und vor dem Bildschirm sind nur dann gewährleistet, wenn die Game-Show eine "Technik der Kontrolle" und "Instanzen der Autorität" (S. 9) einführt und diesen konsequent folgt. Kontrolltechnik setzt Regeln für das "Kommunikations- und Beziehungsgeflecht" voraus, auf die die Spieler verpflichtet werden und deren Verletzung Bestrafung nach sich zieht (S. 9). Die Regeln lassen nicht nur Spannung zwischen den Spielern zu, die Game-Show braucht diese Spannung, um damit individuelles, spezifisches Handeln herauszufordern. Auf diese Weise verbindet sich für die Spieler "kommunikative Freiheit" durch Spannung im Kommunikations- und Beziehungsgeflecht sowie in den Spielmustern mit der "Sicherheit" durch die Anbindung an Regeln. Die Regeln zielen auf zwei Verhaltensimperative: "Ordne dich ein!" (S. 9f.) und "Ordne dich unter!" (S. 11f.). Der entscheidende Garant der Regel als Kontrolleur und Autorität ist der Showmaster bzw. dessen weibliches Pendant, der bzw. die gerade den Verhaltensimperativ, sich ein- und unterzuordnen, überwacht. Neben der Regelung und Kontrolle der Spielsituation ist noch das soziale und "kommunikative Vertrauen" (S. 12) wichtig, mit dem Kandidatinnen, Helferinnen, Zuschauer rechnen können, sobald sie sich in das Spiel begeben. Dieses soziale und kommunikative Vertrauen variiert zusammen mit anderen Spielregeln von Show zu Show.

Innerhalb der kontrollierten Situation sind nun die verschiedensten sozialen Ereignisse, Konstellationen und Themen durchspielbar, die von Kooperation, Witz, Erotik bis zu Frustrations-, Opfer- und Straffähigkeit reichen.³² Auffallend sind Spielshows wie "Straßenflirt. Date-Game" in Pro 7 (Samstag 18.55-19.25, Wiederholung am Sonntag 11.15-11.45) oder "Mann-o-Mann" in Sat 1 (Samstag 22.05-23.05), die die erotischen Beziehungen zwischen Männern und Frauen zum Gegenstand haben. In "Mann-o-Mann" präsentiert sich z.B. eine Gruppe junger Männer als witzig, intelligent, charmant, gut aussehend (wozu die Hüllen bis auf den Slip fallen) einer Gruppe junger Frauen, die den attraktivsten Mann auswählt. Ganz nebenbei werden die nicht Erwählten in ein Schwimmbecken gestoßen. Chef und Moderator ist Peer Augustinski, der in der Maske des Wiener Bon vivant und weltgewandten Entertainers intelligente, charmante und dominante Männlichkeit vorstellen soll. Die jungen Frauen auf der Bühne haben die Rolle der auswählenden erotischen Frau, die von den Männern zu erobern ist. Spielrahmen ist die bekannte

32 Ein weiterer Universalisierungsmechanismus hängt mit den Gewaltdarstellungen der Bildmedien zusammen, die zu Themen übergreifenden Zeichen werden, insbesondere weil sie mit hoher emotionaler Erregung der Rezipienten einher gehen.

große Bühne der Fernsehshow, die mit Kulissen, Kostümen und Effekten nicht spart, die jedoch nicht nur für die Stars des Mediengeschäfts offen steht, sondern für die sich intelligent und witzig benehmenden Söhne und Töchter von nebenan.³³

4.4 Kultivierung: Gestaltung und Reflexion

Die Welt und die Ordnung der Welt mit der Metapher des Buches zu deuten, gehört zu den alten Denktraditionen. Die Bedeutung dieser Metapher hat der Geniegedanke noch gefördert: der schöpferische Mensch gewinnt schreibend und mit der ihn bewundernden Leserschaft seine Identität. Subjektkonstitution und das Modell der Weltdeutung sind mit dem Buch als Medium und als Deutungsmetapher verbunden. Das Modell der Medienkommunikation abstrahiert von der Kodifizierungsform des Buches und unterstellt allen Medien diese Deutungsfunktion, ebenfalls die Funktion der Subjektkonstitution. Das Modell der Medienkommunikation besagt, daß Medienrezeption, Medienerlebnisse, Mediensymbolik als sinnvolle Bestandteile des Soziallebens, der alltäglichen Ereignisse und der Lebensgestaltung in den Fluß des Alltags und der Biographie verwoben sind. Dabei geht die sinnstiftende Dynamik von den Rezipienten aus. Dieses hermeneutische Modell von Rezeption und Medienwirkung als Medienkommunikation unterstellt eine subjektive Sinnperspektive, die mit Hilfe der subjektiven und handlungsstrukturierenden Themen der Menschen operationalisiert und beschrieben wird.

Wenn der Buchtext nun ein Text unter vielen Medientexten ist, noch dazu mit vielen anderen Medientexten verwoben, gerät das tradierte hermeneutische Modell ins Wanken. Neil Postmann bringt dieses Unbehagen in seinem Bestseller über "das Verschwinden der Kindheit" (1983, S. 89) folgendermaßen auf den Punkt:

"In der Zeit zwischen 1850 und 1950 wurden immense Anstrengungen unternommen, um in Amerika eine literale Kultur zu schaffen und die Werte einer an der Schrift und am Buch orientierten Mentalität zu propagieren. Aber genau zur gleichen Zeit bildete die Elektrizitätsgeschwindigkeit und das massenhaft produzierte Bild eine Allianz, um dieses Anstrengungen und die aus ihnen resultierende Mentalität zu untergraben. Etwa um das Jahr 1950 wurde die Konkurrenz zwischen diesen beiden Symbolwelten sichtbar, und die Paradoxie trat deutlich zutage. Wie viele andere gesellschaftliche Kunstprodukte wurde die Kindheit genau in diesem Augenblick obsolet, in dem sie als fester Bestandteil der Wirklichkeit wahrgenommen wurde."

33 Dies ist ein Moment der "Zuschauerorientierung", vgl. hierzu Hickethier (1991). Ein weiteres Moment ergibt sich aus dem Seriencharakter (S. 9, 12), die die Einbindung in den Alltag der Zuschauer erleichtert, z.B. weil die Darstellungselemente vertraut werden. Ein vergleichbares Argument bringt Fiske (1987, S. 272: "The active audience") zur Erklärung des "quizzical pleasure" (S. 265ff.).

Das Deutungsproblem benennt Postman (1993, S. 1116):

"Das Fernsehen ist für unsere Kultur zur wichtigsten Form der Selbstverständigung geworden. Deshalb - das ist der entscheidende Punkt - wird die Art, wie das Fernsehen die Welt in Szene setzt, zum Modell dafür, wie die Welt recht eigentlich aussehen sollte. Es geht nicht bloß darum, daß das Entertainment auf dem Bildschirm zur Metapher für jeglichen Diskurs wird. Es geht darum, daß diese Metapher auch jenseits des Bildschirms dominiert. Wo früher der Buchdruck den Stil im Umgang mit Politik, Religion, Wirtschaft, Bildung, Recht und anderen wichtigen Angelegenheiten der Gesellschaft vorschrieb, gebietet heute das Fernsehen. In Gerichtssälen, Klassenzimmern, Operationssälen, Sitzungssälen, Kirchen selbst im Flugzeug sprechen die Amerikaner nicht miteinander, sie unterhalten einander. Sie tauschen keine Gedanken mehr aus; sie tauschen Bilder aus. Sie argumentieren nicht mit Sätzen; sie argumentieren mit gutem Aussehen, Prominenz und Werbesprüchen. Denn die Botschaft des Fernsehens als Metapher besagt nicht nur, daß die Welt eine Bühne ist, sondern auch, daß diese Bühne in Las Vegas, Nevada, steht."

Als drängender Problempunkt gerät dabei die Konsumierbarkeit zeitgenössischer Medientexte ins Visier der Kritik. Distanziert man sich von der unreflektierten Bewertung von Lebensstilen und dem schlichten kulturhistorischen Entwicklungsmodell von Ursache und Wirkung, dann zeigt sich gerade auch die Konsumdynamik der Medien- und Massenkommunikation. Sobald diese Konsumdynamik die Massenkommunikation, also die technologisch organisierte Form von Kommunikation, einholt, überformt und vereinnahmt, ist die medienspezifische Aneignung kulturellen symbolischen Materials integrierter Teil der individuellen Subjektivität. Mit individueller Subjektivität, ohne die industrielle Massenkommunikation als Medienproduktion und Medienkonsumption nicht entsteht, geht auch die Verlagerung dessen in die subjektive Sinn- und Handlungsperspektive der Individuen einher, was mit allgemeinen Werten gedacht, praktiziert und aktuell als Verlust angemahnt wird. Zur Beschreibung und Analyse empfehlen sich die einfachen Konzepte "subjektive Themen", "Medienerlebnisse", "Situationen", "Mediensymbolik", "symbolische Darstellungen" und zwar in (der schon einführend skizzierten) dynamischen Beziehung: Sinnvoll handelnde Menschen mit ihren Themen eignen sich in Situationen Mediensymbolik als Medienerlebnisse an und verwenden diese kommunikativ, um sich selber oder anderen (also intra- oder intersubjektiv) etwas darzustellen. Mit der theoretischen Annahme, Medienkommunikation sei eine sinnvolle Angelegenheit, und zwar als Eigenleistung der Subjekte, ist der Problemhorizont auch umrissen. Sinn ist keine Anpassungsleistung oder Unterwerfung der Menschen an bzw. unter eine Weltordnung und deren Logik. Die Medien der Massenkommunikation legen den Menschen jedoch nahe, Sicht- und Lebensweise der Massenkommunikation als eigene Perspektive zu übernehmen und sich der immerwährenden Lebens- und Sinngestaltung zu entziehen. Die Medien als kulturelle Objektivation drängen sich als Fetisch in die Funktion der dominierenden Wirklichkeit. Kultivierung ist dann die Aufgabe, sich dieser Entfremdung zu entziehen.

Kultivierung ist das angemessene Konzept, weil es auf das Grundmodell der Welt-Mensch-Beziehung als kommunikative und handelnde Entäußerung und Aneignung eingeht. Lebensgestaltung und die Gestaltung der symbolisch objektiven Welt ist die Aufgabe; die symbolische Welt der Medien reflexiv zu durchschauen, ist ein Teil der Lebens- und Weltgestaltung.

Reflexion und Gestaltung stehen sowohl in der Tradition der Aufklärung, nehmen aber auch die Hoffnung auf, die im 19. Jahrhundert der Bildung, gerade auch als ästhetische Kategorie, zukam. Thomas Nipperdey (1993, S. 440) zeigt in seiner Geschichte des 19. Jahrhunderts, wie die Säkularisierung im Denken und im Lebensmodell dieses Jahrhunderts der Industrialisierung den "Sinn des Lebens" von einer göttlich gedachten allgemeinen Weltordnung ablöst und den Gedanken der Bildung einführt: "Der Mensch ... gewinnt sein eigentliches Wesen, indem er sich 'bildet', seine individuelle Persönlichkeit entfaltet", was nur in der Auseinandersetzung mit der symbolischen Welt, also der "Welt der Kultur, mit Kunst, Wissenschaft und Geschichte" gelingt. "Kultur ist nichts Selbstverständliches, sondern eine Aufgabe, ein ethischer Imperativ, man muß sie aneignen und fortentwickeln" (Nipperdey, S. 440). Dabei gewinnen Poesie und Ästhetik eine besondere Rolle. "Die Welt des Idealen wird das 'Sakrament', durch das sich der Mensch zum Göttlichen erhebt" (S. 441). Dazu gehört die Vergöttlichung des Poeten zum Genie, der die Welt in seiner Selbstentäußerung ästhetisch schafft (S. 440).

Demokratisiert man diesen Gedanken, weil alle Menschen sinnorientiert ihr Leben schaffen, zeigt sich die Grundlogik der Verbindung von Konsum und Ästhetik in den Medien der Massenkommunikation. Theoretisch begleiten Kunsthistoriker wie Aby Warburg (geb. 1866, gest. 1929) diese Demokratisierung, indem sie nicht nur die Ästhetik der Hochkultur als menschliche Selbstentäußerung interpretieren, sondern die aller Menschen in allen Kulturen. Aby Warburg versuchte eine Bibliothek als "eine Urkundensammlung zur Psychologie der menschlichen Ausdruckskunde" aufzubauen, um über die verschiedenen Kulturen und Zeiten hinweg die Frage zu untersuchen: "Wie entstehen die sprachlichen oder bildförmigen Ausdrücke, nach welchem Gefühl oder Gesichtspunkt, bewußt oder unbewußt, werden sie im Archiv des Gedächtnisses aufbewahrt, und gibt es Gesetze, nach denen sie sich niederschlagen und wieder herausdringen?"(zit. nach W. Hofmann 1980, S. 30).

Alle Menschen sind schöpferisch, weil ausdrucksfähig; das ist nun die grundlegende Annahme. Trennen sich Ausdrucksfähigkeit und das gestaltete Material, weil die Menschen sich ihre Welt industriell arbeitsteilig organisieren, dann ist die Integration des industriellen symbolischen Materials in das Leben die verbleibende Gestaltungsmöglichkeit der Rezipienten. Dieses nicht bewußtlos zu tun, macht Reflexion zur unabweisbaren Aufgabe. Sich die institutionellen Bedingungen für Ausdruck, Gestaltung als Teil der Lebenswelt verfügbar zu machen und Institutionen auch wieder zu gewinnen, gehört zu dieser Aufgabe. Daß dieser Gedanke der Kultivierung historisch begrenzt und bedingt ist, ist dann auch

wieder selbstverständlich, wenn man sich die Kulturgeschichte der Repräsentation bzw. der Mimetik bewußt macht.

4.4.1 Lebensgestaltung, Identitätsfindung, pädagogische Gestaltungsräume

Individualisierung und die Aufwertung des Alltags zur hervorragenden Wirklichkeit (vgl. Alfred Schütz), sozusagen zur 'wirklichen Wirklichkeit' der Industriegesellschaft sind gemeinsame Teile einer fortschreitenden Entwicklung, die sich gegenseitig forcieren und bedingen. Den Menschen kommt in individueller Verantwortung die Aufgabe und Chance zu, sich ihren Sinn im Alltag und damit den Alltag zu gestalten. Medienkommunikation ist darin verwoben und somit Mechanismus und Gegenstand der Gestaltung des Alltagslebens, gerade auch der direkt erleb-
baren sozialen Beziehungen.

Ein Schlüsselkonzept bieten dazu Michael Charlton und Klaus Neumann (1986), die die Funktion von Fernsehen in der Familie als Teil der "Lebensbewältigung" deuteten. Charlton und Neumann gingen dabei theoretisch vom Konzept des "aktiven, die Medienangebote produktiv und selbstverantwortlich verarbeitenden Zuschauers aus" (S. VII). Es sind gerade die Nutzungssituationen, die die Menschen als soziales Geschehen entwickeln. "Durch ihre Konsumgewohnheiten verschaffen sich die Menschen Orientierungspunkte zur Gestaltung ihres Alltags. Sie gliedern z.B. den Tag in Zeitabschnitte der Aktivität und der Ruhe. Sie regeln gemeinsam die in der Familie und die individuell verbrachte Tageszeit ... auch mit Hilfe von Medien" (S. 9). Dabei ist die Regelung von Nähe und Distanz bedeutsam. So kann auch viel fernzusehen, aktive und gelingende Lebensgestaltung sein, z.B. wenn es darum geht, die Ablösung der Kinder von der Familie, ein wichtiger Lebensabschnitt jeder Familie, zu bewältigen (Charlton, Neumann 1986, S. 161ff.).

In der Familie Walter - der arbeitsloser Vater, die vitale und resolute Mutter, die hübsche 14jährige Sandra, die sich in der Arbeit des Haushaltes verkriecht und der 5jährige quicklebendige Sohn Manfred - ist das Fernsehen von Beginn des Nachmittags bis zum Programmende eingeschaltet. "Kennzeichnend für das gemeinsame Fernsehen ist, daß im Gegensatz zu sonst der Familienkontakt entspannt ist. Streit um die Programmwahl kommt kaum vor, da im Falle unterschiedlicher Sehwnünche Frau Walter im Schlafzimmer das Schwarzweißgerät benutzt. Die Familienmitglieder reden wenig miteinander. Besonders ruhige Momente des gemeinsamen Fernsehens sind solche, in denen als Fernsehinhalt 'Gemeinsamkeit' vermittelt wird. Falls die Fernsehinhalte kommentiert werden, wird deutlich, daß sie in vielerlei Hinsicht dazu verwendet werden, einem anderen Familienmitglied etwas Bedeutsames zu sagen." "Für Frau Walter stellt der Fernseher die Möglichkeit dar, sich abends, wenn sie nach Hause kommt, etwas Gutes zu tun, sich nach getaner Arbeit zu entspannen." Ganz lebendig erzählt sie von ihren Lieblingssendungen. Für Herrn Walter ist Fernsehen in erster Linie ein "Schlafmittel". Sandra nutzt Fernsehen als "Tor zur Welt" (S. 176), als Alternative zu ihrem "engen Lebensraum", um andere "Lebensentwürfe zu erfahren". Manfred liebt besonders "Tom und Jerry", weil der listige Kleine den Großen besiegt.

Bei einer genaueren Analyse der Familienwelt wird deutlich, wie die Familie auf verschiedenen Schichten ihrer Beziehung mit den Themen der Bedrohung, der Suche nach einem Schutzraum, Rivalität, "affektiver Solidarität" (S. 177) umgeht und sich dabei mit Fernsehen ihre Lebenswelt gestalten.

Dies geschieht auf dem Reflexionsniveau des Handelns. Zunehmend mehr sind komplexe Medienensembles Mechanismus und Gegenstand der Lebensgestaltung, die zusammen mit den Codes und Handlungsmustern anderer Konsumobjekte wie Kleidung und Situationen wie Discos das alltagsästhetische Gestaltungsmaterial bieten bzw. sind. Demzufolge gestaltet sich die Familie der mittlerweile erwachsenen Kinder Manfred und Sandra ihre Beziehungsdynamik komplexer als nur mit dem Farbfernseher im Wohnzimmer und dem Schwarzweißgerät im Schlafzimmer, z.B. mit Rap-Klamotten oder Techno-Outfit, die über ästhetisches Material intertextuelle Arrangements als Gestaltungsfelder öffnen. Dies ist komplexer als bei ihren Eltern, gleich bleibt jedoch das Reflexionsniveau, nämlich die Lebenswelt handelnd, also ohne explizites Wissen und verbalisierbarer Absicht oder Konzept zu gestalten.

In der historischen Entwicklung gerade der Industriegesellschaft differenziert sich die Lebenswelt der Menschen. Wichtig ist hier die Aufteilung in Produktions-sphären und Konsumsphären, die durch ein Transportsystem verbunden werden. Es folgte dann die Übertragung der Arbeitsteilung auf andere Lebensfunktionen und Lebensbereiche. Sie führt dazu, daß Schule und didaktisch organisiertes Lernen notwendig waren und sind. Die Kulturtechniken und sozialen Normen lernen die Kinder nicht mehr in der ursprünglich eigenen Lebenswelt durch das Mitleben. Unterrichten und Erziehen wurden professionalisiert und damit auch auf einer höheren Reflexionsebene als der des Handelns angesiedelt. Für die Medienerziehung stehen wir heute an der Schwelle vom praktischen Mittun zur professionell reflektierten Erziehung. In der Familie Walter z.B. haben die Kinder erlebt, wie Distanzregulierung mittels Fernsehen läuft; sie könnten nicht darüber reden, geschweige erklären, wie sie Geborgenheit und Eigenständigkeit realisieren; es passiert.

Mit den vielen neuen Fernsehangeboten, die in den achtziger Jahren mit viel Getöse die Aufmerksamkeit, gerade auch die der konsumfreudigen und prägbaren Kinder und Jugendlichen auf sich ziehen wollen, wurde auch der Ruf nach Medienerziehung laut. Er ist in die verschiedensten Formen eingekleidet, von bewahrpädagogischen Forderung im Sinne einer 'sauberen Leinwand' bis zum demokratischen Argument vom mündigen Zuschauer. Der Kernpunkt ist jedoch, daß Medienerziehung, wie einstens die Didaktik des Lesens und Schreibens, ein Reflexionsniveau über dem des handelnden Mittuns verlangt und daß dazu auch neue institutionelle Bedingungen notwendig sind.

So schlägt z.B. der Medienpsychologe Jo Groebel, Mitglied der Fernsehkommission für den deutschen Bundespräsidenten, in einer Artikelserie der Wochenzeitung "Die Zeit" vom 13.1.1995 zum Thema "Gewalt im Fernsehen" vor, ein hö-

heres Reflexionsniveau der Medienkommunikation und der Medienproduktion anzustreben. Er empfiehlt den "Programmverantwortlichen", sich ihre eigenen Kinder als Zuschauer vorzustellen, dann realisierten sie auch das Qualitätsniveau der Fernsehfilme vom "Prix Jeunesse" als massenattraktives Programm für Kinder und Jugendliche. Dieser Vorschlag ist als solcher recht simpel, zeigt jedoch die notwendige Richtung, nämlich ein höheres und komplexeres Reflexionsniveau zu gewinnen. Entsprechend empfiehlt Groebel gerade auch kritischen Eltern zu bedenken, daß Kinder das nachahmen, was sie bei ihren Eltern gesehen haben: "fernsehen, zappen, fernsehen".

"Trotz anderer Bekundungen nehmen die Großen kaum Einfluß auf das Medienverhalten ihrer Sprößlinge". [An dieser Stelle kommt der reflexionsorientierte Vorschlag an die Adresse der Eltern.] "Dabei könnten Eltern schon mit geringem Zeitaufwand zusammen mit den Kindern die interessantesten Sendungen aus den Programmzeitschriften aussuchen und sich darüber unterhalten, warum sie attraktiv und /oder sinnvoll sein könnten oder was eher dagegen spricht, sie sich anzuschauen. Statt einfacher Fernsehverbote müßten den Kleinen auch erklärt werden, warum bestimmte Filme für sie (noch) nicht geeignet sind. Fernsehkonsum muß also von einer reflexhaften Handlung zu einer bewußten Auswahl hin verändert werden, ohne daß geschulmeistert wird. Fernsehen ist heute ja so selbstverständlich, daß die eigene Kompetenz zum Verstehen gar nicht mehr in Frage gestellt wird. Tatsächlich bedarf das Medium jedoch häufig einer Ergänzung, zum Beispiel, wenn es um Hintergrundinformationen oder die richtige Einordnung geht."

Es gibt hier jedoch einen Widerspruch zu lösen. Medienkommunikation ist Alltagsleben; Medienerziehung zielt auf diesen Alltag, ist jedoch in seinem reflexiven Bereich mittlerweile eine Profession, die auch ein eigenes institutionelles Feld voraussetzt. Liegt es dann nicht nahe, die Schule als institutionelles Vorbild zu verwenden? Schule eignet sich jedoch nicht dazu, weil Schule und Medienerziehung grundsätzlich verschiedene Ausgangspunkte besitzen. Schule ist letztlich eine Folge der Arbeit, Medienerziehung bezieht sich unauflöslich auf Konsum. Ausgangspunkt für Medienerziehung ist, die subjektive Gestaltungskraft der Menschen in ihrem Alltagsleben zu fördern und zu unterstützen. Sie kann gelingen und mißlingen. So gelingt der Familie Walter, Fernsehen für ihre Nähe- und Distanzthemen einzuspannen. Es gelingt ihr jedoch nicht, über ihre "familiäre Medienkultur" nachzudenken, die auch "eine symbolische Enteignung" ist (Detlev Schnoor 1992, S. 83). Auf einer tieferen Schicht des Familiensystems der Walters, so Charlton und Neumann (S. 176f.) verkleistert Fernsehen die unausgesprochenene Konfliktthemen der Familie, insbesondere die fehlende Erfahrung von Geborgenheit in der Kindheit der Eltern, die im mehr oder weniger stummen Halbrund vor dem ewig sprudelnden Fernseher kompensiert wird.

Kinder stehen wie alle anderen Menschen in der Gefahr, von den Medien um wichtige Anteile ihrer Lebensmöglichkeiten gebracht zu werden. Gleichzeitig sind die Medien der Massenkommunikation, gerade auch das zur Zeit dominierende Fernsehen, Teil des Alltagslebens und Teil unserer Kultur. Deshalb soll Medienerziehung Kinder unterstützen, zu einem gestaltenden und subjektiven Verhältnis zu den Medien zu kommen. Gerade auch Medienerziehung bemißt sich heute daran, ob sich Kinder in ihrer Subjektivität und Persönlichkeit entwickeln können. Dabei ist insbesondere die Frage wichtig, ob und wie es Kindern gelingt, ihre persönlichen subjektiven Themen zu leben und zu gestalten oder ob sie nur noch als Abnehmer auf Medien reagieren. Dies ist ein widersprüchliches Unterfangen mit folgenden vier Schwerpunkten:

Entwirren: Kinder wachsen in einem Netz von Medien und Konsum auf, das es ihnen schwer macht, ihre eigenen Themen zu spüren und auch zu leben. Kinder brauchen Unterstützung, um diese eigenen und aktuellen Themen nicht vorrangig vor dem Bildschirm und mit den Geschichten und Figuren des Bildschirm zu leben. Medienerziehung, insbesondere Erziehung in bezug auf das Leitmedium Fernsehen, soll also Distanz zur Überfülle der Medienangebote und ihrer Themen fördern.

Integrieren: Kinder brauchen Unterstützung, um sich Fernsehen und die anderen Medienangebote für ihren Lebensalltag zu erschließen. Weil Medien und Konsum alltäglich sind, sollen sich Kinder auch ihrer Medienerlebnisse und ihrer Medienbilder im Alltagsleben bedienen. Weil sie wichtige Teile der Erfahrungen und der Sprache von Kindern sind, kann man sie nicht ausgrenzen, sie müssen vielmehr als integrierter Teil des Alltagslebens in der Erziehung ernst genommen und zugelassen werden. Ein wichtiges Kriterium ist, ob es Kindern gelingt, mit den Figuren und Geschichten des Fernsehens oder anderer Medien ihre eigenen Themen ausdrücken. Dazu brauchen sie vielfältige Angebote, die ihnen helfen, ihre Themen, Erfahrungen und Phantasie anderen mitzuteilen und die Mitteilungen der anderen ernst zu nehmen und zu verstehen. Dabei machen Kinder aus dem fremden Medienmaterial eigene Ausdrucks- und Gestaltungsmittel für ihre eigenen Themen.

Vorbeugen: Kinder, die selbstsicher und erfahren in ihrem Alltag mit ihren Themen leben, sind sozusagen immun gegen Brutalität und Irrsinn der Medien. Um jedoch so weit zu kommen, brauchen Kinder viel ermutigende Hilfe um mitzuteilen, was sie bewegt. Sie brauchen also Unterstützung, um ihre Themen und auch ihre Ängste mit ihren altersangemessenen Bildern und Phantasien symbolisch darzustellen. Indem sie etwas von sich und ihren Themen mitteilen, bearbeiteten sie sie zugleich auch ein wesentliches Stück weit. Immer dann, wenn Kinder ihre persönlichen handlungsleitenden Themen auf ihre Weise symbolisch darstellen oder ausagieren, kommen sie in ihrer Entwicklung auch ein Stück weiter. Dann bleibt das zugrunde liegende Thema nicht dem Medienmarkt vorbehalten. Kinder brauchen dazu verständige und einfühlsame erwachsene Zuhörer und Beobachter, die

z.B. hinter der äußeren Fassade aggressiver Spiele die Ängste, Probleme und Wünsche der Kinder entdecken.

Kompensieren: Massenkommunikation verändert Kommunikations- und Erlebnisweisen; viel geht zur Zeit verloren, insbesondere was mit dem gedruckten und geschriebenen Text zusammenhängt und was Kultur, gerade in der Tradition der Aufklärung, ausmachte. Es ist Aufgabe der Erwachsenengeneration, Kindern so viel wie möglich von dem anzubieten, was gerade am Verschwinden ist. Das reicht von den langsam und sorgfältig erzählten Geschichten, über Filme ohne brutale und sinnlose Gewalt, bis zu Büchern. Zudem brauchen Kinder die positive Erfahrung, selber etwas zu tun, statt nur tun zu lassen und vorbereitet zu konsumieren. Dazu gehört auch das Vergnügen, etwas zu erarbeiten, statt nur schnell zu kaufen. Wesentlicher Teil der Medienerziehung ist zudem, alle Sinne der Kinder zu fördern, statt nur noch Auge und Ohr zu verwenden. Wichtig ist ebenso, das Leben der Kinder nicht noch mehr zu kanalisieren und organisieren, damit Spannung und Aufregung nicht nur auf dem Bildschirm geschieht.

Didaktische Methoden der Medienerziehung

Dazu ist ein didaktischer Methodenpluralismus entstanden, über den jedoch nur die kleine Gruppe professioneller und halbprofessioneller Medienpädagogen Überblick hat. Sie hat folgende Felder medienzieherischer Maßnahmen und Methoden entwickelt:

Hinführen zum Qualitätsfilm und Qualitätsfernsehen: Förderung des Qualitätsfilms war die vorrangige Methode der fünfziger Jahre und der ehemaligen DDR. Dazu gab es spezielle Jugendfilmclubs. Diese medienpädagogische Arbeit ist mittlerweile an den Rand gedrängt. Es gibt heute wenig Fernsehredaktionen oder Institutionen (z.B. Prix Jeunesse, Kinderfilmpreis), die sich um die Förderung des Qualitätsfernsehen für Kinder und Jugendliche bemühen. Die Diskussion über die Maßstäbe des Qualitätsfernsehen für Kinder und Jugendliche steht noch aus.

Medienkritik und Medienanalyse: In Schulen, insbesondere in den Fächern Deutsch, Gesellschaftslehre und Kunst, wurden und werden Zeitungen, Filme, Werbung, Fernsehserien auf ihre Machart und ideologischen Botschaften untersucht. Ebenso werden die Funktionsweisen und Institutionen der Massenkommunikation analysiert. In Grundschulen, auch in der Mittelstufe, gibt es Unterrichtseinheiten, die die Kinder anregen, über ihre eigene Fernsehnutzung und Medienvorlieben nachzudenken, um auf diese Weise Distanz zu den Medien zu gewinnen.

Medien als Ausdrucks- und Gestaltungsmittel: Video, Fotografie und Tonband werden gerade in sozialpädagogischen Einrichtungen und auch im Schulunterricht zur Auseinandersetzung mit wichtigen kulturellen, persönlichen und gesellschaftlichen Themen verwandt. Ziel ist dabei zumeist auch, Medienkompetenz zu vermitteln und mit Medien als Mittel der öffentlichen Diskussion und Auseinandersetzung vertraut zu machen.

Hilfen zur Verarbeitung von Fernseherlebnissen: Erst Ende der siebziger Jahre wurden didaktische Methoden entwickelt, Kinder darin zu unterstützen, ihre Fernseherlebnisse zu verarbeiten. Wesentlich ist, daß Kinder ihre individuellen Fernseherlebnisse eigenständig zum Ausdruck bringen. Dazu brauchen sie vielfältige Möglichkeiten, frei und subjektiv zu reden, zu malen, zu spielen, sich zu bewegen usw. In Grundschule und Kindergarten entsteht langsam und zögernd die Bereitschaft, Verarbeitungshilfen für Fernseherlebnisse anzubieten.

Kompensation der Fernseheinflüsse und Stärkung der Identität: In Familien, Schulen und sozialpädagogischen Einrichtungen wird nicht wenig getan, um den Einfluß der Medien- und Konsumwelt auf Kinder und Jugendliche zu begrenzen. Dabei steht die Förderung solcher Medien (z.B. Bücher) und Ausdrucksformen (z.B. Musizieren, Malen) im Vordergrund, die von den technischen Medien verdrängt werden. Gerade in Kindergärten und Grundschulen wird versucht, die Sinne der Kinder zu fördern. Die Erfahrung von Stille, Ruhe, Gemeinschaft, Feiern sowie direkter Erfahrung von Luft, Licht, Wasser, Erde, Tieren, Pflanzen u.ä.m. stehen hierbei im Vordergrund.

Die didaktische Aufgabe: assoziative Gestaltungsräume inszenieren

Die didaktische Aufgabe, gerade auch die der Schule, ist es nun, mit diesen Phantasieprozessen, mit dem assoziativen Bilderdenken der Kinder und Jugendlichen 'umzugehen', obwohl dies eigentlich traditionellerweise nicht in die Schule paßt. Als erstes muß man mit völlig anderen didaktischen Planungsmodellen als denen des lernzielorientierten Unterrichtes an Medien und Massenkommunikation herangehen. Solch ein Planungsmodell liefert das Theater und seine Inszenierungen. Theater hat es immer mit assoziativen Phantasieprozessen und mit Denkbildern zu tun, die mit Hilfe eines Skripts auf die Bühne gebracht werden. Wenn man nun als Lehrer in die Rolle des Regisseurs schlüpft, kann man der Phantasie der Schüler, Phantasieräume anbieten, in denen sie sich assoziativ bewegen. In diesen Räumen bekommen sie die Möglichkeit, ihre Themen, Vorstellungen und Wünsche darzustellen und zu verarbeiten.

Dazu ist ein Skript notwendig, das die 'Schauspieler' auf der Bühne realisieren. Das Skript haben die Kinder meist schon im Kopf. Der Lehrer sollte ein gemeinsames Skript herausarbeiten oder deutlich machen, damit die Schüler nicht gegeneinander zu agieren beginnen. Neben den Skripten haben Requisiten die Aufgabe einen Inszenierungsraum (= Gestaltungsraum) zu schaffen, innerhalb dessen die Kinder und Jugendlichen mit ihrer Phantasie und dem Medienmaterial, das sie jeden Tag sich aus der Massenkommunikation herausholen, agieren. Im folgenden drei Beispiele, wie die medienpädagogischen Ziele realisiert werden können.

Fernseherlebnisse und Fernsehbilder in das eigenen Leben, Denken und Handeln integrieren. Beispiel: Avantgarde-Kunst als Symbolmaterial für Phantasien.

Jugendlichen aus Schulen und Jugendzentren suchen in einer Ausstellung aktueller Avantgarde-Kunst Ideen sowie Bild- und Tonmaterial für eigene Gestaltungsobjekte, die sie in einem großen Zelt am Rande der Ausstellung auch öffentlich präsentieren. Dazu sind Künstler eingeladen, die die Jugendlichen mit ihren eigenen Werken und Kunstobjekten zur Stellungnahme und zum Reden herausfordern. Die Jugendlichen streifen nun durch die Ausstellung und suchen sich mit Fotoapparat, Tonband oder Videokamera das Bild- und Tonmaterial, das sie "anmacht". In diesem Kontext gelingt es Fred, der junger Mann, der mit Hilfe der Filmen "China-Syndrom" und "... Jahr 2022 ..., die überleben wollen" seine Erfahrungen mit der Tschernobyl-Katastrophe und mit seinen Kinderängsten zu verbinden und zu artikulieren. Fred fotografiert u.a einen Bronzekrug von Tony Cragg, aus dem Lava herausgeflossen war und die jetzt erstarrt ist. Er projiziert sein Dia dieses Krugs auf eine Leinwand und malt über zwei Wochen an einem großes Bild. Auf diesem Bild sind mehrere Kernkraftwerke, aus denen Lava heraus fließt. Als er fertig ist, erklärt er sein fertiges Bild und benutzt dazu Zitate aus den Filmen "China-Syndrom" und "... Jahr 2022 ..., die überleben wollen". Fred beginnt die Erläuterung seines Bildes mit der Feststellungen, daß "Tschernobyl brennt", weil "der Kernreaktor halt zu wenig Wasser hatte." Was dabei in einem Reaktor passiert, erklärt er mit Hilfe eines, wie er sagt, "Spielfilms", der ihm als Erklärungsmuster für die Reaktorkatastrophe von Tschernobyl dient. In seiner Argumentation folgt er detailgenau dem Film, der den technischen Ablauf der Katastrophe, die moralisch politische Verantwortungslosigkeit als Voraussetzung für technische Fehler mit dem Kampf weniger mutiger Männer und Frauen, den sie zum Teil mit dem Leben bezahlen müssen, verbindet. Fred schiebt in seine Schilderung der Reaktorkatastrophe und des Films "Chinasyndrom" zentrale Episoden des Films "... im Jahr 2022 ..., die überleben wollen" ein, um zu erläutern, wie die heile Welt aussieht und in welcher Bedrohung sie steht. Mit Hilfe der Filmbilder zeigt er die Zerstörung der Natur als Sinnbild des brutalen Vorgehens der Menschen gegen Menschen, die resignieren und sich dabei an eine heile Welt erinnern, die aber auch diese Erinnerung zum Anlaß nehmen, sich zu wehren, was die Bedrohung jedoch radikal verschärft. Diese Filmbilder öffnen Fred den Weg, um die aktuellen Katastrophenerlebnisse und 'alte' Bedrohungserlebnisse miteinander zu verbinden und darüber zu reden. Er macht damit einen wichtigen Schritt, indem er mit Hilfe von Filmbildern das benennen und erklären kann, was er als bedrohlich erlebt hat.

Mit Hilfe technischer Medien sowie den Bildern und Geschichten der Massenkommunikation die eigenen Themen ausagieren. Beispiel: Fotoladen.

Im Rahmen eines Sommerfestes baut eine vierte Grundschulklasse einen Stand auf, an dem man sich fotografieren lassen kann. Der Stand hat drei Abteilungen:

1. Abteilung = Fotoladen: Hier ist auf einem Stativ eine Spiegelreflexkamera aufgebaut (mit Motor für den Filmtransport, automatischer Belichtung und Draht-

auslöser, um das Verwackeln zu vermeiden). In der Vorbereitungswoche hatten sich die Kinder mit dieser Kamera vertraut gemacht, insbesondere wie man Entfernung und Bildausschnitt einstellt. Vor dieser fest installierten Kamera konnten sich die Festbesucher, also Mitschüler und Eltern, fotografieren lassen. Dazu ist jedoch ein Inszenierungsrahmen notwendig. Hierzu hatten die Kinder in der Vorbereitungswoche Kulissen gemalt (Blumenwiese, Seeräuberschiff) vor denen sich die Besucher in Pose stellen und ablichten lassen konnten.

2. Abteilung = Schminken und Verkleiden: Die Vorbereitungen dazu fanden in der 2. Abteilung des Standes statt. Hier konnten sich die Festbesucher alles das besorgen, was sie für ihr Outfit vor der Kamera brauchten.

3. Abteilung = Verleih von Fotoapparaten: In dieser Abteilung liehen sich die Kinder der Klasse, die den Laden vorbereitet hatten, einfache Fotoapparate aus, um auf dem Fest Erinnerungsfotos zu machen. Die Handhabung hatten die Kinder in der Vorbereitungswoche ausprobiert.

Ziel dieser Fotoaktion war, den Kindern die Möglichkeit zu geben, gezielt und in gewissen Rahmen auch ein wenig bewußter mit Fotografie umzugehen. Dazu brauchen die Kinder jedoch keinen technischen Unterricht. Es reichte völlig aus, ihnen Gelegenheit zu geben, sich mit der Handhabung einfacher wie komplizierter Fotoapparate, die den meisten sowieso nicht fremd sind, vertraut zu machen. Es hat sich gezeigt, daß sie mit den Fotoapparaten vorsichtig umgehen, trotzdem keine Scheu haben, sie sofort in ihre üblichen Aktionsspiele zu integrieren. Das zweite und wesentlichere Ziel war, Kindern die Möglichkeit zur Selbstdarstellung vor der Kamera zu geben. Also nicht wie üblich, auf dem Fernsehschirm zuschauen, wie Schauspieler die wichtigen Rollen des Helden, der Schüchternen usw. spielen, sondern die Kinder tun dies selber vor der Kamera.

Kinder brauchen jedoch Hilfestellung, um sich gezielt auf solch eine Herausforderung einzulassen. Eine sehr intensive Inszenierung war notwendig. Hilfreich war besonders die Möglichkeit, sich zu verkleiden und zu schminken. Von der Auswahl der Mäntel und Hüte über das Schminken bis zum Proben, wie man sich am besten in Positur stellt, laufen assoziative Gestaltungsprozesse ab, die sehr nah an das herankommen, was sich die Kinder tagtäglich aus dem Fernsehen holen.

An die Dinge heranzuführen - von 'knuffig und süß' zur aktiv spielerischen Auseinandersetzung mit Objekten. Beispiel: Kunst mit Tonband, Foto und Video erkunden.

Ebenso wie Fred (s. 1. Beispiel) sucht sich eine Gruppe 15- und 16jähriger Mädchen einer 10. Klasse in der Ausstellung aktueller Avantgarde-Kunst Bild- und Tonmaterial für eigene Gestaltungsobjekte. Sie tun dies anfänglich ohne Engagement. Sie scheinen sich für alles andere, nur nicht für Kunstobjekte zu interessieren. Das Tonband öffnet ihnen jedoch den Weg, ihre spontanen und bewertenden Kommentare ernst zu nehmen. Fotografieren unterstützt sie, Objekte distanziert

anzuschauen, um sich dann auf die Handlungsangebote der Kunstobjekte spielend einzulassen.

Distanzierte bis geringschätzig kommentare dominieren anfangs. Ohne langes Nachdenken oder distanzierte Betrachtung bewerten die Mädchen Kunst als "Müll" und sparen nicht mit stereotypen Kommentaren wie "nobel", "knuffig", "cool", "gut", "süß". Es fallen Bemerkungen wie "Ob das ... auch zu dem Kunstzeug da gehört", "Den Müll dürfen wir nicht beschädigen", "Na, ob das Kunst ist". Mit diesen Bemerkungen machen sie sich selber zum Maßstab der Dinge, die sie anschauen. Sie lassen sich nicht auf den Sinn der Dinge und Ereignisse ein, sondern benutzen sie nur als Bewertungs- und Projektionsmaterial für ihre Phantasien. Daß sie diese Kommentare auf Tonband aufnehmen und daß damit auch niemand da ist, der ihre subjektive Sichtweise ebenfalls nur von 'außen' bewertet, bestätigt und ermutigt sie in ihrer subjektiven Herangehensweise an die Kunstobjekte.

Aufmerksamkeit für gegenständliche, konkrete, in eigene Alltagserfahrungen integrierbare Kunst gelingt über das Fotografieren. Eine zweite Phase des Ausstellungsrundgangs beginnt, als die Mädchen den Fotoapparat und die Polaroidkamera benutzen. Sie fotografieren vor allem solche Objekte, die als Ganzes oder in ihren einzelnen Elementen konkret und gegenständlich sind oder die sie in die eigene Alltagserfahrung integrieren können. Vor einem unübersehbaren, riesigen Relief von Robert Morris bleiben sie z.B. eine Weile stehen und reden über Einzelheiten wie "Versteinerungen" und "Schrauben". Auf Anselm Kiefers gigantischen Bildern bemerken sie Einzelheiten wie "Drähte", "Stromkabel", "Schlittschuhkufen" und "Rollschuhe". Bei Objekten aus mehreren Pflanzkübeln mit Holzfiguren, die von Grünpflanzen umrankt sind (Giuseppe Penone), zählen die Mädchen identifizierbare Details auf ("Pflanzen", "Was Grünes"). In mehreren trichterförmigen Hohlkörpern (Bogomir Ecker) sehen sie "Kochschüsseln". Sie sehen jetzt Konkretes, Gegenständliches und kommentieren es, jedoch ohne es sofort abzuwerten. Statt "Soll das Kunst sein?" fragen sie sich, welche Bedeutung die Kunstobjekte haben könnten und beginnen zu fragen: "Versteh ich nicht? Habt ihr schon mal im Katalog nachgesehen?"

Gemeinsam mit Ausstellungsobjekten zu spielen, ist der nächste aktive Aneignungsschritt. Dabei gehen sie spielerisch, tastend auf Kunstobjekte zu und machen mit ihnen spontane Aktionen. Die Mädchen gehen in eine riesige Stahlspirale, die aus einer bedrückenden, etwa zwei Meter hohen Stahlwand geschmiedet ist (Richard Serra). Sie stehen eingezwängt zwischen Gebäudewand und Stahlwand. Sie erleben die Situation als Beklemmung und befreien sich daraus, indem sie versuchen, über die Stahlwand zu klettern und zu schauen. Weil die Stahlwand die Besucher einzwängt und bedrängt, die Mädchen dieses Gefühl des Bedrängtseins und des Eingesperrtseins auch erleben, reagieren sie auf das Kunstwerk in der dafür adäquaten Weise. Sie versuchen, die Stahlwand zu überwinden, indem sie an der Wand hochklettern und über sie hinweg schauen.

Damit hatten sie nun auch ihre eigene und dynamische Zugangsweise zu Kunstobjekten gefunden. Der Weg war über Tonband und Foto bzw. die

zugehörigen Aussagen und Erlebnisweisen bis hin zum eigenständigen, spielerischen Handeln als Reaktion auf ein Raumerlebnis gelaufen. Von da an gehen sie auf Kunstobjekte spielend zu, probieren sie aus, entdecken sie sinnlich tastend, spielen mit inszenierten Kunstsituationen der Ausstellung und ergreifen Besitz von einer Kunstinstallation, die aus zwei schwarzen Granitsarkophagen und zwei Texten auf einem bewegten Leuchtschriftband besteht (Jenny Holzer). Die Mädchen benutzen dabei Tonbandgerät, Fotoapparat und Polaroidkamera so, daß sie ihre Wahrnehmungs- und Erlebnisweise ausdifferenzieren. Sie kommen von ihren banalen und abwertenden Kommentaren (hier ist das Tonband wichtig) zu einer differenzierten Zugangsweise. Sie entdecken im zweiten Schritt in Kunstobjekten konkrete Dinge ihres Alltags. Dabei hilft ihnen der distanzierende fotografische Blick durch das Objektiv der Kamera. Danach sind sie in der Lage, mit Hilfe körperlich sinnlicher Wahrnehmung Kunstobjekten in eigene Spiele zu integrieren.

4.4.2 *Medien als öffentliche Sache zurückgewinnen*

Kultur beginnt mit Nachdenken und verwirklicht sich im eigenem Ausdruck und der eigenen Gestaltung. Medienkultur braucht entsprechend dieser Prämisse mehr als Medienerziehung; auch in den Bereichen des Alltagslebens sind Institutionen notwendig, die Reflexion, Ausdruck und Gestaltung ermöglichen, herausfordern, absichern. Die Frage ist, welche Institutionen und Organisationsformen eine Kultur braucht, die nicht nur unter den Bedingungen von Konsum und Massenkommunikation existiert, deren tragender Teil vielmehr Konsum und Massenkommunikation ist. Kann hier die Buchkultur noch das Paradigma liefern? Die Buchkultur als Vorbereiter moderner Massenkommunikation ist über lange Entwicklungsphasen hin entstanden. Zentral war dabei auch die Schule und die allgemeine Schulpflicht, die dann zu einer Demokratisierung der Literalität führte. Dieses Moment haben Buchkultur und die Medienkultur heute gemeinsam. Ein entscheidender Unterschied ist jedoch, daß die am Buch ausgerichtete Literalität in eine hierarchische gesellschaftliche Ordnung eingebunden war und diese reproduzierte. Mit Massenkommunikation beginnt sich dagegen eine horizontale gesellschaftliche Segmentierung zu entwickeln. Hinzu kommt, daß die Literalität des Buches den anstrengenden Prozeß des Lernens von Lesen und Schreiben voraussetzt, wofür eben Schule entstand. Fernzusehen läuft dagegen, wenigstens zur Zeit, ohne widerständige Lernprozesse und ohne die dafür notwendige Außensteuerung durch Lehrer und Selbststeuerung der Leser selber. Die Konsumeinbindung der Massenkommunikation steht jedoch dem Ziel entgegen, Medien für die Reflexion der Menschen und als Ausdrucks- und Gestaltungsmöglichkeiten aller zu öffnen. Das läßt sich deutlich am Banalisierungstrend der Massenkommunikation ablesen. Es kommt das institutionelle Problem hinzu, daß Massenkommunikation heute in zwei Welten aufgespalten ist, in die 'große' Welt der Sender, der Ökonomie und der Technologie, sowie der Politik und des Rechts. Die Alltagskultur der Medienrezipienten ist

dagegen die 'kleine' und machtlose Welt. In beiden Welten dominiert eine ökonomische Weltdeutung, für die Kultur oder Bildung ästhetische Marginalien sind. Deshalb lief die sogenannte Deregulierung der öffentlich rechtlichen Rundfunkordnung und die Auflösung des BBC-Modells zugunsten vieler kleiner "privater" Medienanbieter, die sich am Markt und bei den Rezipienten über entsprechend hohe Einschaltquoten behaupten müssen, auch primär unter ökonomischen Gesichtspunkten. An dieser Stelle ist es nun wichtig, Massenkommunikation, ihre Institutionen und Medien wieder als res publica, als öffentliche und allgemeine Angelegenheit zu begreifen und in neuer Form zurückzugewinnen. Sie sollte die Ernsthaftigkeit und Empathie bewahren, die Erziehung immer voraussetzt, und sich nicht von der inszenierten Großartigkeit und Beliebigkeit der Politik oder Talk-Show der großen Welt der Medien und der Macht einfangen lassen. Es geht deshalb altmodisch wieder um die "Politisierung der sechziger Jahre" als "Aufstand des Subjektes" gegen die "Zerstörung sowohl des privaten als auch des öffentlichen Bereichs, und eine Bewegung für die Wiederherstellung von Öffentlichkeit und Politik" (Klaus-Jürgen Bruder 1993, S. 151), auch wenn der Gegenstand der Auseinandersetzung nicht mehr Notstandsgesetze oder der Vietnamkrieg ist, sondern Game-Shows, Talk-Shows, Körperinszenierungen oder Reality-TV. Es geht um die Macht, wie Kulturindustrie Lebensgestaltung modelliert: nur noch mit prefabrizierten Inszenierungen - von der Show bis zur Architektur, mit vielen individuellen, sprachlosen Koregisseuren - oder so, daß die subjektiv thematische Lebensgestaltung im Fluß der Biographie und des Alltags Chancen hat, Kultur entstehen zu lassen.

Der erste Schritt, Massenkommunikation als "öffentliche Sache" zurückzugewinnen, besteht nun darin, Massenkommunikation als Einheit zu sehen und die beiden Welten der Massenkommunikation, Produktion und Rezeption, unter dem Imperativ der kulturellen Verantwortung zu verbinden. Dies ist nicht gerade einfach, weil das Leben in der konsumorientierten Industriegesellschaft die Trennung zwischen Produktion und individuellen Lebenswelten, dem Alltag, selbstverständlich gemacht hat. Zudem differenzieren sich die beiden Welten laufend weiter aus, in noch mehr Medienanbieter, in noch mehr spezialisierte Milieus und Stile.

Das symbolische Material der Medien ermöglicht und forciert sowohl die Fragmentierung der Lebenswelten, liefert aber auch das gemeinsame kulturelle Band für Gemeinsamkeit. Deshalb kommt die konsumorientierte Industriegesellschaft gar nicht umhin, Medien und Massenkommunikation wieder zur "öffentlichen Sache" zu machen. Es reicht nicht, die Medien als ökonomische Angelegenheit der Medienanbieter zu begreifen und die sozialen und kommunikativen Folgen den Menschen, die für Kinder und Jugendliche verantwortlich sind, zuzuschreiben. Sie mögen erzieherisch kompensierend reagieren und eine Generation kritischer und standfester Mediennutzer bilden!

Sich in die Medienentwicklung einzumischen, ist eine öffentliche Aufgabe. Es darf nicht Sache weniger Spezialisten sein, die den wenigen Medienanbietern kriti-

sches Paroli bieten. Gerade auch in der Alltagswelt ist Kompetenz in Sachen Medien, Kommunikation und Kultur notwendig. Dazu braucht es freilich auch die Chance der Reflexion, die nicht ohne neue Institutionen gelingen wird. Der Gedanke, sich einzumischen, ist allerdings angesichts eines europaweiten und alles überrollenden Medienmarktes eher beängstigend: Was bietet sich jedoch als Alternative zwischen der Rolle des Herkules, der die Medienweltkugel trägt und sich dabei übernimmt, und der des Sisyphos, der sich immer wieder gegen den rollenden Felsbrocken des Medienmarktes stemmt und doch nur scheitern kann? Der Gedanke sich einzumischen, wird vom historischen Entwicklungsmodell Norbert Elias' getragen (1979, Band II, S. 314):

"Pläne und Handlungen, emotionale und rationale Regungen der einzelnen Menschen greifen beständig freundlich und feindlich ineinander. Diese fundamentale Verflechtung der einzelnen, menschlichen Pläne und Handlungen kann Wandlungen und Gestaltungen herbeiführen, die kein einzelner Mensch geschaffen und geplant hat. Aus ihr, aus der Interdependenz der Menschen, ergibt sich eine Ordnung von ganz spezifischer Art, eine Ordnung, die zwingender und stärker ist, als Wille und Vernunft der einzelnen Menschen, die sie bilden.

Es ist diese Verflechtungsordnung, die den Gang des geschichtlichen Wandels bestimmt; sie ist es, die dem Prozeß der Zivilisation zugrunde liegt."

Für eine Strategie läßt sich daraus schlußfolgern, daß Kooperationen und Netze, die im Alltag der Menschen und bei ihrer alltäglichen Kultur ansetzen, wichtig sind. Kooperationsnetze enthalten die Chance, durch Überlagerung vieler Aktivitäten genügend kompensatorische Aktivitäten zu entwickeln, um dem System der Massenkommunikation und der Kommunikationstechnologie erfolgreich Reflexion, Gestaltung und Ausdruck entgegenzusetzen. Um nicht nur bei Kampagnen und Aktionen zu verbleiben, sind stabilisierende Institutionen notwendig. Die alte Hoffnung der Aufklärung, durch Reflexion Kultur und das Leben der Menschen voranzubringen, ist auch in einer Welt des Konsums und der Medienbanalität nicht überholt. Aus der Fülle der Möglichkeiten hier zwei, die die Reflexion der Massenkommunikation fördern wollen.

Reflexion durch Medienberichterstattung: In Zeitungen ist es mittlerweile üblich über die Medien zu berichten. Dabei dominieren Programmberichterstattung des Fernsehen und die herausragenden Medienereignisse, z.B. die Stars. Medienreflexive und differenzierende Berichte über die Menschen und die Rolle der Medien in ihrem Alltag erscheinen nur dann, wenn sie Ereignischarakter haben. Deswegen müßte man versuchen, die Medienkommunikation als alltägliche Ereignisse zum Gegenstand der Reflexion machen. Es ist möglich. So berichtete z. B. eine Regionalzeitung über die Reaktionen auf "Jurassic Park" und beschrieb, wie sich ein Mädchen bei einer Szene fürchtete. Mit den institutionellen Möglichkeiten der Massenkommunikation lassen sich solche Themen und angemessene Textformen auch gezielt herstellen. Eine spezialisierte Presseagentur wäre z. B. in der Lage, medienreflexive Text zu produzieren und an die Menschen heranzubringen (vgl. dazu Bachmair, Aufenanger, Mikos, Riedel 1996).

Reflexion von Medienkommunikation der eigenen Kinder: Elternabende

Elternabende in Schulen und Kindergärten sind eingespielte Orte, um über die Kinder und die jeweilige Schule oder Kindergarten nachzudenken (Bachmair 1993b; Bachmair, Apel u.a. 1992b; Bachmair, Neuß, Tielemann 1996; Apel 1994). Das geschieht nicht in der großen Perspektive oder Attitüde der Theorie, dafür umso mehr auf den Alltag der Kinder und die konkrete Erziehung bezogen. Die Erfahrungen mit der eigenen Medienkommunikation und der der Kinder läßt sich in den Mittelpunkt des gemeinsamen Nachdenkens stellen. Damit verlieren die vorherrschenden Erklärungsmodelle (eindimensionale Ursache-Wirkungs-Modell, Kulturverfall, Medien als Droge u.ä.m.) auch ihre Deutungsfunktion. Ausgehend von Beobachtungen und Erfahrungen läßt sich z.B. die Verarbeitung von Medienerlebnissen im Spiel erkennen. Dazu braucht es jedoch Moderatoren, die die Erzieherinnen und Lehrer an die aktuellen Wirkungstheorien und medienpädagogischen Ansätze heranführen. Es sind Fortbildungsträger dafür notwendig, sowie Materialien, Finanzmittel und eine Form der Institutionalisierung, die einer solchen Aktivität über eine einmalige Kampagne hinaus Bestand gibt.

5. Teil

Subjektkonstitution.

Von fiktionalen Erzählungen zu alltagsästhetischen Inszenierungen

Medien und Massenkommunikation entstehen in der Dynamik der Industriegesellschaft und der für sie typischen Konstitution des sich selber empfindenden und sich als Individuum erlebenden Menschen. Individualisierung beginnt mit dem Selbsterleben, historisch gerade mit Hilfe fiktionaler Erzählungen, und realisiert sich heute auch in konsumorientierten Aneignungs- und Darstellungsformen wie fernzusehen, zu flanieren, zu kaufen oder zu fahren. Auf diese Weise wird Individualisierung zum aktuellen Entwicklungsmechanismus der gesellschaftlichen Differenzierung, die das symbolische Material von Massenkommunikation, Konsumartikeln und Handlungssituationen als integratives Band braucht. In dieser Funktion verbinden sich nun abgegrenzte Einzelmedien zu Arrangements. Seit der Veralltäglichsung des Fernsehens gab es mit der Medienkommunikation die komplexe, jedoch klare Zuordnungsbeziehung von Menschen und Medium. Diese distinkte Mensch-Medien-Beziehung löst sich zur Zeit auf, indem Rezipienten und Produzenten Medien intertextuell zu komplexen und nur individuell relevanten Arrangements verknüpfen. Diese Medien-Arrangements liefern die Kristallisationskerne für überschaubare soziale Gebilde wie Fan-Clubs und die Gruppen der selbstgewählten Gleichen. Die Handlungsbasis dafür sind Prozesse der Bedeutungskonstitution, die in der jeweiligen Sinnperspektive der Menschen stattfinden.

In dieser sozialen Funktion sind auch Medien-Arrangements noch zu sperrig und zu widerständig, nicht offen genug für flexibel und fließende individuelle Handlungen. Deutlich zeigt sich dies an der Werbung, die sich weder an Einzelmedien, noch an einen Medienverbund anbinden läßt. Eine Abenteuergeschichte wie die von Jurassic Park ist nur noch Anlaß für eine Fülle von Dino-Figuren, Spiel-Arrangements, Werbeaufdrucke, Unterhaltungen usw, die sich über minimalisiertes und abstrahiertes symbolisches Material, die Dinos, verbinden.

Intertextuelle Medien-Arrangements und das symbolische Material von Medien sind über soziale Ordnungsprozesse vom Typ der Fan-Gruppen in die Entstehungsprozesse einer neuen und horizontalen gesellschaftlichen Segmentierung eingebunden, in deren Mittelpunkt die Individualisierung der Lebensweisen steht. Die aus den fünfziger Jahren vertraute hierarchische gesellschaftliche Gliederung in Schichten durchdringt sich mit einer neuen horizontalen Gliederung nach Milieus. Bei diesem Prozeß spielen alltagsästhetisch organisierte Szenen als flexible Version der selbstgewählten Gruppe der Gleichen (Peer-group) eine wichtige Rolle. So ist deshalb auch der aktuelle "Supermarket of Style" (Polhemus 1994, S. 130ff) kein Zufall, bei dem junge Leute die Ausstattungselemente von Rap, Grunge, Techno, also verschiedene aktuelle Musikrichtungen, zusammenmischen und sich damit einander zuordnen oder abgrenzen. Das symbolische Material verschiedener Gruppen wirkt als soziales Bindemittel und Konstitutionselement sowohl für 'groß-

flächige' Lebensstile als auch für überschaubare Handlungssituationen, weil sie sich flexibel und individuell mischen lassen. Mit dem Alltag als der vorrangigen Lebenswelt der Menschen fungieren die Medien der Massenkommunikation als eine der Quellen alltagsästhetischen Materials, mit denen die Menschen abgrenzend und integrierend ihre Situationen und sozialen Beziehungen arrangieren.

Alltagsästhetische Konglomerate und medial arrangierte Lebensstile oder Situationen sind innerhalb einer langfristigen kulturellen Entwicklungslinie entstanden, die mit intensiven Phantasien und heftigen Emotionen begann. Diese Emotionen und Phantasien spielten und spielen bei moderner Subjektivität mit der Funktion, sich selber als Individuum zu erleben, eine wesentliche Rolle. Dafür war die fiktionale Literatur maßgeblich, die gerade mit dem "Sturm und Drang" in der zweiten Hälfte des 18. Jahrhunderts wichtig wurde. Diese Repräsentationsform der Fiktionalität verändert sich heute mit der Verfügungs- und Gestaltungsmacht, die Video den Produzenten und Rezipienten in die Hand gibt. Hinzu kommt die Unterstützung extrovertierten Handelns durch Konsum und der für moderne Subjektivität wesentliche Übergang von der Fremdkontrolle zur Eigenkontrolle. Dies unterstützt und fördert die Menschen, ihre inneren Phantasiebilder in Form von Aktivitäten nach außen zu verlagern. Die Funktion von Medien als einer Quelle alltagsästhetischen Materials und die Verlagerung der Selbstwahrnehmung in expressive Handlungssituationen lösen auch die vertrauten Rezeptionsmuster - nach der Arbeit vor dem Fernsehapparat - auf. Ausgangspunkt für diese Entwicklung ist die Medienkommunikation, also die Verbindung von Medien und Alltagsleben, die in die Logik moderner Subjektivität und Individualität eingebettet ist und diese nun verändernd vorantreibt.

5.1 Alltagsobjekte im Zivilisationsprozeß

Medien in den Stadien des Fernsehens oder des alltagsästhetischen Materials setzen eine kulturhistorische Entwicklungslinie fort, die Norbert Elias schon 1937 mit seinen "soziogenetischen und psychogenetischen Untersuchungen" beschrieb, indem er die kulturhistorische Funktion lebensweltlicher Objektivationen wie Messer, Gabel, Verhaltensregeln usw. analysierte. Wenn man die kulturhistorische Linie von Gabel und Messer zur Trivilliteratur, zum Auto und zu Wahrnehmungsweisen als Bestandteil unserer Alltagskultur weiterverfolgt, bekommt man einige Fäden auch der aktuellen Entwicklungslinie zu Gesicht. Zu fragen ist dabei, wie sich Fernsehen in die kulturhistorische Dynamik einpaßt und wie es auf medienspezifische Weise und durch Überlagerung mit anderen alltagsbezogenen Ereignissen und Gegenständen die kulturelle Entwicklung fortschreibt. Diese Argumentation basiert auf dem schon eingeführten Aneignungs- und Entäußerungsmodell: Menschen integrieren die von ihnen hergestellten Dinge und bedeutungshaltigen Zeichen in ihre Welt als Objektivationen ihres Handelns. Sie eignen sich diese Objektivationen wieder an und geben ihnen dabei subjektiven Sinn.

5.1.1 Subjektkonstitution mit den Objektivationen des Alltags

Von Norbert Elias angeregt, läßt sich die Frage nach der Rolle des Fernsehens im Zivilisationsprozeß stellen, insbesondere die, wie sich mit dem Fernsehen unsere Kultur als Rahmen unseres Alltagslebens verändert. Kultur ist primär der symbolische Teil der gestalteten Welt, sie erscheint in den gestalteten Umgangsformen und im gestalteten Ausdruck. Die Menschen gestalten ihre Welt, und diese gestaltete Welt wirkt auf sie zurück. Dabei entwickeln die alltäglichen Objekte eine ganz eigene Dynamik. Zu diesen alltäglichen und dynamischen Objekten gehört das Fernsehen, weil es sich mit sozialem Handeln, mit Sprache, Phantasie und Themen der Menschen in der Medienkommunikation verbunden hat.

Messer, Gabel, Regeln und dann das Fernsehen

Norbert Elias richtete sein Augenmerk auf die unauffälligen, selbstverständlichen und alltäglichen Dinge wie Messer und Gabel, die in verschlungenen und ungeplanten Prozessen das Verhältnis der Menschen zu sich und zu ihrer sozialen und dinglichen Umwelt langsam, jedoch stetig und zumeist unbemerkt verändern. So schaffte z.B. die Gabel Distanz zu den Dingen, die man ißt. Das Messer beim Essen zu verwenden, paßt in den Prozeß, die eigenen Aggressionen und Emotionen kontrollieren zu lernen. In der kulturhistorischen Linie der Distanzierung und Abgrenzung des Menschen als selbstkontrolliertem Individuum, also mit der Abgrenzung des Menschen zu sich selber, zu seiner sozialen und zu seiner gegenständlichen Welt, entstehen auch Massenkommunikation und Fernsehen. Fernsehen führt diese Linie fort, indem es in diese Innen-Außen-Beziehung der Menschen eingreift. Der alltäglich normale Bildschirm in einem sich zunehmend ausweitenden Medien- und Konsumnetz greift in den Zivilisationsprozeß ein, nimmt dabei Entwicklungen auf und prägt die Menschen in ihrer Art, sich und ihre Umwelt zu erleben und etwas mitzuteilen. Dabei sind 'Innen' die Phantasie, Themen und Emotionen, 'Außen' ist die soziale, gegenständliche und symbolische Wirklichkeit. Die Objektivationen des Alltags, mit denen sich die Menschen umgeben, verändern die Innen-Außen-Beziehung der Menschen langsam, jedoch stetig. Unterstützt und verstärkt wird diese Entwicklung durch Regeln und Anleitungen.

Die Gabel schafft Distanz

Die Gabel ist eine Sache, die erst in der Renaissance aufkommt (Elias 1979, I, S. 170 ff., S. 153). Sie löst sehr langsam eine Eßweise ab, bei der gemeinsam und mit den Händen aus einer Schüssel gegessen wird. Auf die Dauer setzt sich die Gabel als Eßhilfsmittel durch und damit auch die Distanz in der Beziehung der Menschen zu ihren Speisen und zu den anderen, die mitessen. Ein Zeitsprung, einige Jahrhunderte später: Man stelle sich McDonald vor, eine Gruppe Jugendlicher holt sich

Pommes Frites, Fleischstücke und Brotfladen aus einer großen, gemeinsamen Schüssel. Auch wenn sie es gern täten, es bleibt jeder mit seinem verpackten Essen allein. Zum Ausgleich darf jeder individuell aus einem komplexen Satz einfacher Eßelemente, die vor der Theke und in der Werbung realitätsnah repräsentiert werden, auswählen, was er oder sie mag. Kartoffeln und Fleisch sind als solches nicht mehr zu erkennen, jeder hat sein standardisiertes Essenspaket. Hier ist noch nicht einmal mehr eine richtige Gabel notwendig, weil alles portioniert verfügbar ist.

Die Zeiten vor der Gabel beschrieb Norbert Elias (1979, I, S. 88f.) mit den kulturellen Erfahrungen der dreißiger Jahre unseres Jahrhunderts:

"Menschen, die so miteinander essen, wie es im Mittelalter Brauch ist, Fleisch mit den Fingern aus der gleichen Schüssel, Wein aus dem gleichen Becher, Suppen aus dem gleichen Topf oder dem gleichen Teller ..., standen in einer anderen Beziehung miteinander, als wir; und zwar nicht nur in der Schicht ihres klar und präzise begründenden Bewußtseins, sondern offenbar hatte ihr emotionales Leben eine andere Struktur und einen anderen Charakter. Ihr Affekthaushalt war auf Formen der Beziehung und des Verhaltens hin konditioniert, die, entsprechend der Konditionierung in unserer Welt, heute als peinlich, mindestens als wenig anziehend empfunden werden. Was in dieser courtoisen Welt fehlte oder sich jedenfalls nicht in der gleichen Stärke ausgebildet hatte, war jene unsichtbare Mauer von Affekten, die sich gegenwärtig zwischen Körper und Körper der Menschen, zurückdrängend und trennend, zu erheben scheint, der Wall, der heute oft bereits bei der bloßen Annäherung an etwas spürbar ist, das mit Mund oder Händen eines anderen in Berührung gekommen ist, und der als Peinlichkeitsgefühl bei dem bloßen Anblick vieler körperlichen Verrichtungen eines anderen in Erscheinung tritt, oft auch nur bei deren bloßer Erwähnung, oder als Schamgefühl, wenn eigene Verrichtungen dem Anblick anderer ausgesetzt sind und gewiß nicht nur dann."

Das Messer: eigene Aggressionen und Emotionen kontrollieren lernen

"Im Mittelalter mit seiner Oberschicht von Kriegern und der beständigen Kampfbereitschaft seiner Menschen" und "bei der relativ geringen Bindung oder Regelung, die man den Trieben auferlegt" (Elias 1979, I, S. 165) waren Verbote, die den Umgang mit dem Messer regulierten, gering. So sollte man sich, so eine der wenigen Regeln, mit dem Messer nicht die Zähne reinigen. Was bedeuten dann die enorm vielen Messerregeln beim Essen, die bis vor wenigen Jahren üblich waren? Keine Kartoffeln oder Knödel, also nichts Rundes, schneiden. Keine Eier köpfen. Fisch nicht mit dem Messer zerlegen. Ein Messer nie mit der Spitze nach vorn weitergeben. Das Messer nie zum Munde führen usw. Konsequenz ist diese Entwicklung in der Fast-Food-Küche. Die Messer sind hier in der Fabrikküche 'verschwunden', nicht mehr sichtbar und erlebbar, sogar die Sinnlichkeit möglicher Messeraggressionen ist weg.

Mit dem Messergebrauch geht eine innere Disziplinierung der Menschen einher. Schon von klein auf (Messer, Gabel, Scher' und Licht, sind für kleine Kinder

nicht!) lernt man mit den vielen Messergebrauchsregeln nicht nur, wann ein Messer zu handhaben ist und wie man mit dem gefährlichen Messer umgeht. Wichtig ist, gleichzeitig zu lernen, mit den eigenen Aggressionen und den eigenen wilden Emotionen umzugehen. Über die Beherrschung des gefährlichen Messers werden gefährliche und heftige aggressive Emotionen beherrschbar. Die direkte Gewalt wird konsequent aus dem Alltag zurückgedrängt.

Die vielen Regeln sind hierbei symbolische Hilfsmittel zur Selbststeuerung. In Alltagsroutinen und in der Erziehung angeeignet, helfen oder sie nötigen die Menschen, sich selber zu kontrollieren. Explizite Regeln unterstützen den Aneignungs- und Selbstkontrollprozeß, führen zudem zur Ausdifferenzierung einer verinnerlichten Kontrollinstanz, die sagt, was zu tun ist und die dies auch kontrolliert. Diese kulturellen Erfahrungen in und mit alltäglichen Lebensvollzügen definiert Subjektivität als Individualität der Selbststeuerung und der Distanz zu sich, sowie zur sozialen und dinglichen Umwelt.

Medien in der kulturellen Entwicklungsdynamik

In der kulturhistorischen Linie der Distanzierung und Abgrenzung des Menschen als selbstkontrolliertem Individuum entsteht einerseits Massenkommunikation und Fernsehen, andererseits führen sie diese Linie fort und verändern sie medienspezifisch. Fernsehen wurde für die Innen-Außen-Beziehung der Menschen relevant, weil es individueller Subjektivität entspricht, die auf einer intensiven inneren Phantasie- und Bilderwelt der Menschen aufbaut, die den Menschen zum Empfinden der eigenen und abgegrenzten Identität verhalf und verhilft. In diesem Sinne läßt sich Mediengeschichte auch als "kulturelle Differenzierung" (Winter, Eckert 1990) nachvollziehen. Medien als kulturelle Objektivationen greifen in die Innen-Außen-Beziehung und damit in die Gestaltung der inneren, der sozialen und der dinglichen Welt ein. Dabei unterstützen Medien die kulturhistorische Entwicklung der individuellen Selbststeuerung und der Abgrenzung der Individuen von sich, von anderen und von der dinglichen Umwelt. Ein Ergebnis ist eine soziale Differenzierung bis hin zu "spezialisierten Sozialwelten" (Winter, Eckert 1990, S. 16).

Neben diesen spezialisierten Sozialwelten als Szenen und Milieus, die sich über Alltagsästhetik als weitere Formalisierungsstufe der Medienentwicklung organisieren, sind spezifische Erlebnisweisen, die in ihrer Struktur mit mythischen Texten korrespondieren, ein aktuell drängendes Medienphänomen. (Die öffentliche Diskussion benennt dieses Phänomen zumeist mit dem Stichwort 'Gewalt'.)

Schrift und Linearität

Der Prozeß der kulturellen Differenzierung beginnt, so die Analyse von Winter und Eckert, mit den altsteinzeitlichen Höhlenbildern und der Konventionalisierung und Linearisierung von Bildern und Zeichen bis zur Schrift. Bei den altsteinzeitlichen Bildern stand nicht die Abbildung der Umgebung der Höhlenbewohner im Vordergrund. Vermutlich haben die Menschen damals ihre Träume, Phantasie und "halluzinatorisch gefärbten Erlebnisse" (Winter, Eckert 1990, S. 18), in Kulte eingebettet, artikuliert. Träume, Phantasie usw. beschäftigten sich mit der Beziehung zwischen Menschen und Tieren. Rhythmisch graphische Linienschwünge scheinen Anleitungen für kultische Gesänge ähnlich Litaneien gewesen zu sein. Damit taucht neben der Ausdrucksfunktion der Bilder auch die Funktion einer Entlastung des Gedächtnisses des Vortragenden auf. Mit einer Art Notation sprachlicher Aussagen machten sich die Menschen Aussageformen verfügbar und Aussagen reproduzierbar. Damit lösten sich die Menschen aus der Einmaligkeit einer Situation, wobei sie Zeit und Raum auf spezifische Weise verbanden. So ordnet die Zeichendarstellung im Raum die Abfolge einer Erzählung und eines kultischen Ereignisses. Mit den Bildern machten sich die Menschen also ihre Erlebniswelt, ihre Phantasie, Wünsche und Ängste verfügbar.

Auf dieser grundlegenden symbolischen Objektivationsfunktion gründen auch heute noch alle Formen 'symbolischer Welten'. Da diese Objektivationsfunktion in die Lebensvollzüge und gerade auch in die Phantasie der Menschen eingebettet ist, also die reflexive Distanz fehlt, können diese symbolischen Objektivationen auch die Funktion von Fetischen übernehmen. Karl Marx¹ hat dies als Modell für die Funktionsweise von Entfremdung verwendet und gezeigt, daß und wie die Menschen die von ihnen geschaffene Welt als eine vorgegebene Welt nach deren eigenen Gesetzen verstehen, also als eine Welt der Götter und Götzen, denen sie sich zu unterwerfen haben.

Der andere Funktionsschwerpunkt der frühen symbolischen Darstellungen, die Organisation von kultischen Ereignissen, von Erzählungen oder Gesängen, bot den Menschen soziale Gestaltungsmittel, die gerade über die Möglichkeit der Reproduzierbarkeit symbolischen Materials in die Organisation von Situationen, und damit

1 "Der Fetischcharakter der Ware und sein Geheimnis" (Das Kapital, 1. Kapitel. Die Ware, S. 85ff): "Nebelregionen der religiösen Welt...: Hier scheinen die Produkte des menschlichen Kopfes mit eigenem Leben begabte, untereinander und mit den Menschen in Verhältnis stehende selbständige Gestalten. So in der Warenwelt die Produkte der menschlichen Hand. Dies nenne ich Fetischismus, der den Arbeitsprodukten anklebt, sobald sie als Waren produziert werden, und der daher der Warenproduktion unzertrennlich ist." (S. 86f.)

in die soziale Definition und Beziehung von Raum und Zeit, einzugreifen halfen. Die Ausgestaltung dieser Funktion führte über verschiedene Stadien zur Schrift. Die Bilderschrift der Sumerer und Ägypter vom Ende des 4. Jahrtausends v. Chr. ließ z.B. eine Zuordnung sprachlicher Laute und Bilder zu, u.a. weil die Bilder linearisiert wurden. Diese Bilder wurden zunehmend konventionalisiert und vereinfacht. Als sie sich dann auch noch der Lautbildung unterordneten und nicht mehr primär die bildhafte Repräsentation von Dingen und Ereignissen übernahmen, entstand die uns bekannte 'westliche' Schrift.

Schrift ist konsequent linear aufgebaut. Sie verändert das Verhältnis der Menschen zu unmittelbar erlebbaren Situationen in mindestens zweifacher Weise. Die Menschen können mit sich oder anderen unabhängig von Zeit und Raum kommunizieren. Dabei entstand auch ein neuer Typ von Gedächtnis, eine Art von kulturellem Gedächtnis, das unabhängig vom Erinnerungsvermögen einzelner, in Form von Texten arrangiert ist. Die Menschen verfügen auf diese Weise überbrückend und gestaltend über Raum und Zeit. Zudem linearisieren die Menschen ihre Zeit und ihr Denken. Das Nacheinander und die in sich geordnete Sequenz fordern und fördern eine spezifische Rationalität.

"Die Bewahrung von Kultur erfolgte also selektiv, gleichzeitig machte die Schrift aber deren Beobachtung nach Kriterien der Logik möglich. Die Legitimationsmuster der Gesellschaft konnten sich mit ihr systematisieren, Normensysteme verselbständigten sich gegenüber den Einzelhandlungen und Geschichtsbewußtsein konnte entstehen. Die Abstraktion der Schrift trug nicht nur die rationale Argumentation, sondern ganz allgemein die Rationalisierung von Religion, Wirtschaft und Verwaltung. Der Schrift (und nicht erst dem Buchdruck) kam also im Prozeß der westlichen Rationalisierung eine wichtige Funktion zu" (Winter, Eckert 1990, S. 21).

Distanz und Kontrolle in Sinne von Rationalität, aber auch von Reflexivität, prägen mit der Entwicklung einer linearisierten und am Sprechen orientierten Schriftkultur eine spezifische Art von Subjektivität, die Norbert Elias am Gebrauch von Alltagsgegenständen wie Messer und Gabel in der Renaissance auch entdeckt und die Richard Münch als spezifisch für die europäische Kultur beschreibt. Sie ermöglicht z.B. im Bereich der Religion abweichende Bewegung ebenso, wie Systematisierung und Dogmatisierung. Individualisierung wie Egalisierung sind angelegt, jedoch noch als Widerspruch.

Buch und Lesen

Die Kodifizierungsform der Schrift in Form des Buchdrucks generalisiert das in der Schrift angelegte Prinzip der "seriellen Datenflüsse" (Winter, Eckert 1990, S. 26) und führt zur Standardisierung von Texten, die auf "Homogenität, Trennschärfe und Unveränderlichkeit" (S. 26) hin angelegt sind. Das Buch erzwingt ein spezifisches Aneignungsverfahren, das über lange Zeiträume hinweg erworbene Kompetenz voraussetzt. Es entstehen spezifische Erlebnisweisen, die sich schon über die sinnesphysiologischen Voraussetzungen des Lesens ergeben. Das Auge dominiert.

Lesen setzt konzentrierte Hinwendung zum Text voraus, was letztlich nur über Selbstkontrolle gelingt. Was im gedruckten Text angelegt ist, können und müssen die Leser in sich zu Bildern, Konzepten, Aussagen, Emotionen usw. aneignend umgestalten. Auch wenn die modernen Bildschirmmedien ohne spezielles und institutionalisiertes Aneignungsverfahren nutzbar sind, bleiben sie in der linearen Textlogik der Schrift, der individuellen konzentrierten Hinwendung an eine Präsentationsfläche und bei der individuellen intrapsychischen Reinterpretation in Form von Emotionen, Phantasiebildern usw. Daß die Menschen dabei immobil vor dem Bildschirm sitzen, ist eine kulturell definierte Körpersituation, die sich mit der Einbindung der Medien in Szenen aktuell auch wieder ändert.

Kulturabhängig ist ebenfalls die soziale Rezeptionssituation. Gegen Ende des 18. Jahrhunderts geht z.B. lautes Lesen in leises Lesen über. Dabei ist klar, daß sich auch die soziale Beziehung des Lesens verändert; allein oder mit anderen. Bücher und Lesen passen sich in den jeweils vorherrschenden kulturellen Rahmen ein und verändern ihn. So entstanden im 16. Jahrhundert mit den Büchern "neue Kommunikationsnetze" (Winter, Eckert 1990, S. 28), die Staat und Kirche über die formalisierte Druckerlaubnis kontrollierten. Es bildete sich auch ein Wirtschaftsmarkt mit eigener Logik heraus. In der Reformationzeit organisierten sich um die verschiedenen Druckwerke, Bücher, Flugschriften, Pamphlete auch eigene religiöse Gruppen, die sich untereinander über die Druckschriften netzartig verbanden (Winter, Eckert 1990, S. 29ff.).

Für die Art des Lesens gab es bis zum grundlegenden Wandel im 18. Jahrhundert zwei Schwerpunkte (vgl. Schön 1987, S. 40f.). Bücher, die mit Autorität besetzt sind, werden als "zeitlos gültig" immer wieder gelesen ("Wiederholungslektüre"). Was gelesen wird, hat neben der Erbauung auch die Funktion der Belehrung und soll im Sinne einer "Lehre oder Moral" für das Leben der Leser praktisch bedeutsam sein. Das "stoffliche Interesse" an der Nutzenanwendung eines Buches steht im Vordergrund, nicht Vergnügen oder Ästhetik.

Im 18. Jahrhundert verband sich Lesen mit der Entwicklung bürgerlicher Identität. Es entstand ein Leseublikum, das sich nicht mehr primär am belehrenden und erbaulichen Buch orientierte, das auch keine moralische Übereinstimmung mit der eigenen Lebensführung suchte. Auch die aristotelische Regel der angemessenen Nachahmung der Welt im Text veraltete. Romane wurden als "ästhetische Wirklichkeit" wichtig, "als Wirklichkeit eigener Art, deren Aussagen nicht mehr unvermittelt auf die reale Welt des Lesers bezogen werden" (Schön 1987, S. 50). Das fiktionale Angebot der Bücher half, die individuelle Subjektivität zu erfahren, persönliche Entwicklung vorwegzunehmen, in Opposition zur gesellschaftlichen Wirklichkeit diese in der Phantasie zu korrigieren. Deswegen stieß das Lesen von Romanen auch auf heftige Ablehnung. Individuelle Subjektivität, die in der schwer kontrollierbaren Innen- und Phantasiewelt der Menschen ihren 'Ort' hatte, sperrte sich gegen autoritäre Herrschaftsansprüche.

Mit dem Beitrag des Lesens für subjektive Identität war auch klar, daß sich eine geschlechtsspezifische Lesevorliebe herauskristallisierte, die der allgemeinen

bürgerlichen Geschlechtsdifferenzierung entsprach. "Die Männer lesen (von berufsbezogener Lektüre abgesehen) die Zeitung, politische oder überhaupt Sachliteratur; das Publikum der belletristischen Literatur sind im 18. Jahrhundert - und grundsätzliche dann auch im 19. Jahrhundert - überwiegend Frauen" (vgl. Greven 1973, S. 125). Weil die gesellschaftlichen Handlungsmöglichkeit von Frauen reduziert war, blieb ihnen dann auch nur die Handlungsmöglichkeit in 'inneren' Phantasieräumen, zu denen fiktionale Buchangebote das symbolische Material lieferten.

Die Modellierung von Subjektivität geschieht bzw. geschah auch in der Rezeptionssituation, und zwar in der Art der Körperlichkeit (z.B. konzentriert, bewegungslos lesen; leises Lesen in geschlossenen Räumen) und der sozialen Einbettung (Vorlesen, alleine lesen). Für die Körperhaltung in der Rezeptionssituation stellt Erich Schön (1987, S. 72) zusammenfassend fest, daß der "Kontakt mit dem Buch" auf das Auge reduziert wird, das Buch auf ein tragendes, festes Möbel kommt und der Körper immobil wird. Gegen diesen Trend, Priorität des Auges, Möblierung, Immobilisierung des Körpers, gab es zwar Widerstände (Schön 1987, S. 73ff.); am Irrsinn Schreberscher orthopädischer Erziehungs- und Herrschaftsmaßnahmen, die im 19. Jahrhundert totale Immobilität beim Lesen und Schreiben (und nicht nur hier, sondern tendenziell bei allen Lebensvollzügen) durch orthopädische Korsette, Bandagen, Stützapparate erzwang, läßt sich der allgemein Trend ablesen. Es ist ein Trend, der heute im Autositz für Kinder, jetzt sachlich als Überlebensnotwendigkeit begründet, fröhliche Urstände feiert und der sich in der Immobilität des Fernsehens mittlerweile zwangsfrei und selbstverständlich einstellt. Mit dem Display-Fernsehen wird die Bewegung im Raum jedoch wieder möglich. Diese äußere Bewegung entspricht auch den außengerichteten Handlungsmöglichkeiten einer konsumorientierten Kultur des Herzeigens und des Expressiven.

Beim leisen Lesen, das lautes Lesen verdrängte, verloren Mund und Ohren für das Lesen ihre Funktion. Die inneren Aktivitäten, Kognition und Emotion, des Lesers begannen zu dominieren. Das setzt auch voraus, daß im 18. Jahrhundert die "Disziplinierung des Auges so weit fortgeschritten [ist], daß der Blick nicht mehr abschweift, das Auge statt der Hand das Geschriebene ergreift" (Schön 1987, S. 117). Gleichzeitig begannen die Rezipienten sich dem dominanten Text zu entziehen und ihn intellektuell und emotional 'innen' zu gestalten (Schön 1987, S. 120). Je mehr sich Lesen als intellektuelle und emotionale Aktivität in das Innenleben der Menschen verschob, um so unwichtiger wurden auch Leseorte, die mit dem Lesestoff in ästhetischer oder inhaltlicher Weise übereinstimmten. Man oder frau liest deshalb nicht mehr im Rosengarten oder ähnlichen Räumen außerhalb des Hauses. Die Leser brauchen nicht mehr die räumliche Bezugssituation, statt dessen liefert die 'Inszenierung im Kopf' den Bezugsrahmen für die Interpretation des Textes.

Diese kulturelle Entwicklungslinie gab für lange Zeit auch Radio und Fernsehen den Rezeptionsort vor: zuhause, vor dem Gerät. Die Miniaturisierung der Geräte und neue Erlebnisweisen (z.B. schweifende Konzentration, um das, was man gerade braucht zu finden; den Schallvorhang als Schutz gegen Lärm und Störung;

themenrelevante Anregungen usw.) brachte und bringt Mobilität in die Rezeptionssituation. Es gibt nun kein 'objektives' Rezeptionsszenario mehr, das primär der Mediendramaturgie oder den jeweiligen Medienthemen entspricht. Als in den siebziger Jahren das Radio ins Auto eingebaut wurde, folgte die Wahl des Rezeptionsortes der Mobilitätsorganisations des Alltags. Äußerer Anlaß war neben der verbesserten Sende- und Empfangstechnik auch die im Auto vorhandene medienfreie und noch nicht medial vorstrukturierte Zeit. Es entstanden dann Autofahrersendungen, insbesondere mit den regelmäßigen Verkehrsinfos, womit sich eine neue und modellhafte Körper-Raum-Medium-Konstellation herauschälte.

Zum Ende des 18. Jahrhunderts bekam das Lesen eine für diese Zeit, in der sich bürgerliche Privatheit in Abgrenzung zum autoritären Staat herausbildete, auch die dafür adäquate Form der Geselligkeit (Schön 1987, S. 185ff.). Es entstanden um das Vorlesen herum "Zirkel" und "Kränzchen", die sich klar von früheren "autoritativen Rezeptionssituationen" des Vorlesens unterschieden. So gab es vor den Lesezirkeln das "Vorlesen in einer dienenden Rolle", was von den Vorlese-Sklaven der Antike bis zu berufsmäßigen Vorlesern von Zeitungen auf der Straße im 18. und bis zu Vorlesern in englischen Clubs im 19. Jahrhundert reichte (Schön, S. 177). Gegen Ende des 18. Jahrhunderts gab es harmonisch lebendige und selbstgewählte Vorlesesituationen. Kupferstiche aus dieser Zeit² belegen solche Situationen. Um einen Tisch herum gruppieren sich Männer, Frauen und Kinder. Der Betrachter ist in diese Gruppensituation integriert; er könnte an der ihm zugewandten Tischseite Platz nehmen. Auf dem Kupferstich liest ein älterer und gesetzter Mann aus dem vor ihm auf dem Tisch liegenden Buch vor. Er macht einen gespannten, lebendigen Eindruck. (Die beginnende Arbeits- und Sphärenverteilung zwischen Männern und Frauen hat übrigens nicht dazu geführt, daß die Frauen zu Vorleserinnen im Haus werden, obwohl Belletristik Angelegenheit der Frauen ist.) Die zuhörenden Männer und Frauen sind konzentriert, haben jedoch ihre eigene und Individualität ausstrahlende Körperhaltung. Die Kinder müssen sich nicht der Rezeptionssituation unterwerfen, sie sind integriert, haben Körperkontakt mit Mutter und Großmutter, schauen sich spielerisch an.

Diese Bilder teilen klar etwas Positives mit. Die Abwertung, die ab den fünfziger unseres Jahrhunderts das Familienhalbrund vor dem Fernsehapparat traf, gab es für diese Lesesituation noch ganz und gar nicht. Vorlesen im selbstgewählten Zirkel entsprach vielmehr einer langen Sehnsucht nach bürgerlich privaten und harmonischen Situationen, die von außen niemand kontrollieren oder steuern konnte. Lesen war keine "autoritative Rezeptionssituation" mehr, die zuvor ein Hausvater, Pfarrer oder Lehrer dominiert und die ihre Legitimation aus dem Verlesen des Wortes Gottes oder gültiger Moral bezogen hatte. Der Vorlesekreis bestand auch nicht mehr aus ständisch, durch Geburt definierten, Mitgliedern (Schön 1987, S. 194, S. 196). Es war statt dessen ein "geselliger Kreis", an dem

2 Z.B. von D. N. Chodowiecki, abgedruckt bei Schön 1987, S. 192f.

Männer und Frauen, Junge und Alte, Verheiratete und Ledige teilnahmen. Ein "Wandel von der Kooperation zur Assoziation" (Schön, S. 198) fand in der Vorlesesituation ihre adäquate und erlebbare Form.³

Vorlesen und das leise, individuelle Lesen markieren auch die Trennung von Arbeit und Freizeit, eine Trennung, die für Fernsehrezeption immer noch Gültigkeit hat, sich jedoch heute aufzulösen beginnt. Fernzusehen ist nicht mehr ausschließliche Angelegenheit nach der Arbeit zu Hause. Display-Fernsehen wird die Medienrezeption zu Hause in der Freizeit zu einer Rezeptionsform unter anderen machen. Ausgangspunkt ist die Auflösung des distinkten Mediums, vergleichbar dem Buch, aus dem vorgelesen wird. Jetzt schon mischen die Menschen sich intertextuell den für sie thematisch und situativ relevanten Text. Der weitere Schritt in Richtung Verfügbarkeit und Arrangierbarkeit läuft gerade, und zwar mit der prinzipiellen Ablösung des symbolischen Materials von distinkten Medienträgern und der damit einhergehenden Formalisierung hin zur Alltagsästhetik. Alltagsästhetik setzt Handlungsräume voraus, in denen Konsumartikel, Dienstleistungen, subjektive Themen und die intrapsychische Erlebniswelt verschmelzen.

In dieser kulturellen und sozialen Welt ist der kleine und überschaubare Lesezirkel oder der repräsentative literarische Salon Idealtyp einer "Mußegesellschaft" bürgerlicher wie aristokratischer Menschen, die heute nur noch als Fernsehvorlage für das "Literarische Quartett" taugt oder als konservativ elitäres Drohmittel gegen ein "diffuses Massenpublikum" (vgl. Greven 1983, S. 131). einzusetzen ist. Heute sind Bücher, wie andere Medien auch, Teil einer "Medienumwelt", die mit "Lesekompetenz", "Lesesozialisation in der Familie", dem "Medienverhalten und den Medien als Gesprächsthema" der Peer Group eine Einheit eingehen (Bonfadelli, Fritz 1993, S. 15ff.).

Diese aktuellen Bedingungsfaktoren einer von den Menschen zu gestaltenden Lebenswelt sind mit der selbstgestalteten Rezeptionssituation der bürgerlichen Assoziation des "Kränzchens" oder des "literarischen Salons" eine Einheit eingegangen, auch wenn sich die Rezeptionssituation des konzentrierten Lesens oder Hörens auflöst und zur Fan-Gruppe in einer ökonomisch dominierten Systemstruktur wird. In der modernen Medienkommunikation und Rezeptionssituation ist als Kern noch all das 'enthalten', was die lesenden Menschen im 18. Jahrhundert entwickelten und was sie als Subjekte modelliert hat: die Körper-, Raum- und Zeiterfahrung individueller Subjektivität des konzentrierten, leisen Lesens am Tisch oder des Sich-um-ein-Buch-Zusammenfindens, das abgetrennt ist von anderen Lebenssituationen und Lebensräumen. Der Lesestoff steht nicht mehr für moralische und ewige Wahrheiten, dem sich die Menschen zu unterwerfen haben, sondern soll der eigenen Subjektivität dienen. Deshalb differenzierte sich Lesen in dieser Zeit auch geschlechtsspezifisch.

3 In den Fernsehsituationen bei der Einführung des Fernsehen in Deutschland oder im Beispiel aus Indien (vgl. Teil 4) taucht diese Assoziation ebenfalls auf.

Beim Lesen Ende des 18. Jahrhunderts ist zwar die Individualisierung erkennbar; sichtbar ist jedoch noch nicht die prinzipielle Gleichartigkeit der Leser, die eine der Bedingung für Standardisierung und Konsum der Medienkommunikation ist. Individualisierung, Standardisierung und Konsum überlagerten sich mit Fernsehen und schufen mit der sich daraus entwickelnden Medienkommunikation eine Bedingung für die Definition von Subjektivität, Handeln und Situationen. Initiiert durch die Miniaturisierung der Fernsehspeichertechnik bekamen die Fernsehrezipienten Video in die Hand, womit vertraute Grenzen verschwimmen, z.B. die zwischen Medien. Macht es wirklich noch Sinn, zwischen Fernsehen, Film auf Video, Videospiele zu unterscheiden? Die Videoclips lösten zudem die bekannten Erzählformen auf, was das erste Mal deutlich bei der Fernsehserie "Miami Vice" sichtbar war (vgl. Winter, Eckert 1990, S. 100). "Miami Vice" ist zwar noch Krimi, aber genauso gut Lifestyle-Botschaft. Popmusik, videoclip- oder werbeartige Bildsequenzen sind bei "Miami Vice" ebenso wichtig wie die spannende Story, deren Muster jedoch als bekannt vorausgesetzt wird.

Mit Video löst sich auch die vertraute Grenzlinie zwischen Aktivität und Passivität der Medienproduktion und der Medienrezeption auf, ebenso die Rezeptionssituation des Fernsehens. Hier erscheint erneut die selbstgewählte Assoziation wie beim Lesekränzchen, auch wenn sich deren 'gepflegte' Umgangsformen verlieren und statt dessen die Form der Horror-Session des Fan-Clubs auftaucht.

Die Ausgangsfunktion von Video ist der "manipulierende Eingriff in den Zeitprozeß Fernsehkommunikation" (Zielinski 1992b, S. 93). Damit ließ sich z.B. in den USA mit ihren verschiedenen Zeitzonen die Programmausstrahlung an den Tagesablauf und die Sehzeiten der Menschen anpassen. Außer dieser technischen Speicher- und Sendemöglichkeit entwickelte sich für die Programmproduktion eine neue Art der Dramaturgie.

"Audiovisuelle Reproduktionen für die Ausstrahlung im Fernsehen brauchten nicht mehr in der Chronologie des tatsächlichen oder inszenierten Ereignisses konstruiert werden; sie konnten in immer verfeinerteren Versatzstücken in tendenziell beliebiger Folge aufgenommen und für die Sendung bearbeitet werden; bis hin zu den Konzentraten der Werbespots und Videoclips, deren autonome Segmente im kinematographischen Sinne so verkürzt sind, daß sie in ihrer internen filmischen Bewegung kaum mehr erfaßt werden, sondern eher als photo- bzw. computergraphische Elemente eines rhythmisierten Bildertappichs" (Zielinski 1992b, S. 94).

Von hier aus entwickelt sich MTV, die Durchdringung von Rockmusik und Video (vgl. Fiske 1993, S. 250ff.). Mit MTV entsteht, so E. Ann Kaplan (1987), nicht eine neue Phase der Rockmusik oder ein neuer Fernsehkanal, sondern etwas qualitativ Neues, wozu das Etikett "postmodern" gut paßt (S. 9ff.). Ausgangspunkt war die technische Möglichkeit von Video, kurze Filmsequenzen zu Rockmusik zu produzieren, die auf einem speziellen Fernsehkanal für die Kassetten-, Platten-, CD-Originale warben. Kaplan (S. 13) spricht von "rock promos", nicht nur weil die

Videos von Rockgruppen die Verkaufszahlen anheben sollen, sondern weil Stil und Produktionsweise ("style and manner of production"), dem der Werbung entsprechen, gerade auch den Werbeeinschaltungen in Filmen. (Ein wichtiger Schritt war dabei der gigantische Erfolg von Michael Jacksons "Thriller".)

Weil Hörkassette und Walkman das Rezeptionsmodell für MTV lieferten, öffnete sich auch der Rezeptionsort für Videos. Hinzu kam die netzartig und intertextuell organisierte Werbung, die in viele Situationen und Räume des Alltags strebt. So produzierte MTV auch "events" außerhalb des Bildschirms, z.B. "Friday Night Video Fight", "Saturday Night Countdown". Daß es entsprechende T-Shirts gab, ist aus heutiger Sicht selbstverständlich. In der Werbelogik gedacht, liegen dann auch weitere Programmbeiträge auf der Hand, z.B. Interviews mit Stars, kurze Hintergrundinformationen zu Stars, Gruppen, Fans usw. (vgl. Kaplan 1987, S. 20). Aus dieser Mischung kristallisierte sich dann eine Programmform wie BRAVO-TV (auf RTL2) heraus, die Lifestyle-Bericht, Werbung, Information und Bewertung so mischt, daß dabei eine 'postmoderne' Variante subjektiv thematischer Kritik entsteht.

Welchem Typ sozialer Organisation entspricht dieser Bilderteppich von MTV oder das Lifestyle-, Werbungs-, Info- und Bewertungs-Arrangement von Bravo-TV? Es hat sich tatsächlich etwas verändert, das über die mit der Schrift verbundenen Tradition der Moderne hinausgeht, weil die mit der Schrift eröffnete Linearität unwesentlich zu werden beginnt. Statt dessen entsteht etwas, das sich mit den Metaphern der Fläche, des Flirrens, des Arrangements, des Clusters und, theoretisch, mit dem Konzept der Figuration bezeichnen läßt. Die Verfügungsmacht, die Video über den linearen Zeitverlauf eröffnet, verhilft zu Clustern aus arrangierbaren Mini-Bewegungsspots. Damit löst sich der Medientext des Videos über die Kodifizierungsform von Video von der uralten Textbedingung der Linearität, die die Schriftkultur in alle Lebensbereiche hineingedrückt hat. Die Einbindung des Videoclip in Werbung gibt nun die Darstellungs- und Verbindungselemente der neuen Repräsentationsform bzw. der neuen Dramaturgie vor: Eine Situation wird aus vielen Repräsentations- und Handlungselementen formiert. Damit weiten sich auch auf Seiten der Nutzer deren Einfluß- und Gestaltungsmöglichkeiten aus. Die Menschen können mit Videobibliotheken thematische Schwerpunkte setzen, Konsumorte wählen und spezifische Situationen entwickeln wie Video-Sessions in der Pubertät. Damit ist auch das Ende des distinkten Mediums Fernsehen eingeläutet, weil die neue Kodifizierungsform den linearen Darstellungsfluß ersetzt. Nicht nur die Werbeindustrie mischt sich jetzt ihre optimale Figuration von Spots, beworbenen Produkten, Codes in Form von Modeartikeln, Freizeitereignissen wie Shows und Parties; die Nutzer tun das Gleiche analog. Nicht nur die Verfügungsmacht der Sender löst sich von der Linearität der Zeit und wird letztlich zur Verfügung über Situationen; auch die Nutzer bekommen mit Video ihre eigene Verfügungsmacht, die sie, im ersten Schritt, vom Zeitschema und vom Programmangebot der Sender unabhängig werden läßt. Die Videonutzer können zudem fernseh- und filmspezifische Rezeptionssituationen ändern oder mischen, z.B. Filme zu Hause anschauen,

Programmbibliotheken analog zum Bücherregal anlegen, ein Video zu Freunden mitbringen.

Diese eingreifende, verfügende oder gestaltende Veränderung in der Hand der Videonutzer faßt Zielinski schematisch zusammen (1992b, S. 103):

"Traditionelle Fernsehrezeption Fernsehrezeption via Videorecorder

Auf der Ebene des Gesamtprogramms

Das Programm wird erfahren als fremdgesteuerter Fluß, mit fester Vorgabe des zeitlichen Ablaufes und kontinuierlicher Regelmäßigkeit.

Das Programm wird erfahren als Ansammlung von Versatzstücken, deren zeitlichen Ablauf der Nutzer manipulieren/ bestimmen und diskontinuierlich organisieren kann.

Rezeption ist gemeinschaftliches Erlebnis, in regionaler, nationaler oder globaler Hinsicht.

Rezeption findet vereinzelt / individualisiert statt.

Sie hat zentralisierenden Charakter.

Sie hat dezentalisierenden Charakter.

Ereignis-, Sende- und Lebenszeit werden bei Direktsendungen synchronisiert.

Rezeptions-, Ereignis- und Sendezeit verhalten sich in jedem Fall asynchron zueinander.

Rundfunk besitzt die Aura der Unmittelbarkeit.

Der Videorecorder unterstützt den Charakter des technischen Vermittlungsvorganges.

Das Programm ist flüchtig.

Das Programm ist verfügbar.

Auf der Ebene der einzelnen Programmsequenzen

Die Reihenfolge der Segmente ist definiert (linear). Unterbrechung der Rezeption führt notwendig zu Lücken im Kommunikat.

Die Reihenfolge der Segmente kann beliebig gestaltet werden. Sequenzen können jederzeit gestoppt werden, ohne daß in der Wahrnehmung des Kommunikats Lücken entstehen.

Filmischer Rhythmus ist vorgegeben

Filmischer Rhythmus kann bis zum Stillstand verändert werden.

Bildaussage kann nachträglich nicht kontrolliert werden.

Bildaussage kann jederzeit kontrolliert werden.

Zeitlicher Umfang (Sehdauer) des einzelnen Segments und der Sequenzen ist definiert.

Zeitlicher Umfang (Sehdauer) des einzelnen Segmente und der Sequenzen kann gedehnt oder gestreckt werden."

Die individuelle Verfügungsmacht und Gestaltungsmöglichkeit der Videonutzer führt in Verbindung mit der veränderten Präsentationsdramaturgie auch zu neuen Sozialformen. Videospiele⁴ prägen dabei eine der denkbaren Entwicklungslinien, die zum sogenannten Interaktiven Fernsehen führen. Interaktives Fernsehen wird die vertraute Organisationsform der Massenkommunikation, den Informationstrans-

4 Vgl. dazu die Daten zur "Nutzung und Bewertung von Videospiele durch Kinder und Jugendliche" (1989, S. 117-134) und den Sammelband zu den "Weltbildern und Bilderwelten im Videospiele" von Jürgen Fritz (1988).

port mit zentraler industrieller Medienproduktion und dezentraler Konsumption, einschneidend verändern. Die Konsumenten übernehmen Gestaltungsaufgaben, die bislang der Produktion vorbehalten waren. Auf diese Weise verfestigt sich die Dominanz der Rezipienten über die industrielle Programmproduktion. Die vertrauten und beeinflussbaren Produktionsinstitutionen werden sich auflösen. Die sich daraus ergebenden kommunikationspolitischen Erfordernisse und Probleme lassen sich jedoch kaum abschätzen. Die Hoffnung der sechziger Jahre, die Hans Magnus Enzensberger (1985), mit der Forderung nach Medienproduktionsmöglichkeiten in der Hand der Rezipienten formulierte, wird sich jetzt als Sekundärproblem der Massenkommunikation erweisen. Statt dessen wird die Frage sein, was Video plus eingreifendes Spiel für die Gestaltungsmöglichkeit der Menschen bedeutet. Die Metapher von der Datenautobahn verheißt nichts Gutes. Um in der Metapher zu bleiben: Raserei in einem komplexen System konsumptiver Verfügung über noch mehr Soft- und Hardware wird zum eigenständigen Sinn.

Sozialwelt Video

Die neue Kodifizierungsform Video setzt die "Transformation" bekannter Genres und Nutzungsformen in Gang, wobei z.B. für Horror- und Pornofilme ein Prozeß der "Veralltäglichung und Privatisierung" (Eckert et al. 1989, S. 200ff.) begann, der direkt abhängig ist von der individuellen Verfügungsmacht, die Video anbietet (vgl. Eckert et al. 1991). Sie stößt eine zweite Entwicklungslinie an, die zu "Videowelten" von Fans führt.

"Den entscheidenden Veralltäglichungsschub erhielt der pornographische Film durch die neue Distributionsform 'Video'. Zunächst auf Sex-Shops und -Bars beschränkt, wurden die Filme nun auf Video für jeden verfügbar. Daraus entstand in kurzer Zeit ein lohnendes Geschäft und Pornographie wird ein wichtiger Teil des Videoangebotsspektrums. Die wichtigste Vertriebsform für Porno-Videos ist die Verleihpraxis in den Videotheken. Für eine Leihgebühr von 2 - 5 DM können Pornofilme in der Regel 24 Stunden ausgeliehen werden. Die relativ klare Abgrenzung des pornographischen Films von anderen Genres hat ... dazu geführt, daß in nahezu allen Videotheken Pornovideos eine eigene Abteilung erhielten" (Eckert et al. 1989, S. 200). Pornovideos gibt es nicht nur im Videoladen, sondern auch in Sexshops, hier jedoch in der Regel nur zu kaufen.

Der Veralltäglichungsprozeß ist direkt mit der Privatisierung verbunden. "Horrorvideos stellen in einem gewissen Rahmen schon eine 'Selbstverständlichkeit' dar, was sich auch an der Bereitwilligkeit, 'Interviews zu geben', ablesen läßt. Porno-Nutzer waren hingegen weitaus stärker auf Anonymität und Datenschutz bedacht; viele verweigerten trotz der Anonymitätsgarantien ein Interview. Mit der Veralltäglichung von Pornographie durch Video korrespondiert die Intimisierung und Privatisierung ihrer Nutzung: der Pornographie-Boom findet vor allem in den eigenen vier Wänden statt. Die private Besitz- und Nutzbarkeit von pornographischen Filmen 'befreit' die 'Blue Movies' aus den 'Red Light Destricts' und macht

den pornographischen Film - wie es bei Büchern, Bildern und Fotos auch der Fall war und ist - zu einer persönlichen Angelegenheit. Damit wird die soziale Kontrolle und Stigmatisierung der Pornographie gemindert, der Konsum wird hinter die 'Mauern' der Intimität verlegt. Dies scheint mit ein Grund für die gestiegene Partizipation von Frauen an der Pornographie zu sein. Freilich kann man aber (noch) nicht von einer Gleichheit der geschlechtsspezifischen Nutzung von Pornographie sprechen. Frauen interessieren sich zwar in stärkerem Maße für Pornographie, jedoch nur im privaten Bereich. Das Ausleihen der Filme ist immer noch eine Männerdomäne, wenngleich Beobachtungen in Videotheken gezeigt haben, daß hier Verschiebungen stattfinden. Besonders die wochenendliche Pornoauswahl scheint bei Paaren stärker von beiden bestimmt zu sein." Es gibt so etwas wie die "Verhäuslichung der Pornographie" (Eckert et. al. 1989, S. 202).

Bei der Entwicklungslinie hin zu vielen 'Sozialwelten' zeigen sich auch Lebensstilorientierungen für die Art der Videonutzung. Helmut Lukesch (1989, S. 184ff.) hat mit einem groben Kategorienraster möglicher Lebensstile ("Verteter politisch motivierter Gegenkultur, extrovertierter Modestil, Fan-Gruppen, Minderheiten-Stil/Randgruppen"⁵) gearbeitet und auch damit schon den sozialen Kontext im Sinne von Gleichartigengruppen erkennbar gemacht. So ist Videokonsum für Jugendliche mit politischer Orientierung eher negativ besetzt, "Anhänger von Modestilen" (Teds, Grufties, Popper, New Wave, Punks) haben eine "indifferente, tendenziell negative Einstellung zum Medium Video". "Die Fan-Gruppen erzielen die höchsten Scores des Medienkonsums und zeigen eine ausgeprägte Präferenz für das Gewaltgenre des Videomarktes". Ähnliches, jedoch mit etwas niedrigerem Medienkonsum trifft für die sogenannten Randgruppen zu. Dabei deutet sich auch mit den Genrevorlieben eine thematische Ausrichtung an. Für die Untersuchung vom Ende der achtziger Jahre (Lukesch 1989, S. 114) steht bei den Videos der "Konsum gewalthaltiger bzw. lustig-blödelnder Filme" in Vordergrund. Porno und Erotik sind dagegen von "wesentlich geringerer Bedeutung". Vielseher tendieren deutlich zu Videos mit dominierenden Gewaltdarstellungen.

Wie sieht es beim Genre Videospiel aus? Die Sportsimulationsspiele sind (nach Lukesch 1989, S. 134) beliebt, doch wenden sich "intensive Videospieler" gerade auch indizierten, z.B. gewaltverherrlichenden Spielen zu. Priorität haben dabei Spiele mit dominierenden Gewaltdarstellungen und, an zweiter Stelle, Spiele mit Bezügen zu Pornographie. Es geht also um Grenzüberschreitung und auch um die

5 Zu den "politisch Orientierten" gehören nach Lukesch (1989, S. 185) "Friedensbewegung, Dritte Welt Initiativen, Alternative Lebensweise, Bürgerinitiativen, Frauenbewegung, Kirchliche Initiativgruppen, Kernkraftgegner, Nationale Jugendgruppen"; "Modestile" werden gebildet von "Teds, Grufties, Popper, New Wave, Punks"; zu "Fan-Gruppen" gehören "Videospiel-Fans, Computer-Fans, Motorrad-Fans, Fußball-Fans, Bundeswehrehänger, Fitness / Bodybuilding"; "Randgruppen sind: "Gewaltgruppen der Terrorszene, neue Jugendreligionen, Rocker, Esoterik / New Age, FKK, Autonome".

damit verbundenen heftigen Emotionen. Sie sind eingebettet in die Erfahrungen der Rezipienten mit erlebter Gewalt⁶, was sicher auch geschlechtsspezifisch gefärbt ist. Christian Büttner (1990, S. 9) vermutet eine stärkere "Schaulust" bei Jungen und Männern, für die die "Identifikation mit der Täterposition" attraktiver zu sein scheint als für Mädchen oder Frauen."⁷ Lukesch (1989, S. 114) findet Vergleichbares: "Die typischen Video-Vielseher sind männlich, entweder Haupt- oder Berufsschüler, leben in der Großstadt und stammen der Tendenz nach häufiger aus Familien der sozialen Unterschicht."

Dieser Aussage beruht natürlich auch auf der forschungsmethodologischen Entscheidung, mit den traditionellen "sozio-demographischen Merkmalen" zu operieren. Hätte man die sich abzeichnende horizontale Segmentierung nach Lebensstilen benutzt, um die Untersuchungsvariablen zu gewinnen, wäre dies Ergebnis so nicht zustande gekommen. Videospiele, Videofilme sind wie alle Medieninnovationen auch Kristallisationskerne sozialer Gruppierungen, so die zentrale These von Winter und Eckert (1990), die die "soziale Differenzierung" mit und durch Medien empirisch in Augenschein genommen haben. Video und seine Derivate bieten den Menschen eine neuartige Verfügungsmacht über die Zeit, die die Gestaltung von Situationen eröffnet. Situationen sind gerade auch selbstgewählte überschaubare Gruppen der Gleichen, die mit den Medien einen gemeinsamen Aktions- und Themenkern bekommen. Die Fan-Gruppe ist hier sicherlich der Prototyp, dem dann auch Großereignisse wie Wrestling-Veranstaltungen, Techno-Parties oder Streetball-Competitions folgen.

Situationen - Gestaltung von Raum und Zeit

Diese Entwicklung hat Roland Eckert u.a. (1989) Ende der achtziger Jahre anhand von Fan-Gruppen skizziert, die sich um oder anlässlich von Horror- und Pornovideos bilden. Daß es sich um mehr als nur um eine aktuelle Variante der selbstgewählten Gruppe der Gleichen handelt, daß hier eine medial situative Lebenswelt entsteht, kennzeichnen sie mit dem Begriff der "Videowelten". Entscheidend ist, daß Menschen soziale Situationen mit Medien, Medien-Arrangements und mit Alltagsästhetik definieren. Situationen als Teil individuell hergestellter Lebenswelt prägen auch Zeitstrukturen.

-
- 6 Christian Büttner (1990, S. 9) skizziert diesen Zusammenhang folgendermaßen: "Es besteht ein evidenter Zusammenhang zwischen in der Lebensgeschichte erfahrenem Horror und Gewalt und der Faszination für entsprechende Filme".
 - 7 Waldemar Vogelgesang schlägt als Alternative zur Erklärung der Präferenz von Action-, Horror- oder Porno-Videos entsprechend der "traditionellen Geschlechtsrollenmuster" vor zu bedenken, daß Mädchen als Wenig-Seherinnen auch keine "genre-angemessenen Perzeptions- und Erarbeitungsstile" entwickeln, sie also gegenüber diesen Genres in der Rolle der Fremden (Eckert 1989, S. 11ff.) bleiben.

Situationen sind die zeitliche, räumliche und soziale Umgebung des Handelns. Situationen sind deshalb auch immer auf die kulturelle Zeit- und Raumdefinition und die Definition dessen, was das Soziale ist, angewiesen. So argumentiert, liegt die Vermutung nahe, daß sich mit der Übertragung der Gestaltungsfunktion an die Menschen auch die Beziehung von handelnden und erlebenden Menschen zu Situationen verändert. Situationen sind nicht mehr als soziale Zeit- und Raummatrix den Menschen vorgegeben. Die Menschen erstellen sich Situationen als Matrix, wobei medienbezogene Aktivitäten eine wesentliche Rolle spielen. Mit der Definitionsmacht über Medien und der Modellsituation der Fan-Gruppe, verändert sich auch der soziale Raum und die soziale Zeit. Raum wird sowohl global definiert, als auch als der niedlich kleine Rahmen der eigenen Themen und Perspektiven. Zeit entsteht medial als Serie und als Beschleunigung. In den medial organisierten raumzeitlichen Sozialkontext betten die Menschen dann ihre Handlungen ein.

Am Modell der medienzentrierten selbstgewählten Gruppe der Gleichen läßt sich die Dynamik studieren. Eckert vergleicht diesen Prozeß mit der Differenzierung von Dörfern und bezieht sich dabei auf Marshall McLuhans Bild von einer entwickelten Medienkultur als eines globalen Dorfes (McLuhan 1968, S. 9). Video "verstärkt zwar den Trend zu einer Medienzivilisation", die aber gerade kein 'globales Dorf' ist, sondern eher aus vielen Dörfern in einer Stadt besteht. Die Dorfgemeinschaften konstituieren sich dabei nicht primär über räumliche Nähe, sondern durch die Selektion von Interessen". Kleine Gruppen organisieren sich auf der sichtbaren Oberfläche nach "Modetrends", haben jedoch auch thematische, sozusagen "existentielle Bedeutung" für ihre Mitglieder. "Es hat den Eindruck, als ob bestimmte Medienspezialkulturen herkömmliche Formen der Gesellschaft aufsaugen ... und neue Kommunikationsformen ... an deren Stelle setzen, was jedoch auf niedrigem Reflexionsniveau passiert" (Eckert et al. 1989, S. 53).

"Der einzelne teilt mit den Menschen, die in analoger sozialer Lage sind und mit denen er einer gemeinsamen Kultur angehört, Wahrnehmungs-, Dank-, Urteils- und Handlungsmuster, die er im Laufe seiner Sozialisation erworben hat und die sich als 'Habitus' sedimentiert haben. Dieser prägt auch den Umgang mit Medien. Die einzelnen Medienrezipienten wählen auf diesem Hintergrund aus und stellen ihr eigenes Medienprogramm zusammen. Bei diesen Auswahlprozessen lassen sich Kontinuitäten und Brüche feststellen. Besondere Bedeutung kommt dabei dem 'Eintritt' in die Sozialwelten zu, der der Beginn einer Medienkarriere sein kann (Eckert et al, S. 54f.). Die für Sozialwelten typischen Lebensstile bilden sich ... in den Medienbiographien ihrer Mitglieder ab. Sie bezeichnen das Typische und Charakteristische in der Wirklichkeitsaneignung und -erfahrung der jeweiligen Gruppen. Außerdem sind die Lebensstile auch strategische Mittel der Distinktion von Gruppen voneinander" (Eckert et al. 1989, S. 56).

Der Grad der Integration und der Distanz

Die Teilnahme an einer dieser Sozialwelten und die Übernahme eines entsprechenden Lebensstils verläuft unterschiedlich, je nach Nähe und Distanz, die die Grup-

penmitglieder aufrechterhalten bzw. einnehmen. Nah und fern, Integration oder Abstand, bezieht sich dabei z.B. in einer Videogruppe auf das für diese Gruppe zentrale Genre, z.B. Horror oder Porno. Bei Gruppen, die sich um Pornovideos organisieren, fanden sich folgende Typen der Integration bzw. Distanz.

Der "Fremde": "Er trifft auf bereits etablierte Sozialwelten", wahrt "Distanz" zu den etablierten Regeln und ist auf "Gleichgültigkeit" bedacht. So schauen Fremde die Horror- oder Pornovideos nicht zu Ende. Die Fan-Magazine (z.B. 'Fangoria') oder die Pornostars "bleiben ihnen fremd" (S. 76).

Der "Tourist": Er repräsentiert den Typ von "Teilnehmer" einer "bereits etablierten Sozialwelt", der die für diese Welt typische Form der Erfahrung sucht (S. 76).

Der "Buff": Der anglo-amerikanische Terminus bezeichnet Fans, die "intensiv und regelmäßig Filme schauen". Sie "bilden den Kern, um den sich die 'filmischen' Sozialwelten organisieren" (S. 77).

Der "Freak": Er entwickelt die spezifische integrative Gruppendynamik, indem er Treffen veranstaltet, Zeitschriften herausgibt und Fan-Gruppen gründet. Er kennt die "intimen Details" seiner "Sozialwelt" (S. 78).

Nähe oder Distanz entstehen über die "Identifikation mit der Sozialwelt", und zwar über unterschiedliche medienbezogene Aktivitäten wie die "Rezeption der Filme, das Lesen von Zeitschriften und Büchern, der Teilnahme an den regionalen und nationalen Treffen, dem Sammeln und Tauschen von Filmen" usw.

Die Rezeptionsweisen entsprechen der unterschiedlichen Nähe und Distanz in der Gruppe, die als Nähe oder Distanz zum zentralen Genre erscheint. "Während bspw. der Typus des 'Horror-Fremden' die fraglos vorhandenen Oberflächenumtungen vieler Splatterfilme nicht durchdringen kann, bereitet es dem Buff oder Freak sichtlich Vergnügen, die Herausforderungen des Schauerlebnisses zu bändigen und zu kanalisieren. Damit ein 'genußvoller' Umgang mit Hardcore-Videos möglich wird, bedarf es also einer bestimmten Medienerfahrung und ... eines spezifischen Wissensfundus und adäquater Relevanzsysteme", die den Mitgliedern der Fan-Gruppe ihren individuellen Zugang zur Gruppe erschließt und definieren hilft (S. 267). Waldemar Vogelgesang (1991, S. 228ff.) hat dazu empirisch festgestellt, daß "Filmkompetenz und Beschaffungsautonomie" (S. 229ff.) Grenzen schaffen, gerade zwischen Generationen. Dabei spielt Provokation als Mittel der Distanz eine Rolle. So wird Video "zum Träger oppositioneller Bedeutung und konstituiert einen Referenzrahmen, der provozierende Einbrüche in die Enge der regelgesättigten Alltagswelt ermöglicht" (S. 235). Mit Video lassen sich dann auch "kleine Fluchten" an die "Orte der Außeralltäglichkeit" unternehmen.

Genre und Organisationsform

Die soziale Organisation hat sozusagen einen Aktionskern, nämlich die einzelnen Individuen. Ihre Art der Wahrnehmung, ihre Definition von Nähe und Distanz tragen die Organisationsdynamik. Die Medien bieten dazu sozusagen das soziale Instrumentarium, um sich als Individuum sozial einzubringen. Von dieser grundlegenden Dynamik aus kann sich auch eine weiträumige Organisation entwickeln.

Die Genres, z.B. Horror, markieren die Grenzen dieser Organisation. Weil die Menschen sich der Genres als Gestaltungsmaterial bedienen, sind die durch Gernes markierten Grenzen auch funktional angelegt und deswegen auch "eher durchlässig. Da es keine feste Organisationsstruktur gibt, kann auch keine Kontrolle über Informationsquellen und den Erwerb von Wissen ausgeübt werden. Jeder kann auch ohne formale Mitgliedschaft in einem Club an den Aktivitäten der Sozialwelt teilnehmen" (S. 81). Zentral sind die sich unterschiedlich nah oder distanziert einbringenden Individuen, die "mittels Genres spezifische Praktiken und Organisationsformen nahelegen oder festlegen". So bleibt "die Sozialwelt der Horrorfans von ihrem Charakter her eher diffus und amorph. Die Videotheken spielen wohl die entscheidende Rolle im Vertrieb von Filmen; spezialisierten Interessen nach verbotenen oder ungeschnittenen Videos (Originalversionen) kann man aber nur über Freunde, über das Ausland oder über Fanzines nachgehen. Viele Fans an der Peripherie der Sozialwelt haben die zuletzt genannten Verbindungen aber nicht und können so ihre Interessen nicht weiter spezialisieren. Von der Sozialwelt kennen sie nur die großen Boulevards. Je mehr die Fans integriert sind, desto mehr Subwelten stehen ihnen offen" (S. 114).

Der Grad der Integration nach der Nähe zum und der Vertrautheit oder Identifikation mit dem Genre zusammen mit der offenen Organisationsform, die sich nicht über Orte oder Vereine oder Clubs, sondern ebenfalls über das Genre definiert, öffnet die Fan-Gruppe für offene soziale Phänomene wie Szenen. Sie entstehen über die Verbindung von Alltagsästhetik mit Mustern der Lebensgestaltung. Auch hier gibt es eine Art Genre, die sich mit einer stilistischen Ausrichtung wie die Musikrichtung Techno oder die Körperinszenierung Wrestling verbindet. Je nach Nähe zu Genre oder Stil, z.B. als Discjockey oder als Gelegenheitsbesucher einer Veranstaltung, organisiert sich dann die Szene. Fließende Übergänge in der Szene und zwischen Szenen sind typisch.

5.2 Soziale Figurationen und Alltagsästhetik

5.2.1 Von der Fan-Gruppe zum 'entgrenzten' sozialen Gebilde der Szene

Soziale Ereignisse und Beziehungen realisieren sich in der auf Individualität und Standardisierung beruhenden konsumorientierten Industriegesellschaft über individuelles Erleben und Handeln. Zudem läuft die Vergesellschaftung, bei der überindividuell soziale Zusammenhänge als etwas Objektiviertes entstehen, über den Aktions- und Erlebniskern der individuellen Subjektivität, zu der die Bildschirmmedien eine spezifische Raum-Zeit-Struktur anbieten. Insbesondere die Verfügungsmacht über eine Bilderfolge, die Video den Produzenten wie den Konsumenten eröffnet, bringt die Dominanz der kulturell wie biographisch lang eingeübten Linearität schriftlicher Präsentation ins Wanken. Statt dessen wird nun eine Organisation in Form von Situationen wichtig, die im Zusammenwirken der Medien-

dramaturgie des Spots mit komplimentären Live-Ereignissen wie Disco Nights bei den Produzenten einerseits und Programmbibliotheken oder Fan-Gruppen bei den Rezipienten andererseits entsteht. Die Fan-Gruppe zeigt ein soziales Organisationsprinzip, das schon für die bürgerlichen Lesezirkel wichtig war. In Lesezirkeln waren es die lesenden Menschen, die sich in ihrer eigenen Lebenswelt des privaten Wohnzimmers aus einem gemeinsamen Interesse heraus - also nicht dem des Staates oder einer Religion - als freie Assoziation um ein Buch versammelten.

Bildlich gesprochen, geht es um eine Verschiebung, die sich als Beziehung zwischen beiden Brennpunkten einer Ellipse skizzieren läßt, mit dem Individuum als dem einen Brennpunkt und dem Überindividuell-Sozialen als dem anderen Brennpunkt. Überindividuelle soziale Beziehungen, Organisationen und Institutionen entstehen in der Brechung der subjektiven Wahrnehmung, also in der individuellen Sinnperspektive der biographischen Themen und in der Gestaltung des individuellen Handelns. Die Beziehung zwischen Individuum und Überindividuell-Sozialem läßt sich nicht mehr ausschließlich wie in der Sozialisationstheorie denken, die die Individuen über soziales Lernen, zwar mit allen individuellen Brüchen und Widerständen, letztlich von der dominierenden und prägenden Gesellschaft her sieht. Allgemeines gesellschaftliches Handeln generiert sich heute zunehmend mehr über den 'Brennpunkt' individueller Subjektivität. Es erscheint in recht simplen Formen; eine Möglichkeit besteht darin, daß sich Menschen Mediengenres wie z.B. Horrorvideos oder der Serie "Star Trek" unterschiedlich nah oder distanziert zuordnen, z.B. als wohlinformierte Spezialisten oder als gelegentliche Zuschauer usw. Damit positionieren sie sich in einer Gruppe, die ihre Organisation um ein Genre herum aufbaut. Ebenso läßt sich die Generationsbeziehung als Grenzlinie zwischen Genrevorlieben markieren. Wenn Jugendliche sich zu Videosessions zusammenschließen, grenzen sie sich auch von den Erwachsenen ab, die sie mit grauenhaften Programmen schocken. Überspitzt hat dies z.B. Neil Postman (1983) festgestellt, als er vom Ende der Lebensphase der Kindheit als Folge des Verlusts des Geheimnisvollen und der Intimität durch die Dramaturgie des Fernsehens sprach.

Soziales Handeln läuft also über Erlebnisweisen, Präferenzen, Nutzungsmuster, Themen, soziale Perspektiven der Menschen. Die dabei entstehenden Situationen liefern den Handlungsrahmen. Bei diesem Argument bzw. bei diesem Befund mag man die Umgewichtung der funktionalen Beziehung von individuellen Subjekten und allgemeinem sozialen Handeln und Institutionen positiv oder negativ bewerten und die damit einhergehende Aufwertung der Massenkommunikation bedauern, man erkennt jedoch einen vertrauten Mechanismus. So steht die Video-Fan-Gruppe letztlich doch noch in der Tradition der bürgerlichen Assoziation des "Sturm und Drangs" oder der Romantik, die dem Kontroll- und Anweisungsapparat des Obrigkeitsstaats subversiv widerstand. Wie sind jedoch chaotische Spielchen wie die der Jungen im Kunstunterricht der Schule zu verstehen? Da steht z.B. der 13jährige Ingo an einer Maschine, schneidet Papier und macht dabei mit großem Vergnügen viel Krach. Ein anderer Schüler schmatzt und schleckt laut. Reaktion eines dritten: "Flutschfinger." Er macht dabei Geräusche wie beim Eisschlecken und redet weiter:

"Eis am Stiel, Teil 6." Ein anderer Schüler sagt langgezogen: "Ingo! Eis am Stiel, Teil 99, Szene 2, Absatz 4."

Es handelt sich hierbei nicht um eine soziale Form, wie die einer Fan-Gruppe. Die Jungen klinken sich, nicht einmal subversiv, aus der Organisationsform der Schule aus. Sie organisieren sich in einer Situation u.a. mit einigen Medienbruchstücken, hier aus "Eis am Stiel", als gäbe es keine Schule, keinen zielorientierten Unterricht. Sie verwenden ein Organisationsprinzip, das außerhalb der Schullogik liegt. Die Jungen dürften sich als Teilnehmer, Mitglieder, Schauspieler, oder was auch immer, auf eine Szene beziehen, bei dem eine Filmserie, deren Themen und Dramaturgie einen Rahmen bilden, dessen erlebbares Korrelat Alltagsästhetik ist und das mit der Pubertätsthematik dieser Jungen zusammenpaßt. Werden solche an Stilen und Ästhetik orientierten Szenen alltäglich, dann lösen sich die vertrauten sozialen Organisationsformen als Bezugsrahmen auf. Der Übergang ist als Dekontextualisierung erlebbar, als Dekontextualisierung des Handelns, als Dekontextualisierung der Medien und dessen was sie darstellen. Die objektivierte soziale Situation im Sinne eines dem individuellen Handeln vorgegebenen Rahmens verliert an Bedeutung. Wichtig werden mosaikartige Szenen, in denen die Menschen in der Perspektive ihrer Themen und Erlebnisse Situationen mit den Konsumangeboten arrangieren. Die symbolische Qualität der Konsumartikel als Szenebausteine macht dabei ihren Gebrauchswert aus. Dies ist die wesentliche Ursache, warum Alltagsästhetik, sozusagen das abstrakte gemeinsame Vielfache von Medien, Konsumartikeln und Situationen, zum Bauelement der postmodernen Welt wird.

Szenen

Die Jungen, die Mitte bis Ende der achtziger Jahre ihr Spielchen mit "Eis am Stiel" machten, bezogen sich damals noch nicht auf eine Szene, also auf ein komplexes, recht flüchtiges und modisch veränderliches Ereignis außerhalb der Schule. "Eis am Stiel" könnte heute sicher auch das 'Zeug' für eine Fünfziger-Jahre-Szene bieten, bei der Anziehstile und erotische Umgangsformen im Mittel stünden. Mitte der neunziger Jahre ist jedoch z.B. Techno ein Szenemittelpunkt, also eine spezielle Musikrichtung plus Video, plus Kleidung, keine Film- oder Fernsehserien. Es handelt sich um Ereignis- und Ästhetikkomplexe, die unterschiedliche Organisationsformen haben, die sich überlagern, ausfransen, ineinander verschieben. Szenen bilden sich beispielsweise bei Techno um mehr oder weniger unbekannte Discjockeys, Sportereignisse, wie Basketball, lösen sich zu Großparties auf. Wesentlich ist das Arrangement, das offen ist für schnelle Einflußnahme, flexible Gestaltung und stilistische Veränderung.

Dazu trägt gerade auch die Fernsehwerbung bei, die z.B. Kleidung für Kinder im Grundschulalter mit Hiphop verbindet, so ein Fernsehspot von C&A, 30 Sekunden lang, 25 Schnitte. Ein VW-Käfer fährt in eine verwinkelte Großstadtszenarie mit Ghetto-Charakter, in der schwarze Jungen mit Hiphop-Outlet, oversized, Baseballkappen, auf Skateboards, radschlagend kreativ durcheinander wirbeln. In

Gruppenformation tanzen oder fahren die grell farbig und hoch individuell angezogenen Jungen auf den Rhythmus eines Hiphop-Songs. Ein dicker, schwarzer Junge schleckt ein Eis. Die Skateboarder zeichnen das Word "Welcome" auf die Straße. Am oberen Rand des Bildschirms ist zu lesen: "Kinder verändern die Welt". Das Logo "Kid's World C&A" erscheint, im Untertitel "Music by Zig Zag".

Weil die szenenhaften Ereignisse und Stile sich so schnell ändern, haben Journalisten die Aufgabe der taxonomischen Einordnung übernommen oder sie berichten, sozusagen theorielos, nur über den neuesten Trend. So gibt es Nachschlagwerke, z.B. Matthias Horx' "Trendwörter". Es beschreibt u.a. Techno (S. 206):

"Elektronische Tanzmusik mit schnellen, von Musikcomputern erzeugten Rhythmen. In der Techno-Szene ist durch das Hippie-Revival der sogenannte 'Goa-Kult' entstanden. Vor Jahren entstand auf der Insel Goa die berühmteste Hippie-Kommune der Welt. Dort wurden tagelange, ausschweifende Tanzparties veranstaltet. Die alte Hippie-Insel ist neuerdings wieder Ziel großer Touristenschwärme und Alt-Hippies. In Hamburg gibt es jetzt nach außergewöhnlichen Open-Air-Raves die ersten 'Goa-Parties'. Die Hamburger DJs von PUBLIC PROPAGANDA haben sich auf diesen Trend spezialisiert. Man trägt in der Techno-Szene Stüssy-Outfit, beschäftigt sich mit virtuellen Welten und trinkt in der Disco Gatorate."

Matthias Horx zeigt nicht nur die Verschränkung der Musikstile mit Ereignissen wie Parties, mit Schlüsselfiguren und mit Kleidung, er verweist auch auf mögliche Themen wie Abgrenzung, Provokation, im Gegensatz zum Bestehenden mit Aktionen nach etwas Neuem suchen.

Ted Polhemus (1994) stellt in seinem Überblick "Street Style" die historische Kontinuität aktueller Szenen und Stile heraus. Bezugsrahmen ist die 'Straße' als der für jeden erreichbare soziale Ort als Teil der individuellen Lebenswelt des Alltags und den Großstrukturen der Industriegesellschaft wie öffentlicher Verkehr. Wenn man zur Zeit an einem Freitag- oder Samstagabend durch die Innenstadt von Manchester geht, sieht man die unterschiedlichsten Stilgruppen tatsächlich auf der Straße wie auf einer Bühne flanieren. Es ist einerseits eine altmodisch vertraute urbane Form, andererseits verbüfft die stilistische Mischung. In der Form eines Stammbaumes (S. 136f.) skizziert Polhemus die stilistische Entwicklung von den vierziger Jahren ("western style", "zazous", "zooties"⁸, "caribbean style") bis zu zwei aktuellen großen Differenzierungen, "gathering of the tribes" und "supermarket of style". Wenn junge Leute der vierziger Jahre zwischen ihrem normalen, d.h. schicht- und regionalsspezifischen Anziehstil und dem "street style" wählen konnten, so bietet sich heute eine breite Palette heterogener Stile: "Hardcore Ravers, Technos, Cyberpunks, Travellers, Indie Kids, Skaters, B-Boys / Flygirls, Goths,

8 "Zootie": Mit diesem Anziehstil zeigt man, es zu etwas gebracht zu haben ("I've got it made"): "extravagant use of expensive fabric and its luxurious accessoires"; "Zazous" ist dessen witzige, französische Variante (Polhemus 1994, S. 17 und S. 20).

Pervs, Grungies, Acid Jazzers, Raggamuffins" u.a. als lebbare Optionen ("viable subcultural options", Polhemus, S. 128). Da diese Vielfalt zu komplex wurde, um sich für Dritte erkennbar zuzuordnen und abzugrenzen, entsteht eine verbindende Struktur. "The diversity was accompanied by fusions between various existing groups... even remarkably dissimilar subcultures like the Ravers or the Travellers began to overlook their differences in the late eighties as they explored common concerns and problems. As more and more diverse groups joined in the spirit of mutual respect the nineties saw the beginning of a remarkable 'Gathering of the Tribes'⁹" (Polhemus, S. 128). Von da ab öffneten sich die diversen Szenen auch für andere Musikstile. Gleichzeitig wurde die Variationsbreite für die Darstellungsmittel schier unbegrenzt. Wie beim Einkauf im Supermarkt sich alles in den Einkaufswagen packen läßt, weil es kein tradiertes und in der eigenen Biographie erworbenes Koch- und Eßritual mehr gibt, läßt sich auch aus dem ästhetischen Vokabular alles kombinierend verwenden. Die Menschen können so in beliebigen Szenen auftauchen und teilnehmen. 'Fließen' ist dann das Organisationsprinzip.

Da die Journalisten schneller an den Ereignissen und deren Deutung sind als die Wissenschaftler, zeichnet sich auch dazu schon eine Theorie ab. So bringt das "Magazin" der Süddeutschen Zeitung vom 3.3.95 folgende These:

"Ach, die Jugend... Sind das Skinheads? New Waver? Hippies, oder was? Geben Sie's auf! Sie suchen vergeblich nach den alten Jugendkulturen. Die Grenzen von Spaß und Politik, Rebellion und Verantwortung, Lust und Liebe verschwimmen. Und übrig bleibt eine neue Moral."

Zu fragen ist, was es mit dieser *neuen Moral* auf sich hat? Was hier mit Moral benannt wird, ist zuerst einmal eine Gemeinsamkeit, die Polhemus mit dem Argument beschreibt, Mitglieder unterschiedlicher Szenen hören gemeinsame Musik. Allgemeiner formuliert, ist es die *Integrationsfunktion des alltagsästhetischen Materials*, das bei zu hoher Vielfalt der Stilrichtungen auch nicht mehr als Abgrenzungsmittel taugt. Hier ist noch ein zweiter Argumentationsschritt wichtig. Moral ist dann ihrem Wesen nach etwas Kommunikatives, das durch das symbolische Material der Medien, der Kleidung, der Orte, der Musikereignisse prinzipiell eröffnet ist. Die szenische organisierte Symbolik veranlaßt mit der Funktion der Abgrenzung wie der der Integration einen Prozeß des Verstehens. Moral erscheint als hermeneutisches Phänomen. Die Menschen, die sich fließende Szenen mittels Alltagsästhetik als ihre Alltagswelt gestalten, kommen bei Abgrenzung wie bei Integration nicht daran vorbei, in den Prozeß der symbolischen Konstruktion der verschiedenen Lebenswelten kommunikativ einzusteigen. Und dies ist unabwendbar ein Verstehensprozeß, der die Komplexität der jeweiligen Szene aufgreift. Es liegt also nahe, eine Szene in deren eigener Perspektive wahrzunehmen.

9 Hier zeigt sich die gesellschaftliche Integrationsfunktion von Alltagsästhetik, die mit der Abgrenzungsfunktion (entweder Techno oder Raggamuffin) einhergeht.

Es ist kein leichtes Unterfangen, da die Baupläne dieser szenisch verfaßten Lebenswelten doch recht eigen sind. So stehen z.B. regionale Figuren wie Discjockeys in deren Mittelpunkt, dahinter dann Musikrichtungen, die über verschiedene Präsentationsformen wie CDs, Videos mit Radiosendern und Fernsehkanälen wie MTV oder Viva verbunden sind.

Hier ein Beispiel zur Funktion der Discjockeys bei Techno. Der DJ macht mehr als nur Platten aufzulegen. Er bzw. sie soll gegen Massenveranstaltungen, die von Werbestrategien als Aktionsfeld geschaffen werden, die überschaubare Situation schaffen oder garantieren, in der nicht die verbale Botschaft des Rock, sondern ein Kollektiverlebnis und sprachlosen Erleben steht.

"Entgegen der Vermarktungsgesetze westlicher Mediengesellschaften wurde Techno binnen weniger Jahre zu einem Massenphänomen der Jugendkultur. Auch ohne breitenwirksames Radio-Airplay und TV-Positionierung wuchs die Zahl der Anhänger stetig. Multiplikatoren waren in der Anfangsphase die DJs, die, umherwandernden Missionaren gleich, jedes Wochenende den Disco- und Clubgängern Deutschlands die Techno-Botschaft rastlos und phonostark kundtaten. Ihre Argumente bezogen sie aus der Plattenkiste. Und die Botschaft lautete: Der Rock 'n' Roll hat abgedankt. Er ist nicht mehr als eine farblose Leiche, deren Bestattung regelmäßig durch modische Kosmetika wie Grunge oder Neofolk endlos hinausgezögert wird. Der klassische Song mit Strophen und Refrain ist ein Anachronismus, den niemand mehr ernst nehmen kann, weil er nur hohle Phrasen wiederkaut.

Gegen den Song und seinen Autor setzt Techno den maschinenerzeugten Track. Einen Baustein ohne finalen Anspruch auf Abgeschlossenheit, einen Baustein, den jeder wiederverwenden kann. ... Immer wieder wird der DJ der Techno-Kultur, weil er mit seiner Soundcollage Menschen in tranceähnliche Zustände versetzt, als eine moderne Form des Schamanen bezeichnet. ... Tatsächlich berichten viele, die zum ersten Mal an Raves teilgenommen haben, von derartigen Erlebnissen, die nicht, wie oft behauptet wird, nur durch Drogeneinfluß zustande kommen. Techno-Musik ... hat eine sehr starke psychoaktive Wirkung durch den speziellen Einsatz von Rhythmus und Frequenzen. ...

Mit dem DJ als Star- und Identifikationsfigur läßt sich etwas machen. Die Zeitschrift Bravo präsentierte Marusha stellvertretend für die neue Jugendkultur - gleich in einer fünfteiligen Serie. Für den sogenannten Air-Rave, eine Werbeaktion von Camel und Prinz, wurden gleich fünfzehn DJs aus Deutschland, den USA und England engagiert. Sie sollten den etwa 300 Techno-Kids drei Tage lang Stimmung machen. Per Flugzeug waren die Kids von Frankfurt aus nach Kreta zum 'Oasis-Rave', dann nach Amsterdam zum 'Techno-Brunch' und schließlich nach Köln zur 'After-Hour' und zum 'Chill-out' befördert worden. Die Teilnehmer wurden aus rund 20 000 Bewerbern ausgewählt und mußten für das internationale Rave-Total-Erlebnis 499 Mark berappen. Durch den Erfolg angeregt, kreierte die Zigarettenfirma eigens die Promotionidee 'Camel-Move'. Unter diesem Motto wurden dann 1994 die Rave-Großveranstaltungen wie 'May-day' und die 'Love Parade' in Berlin gesponsert. Zu beiden Veranstaltungen kamen über 100 000 Leute" (Zeitmagazin Nr.2 vom 6.1.1995, S. 21f.).

Das Verblüffende ist, daß sich auf Großereignissen zehntausende von jungen Leuten treffen, gleichzeitig sind es die unspektakulären DJs, die mit ihrer Medienaktivität des Plattenauflegens den Integrationsmittelpunkt bilden. Zudem gruppieren

sich unterschiedliche Mengen junger Leute offen um regionale und überregionale "Raves", also um Ereignisse an verschiedenen Orten, die hohe Mobilität der Teilnehmer zum Organisationsprinzip macht. In Analogie zu der von Eckerts et al. (1989) beschriebenen Organisationsdynamik nach Kern- und Randteilnehmern von Fan-Gruppen ("Fremde, Tourist, Buff, Freak") stehen DJs ohne Anspruch auf die Rolle des Stars, im Mittelpunkt, auf den sich die Teilnehmer an den Parties / Raves beziehen. Wichtig ist, daß eine enge und konkrete Medien-Mensch-Beziehung den Organisationskern bestimmt, für die der Platten auflegende DJ steht. Die Raver dürften sich wiederum über Darstellungselemente wie Kleidung und Kenntnis der jeweiligen Musikrichtung in ihre Nähe oder Distanz zur Techno-Szene bestimmen. Der "Focus" (Heft 36, 1994, S. 171-174) skizziert als Organisationselemente die Ereignisorientierung ("Hauptsache lustig", "zum Spaß gehen sie meilenweit"), die Mensch-Medien-Beziehung des DJ als Zentrum ("Zaubermeister des Fun"), die Form der offenen Teilnehmerorganisation ("Do-it-yourself") und den Konsumcharakter folgendermaßen:

"Techno-Fans wissen, wie man sich amüsiert. Jugendfeste früherer Zeiten wirken gegen ihre Partys so unspektakulär wie Teekränzchen älterer Damen.

Hauptsache lustig: Wenn sie anfangen zu tanzen, können sie gar nicht mehr aufhören - zwölf Stunden, 24 Stunden, am liebsten das ganze Wochenende lang. Hallen und Diskotheken verwandeln sich in Saunaräume - die Körper dampfen, das Wasser tropft von den Wänden, die Temperatur steigt auf Treibhausniveau.

Die Veranstaltungsorte werden immer ausgefallener: Schwimmbäder, Fabrikhallen, Kieswerke, kürzlich ein Tunnelgewölbe, der sogenannte 'Theatertunnel' in Frankfurt. ... Zum Spaß gehen sie meilenweit: Die Partymobilität der Techno-Tänzer, Raver genannt, ist sprichwörtlich: Im Mai fuhren 25 000 aus ganz Deutschland in die Dortmunder Westfalenhalle zur Mayday-Party; im Juli zogen 100 000 aus West und Ost auf der 'Love Parade' durch Berlin. Letztes Wochenende ging es zur Night-Rave durch Köln. Zaubermeister des Fun: die Discjockeys. ... Welcher vierzigjährige Marketingleiter konnte sich vorstellen, daß ziegenbärtige, unattraktive DJs zu den Orientierungsfiguren einer Generation werden würden? ... Sie sind längst aus der Anonymität herausgetreten, haben Popstar-Status erreicht. Sie sind die Schöpfer der Atmosphäre in den Tanztempeln, mischen süchtig machende Wiederholungen zu heftig aufpeitschenden Effekten und treiben zur Feierlaune ...

Sinnenfreudig, amüsiertwillig, konsumbereit: Britische Raver, so ergab eine Untersuchung des Konjunkturforschungsinstituts Henley Centre, geben jährlich 4,5 Milliarden Mark aus. Hierzulande fehlen noch konkrete Erhebungen. Eines aber ist klar: Die Partypeople sind mehrheitlich satte Mittelstandskids. Ihre Zeitschriften erreichen immer höhere Auflagen und geben den idealen Rahmen für zielgerichtete Printanzeigen ab. Und die Massenevents ergeben optimale Werbebedingungen für Tabakhersteller, Modefirmen und die Händler von Erfrischungsgetränken. Stark aktiv im Techno-Umfeld: Camel (Reynolds Tobacco), Levi's, Pepsi und Coca-Cola und die Sportfirmen Puma und Adidas. Letztere hatten es besonders leicht, sich zu etablieren - die Raver selbst kürten Sportsynthetics und Schuhe im Siebziger-Jahre-Stil zum Trendassessor, das zunächst auf dem Flohmarkt aufgestöbert wurde. Naheliegenderweise reagierten die Firmen mit der Neuauflage der alten Sachen und stiegen ins Party-Sponsoring ein."

Bei "Grunge" oder "Jungle", der Aktualisierung von "Rap" und "Hiphop" tauchen die Themen deutlicher auf als bei Techno. Es geht um eine Gegenbewegung, die dem Konsum-Mainstream in dessen eigener Logik und Ästhetik das sperrige Eigene einpflanzt. Es geht zudem um die Darstellung der individuellen Verletzlichkeit, um aggressive Zeichen und um die symbiotische Gemeinsamkeit auf einer kollektiven Bühne der Selbstdarstellung. Die unterschiedlichen Musikszenen erlauben thematische Akzentuierungen, die als Stile erkennbar werden. Gleichzeitig grenzen sie soziale Ereignisse und Situationen ein und ab. In der thematischen Funktion hat das symbolische Material, mit denen sich die Szenen konstituieren, auch Repräsentationsfunktion. Hiphop verbindet Spaß, gewalttätige Aktivität mit Lebensfreude, zeigt seine Protagonisten als eindeutig erkennbar, weil sie aus einem Ghetto sind, akzeptieren oder fordern starkes, gerade auch illegales Handeln. Damit setzt Hiphop thematisch einen anderen Schwerpunkt als Techno. Jungle wiederum kommt aus dem 'schwarzen' England und setzt sich ebenfalls von Techno ab, stellt sich statt dessen in eine Verwandtschaftsflinie mit Rap und Hiphop. Grunge stellt die Abgrenzung zur Konsumwelt nicht aggressiv, sondern düster, schmerzhaft dar. Die Berichterstattung der Zeitungen erfaßt viele wesentliche Aspekte dieser Szenen.

Grunge: "Wehklagen auf der Suche nach Glück", "die Lust am Untergang"

"Wie im Zeitraffer wurden Provinz-Combos zu Stars, geriet Seattle zum Nabel der Popwelt und ward ein Wunderkind auf den Namen 'Grunge' getauft. Bands wie die 'Melvins', 'Soundgarden', 'Mudhoney' und, schnell schon das Flaggschiff der jungen Wilden, 'Nirvana', schafften den Sprung aus der Garage in den Musiksender MTV. ... Dabei gab es mit dem Grunge, frei übersetzt etwa 'minderwertig', eigentlich keine Erfindung, sondern eher ein Sammelsurium aus Altbekanntem zu feiern. Zu simplen Hardrock-Akkorden und psychedelischen Gitarren-Soli waren dahingerotzte Verse voll düsterer Melancholie zu hören: Endzeit-Visionen für weltschmerzranke Teens und Twens an der Schwelle zum Erwachsenwerden. Black Sabbath und Edgar Broughton, Arthur Brown oder die MC Five hatten alle Versatzstücke bereits 20 Jahre zuvor geliefert. Der musikalischen Opposition von einst fügten die Grunge-Rocker lediglich den introvertierten Blick hinzu: Auf dem Weg zum Glück steht man sich liebsten selbst im Weg.

Anfangspunkt war Kurt Cobain, der sich mit Selbstmord unwiderruflich zum Idol jener machte, die sich (wieder einmal) dem American Way of Life zu entziehen suchten und, uniformiert in Karohemden und zerrissenen Jeans aus dem Second-Hand-Shop, ihrem Heerführer huldigten, ergriff die Flucht vor den Verfolgern, gab keine Interviews mehr, brach Konzerte und Tourneen ab und griff zu Drogen. Es half alles nichts, und so erschöß sich der 27jährige am 8. April dieses Jahres mit einer Schrotflinte" (Die Welt vom 9.11.1994).

Kontext und Themen

"Es ist Krieg im Paradies. Tak, tak, tak, takatakataka, rattert es durch den Raum, in der Ferne dehnt sich ein Heulen, das wie das Windgeräusch fallender Bomben klingt. Es folgte gleichmäßiges tiefes Wummern. Und dann singt der General: kalt, unbeirrt monoton und so schnell wie ein Maschinengewehr. General Levy, ein Londoner Ragga-Muffin-Star, erzählt vom Alltagskrieg im Asphalttschungel. Und wenn seine Stimme aus den Lautsprechern der Londoner Diskothek 'Paradise' knattert, dann beginnt auf der Tanzfläche die Party: Mädchen in Lack-Corsagen gegen Mädchen in Häkel-Bustiers gegen Jungen in Stüssy-T-Shirts und Camouflage-Jacken. Den Krieg der Körper und der Klänge begleiten sie mit Fanfaren, mit schrägen Tönen aus Tröten, mit denen sonst Hooligans ihren Gegnern den Kampf ansagen. ... Die Musik ist ein Ausdruck des realen Dschungels, in dem wir leben', sagt Levy. Deshalb heißt diese Musik auch 'Jungle'. Es ist die erste schwarze Musik, die in England entstanden ist und Erfolg hat. ... 'Inner-City Life', gesungen von Diane Charlemagne, handelt von Realitätsflucht und Drogenexzessen. Die düster-aggressive Musik klingt nach Panik, Wahnsinn, Paranoia - so, als sei Goldie nicht mehr von einem schlimmen LSD-Trip heruntergekommen. Drogen, Gewalt und Hoffnungslosigkeit bestimmen den Alltag in den schwarzen Stadtvierteln Londons. 'Es wächst eine Generation heran', sagt Goldie, 'die nichts mehr zu lachen hat. 'Diese Unterprivilegierten und Enttäuschten fühlen, daß Jungle ihre Wut in rasende und bösartige Töne umsetzt. Wie der amerikanische Hiphop mit seinen ursprünglich haßerfüllten Texten ist auch der britische Jungle Protestmusik der schwarzen Ghettos." (Süddeutsche Zeitung vom 4.1.1995, Seite IV)

Die Dramaturgie der Musik

"Beim Jungle werden über die rhythmischen baselines (Grund-Takt-Strukturen) sehr schnelle Breakbeats und Ragga-Muffin-Elemente gelegt. Jungle ist dadurch unrythmisch und viel schneller als der normale Techno und bringt es auf 180 Beats per Minute. Wie jede neue Musikrichtung hat der Jungle eigene Gesetze" (Münchener Abendzeitung vom 14.1.1995). ... "Denn am besten 'erfühlt' man Jungle. Jungle ist körperlich spürbar. Aber das passiert nur in einem guten Club. Notfalls tut es auch ein Auto mit professioneller Hi-Fi-Angebot-Anlage, deren Equalizer die nicht mehr hör-, dafür aber um so spürbarere 50-Hertz-Schwelle schafft. Ohne die adäquaten Boxen verelendet Jungle und mutiert zu ziemlich gewöhnlicher Disco-Mucke. Daher erkennt man schon weit vor der Disco, ob man am richtigen Ort ist: Spürt man den Asphalt unter sich nicht deutlich vibrieren, kann man gleich wieder nach Hause gehen." (Süddeutsche Zeitung vom 4.1.1995, Seite IV)

"In den Londoner Untergrundklubs hörte er dann erstmals die synthetischen Breakbeats, produziert von den Diskjockeys Grooverider und Fabio. Goldie beschloß, selbst Musik am Computer herzustellen. Damals habe er 'gelernt, mit den simpelsten aller Instrumente zu zaubern'. Arbeits- und erfolglos wie die meisten frühen Jungle-Musiker beschränkte er sich notgedrungen auf Akai-Computer und einfache Sampler und Sequenzer, die er aber anders einsetzte als in den Gebrauchsanweisungen vorgesehen. In seinem Untergrund-Hit 'Terminator', im vergangenen Jahr unter dem Namen 'Metalheads' veröffentlicht, veränderte Goldie als erster Schlagzeugtöne mit Hilfe des 'Time-stretchings'. Dieses Gerät ist eigentlich dazu gedacht, Gesang schneller oder langsamer wiederzuge-

ben, ohne die Tonhöhe zu verändern. Seitdem ist das seltsame Schnattern und Zirpen Basis des Jungle."

Outfit und Tanz

"Schlabberhosen und Shirts für die Jungs, Hautenges für die Mädchen. Unverzichtbar: Skimütze oder Baseballkäppi. Der echte Jungle-Fan läßt sich die Haare wachsen, dreht sie zu Rastalocken" (Münchener Abendzeitung vom 14.1.1995). "Die Mode und der Tanz zu Jungle: Laut In-Listen diverser Trendmagazine sollte man im Jungle-Club ein gewisses Modebewußtsein zur Schau stellen und die richtigen Firmennamen auf der Kleidung präsentieren. In Brixton tragen die Damen knapp geschnittenes Weiß, die Herren weites Dunkel. Insider nehmen ein kleines Handtuch mit in die Disco. Die Bewegungen: Zu den langsamen Baßläufen mag man den Unterleib genußvoll kreisen lassen, man kann aber genausogut die gleichzeitig wummernden, hektischen Breakbeats rhythmisch verfolgen - wie's beliebt." (Süddeutsche Zeitung vom 4.1.1995, Seite IV). "Mit jedem Taktschlag soll ein Fuß den Boden berühren, also bis zu 90 Mal in der Minute pro Fuß. Dabei schnell ein Knie nach oben, beim Berühren des Bodens zeigt die Ferse nach außen." (Münchener Abendzeitung vom 14. Januar 1995)

Rap und Hiphop: Mit Bewegung aus dem Ghetto

Das Video "Wicked" von Ice Cube, einem farbigen Rap-Sänger, ist hierfür markant. Ausgangspunkt ist die Botschaft des Sprechgesang, hier die Auseinandersetzung mit dem Angriff der Polizei auf einen wehrlosen Farbigen, Rodney King, die auf Video dokumentiert und öffentlich gesendet wurde. Nachdem die Polizisten nicht verurteilt worden waren, brachen bürgerkriegsartige Krawalle aus. "Wicked" beschreibt und erklärt mit den Mittel des Rap und des Videoclips diese Gewalt und deren Hintergründe.

Der Videoclip beginnt mit einem stilisierter Totenkopf. Dann läuft ein junger Weißer mit Zopf und Tarnhose an einem Zaun entlang. Schnitt. Ein Schwarzer hält sich verzweifelt den Kopf. Schnitt. Eine Stadt bei Nacht. Ein Helikopter mit eingeschalteten Suchscheinwerfern fliegt über die Stadt. Schnitt. Man sieht ein Verkehrsflugzeug erst beim Start, dann in geringer Höhe über den Häusern der Stadt. Schnitt. An einer Häuserwand ist ein Spruch "L.A.P.D. - Who treat you like a kit". Es folgen im schnellen Wechsel Zerstörungsszenen, in denen weiße und schwarze Jugendliche mit Baseballschlägern, Hämmern und Knüppeln Autoscheiben, Hauseinrichtungen u.ä. zerschlagen. Nahaufnahme vom singenden Ice Cube, in denen er aggressiv in die Kamera blickt. Dokumentarische Fernsehaufnahmen von den Ausschreitungen in Los Angeles 1992, mit brennenden Häusern, zerstörten Polizeiautos und Feuerwehrfahrzeugen im Einsatz. Dazwischen wird mehrfach ein Totenschädel kurz eingeblendet. "We 're wicked" (bö, böartig) beherrscht den Text. In der Schlußszene sieht man Ice Cube im schwarzen T-Shirt mit aufgedrucktem Totenkopf und dem Text "We 're wicked".

Die Zeitungs-Theorie zur Veränderung des Rap:

" 'Comin' From The Heart Of The Ghetto' singt Cunnie Williams auf Sat 1, und es geht ihm sichtbar gut dabei. Niemand ist wirklich schockiert, beziehungsweise das

Schockierende an der dramatischen Situation dieser communities fasziniert die Betrachter auf verschiedenen Ebenen. ... Im gemeinsamen Genuß des fatalen Ghetto-Szenarios sind Mainstream und Popkultur längst zu Komplizen geworden. Zu Komplizen -freiwilligen oder unfreiwilligen, aber niemals gleichberechtigten - hat man schließlich auch die Ghettoisierten selbst gemacht. ... Auch in der Wahrnehmung millionenfacher sozialer Ausgrenzung durch die Brille einer 'avantgardistischen' Ästhetisierung des Schreckens ist ein Hang zur Komplizenschaft angelegt, weil das vom Bedürfnis nach dissidenter Selbstinszenierung gelenkte Interesse die furchtbare Realität tröstlich verfälscht und in ein angenehmes Gefühl verwandelt. Der einseitig ästhetische und gegenüber der realen Not gleichgültige Blick macht das Ghetto genießbar, und an diesem Punkt ist der Übergang zu einer sozialdarwinistischen Interpretation des Szenarios nicht mehr ausgeschlossen.

Weil sich auch genügend Hiphop-Gruppen, die unter dem Zwang zur permanenten Reproduktion einer 'Ghetto-Authentizität' stehen, an diesem Spiel beteiligen, ist es sehr einfach, sich auf sie zu berufen. Das Problem ist nur, daß es den Schrecken, den zu genießen uns viele Rapper und Rapperinnen einladen, in der Realität wirklich gibt und daß viele dieser Musiker eine äußerst problematische Situation zum Genuß aufbereiten, in der sie selbst drinstecken. Einige dieser Gruppen, vor allem jene, die dem Subgenre des Gangsta Rap zuzurechnen sind, präsentieren ihre Schreckensästhetik zwar so, als sei sie ein Stück von Baudelaire, doch müssen sie das Elend, von dem sie singen, keineswegs erst herbeiphantasieren, sondern es lediglich ästhetisieren. ... Gewalt ist in den Texten des Gangsta-Rap, einer Spielart der Rap-Musik, gang und gäbe. Doch nun sind einige der Größten dieses Musikgenres dazu übergegangen, das, was sie singen, auch zu leben. Einer der Prominentesten unter den Verhafteten ist der 22jährige Tupac Shakur. Im März wurde er zu 15 Tagen Haft und sechs Wochen Arbeit für das Gemeinwohl verurteilt. Der Rapper hatte einen Musikvideo-Produzenten zusammengeschlagen und im Musiksender MTV damit angegeben. ... Snoop Doggy Dog soll an der Ermordung eines Mannes beteiligt gewesen sein. Laut Polizei fuhr er das Auto, aus dem sein Leibwächter die tödlichen Schüsse feuerte. Sein Album 'Doggystyle' landete im Herbst auf Platz eins der Popcharts und brachte über 40 Millionen Dollar ein." (Augsburger Allgemeine vom 29.4.1994)

5.2.2 Lebensstile und Individualisierung

Lebensstile und Individualisierung sind Teile einer kulturellen Entwicklungslinie und Rahmen für medientypische soziale Figurationen. Um und mit Musikstilen entwickeln sich soziale Figurationen, die in großer Vielfalt und schneller Veränderung thematische Darstellungs- und Erlebnisräume einer Generation sind. Es scheint sich auf den ersten Blick um eine beschleunigte Ausdifferenzierung und Veränderung der bekannten Jugendszenen zu handeln. Im Vergleich zu den Rock-Szenen haben sich jedoch als soziales Organisationsprinzip die intertextuellen und individuellen Kompositionen der Rezipienten stabilisiert. Cds, Videos, MTV usw. sind dabei die symbolischen Quellen. Individuelle und intertextuelle Aneignung von Medien führt zu komplexen individuellen und thematisch orientierten Figurationen mit dem Charakter konsistenter subjektiver Handlungswelten. Maßgeblich für diese

sozialen Figurationen ist das symbolische Material der Cds oder Videoclips, der Live-Gruppen usw. und deren Verbindung mit der Alltagsästhetik der Kleidung und Werbung. Die Integration von Mediensymbolik, Medienerlebnissen und Rezeptionssituationen in das alltägliche Handeln bzw. in die Alltagskommunikation der Menschen ist die Basis für diese Fortentwicklung der Massenkommunikation, in der die Repräsentationsfunktion der Medien unwesentlich ist. Entscheidend ist dagegen der Konsumaspekt der Massenkommunikation. Intertextuelle, subjektive und thematisch geleitete Kompositionen sind Gestaltungsleistungen der Rezipienten. Sie sind von Menschen geschaffene konsistente, leitende und erklärende Textgebilde mit dem Charakter sozialer Wirklichkeit. Im Gefüge subjektiver Aneignung und Entäußerung entstehen individuelle und flexible Figurationen von Lebensstilen und Medien. Voraussetzung dafür ist die allgemeine kulturelle Linie der Individualisierung in einem kulturellen Bezugsrahmen, der in Form von Stilen soziales Handeln als textbezogene und textvermittelte Aktivität, Individualität und soziale Gemeinsamkeit nahelegt und voraussetzt.¹⁰

Diese sozialen Figurationen lassen sich nicht nur als Szenen, sondern ebensogut auch als Inszenierungen beschreiben. In der Diskussion über postmoderne Lebensformen oder Lebensstile stehen die Musikszenen im Mittelpunkt. Medien- bzw. textbezogene Inszenierungen sind jedoch allgemeiner, z.B. in Form des Gotcha. Als Gotcha in den achziger Jahren aufkam, lehnte es sich stark an Star Wars an (vgl. Bachmair 1988). Es war eine Inszenierung, der Science-Fiction-Kampf in der Turnhalle, bei der nicht mehr klar war, ob der Film Star Wars nachgespielt, Krieg vorbereitet, Räuber und Gendarm oder nur eine Art elektronisches Squash gespielt wird. In Kampfuniform und mit Laser-Pistolen aus dem Science-Fiction-Genre, mit computerunterstützter Zählung der Treffer spielten Mannschaften den Krieg von morgen oder auch ihre persönlichen Themen.

Diese medialen Inszenierungen helfen "Muster moderner Lebensführung" (Vetter 1991) zu realisieren, sie zeigen jedoch auch den Trend, der sich aus der Verbindung von Individualisierung und forcierter Ästhetisierung für Lebensformen und soziale Räume ergibt. Wichtiger Entwicklungspunkt ist deshalb die Realisierung individueller Lebensgestaltung mittels unterschiedlicher Lebensstile, in die insbesondere die Alltagsästhetik verschiedener Quellen eingeht.

Ausgangspunkt für Individualisierung ist die politische Zielsetzung der demokratischen Gesellschaft, den Menschen ihr Leben als selbstbestimmten Raum zu belassen bzw. zu öffnen. Es kommt der für viele Menschen der Industriegesellschaft vorhandene Wohlstand als weitere Bedingung für Individualisierung hinzu. Individuelle Wahlmöglichkeiten und individuelle Lebensgestaltung

10 Rainer Winter (1993) hat zur theoretischen Erklärung u.a. auf den von den britischen Cultural Studies (Stuart Hall, David Morley) formulierten Übergang von der Text- zur Aneignungsdominanz als theoretischen Bezugsrahmen hingewiesen. Das paradigmatische soziale Phänomen dazu ist die Fan-Gruppe.

veranlassen die Menschen sich gerade symbolischer Objektivationen zu bedienen, um sich über Stile als Moment der Lebensgestaltung auf andere Menschen integrativ oder abgrenzend zu beziehen und dabei auch Kontinuität oder Brüche in der eigenen Biographie zu markieren.

Das Konzept der Lebensstile

Die konzeptionelle Einordnung des Phänomens Lebensstil versuchen Hans-Peter Müller und Margit Wehrich (1991a, 1991b), indem sie Forschungsrichtungen und die damit verbundenen Voraussetzungen und Fragestellungen skizzieren. 'Lebensstile' werden innerhalb zweier Thesen zur gesellschaftlichen Entwicklung diskutiert (Müller, Wehrich 1991b, S. 92f.). Einmal geht um es eine "Desaggregation" der Gesellschaft in zunehmend kleinere Einheiten. Lebensstile tragen zu dieser Desaggregation bei und entstehen innerhalb dieser Dynamik. Die alternative Betrachtung geht von einer Steigerung der "Optionen" der Menschen als Folge des "ökonomischen und kulturellen Reichtums" (S. 92) aus.

Innerhalb des Argumentationsschwerpunkts der Optionssteigerung wird das Konzept des Lebensstils unterschiedlich eingeordnet. So wird einmal "die Pluralisierung von Lebensstilen" als Beleg für eine fortschreitende Individualisierung in der Gesellschaft herangezogen. "Es wird angenommen, daß im Zuge der Auflösung traditioneller Bindungen in der modernen Gesellschaft und einer allgemeinen Steigerung des Lebensstandards die Wahlmöglichkeiten zur individuellen Lebensgestaltung zunehmen. Jenseits von Klasse und Stand bilden sich neuartige Lebensstilgruppen, die mit traditionellen Schichtmodellen nicht erfaßt werden können" (S. 92).¹¹ Im Konzept von Pierre Bourdieu ist der Lebensstil immer noch ein Ausfluß der Klassenzugehörigkeit, die habitualisiert wurde, und der im Sinne des feinen Unterschieds diese Klassen auch im Alltagsleben in der Form des Stils markiert (vgl. Hall 1980).

In einem dritten Argumentationsschwerpunkt wird die "Pluralisierung von Lebensstilen als Innovationschance" herausgestellt, "die die Organisation bestimmter gesellschaftlicher Bereiche verbessern (oder zumindest verändern) kann" (Müller, Wehrich, S. 93). Sie reichen von der "Gestaltung des eigenen Wohnumfeldes" bis zu "Emanzipationsversuchen bestimmter Gruppen".¹²

11 Zu diesem Typ von Argumentation gehören die bisher mehrfach zitierten Arbeiten von Ulrich Beck (1986, 1993) und Gerhard Schulze (1988, 1992).

12 Hierzu gehören auch die beiden bisher vorgetragenen Argumente bzw. Konzepte, die Chancen auf Ausdruck und Gestaltung, die Massenkommunikation beinhaltet, sowie das Konzepts von Kultur als Lebensgestaltung.

Individualisierung läßt sich also einerseits an der Ausdifferenzierung und Segmentierung von Lebenswelten erkennen. Die skizzierten Jugendszenen, von Techno bis Hiphop, sind hier relevant. Zum anderen erscheint Individualisierung in den Biographien. Individualisierung gibt die Gestaltungsmöglichkeit der Lebenswelt und der Biographie an die Menschen selber. Gestaltungsmöglichkeit und Gestaltungsnotwendigkeit sind in ein "Ensemble gesellschaftlicher Entwicklungen und Erfahrungen" (Beck, Beck-Gernsheim 1994, S. 11.) eingebunden, bei der sich "vorgegebene soziale Lebensformen - zum Beispiel das Brüchigwerden von lebensweltlichen Kategorien wie Klasse und Stand, Geschlechterrolle, Familie, Nachbarschaft usw.; oder auch, wie im Fall der DDR und anderer Ostblockstaaten, der Zusammenbruch staatlich verordnete Normalbiographien, Orientierungsrahmen und Leitbilder" auflösen. Gleichzeitig steigen die institutionellen Anforderungen an die Anpassungs- und Integrationsfähigkeit der Menschen. "In der modernen Gesellschaft kommen auf die Einzelnen neue institutionelle Anforderungen, Kontrollen und Zwänge zu. Über Arbeitsmarkt, Wohlfahrtsstaat und Bürokratie wird er in Netze von Regelungen, Maßgaben, Anspruchsvoraussetzungen eingebunden" (Beck, Beck-Gernsheim 1994, S. 12). Innerhalb dieses "labyrinthischen" Gewirrs der "Regelungsdichte" und der institutionellen Vorgaben der modernen Gesellschaft müssen sich die Menschen ihre eigene Lebenswelt aufbauen und ihre Biographie entwickeln, und zwar nicht nur als Wahlmöglichkeit, sondern als unabwendbare Forderung (Beck, Beck-Gernsheim, S. 14). Voraussetzung sind dafür sowohl die "Entroutinisierung des Alltags" (Beck, Beck-Gernsheim, S. 17) als auch die Wahlmöglichkeiten und der Konsumdruck des Marktes. Entroutinisierung, labyrinthartige institutionelle Vorgaben und Markt¹³ machen die Menschen mobil, so daß sie sich in unterschiedliche Lebenswelten begeben, die deshalb auch szenenartig oder, stabiler und weitflächiger, als Milieus eingerichtet sind. Die Musikszenen Techno, Grunge, Rap usw. gehören zu milieuartig aufeinanderbezogenen Lebenswelten, deren empirische Beschreibung noch eher vorläufig sind¹⁴. Medienbezogene Grup-

13 Wolfgang Zapf u.a. (1987, S. 10) fassen die Bedingungen für die Entwicklung individueller Lebensstile folgendermaßen zusammen: "Differenzierung von Lebensformen, gestiegene Wahlfreiheit von Individuen und Haushalten in der Organisation ihres Alltags, reduzierte soziale Kontrolle und abnehmende Verbindlichkeit von Traditionen, gestiegene Selbstverantwortung und Entscheidungsnotwendigkeit, gestiegene Mobilität und Lebenserwartung, gestiegene materielle und immaterielle Ressourcen der Individuen und Haushalte".

14 Wilfried Ferchhof (1993) beschreibt "religiös-spirituelle", "kritisch-engagierte", "actionorientierte", "manieristisch-postalternative" und "institutionell-integrierte" Szenen bzw. Milieus. Vgl. dazu die Gliederung von Helmut Lukesch (1989, S. 184ff.): politisch motivierter Gegenkultur, extrovertierter Modestil, Fan-Gruppen, Minderheiten-Stil / Randgruppen."

pen- und Szeneorganisation läuft auch in anderen als den Musikszenen. So hat z.B. Heinz Hengst (1985) beschrieben, wie Jungen Mitte der achtziger Jahre in Kaufhäusern mit der Software von Computer- und Videospiele einen Schwarzmarkt organisierten oder wie in der Folge des Kinofilms E.T. und des BMX-Rades sich eine selbstorganisierte Kinder- und Jugendszene entwickelte. Ebenso entstanden mediengestützte Kommunikationsnetzwerke, und zwar idealtypisch mittels PC, Modem, Telefonnetz und Mail-Box (Baacke, Sander, Vollbrecht 1990, S. 88ff.), die vorhandene Sozialgruppen "entstrukturieren", gleichzeitig zu neuen Sozialformen führen. Wie Baacke u.a. zeigen, bringen die Medien eine neuen "sozialökologische" Dynamik ein, vorrangig auch deswegen, weil die alten, gerade auch regional aufgebauten Lebenswelten den Jugendlichen nicht das symbolische Integrationsmaterial bieten, die vorfindliche Jugendwelt also langweilig und "zum toten Gleis" (S. 42ff.) wurde.

Medien, konkret: Medienerlebnisse, Rezeptionssituationen und Mediensymbolik, bieten sowohl Kristallisationskerne als auch das symbolische Konstruktionsmaterial, um Lebenswelten zu bauen. In einer von den Subjekten individuell zu gestaltenden Welt sind die individuellen Lebensläufe von zentraler Bedeutung. Die Lebensläufe repräsentieren sozusagen die individualisierte und subjektive lebensweltliche Zeitdimension. Die bekannten Muster oder Regularien, an denen sich die Menschen in ihrer Biographie orientieren können, verlieren an Bedeutung. Statt dessen treten Stile und Szenen als Bezugssysteme in den Vordergrund.¹⁵ Da Szenen und ihre Stile wenig Beharrung und zeitliche Stetigkeit verlangen, kommen sie gerade der Gestaltung des Lebenslaufs als "Eigenzeit" (Abel 1993, S. 496) entgegen. Der Fluß der Ereignisse erscheint nicht mehr nur als von außen institutionell festgelegt, sondern gerade auch als Eigenzeit der Ereignisse selber, sozusagen als Countdown-Zeit, und als subjektive Eigenzeit, der die eigenen Lebensperspektiven unterworfen werden. Jugendliche entwickeln dazu heute sechs Typen von Strategien, so Werner Fuchs-Heinritz und Heinz-Hermann Krüger (1991)¹⁶, die institutionelle Bedingungen, Eigenzeit der Ereignisse und subjektive Perspektive des Lebenslaufs unterschiedlich aufeinander abstimmen: "Orientierung an vorgegebenen Fahrplänen", "Balance von Schulzeit und Ablösungsprozessen", "Balance von Schulzeit und Privatleben", "Balance von Schulzeit und Cliquenzzeit", "Eigenzeit", "Frühe Einmündung in die Familienzeit", "krisenhafte Bewegungsformen". Mit der Biographisierung der Zeit und der Lebenswelt bekommen die Menschen die Integrations- und Abstimmungsfunktion als Gestaltungsleistungen zugeschoben, Leistungen, die die angelegten Widersprüche und Brüche nur deswegen harmonisieren können, weil sie sich alltagsästhetischer Materialien bedienen. So kommt es, daß die Zeitrhythmik

15 Vgl. dazu das Argument von Hanns-Georg Brose und Bruno Hildenbrand zur "Biographisierung von Erleben und Handeln" (1988, S. 11).

16 Vgl. auch Heinz Abels (1993, S. 498ff.), der vier Typen herausarbeitet: "Orientierung an vorgegebenen Fahrplänen", "Balancen", "Eigenzeit", "Frühe Einmündung in die Familienzeit".

der Massenkommunikation, insbesondere deren Serialität, Balancevorgaben liefert. Darüber hinaus bieten bzw. sind Stile und Ästhetik von Konsumangeboten einschließlich der Medien das Gestaltungsmaterial innerhalb von Pfaden, auf denen sich Jugendliche ihren Lebensweg bahnen. Ingo Mörth (1991, S. 363ff.) hat sechs typische Pfade identifiziert, die mit den schon skizzierten Milieus korrespondieren. Es sind die "Pfade" der "kollektiv-autoritären Weltflucht", der "religiös-spirituellen Verinnerlichung", der "individuellen Transformation" von religiös-spirituellen Konzepten, der "immanent-rituellen Weltdeutung", der "berufszentrierten Lebensdeutung", des "Privaten 'Glücks im Winkel'" und der des "Prinzips 'action'". Um die Pfade in die eigene Biographie zu integrieren und als individuell eigene Perspektive zu realisieren, eignen sich die Menschen zum Teil vorfindliche Schemata an, zum Teil benutzen sie vorfindliche Stilangebote, um dem Leben eine Entwicklungslinie einzuziehen oder sich in einem Bezugsrahmen zu bewegen. Dazu dient der Musikmarkt, der in Form unterschiedlicher Stile Jugendlichen Perspektiven und Handlungsweisen eröffnet. Aktuell sind z.B. körperbezogene Stile, die, im Gegensatz zu den Musikszenen, noch nicht in der öffentlichen Diskussion als prägende Lebenswelt und Teil der Lebensentwicklung wahrgenommen werden.

Körperinszenierungen

Da spielen z.B. drei zehnjährige bzw. elfjährige Jungen Wrestling nach, oder Fünfzehnjährige gehen zu Streetball Competitions. Wrestling oder Streetball sind komplexe Phänomene, bei denen sich Live-Ereignisse mit Tausenden und Zehntausenden von Menschen mit Bildschirmereignissen und, im Fall von Streetball, mit Verkaufsaaktionen von Sportausstattungen mischen. Bei Wrestling steht im Mittelpunkt der Ringkampf grotesk maskierter Männer und Frauen. Auf der Wahrnehmungsoberfläche läuft ein mörderischer Zweikampf ab, der vorgibt, Sport zu sein. 'Eigentlich' ist Wrestling jedoch eine Akrobatikvorführung, in die viele kleine Familiengeschichten (der Kampf verfeindeter Brüder), ethnische Stereotype, Geschichten archetypischer Bedrohung (der "Undertaker", eine Variante einer Todesfigur und des "Memento Mori", verkündet den tödlichen Kampf.) oder auch Klischees nationaler und moralischer Verwerflichkeit bzw. Überlegenheit (z.B. der verschlagene japanischer Trainer mit der japanischen Nationalflagge; der ungewaschene, zerlumpte Weiße aus dem amerikanischen Subproletariat: white trash) eingehen. Im Zentrum der Wrestling-Inszenierung steht die sprachlose Auseinandersetzung um kooperierende Formen sozialer Beziehung, um Männlichkeit oder Weiblichkeit und um weitere Definitionselemente der Wertsphäre einer klar strukturierten Welt. Für die klaren Strukturen einer Welt der Werte steht der Körper und das gelingende Beziehungsritual des Kampfes. Der Körper wird dabei zum archimedischen Punkt, bei dem jede Form von Beziehung und Kommunikation abgeleitet ist. Der Körper wird als allgemeines Verständigungsmittel, also kulturübergreifende und eindeutige Sprache angeboten. Damit Wrestling sich für die verschiedenen Strategien biographischer und lebensweltlicher Typen eignet, ist es in seiner Dramaturgie prinzipiell

ambivalent aufgebaut. Die Multimodalität der Inszenierung (in der Sporthalle, im Fernsehen, in Broschüren) unterstützt diese Ambivalenz. Worum es eigentlich geht, bleibt für die Zuschauer so lange offen, als sie sich noch nicht über einen individuellen oder kollektiven Interpretationsprozeß auf eine Lesart - Sport und Kampf oder Akrobatik und Show - festlegen. Der Interpretationsprozeß setzt viel Seherfahrung mit dem Genre voraus und wird durch die Bezugsgruppe beeinflusst. So diskutieren die Zehnjährigen z.B. die Gefährlichkeit von Wrestling. Da sie im Partykeller, den sie mit Matratzen sorgfältig gepolstert haben, selber spielen oder üben, haben sie sich auf das ungefährliche Sportritual als Interpretationsanker festgelegt. Mädchen, die in der Zuschauerpost für ihren schönen Wrestler schwärmen, haben den attraktiven Männerkörper als Interpretationszugang zu Wrestling.

Wrestling wie Streetball verlangen von den Menschen in ihren jeweiligen Funktionen als Rezipienten, Konsumenten, Teilnehmern hohe Interpretationsleistungen, die nicht ablösbar sind von Gruppen, mit denen zusammen Wrestling oder Streetball als Ereignis und als Genre gedeutet wird. Im Fall von Wrestling geht es um ein verhandlungsfreies Körperritual, im Fall von Streetball um auszuhandelnde Sport- und Vergnügungsaktion. Der Interpretations- und Aktionskern Körper wird jedoch stilistisch unterschiedlich bis gegenläufig eingebettet, so daß auch unterschiedliche Themen, Lebensphasen und soziale Kontexte angesprochen werden. Wrestling und Streetball bieten den Körper als semiotisches Material für unterschiedliche biographische Pfade und Milieus. So ist Wrestling gerade auch für die Balance mit der Familie offen; weshalb auch bei Live-Veranstaltungen von Wrestling Familien, auch mit Kindern im Kindergarten- und Grundschulalter, anzutreffen sind.

Die Funktion von Stilen zeigt der Vergleich von Wrestling mit Streetball. Streetball lehnt sich an Basketball an, wird jedoch nicht in Vereinen und nicht nach kodifizierten Regeln gespielt. Streetball greift auf Ballspiele farbiger Jugendlicher in amerikanischen Großstädten zurück, die sich von den von Weißen dominierten Sportregeln und Sporthallen absetzen und irgendwo auf der Straße auf nur einen Basketballkorb in offenen Gruppierungen nach jeweils ausgehandelten Regeln spielen.

Das Sportereignis Streetball¹⁷

Streetball ist ein Gruppensport, der insbesondere in der Stadt selbstorganisiert betrieben wird. Die Teilnehmer knüpfen Kontakte, müssen den Spielmodus aushandeln und spielen miteinander, entweder jeder gegen jeden, oder in kleinen Mannschaften gegeneinander. Die sportliche Vorlage für Streetball ist Basketball, ein Ballspiel mit hohem Tempo, das eine anspruchsvolle Spieltechnik mit Athletik

17 Recherchen zu Streetball wurden von Tom Niemeyer und Michael Stock im Sommer 1994 durchgeführt.

verbindet. In schneller Abfolge werden Körbe bzw. zählbare Punkten erzielt. Der Platzbedarf ist gering, weshalb Streetball als Stadtspiel besonders geeignet ist. Wenn, wie beim Streetball üblich, auf nur einen Korb gespielt wird, dann reicht als Spielfläche ein Hinterhof. Während Basketball von einem komplizierten Regelwerk und hoher Mannschaftsdisziplin geprägt wird, ist Streetball ein Sport, der fast ohne Regeln auskommt. Deshalb müssen sich die Leute, die sich zum Spiel treffen, jedesmal die Regeln aushandeln oder sich über sie einigen. Es gibt auch keinen Schiedsrichter oder Trainer. Selbst bei den organisierten Turnieren sind Regeln auf ein Minimum beschränkt. Da Spiel und Training selbstorganisiert sind, geht es sowohl um den Spaß der Spieler als auch um die Leistungskonkurrenz. Weil sich kleine und in ihrer Zusammensetzung häufig wechselnde Mannschaften treffen, wird Streetball auch zum Ort des Zweikampfs. Zwar spielen Teams, die individuelle Leistung bleibt aber stets im Vordergrund. Fairness wird ganz groß geschrieben, denn Fouls soll man selber anzeigen. Streetball kommt also trotz hohen sportlichen Anspruchs ohne komplizierte und objektivierte Regeln aus; es wird mit hohem Tempo auf engstem Raum gespielt, Spaß und Ehrgeiz sind ebenso wichtig wie körperbetonter Zweikampfspiel und Fairness.

Streetballturniere

Seit im August 1992 vom Sportartikelhersteller Adidas das erste Streetballturnier in Berlin organisiert wurde, gab es eine Reihe ähnlicher Veranstaltungen, die nicht nur Adidas initiiert hat. Vereine, private oder gemeinnützige Organisationen veranstalteten Turniere als Sport-, Vergnügungs- und Werbeereignisse. Die großen und damit auch angesehenen Turniere wurden von den großen Sportartikelfirmen und dem Deutschen Basketballbund (DBB) organisiert, z.B. 1994 in der Bundesrepublik: Adidas: 66 Events, davon fünf Metropolitan Turniere mit bis zu je 400 Teams, zehn City Events mit bis zu je 200 Teams, 50 Händlerveranstaltungen mit bis zu je 50 Teams und Europafinale mit 4000 Spielern. DBB: 50 Events mit bis zu je 144 Teams. Reebok: 20 Events, mit bis zu je 120 Teams. National Basketball Association (NBA): 4 Events (gemeinsam mit Converse), ohne maximale Teambeschränkungen. Der DBB veranstaltet darüber hinaus sogar eine deutsche Streetballmeisterschaft, bei der nur die Sieger der größten Turniere teilnahmeberechtigt sind. Die Sieger dort dürfen sich dann offiziell Deutsche Meister im Streetball nennen. Die Turniere laufen alle meist ähnlich ab. Auf einem möglichst großen und zentralen Platz, nicht selten inmitten der Fußgängerzone, wird eine Spiel- und Vergnügungslandschaft installiert.

Musik und Mode von Streetball

Weil in den USA schwarze Spieler Basketball und Streetball prägen, gehört die schwarze Musik des Hiphop und Rap zu Basketball und Streetball. Es gibt zudem kein NBA-Spiel ohne Musik vor oder nach dem Spiel oder während der Pausen. Bei Streetball-Veranstaltungen sind um das Spielfeld zumeist große Verstärker-

anlagen aufgebaut. Abends finden Partys mit Livebands und Disco statt. Werbespots, die mit Basket- oder Streetball zu tun haben, enthalten Hiphop-Musik. Umgekehrt zeigen aber auch Musikvideos zu Hiphop und Rap Basketball-Szenen. Zumindest ist irgendwo im Bild ein Korb zu sehen.

Hiphop oder Rap unterstreichen den positiven Charakter des Sportereignisses als Party, erweitern den Aktionsradius über das Spiel hinaus. Zudem entsprechen sich Schnelligkeit und Rhythmik von Basketball und Hiphop. Jugendliche Streetballer bringen tragbare Ghettablaster zu ihrem Spielfeld und sind in der Regel auch gut über Hiphop und Rap informiert. Dabei geht es wahrscheinlich weniger um die im Rap transportierten politischen, sozialkritischen oder gar gewalttätigen Textbotschaften, die ohnehin nur mit Kenntnissen der amerikanischen Umgangssprache verständlich sind. Wichtig ist vermutlich der kommunikative Charakter des Sprechgesangs von Rap und Hiphop, sowie dessen Untermauerung mit großstädtischen, amerikanischen Situationen und Ausdrucksformen.

Ähnlich USA- und großstadtorientiert gibt sich auch die mittlerweile entstandene und sogar in manchen Jugendzeitschriften als 'Streetballstil' bezeichnete Mode. Zwar genießen es die meisten Freizeitspieler, sich nicht den Zwängen des Vereinstrikots zu unterwerfen, statt dessen individuell auszusehen und aufzutreten, dennoch gibt es einen Konsens, welche Art Klamotten beim Streetball cool sind. Dazu gehören auf jeden Fall Baseballkappen, Kapuzenshirts oder Sneakers, dicke Turnschuhe. Turnschuhe haben beim Basketball eine besondere Rolle. Mehr als alle anderen Attribute sind sie teure Statussymbole (bis zu 300 DM pro Paar), von denen behauptet wird, sie seien Gegenstand von Raubzügen Jugendlicher. T-Shirts, Sweatshirts und Shorts müssen vor allem extrem weit geschnitten sein. Verschiedene Sportfirmen haben dieses aufgegriffen und bieten eine komplette Streetballausrüstung an.

Die Medienquellen zu Streetball

Der Stil von Streetball hängt mit Werbespots bei MTV oder bei Sportsendungen, z.B. Werbung für Sprite oder Nike im Sportkanal DSF, zusammen.

Fernsehen: Basketball, der Vorläufer von Streetball, war in der Zeit vor 1992 in Sportsendungen nur am Rande präsent. Gelegentlich wurde in den Sportsendungen der dritten Programme über die Bundesliga berichtet oder über die Erfolge bei europäischen Wettbewerben. Streetball gab es als Wortschöpfung noch nicht. Seit 1992, als bei den Olympischen Spielen das amerikanische Dream-Team etwas für das Auge der Zuschauer bot, änderte sich einiges. Seit Anfang 1994 läuft auf SAT 1 jeden Sonntagmittag eine Basketballsending mit dem Titel "JumpRan". Weiterhin hat SAT 1 alle NBA-Finals (National Basketball Association) live übertragen. Eine gesonderte Rolle nehmen dabei die Musikkanäle MTV und VIVA ein. Da Basketballspiel, Hinterhofästhetik und die Ghettos der Schwarzen zu einem Bild verschmelzen, kommt Basketball auch in Musikvideos vor, nicht nur Basketballszenen, sondern alles, was sonst noch dazugehört, von der typischen Kleidung bis zum lässigen Auftreten.

Werbung im Fernsehen: Bis vor 1992 kam Basketball im Werbefernsehen nur in Form von Sportschuhwerbung vor, bei der vor allem Nike mit einigen der bekanntesten Spielern der NBA warb. Seit 1992 liefen dann auch andere Werbespots mit NBA-Stars in Deutschland, meist am Rande der Musik- oder Sportkanäle, seit den Olympischen Spielen auch in anderen Programmen. Die Werbespots sind wie die meisten Musikvideos schrill und schnell in ihrer Dramaturgie. Dann kam der Adidas-Streetball-Werbespot heraus, der erste Spot, der Basketball als Streetball thematisiert, als kleine Geschichte, und nicht platt für ein bestimmtes Produkt wirbt. Daran schlossen sich Spots mit Basketball auf der Straße an, die z.B. für einen Joghurtdrink oder für eine Frühstücksmischung warben.

Skizze des Adidas Streetball Werbespots (40 Sekunden, 11 Episoden)

1. Episode: Straßenkreuzung in einer Großstadt aus der Vogelperspektive. Ein Feuerwehrauto fährt hin, die Kamera folgt ihr und schwenkt in ein Basketballspiel auf einem Hinterhof. Junge, schwarze Männer in Spielaktion. Die Kamera geht rhythmisch mit den Spielern und dem Ball mit. Hiphop übertont die Feuerwehirsirene, sobald das Spielfeld zu sehen ist.

2. Episode: Im Hintergrund eine Villa, im Vordergrund ein weißes Schild mit der Aufschrift: FOR SALE BY OWNER, OCEAN VIEW. Kameraschwenk, es kommen der Basketballer der ersten Episode und ein dicker, farbiger Mann in pinkfarbigem Anzug, mit Handy, offensichtlich sein Manager, ins Bild. Sie stehen vor einem Swimmingpool. Der Manager hört erfreut in sein Handy: "Für 23,2 Millionen Dollar kaufen wir's!" Der Basketballer geht auf die Kamera zu und sagt: "Ich brauch' das nicht".

3. Episode: Wieder das Basketballspiel auf dem Hinterhof der ersten Episode. Der Basketballer kommt mit einem Spurt auf den Korb ins Bild. Stimme des Managers: "Du wirst ein gemachter Mann!"

4. Episode: Ein kleiner Junge mit offenem Mund hält eine Puppe des Basketballers mit lila Trainingsanzug in der Hand. Der Basketballer, ebenfalls im lila Trainingsanzug, kommt mit zwei attraktiven Frauen in Abendgarderobe eine exklusive Treppe herunter. Der kleine Junge hält ihm die Puppe hin: "Hey, kannst du mir 'n Autogramm geben?" Der Basketballer nimmt erst die Puppe, blickt dann abwechselnd zu Puppe und Begleiterinnen und gibt dann die Puppe mit der Bemerkung zurück: "Ich brauch' das nicht!". ...

7. Episode: Basketball auf dem Hinterhof. Nahaufnahme der Beine und des Adidas-Stiefels. Der Basketballer wirft rückwärts einen Korb, dann, aus einer anderen Perspektive gefilmt, einen zweiten aus großer Distanz. Jetzt sieht man den Korb und den hereinkommenden Ball von unten. Zu hören ist Hiphop der Anfangsszene, Kassenklingeln beim zweiten Korwurf.

8. Episode: Ein Schwarzweißfoto des Basketballers mit Schuh in der Hand wird herangezoomt. Dann sind der Basketballer, sein Manager und ein weiterer Mann vor einem Mikrofon zu sehen. Der Basketballer schüttelt den Kopf: "Und diesen Schuhdeal, den brauch' ich schon gar nicht!"

9. Episode: Vater und Mutter des Basketballers. Der Vater, entrüstet: "Du verzichtest auf den Schuhdeal?" Die Mutter, besorgt: "Junge, was ist los mit dir?" Der kleine Bruder: "Du spinnst!"

10. Episode: Der Schriftzug ADIDAS EARN THEM wandert über den Bildschirm und wird von STREETBALL EARN THEM abgelöst. EARN und THEM verschwinden,

STREETBALL bleibt ganz groß in der Mitte stehen. Zum Schluß wieder: ADIDAS EARN THEM. Es läuft der Hiphop der Anfangsszene.

11. Episode: Manger und Basketballer, der, nachdenklich schauend, sagt: "Na ja, vielleicht doch!". Der Manager bekommt große Augen mit Dollarzeichen. Die Kasse klingelt, als das Dollarzeichen erscheint.

Hörfunk: Zu Streetball passen Hiphop und Rap. Deswegen treten Rundfunkanstalten mit ihren jugendorientierten Programmen auch als Veranstalter von Disco-Veranstaltungen im Rahmen von Streetball-Competitions auf. Sie werben auch für die Veranstaltungen. Der Hörfunksender "Bayern 3" brachte z.B. folgenden Werbespot:

"Bayern 3 präsentiert das Sportereignis Bayerns, Deutschlands, Europas, den Adidas-Streetball-Challenge 94, in Nürnberg am 7. und 8. Mai, Volkfestplatz, und in München, 14., 15. Mai am alten Flughafen Riem. Adidas-Streetball-Challenge, Basketball für alle. Mit Musik, Show, Action und den B3-Moderatoren Fritz Meyer, Jürgen Kaul. Jetzt in Vierergruppen anmelden bei Wörl in Nürnberg und Sportscheck München. Der Mai wird heiß. Sport - mit dem Adidas-Streetball-Challenge 1994, Bayern 3 ist dabei."

Musik: Musik ist wichtig für Streetball. Es ist 'schwarze' Musik im Bereich des Rap und Hiphop. Von Adidas gibt es z.B. "Slamdunk - The Streetball Soundtrack 94", auf dem sich unter anderem auch der Song zum Streetball-Werbespot befindet. Auf dem Innenteil des Beiblattes der CD sind die Daten der Streetball Challenges, sowie die "coolsten" Ausdrücke der Szene erklärt. Doch auch andere CDs mit ähnlichem musikalischen Inhalt werben mit einem Adidas-Streetballschuh auf dem Cover.

Kinofilme: In amerikanischen Filmen sind Basketballszenen nicht selten. Ebenso gibt es Filme mit einem Basketball-Schwerpunkt: z.B. "White Men Can't Jump", "New Jack City" oder "Boyz'n the Hood". 1994 waren einige Filme in Vorbereitung, z.B. ein Film mit Nick Nolte und dem neuen Shootingstar der NBA, Shaquille O'Neal, Titel "Blue Chips". Der Film soll in den USA schon am ersten Wochenende nach Erscheinen über 10 Millionen Dollar eingespielt haben.

Computer: Gleichzeitig mit Streetball tauchten auch die dazu passenden Computerspiele auf. Häufig sind die zu bewegenden Spieler den NBA Stars nachempfunden. Das "Interaktive Trendmagazin auf Diskette" der Bausparkasse Schwäbisch Hall bringt neben Werbung für Schwäbisch Hall und Jugendthemen auch aktuelle Streetball-Infos.

Printmedien: Auf dem Zeitschriftenmarkt gab und gibt es vielerlei Magazine für Basketball, die jedoch jeweils nur kurzfristig am Markt bleiben. Von Aufmachung oder Inhalt unterscheiden sich die Magazine nicht besonders. Die einen legen ihr Hauptaugenmerk auf die NBA, andere auf die deutschen und europäischen Ereignisse. Streetball war 1994 in allen einschlägigen Zeitschriften präsent, mit ausführlichem Terminkalender, mit Tips und Tricks oder mit Hintergrundinformationen. Seit 1992 wurden einige Bücher aus dem Amerikanischen ins Deutsche übersetzt,

hauptsächlich Bücher, die sich mit der NBA und ihren Stars beschäftigen. Auch Streetball taucht in Neuerscheinungen auf.

5.2.3 *Alltagsästhetik und individuelle Nutzungsmuster*

Eine Gesellschaft wie die unsere, die auf Individualisierung setzt, reduziert nicht nur die prinzipiell "entscheidungsverschlossenen Lebensmöglichkeiten" (Beck 1986, S. 216), sie fordert von den Menschen Entscheidungen, um im Fluß des Alltags dabeizubleiben. "Die Entscheidungen über Ausbildung, Beruf, Arbeitsplatz, Wohnort, Ehepartner, Kinderzahl usw. mit all ihren Unterentscheidungen können nicht nur, sondern müssen getroffen werden. ... In der individualisierten Gesellschaft muß der einzelne entsprechend bei Strafe seiner permanenten Benachteiligung lernen, sich selbst als Handlungszentrum, als Planungsbüro in bezug auf seinen eigenen Lebenslauf, seine Fähigkeiten, Orientierungen, Partnerschaft usw. zu begreifen." Was Ulrich Beck hier so martialisch formuliert, hat viel mit den Vergnügungs- und Freizeitformen des Alltags zu tun. Auch Spiel- und Vergnügungsräume von Wrestling oder Streetball bilden moderne Lernbereiche, in denen die Menschen die Weichen für ihre Arbeitsweisen, Aneignungsformen, Partnerschaften und "Biographiemuster" (Beck 1986, S. 205) stellen. Mit Streetball wird es kommunikativ, farbig lebensfroh; damit steht man auf der Erfolgsseite, ohne aufs Geld und den Beruf fixiert zu sein. Als Wrestling-Fan begibt man sich in das Spannungsfeld von Grotteske und sprachloser Ordnung, umkreist man in Gruppen ein konservatives Wertefeld, das die exzessive Wollust an symbiotischer Auflösung von Individualität integriert. Die Konsumgesellschaft stellt mit der Technologisierung von Kommunikation und einem rezipientenorientierten Medienmarkt auch die flexiblen Instrumente für Individualisierung und Vergemeinschaftung. Dafür eignen sich jedoch nicht mehr die Medien des BBC-Modells, also des öffentlich verantworteten Gesamtprogramms von Unterhaltung, Bildung und Information. Das Marktmodell der Medien ist so erfolgreich, weil es komplexe Medien- und Situations-Arrangements wie Techno oder Streetball zuläßt. Im Zentrum dieser Arrangements stehen nicht mehr Texte, sowieso nicht mehr einzelne Medien, sondern alltagsästhetische Materialien, die offen sind für die Verfügungsmacht und die Gestaltungskraft der Menschen. Stile vereinheitlichen und differenzieren den amorphen industriellen Output, indem sie soziale Figurationen strukturieren und erkennbar machen. Stile sind, im Fluß der alltäglichen Bedeutungskonstitution gedacht, auch das Organisationsmaterial und Aneignungsmuster der Menschen, mit denen sie die Springflut der Konsumangebote für ihren Alltagsbedarf domestizieren.

Lebensstil hat, so Hans-Peter Müller (1992, S. 372), drei zentrale Funktionen:

"Erstens symbolisiert er Identität und signalisiert Zugehörigkeit; zweitens markiert er eine klare Abgrenzung zu anderen Lebensführungsweisen; drittens wird der Lebensstil häufig als Mittel und Strategie zur Schließung sozialer Beziehungen und zur monopolistischen Approbation von Lebenschancen einer Statusgruppe benutzt."

Für die aktuelle kulturelle Entwicklung haben Stile in ihrer Integrations- und Abgrenzungsfunktion gerade die Aufgabe, Individualität zu verwirklichen. Individuelle Lebensgestaltung realisiert sich in Lebensstilen, die Optionen außerhalb tradierter Bindungen, Vorgaben und Muster bieten. Zudem strukturieren Lebensstile die gleichartige Vielfalt der standardisierten und standardisierenden Industrie- und Konsumwelt. Daraus ergibt sich eine horizontale Segmentierung der Gesellschaft nach neuen kulturellen Mustern, die sich in Stilen erkennbar machen. Die traditionelle hierarchische Segmentierung in Klassen und Schichten hatte zwar ebenfalls zu erkennbaren kulturellen Stilen geführt, die auch in den neuen, sich horizontal abgrenzenden Stilen weiter aufscheinen. Schaut man sich z.B. die Besucher einer Wrestling-Veranstaltung an, so erinnern sie in ihrer Weise, sich anzuziehen, an eine Unterschicht- oder eine proletarische Veranstaltung. Das ist einerseits Teil der Inszenierung, zugleich knüpft dieses Unterschicht-Outfit an eine wenig elaborierte Redeweise an, da Wrestling ja gerade ohne Aushandeln und Reden auskommt.¹⁸

In einer Welt, die sich nicht mehr auf archimedische Punkte der Werte beziehen kann und die in der Tradition des sich selbst in seinem Ausdruck gestaltenden Menschen (das ist das Geniekonzept des 18. Jahrhunderts) steht, liegt die ästhetische Lebensgestaltung in der individuellen Sinnperspektive als Dynamik sozialer Organisation nahe. 'Gefallen' wird zum Kriterium von Individualität und Beziehungen; die Objektivierung und Verlässlichkeit des Gefallens im Lebensstil schafft dann den sozialen Bezugsrahmen. Gleichzeitig sind Lebensstile, die sich mit einem Konsummarkt verbinden und mit Alltagsästhetik realisieren, wähl- und abwählbar. Konsumorientierte Lebensstile, gerade solche, die sich des symbolischen Materials der Medien bedienen, sind offen für unterschiedliche Kontexte und unterschiedliche Nähe zu den Gravitationspunkten sozialer Gebilde wie Fan-Gruppen oder Bezugsfelder wie Szenen.¹⁹ Maßstab ist dabei immer das Gefallen, das Zuordnung und Abgrenzung flexibel und verfügbar ermöglicht, aber auch notwendig macht. Gefallen wird mit der dominanten sozialen Funktion von Lebensstilen zur Sinnperspektive und damit zum Vermittlungsmechanismus der Themen der Menschen. Auf diese Weise ist Lebensstil wichtiger Teil von Identität. Lebensstile und ihre symbolischen Materialien und Formen bilden den erkennbaren sozialen Rahmen und,

18 Was hier als Phänomene und Funktionen angesprochen wird, erscheint in der Diskussion um Lebensstil als kontroverse Thesen, die u.a. Gerhard Fröhlich und Ingo Mörth (1994, S. 13) zusammenfassen: (a) "Pluralisierung der Lebensstile als Triebkraft zunehmender Individualisierung, aufgrund einer Zunahme an Optionen individueller Lebensgestaltung, im Zuge der Steigerung des Lebensstandards und der Auflösung traditioneller Bindungen"; (b) "die 'Wahl' der Lebensstile [hängt] nach wie vor von Klassen und Schichtzugehörigkeit ab"; "scheinbare oder tatsächliche Innovationen von Lebensstilen [substituieren] im immer homogeneren Feld moderner Lebensverhältnisse als kulturelle Distinktionen verblässende soziale Distinktionen".

19 Vgl. dazu die Argumentation von Ronald Hitzler (1994) über Lebensstile und individuellen Sinn ("Sinnbasteln").

biographisch gesehen, die erkennbaren Spuren für die Suche nach der persönlichen Identität und dem persönlichen Sinn (Vgl. 1991, S. 71). Auf diese Weise fungieren Lebensstile als Integrationsmechanismen der Persönlichkeit, und zwar gerade auch, wenn sich die Menschen mittels Körperinszenierungen oder Musikszenen voneinander abgrenzen. Eng damit hängt die Funktion von Lebensstilen als "soziale Integrationsform" (Michailow 1994, S. 109f.) zusammen. Lebensstile entsprechen gerade der notwendigen individuellen Flexibilität der Menschen, die wegen der "Erosion traditioneller Milieus" einerseits und wegen der "Homogenisierung von Lebensbedingungen" bei gleichzeitiger "Durchkommerzialisierung und Bürokratisierung aller Lebensbereich" andererseits notwendig ist. Diese Flexibilisierung braucht Integrationsformen, bei denen sich die Menschen jeweils unterschiedlich und "selektiv auf Themen und Kristallisationskerne zugespitzt" beziehen können. Der "Supermarket of Style", den Ted Polhemus (1994, S. 130f.) schildert, ist dafür die stilistische Ausdrucksform. Lebensstile enthalten ein charakteristisches, unverwechselbares Ensemble von unterschiedlichen Problemlagen, sozialstrukturellen Bedingungen und subjektiven Relevanzsetzungen. Lebensstile bilden sich über die Vergesellschaftung von funktional differenzierten und soziokulturell segmentierten Teillagen, wobei strukturell Raum für subjektive Relevanzsetzung und subjektzentrierte Gestaltungsoptionen gewährt wird. Sektoralisierte gesellschaftliche Bereiche, begrenzte Teilhabe an unterschiedlichen Bezugsgruppen und Beziehungskreisen, erweiterte Freiräume der Lebensgestaltung und der Interpretation von Strukturbedingungen stellen das Gesellschaftsmitglied unter erhöhten Selektionszwang, so daß vielfältige und disparate, um Problemlagen zentrierte Themen für soziale Integrationsprozesse relevant werden. Hier ist der Problemzusammenhang anzusiedeln, der zur Ausdifferenzierung unterschiedlicher Lebensstile nötig ist. Der Lebensstil wird durch Deutungsmuster und Geschmack umgesetzt zur Strukturierung der Sozial- und Objektwelt und bestimmt sich, da er subjektiv kaum operationalisiert ist, vor allem in der Abgrenzung, in der Differenz und Distanz zu anderen. Daher kommt es mehr auf das 'In-Beziehung-Setzen' an und in der Relationierung vor allem auf die Ausweisung der Differenz. (Michailow, S. 109f.) Das soziale, symbolische Material bietet dazu ein flexibel reagierender Markt, der intertextuelle Medien-Arrangements sowie szenenbezogene und thematisch handhabbare symbolische, alltagsästhetische Materialien anbietet, nahelegt oder auch aufzwingt. Die Vermarktung von Themen, Stilen und alltagsästhetischen Materialien ist dabei primär eine flexible Reaktion des Marktes als eine Vermarktung der Lebensstile.²⁰

20 Vgl. dazu Hans-Rolf Vetter (1991, S. 28), der die Bewegung der "Vermarktung" als Unterwerfung von Lebensstilen unter den Markt herausstellt.

Die Welt der konsumorientierten Industriegesellschaft hat mit der Alltagsästhetik eine flexible Vergesellschaftungsmöglichkeit, die alle Ereignisse, Sachverhalte und Beziehungen in eine zeichenhafte Dimension transponiert. Das Instrumentarium dazu setzt bei der bildhaften Repräsentation der Ereignisse, Sachverhalte und Beziehungen durch Bilder in der Form der Fotografie und des Films an, nutzt jedoch darüber hinaus die Möglichkeit jeder Symbolisierung, nämlich, eine eigene Sphäre der Bedeutung zu schaffen.

Schon Walter Benjamin (1934) zeigte, wie die Kunst des Feudalismus einen adäquaten Herrschaftsrahmen abgab, um den beherrschten Menschen die überhöhende Aura für ihre Unterdrückung zu liefern. Ein weiteres Beispiel für die eigene Sphäre der Symbolisierung, die nichts mehr mit der Abbildungsfunktion von Medien zu tun hat, ist die Heimatschnulze der fünfziger Jahre. Sie bot z.B. die Sicherheit einer reinen, einfachen und doch gepflegten Natur, die half, die Verwerfungen auf dem Weg in die Konsumgesellschaft beschönigend einzuordnen. Heute hat der schöne Schein der Werbung auch dem Banalsten wie dem Kloputz- oder Waschmittel die Aura des Schönen und Bedeutenden umgehängt und dabei selbstverständlich werden lassen, daß alles Alltägliche bildhaft und zeichenhaft zu verwenden ist. Die Ausbreitung der Medien forciert diese "Ästhetisierung der sozialen Welt" (Flaig, Meyer, Ueltzhöffer 1993, S. 11), indem sie scheinbar grenzenlos ästhetisches Material anbietet. Die Umwandlung der Massenkommunikation in einen unaufhörlich wachsenden Markt gewährleistet eine unerschöpfliche Verfügbarkeit. Die intertextuelle Verknüpfung der Medientexte durch Produzenten und Rezipienten unterstützt die Verbindung der Bilder, der Musik, also der symbolischen Materialien, mit den Ereignissen, Beziehungen und Sachen des Alltags. Auf diese Weise durchdringen sich Mediensymbolik und Alltag. Flaig, Meyer und Ueltzhöffer (1993, S. 12) nennen das die "Ästhetisierung der Wirklichkeit als Visualisierung der sozialen Erlebnis- und Erkenntnisformen". Es ist als Kreislauf zu denken, bei dem die Bilder der Medien, gerade auch die der Werbung, den Alltag der Menschen repräsentieren, den sie zuvor mit installiert haben. "Diese Tendenz zum inszenierten Bilderkreislauf ohne festen sozialen Boden verschafft den Bildern, um die es dabei geht, eine hochgradige soziale Eigenrealität." Die Dramaturgie der Medien, ihrer Bilder und symbolischen Darstellungsformen beginnt also, die soziale Wirklichkeit zu dominieren. Wesentlich ist hier nun der Trend zu flexiblen intertextuellen Symbolgebilden, die die Menschen auf der Basis von persönlichen Themen, biographischen Perspektiven und ihren sozialen Räumen zu komplexen alltagsästhetischen Einheiten mischen. Der Markt für Medien, Dienstleistungen- und Ausstattungen liefert das symbolische Material aus dem Alltag in den Alltag.

Die Selbstwahrnehmung der Menschen bleibt der entscheidende Anker. Es ist Ankerpunkt der Subjektivität der Menschen seit dem 18. Jahrhundert, als die individuelle Textkomposition zum Schöpfungsakt des Genies und dem Kern der

Subjektivität wurde. Das Genie trug dazu seine persönliche Innen- und Bilderwelt nach außen. Heute dominiert nicht die Bewegung von Innen nach Außen. Die Menschen leben vielmehr mit dem alltagsästhetischen Material der Szenen und Milieus in Szenen und Milieus. Die Dynamik liegt, so das zentrale Argument von Gerhard Schulze, im Erleben der Menschen. "Unter dem Eindruck des Imperativs 'Erlebe dein Leben!' entsteht eine sich perpetuierende Handlungsdynamik", die im "Rahmen eines rasant wachsenden Erlebnismarktes" "kollektive Erlebnismuster beeinflusst und soziale Milieus als Erlebnismilieus prägt" (Schulze 1992, S. 33). Hierbei haben alltagsästhetische Schemata Ordnungsfunktion; gleichzeitig entstehen sie in diesem Prozeß. Symbolische Angebote und ihre "Erlebnisreize", tradierte ästhetische Schemata, neue Medien und ihre Repräsentationsdramaturgie verdichten sich zu neuartigen Schemata, die in Form von Szenen und Milieus²¹ großflächige soziale Räume als Bezugsrahmen bilden. Diese großflächigen sozialen Bezugsräume entstehen als Szenen und Milieus im Prozeß der Bedeutungskonstitution der Menschen, indem die Menschen intertextuell ihr symbolisches Material arrangieren und in denen sie expressiv handeln. Diese Räume entstehen als Texte, sie integrieren Medien, Dienstleistungen und Güter als Symbolquellen und als ästhetisches Ausstattungsmaterial. Mit diesen textuellen und alltagsästhetischen Räumen konstituieren sich die Menschen ihre Alltagswelt als Erlebnis- und Handlungsszenario.

Individuelle Nutzungsmuster

Die Auflösung der einfachen Mensch-Medien-Beziehung hin zu intertextuellen Medien-Arrangements und alltagsästhetischen Szenen spiegelt sich auch in der Rezeption des Fernsehens. Bei der Einführung des Fernsehens 1952 war das Angebotsfernsehen eine Art von Bilderstrom in der Familienfreizeit. Die Menschen integrierten die bewegten Bilder in ihr neues, und das heißt, in ihr privates Leben. Freizeit nach der Arbeit war Familien- und Fernsehzeit. Fernsehen wurde auf diese Weise alltäglich, es wurde sinnvoll in die Alltagsroutine und in Handeln und Kommunikation eingebunden.

Etwa 1972 brachten dann die Autofahrerwellen eine wesentliche Veränderung des Rundfunks, weil sich die Rezeption beim Fahren in eine bis dahin unbekannte Situation einpaßte. Hörfunk wurde danach in vielfältige Nutzungsmuster eingebunden, was die individualisierende Miniatur-Hardware unterstützte. Vom tragbaren Radio zum billigen Videorecorder oder dem Walkmann waren nur kleine Entwicklungs- und Akzeptanzschritte. Dabei mauserten sich die Rezipienten zu 'Programmdirektoren', die sich ihr eigenes Programm mischen. In diesem Trend sank dann ab etwa 1980 auch der Fernsehkonsum, zwar nur um Minuten, jedoch nach-

21 Gerhard Schulze unterscheidet folgende Schemata (S. 125ff.): "Hochkulturschema", "Trivialschema", "Spannungsschema" und folgende Milieus: "Niveau"-, "Harmonie"-, "Integrations"-, "Selbstverwirklichung"- und "Unterhaltungsmilieu" (S. 277ff.).

weisbar. Das Schema 'nach der Arbeit und in der zunehmenden Freizeit wird geglotzt' begann nicht mehr zu stimmen. Der Nutzungs- und Nutzerblock löste sich auf. Das Gesamtprogramm des öffentlich rechtlichen Fernsehens wurde nun eher langweilig. Die "Langzeitstudie, Massenkommunikation III" von 1985 (Berg, Kiefer 1987) zeigte jedoch bald, daß wieder mehr ferngesehen wurde, jedoch nicht mehr im üblichen Schema. Das Abnehmerfernsehen der "Privaten" plus "Video" zerlegten das Schema; im Alltagsleben entstanden dann individualisierte Nutzungsformen.²²

Diese Entwicklung wird zur Zeit auch öffentlich diskutiert (z.B. Augsburger Allgemeine vom 7.5.1993, S. 9), ohne jedoch die innere Struktur der Einbindung der Fernsehrezeption in individuell relevante Zusammenhänge zu erklären:

"Die 'Glotze' wird zur Schlafpille. Studie: Fernsehen dient oft nur als Geräuschkulisse. Fernsehen ist in vielen Familien inzwischen nur noch Geräuschkulisse oder 'Bügelbackground'. Während das TV-Programm läuft, schalten immer mehr innerlich ab und gehen ihren persönlichen Neigungen nach. Das ist das Ergebnis einer Repräsentativerhebung des Hamburger BAT-Freizeit-Forschungsinstituts. ..."

Horst W. Opaschowski (1994) bringt die Veränderung der Fernschnutzungsmuster auf die Formel "vom Leit- zum Begleitmedium des Freizeitverhaltens".

Uwe Hasebrink und Friedrich Krotz haben individuelle Nutzungsmuster (Hasebrink, Krotz 1993) gefunden, die sich nach Häufigkeit und Dauer der Zuwendung zum Fernsehen, nach der sozialen Konstellation der Rezeption und nach genrespezifischer Rezeption (Hasebrink, Krotz 1992) unterscheiden. Es gibt demnach die individuelle genrespezifische Rezeption von Programmteilen nach individuellen Zeitmustern und in selbstgewählten Sozialformen. Die Basis für individuelle Rezeptionsmuster ist die Verschiebung des Verhältnisses der Zuschauer zur einzelnen Sendung, die nicht mehr im Vordergrund der Aufmerksamkeit steht. Die einzelne Sendung hat üblicherweise keinen spezifischen Ereignischarakter mehr, sondern ist nur noch Teil eines Erlebnisflusses bzw. eines "Fernsehflusses", "innerhalb dessen dann einzelne Sendungen angesteuert werden" (Krotz 1994, S. 505). Aus diesem Fluß holen sich die Rezipienten spezifische Elemente, gerade auch solche, die genrespezifisch zusammenpassen und die in ihr Zeitraster oder ihre soziale Konstellation passen. "Im Durchschnitt verbringen die Fernschnutzer vor dem Bildschirm mehr Zeit damit, Sendungsstücke anzusehen als ganze Sendungen. Demnach ist Fernsehrezeption nicht nur dem Sinn nach konstruktiv, daß jeder dabei verstehen kann (und muß), was er will, weil die individuelle Interpretation die Rezeption bestimmt, sondern auch in dem Sinn, daß sich der Fernsehzuschauer sein Programm selbst zusammenstellt. Von einem Einlassen auf die Sinnangebote, wie sie vom Kommunikator konzipiert sind, also von einer Werkrezeption im klassischen Sinne, kann nur sekundär die Rede sein: Fernschnutzer konsumieren

22 Überblick über die Entwicklung geben Klaus Berg und Marie-Luise Kiefer (1992) Wolfgang Neumann-Bechstein (1991), Bernward Frank (1991).

überwiegend Ausschnitte aus dem immerwährenden Fernsehfluß" (Krotz 1994, S. 509).

Wie sieht das konkret aus? Insbesondere spezielle Genres wie Nachrichten öffnen die Rezeption für unterschiedliche Stile, die noch mit traditionellen schichtspezifischen Vorlieben und Ausrichtungen einhergehen können. Norwegischen Männer, so eine Studie von Inguun Hagen (1994), ist klar, daß sie mit höherem Bildungsabschluß auch die Zeitung den Fernsehnachrichten vorzuziehen haben. Vermutlich macht die gute, alte Zeitung bei Freunden und Fremden mehr her, obwohl auch sie sich ihre Informationen vom Bildschirm holen. Es geht letztlich nicht um die bessere oder schnellere Information, sondern die sozialen Erwartungshaltungen leiten die Bewertung von Medien und medialen Vorlieben. Die eingefahrenen Rezeptionsmuster können auch ganz anders aussehen. Sich mittels Fernsehnachrichten über das Zeitgeschehen zu informieren, scheint so etwas wie eine internalisierte Pflicht zu sein. Zuschauer mit höherem Bildungsabschluß müssen dabei mit dem Widerspruch umgehen, daß für sie Fernsehen generell weniger respektabel ist als die Zeitung und sie zudem weniger Zeit fürs Fernsehen zur Verfügung haben. Wenn es allein ums Fernsehen geht, dann geben sich die befragten Männer, unabhängig davon, welche Schule sie durchlaufen haben, sachlich und informationsfreundlich. Fernsehnachrichten stehen für sie ganz oben. Das hat nicht nur mit dem eigenen Image, sondern mit dem kommunikativen Nutzen der Fernsehnachrichten zu tun. Für Arbeiter ist dabei der internationale Teil der Nachrichten unwesentlich, da die Nachrichten Kommunikationsfunktion am Arbeitsplatz oder in Kneipen haben (S. 417). Männern mit hohem Bildungsabschluß zeigen dagegen ihre Weltläufigkeit mit dem größeren internationalen Bezug der Zeitung.

Diese Art von Stil hat Pierre Bourdieu (1989) in seiner sozialen Funktion, soziale Unterschiede zu markieren, beschrieben. Es ist auch klar, daß die Rezeption als symbolisches und soziales Handeln strukturierend in offene soziale Figurationeingeht. Die Auflösung der distinkten Mensch-Medien-Beziehung durch 'Multimedia' öffnet ein weiteres Feld für stilistische Ausprägungen. Mit den multimedialen Arrangements verschiebt sich die Beziehung von zentraler Medienproduktion und dezentraler Medienkonsumption auf vielfältige Weisen, bei denen Stile regulierend wirken. Paul du Gay und Keth Negus (1994) haben hierzu die Veränderung des Musikplatten- und Kassettenmarktes untersucht, insbesondere die Verdrängung des spezialisierten Fachhändlers mit spezieller Kundschaft durch Ketten und Megastores wie Virgin. Die Megastores bauen eine nach Musikgenres gegliederte Kauflandschaft auf. Musik wird mit einer räumlichen Gleiderung nach Genres ins Entertainment integriert:

"A commercial-cultural geography is inscribed into the shop environment, visible in the way in which generic entertainment products are located throughout the store. The store provides the consumer with various guides, often a map of the shop, indicating the structure of the store and the various routes through it. Signs point the various sections - pathways to the pleasures of consumption. The store layout - the space and the routes through it - may give the impression of being just 'thrown together' but careful and

continuous planning and surveillance is conducted to establish the store's various genres." (S. 406)

Das Organisationsmodell des Informationstransportes vom Sender zum Empfänger ist hier irrelevant; ein Konsum- und Handlungsmodell schiebt sich in den Vordergrund, bei dem sich die Menschen mittels Musikrichtungen (Vivaldi oder Ice Cube) aufeinander zu oder voneinander weg bewegen.

Aus der Sicht der Fernsehprogrammanbieter entspricht der individuellen genrespezifischen Rezeption von Programmteilen nach individuellen Zeitmustern und in selbstgewählten Sozialformen, die in Entertainment- und Kaufaktivitäten integriert sind, die riskante Suche nach dem Fernsehpublikum vor dem Bildschirm (vgl. Ang 1991). Individualisierte Mediennutzung führt dazu, daß das Gesamtpublikum sich auflöst und nur individuell, also entsprechend ihrer Nutzungsmuster, Stile und Präferenzen, zu adressieren ist. Das individualisierte Publikum ist für die Programmanbieter schwer zu finden und anzusprechen, obwohl die werbefinanzierten Sender dies ständig erfolgreich tun müssen - oder vom Markt verschwinden. Die Sinus-Studie von 1994 zur "Strukturanalyse der Zuschauer von Pro 7" hat vier Nutzertypen gefunden: "Entspannungssucher", "Mediensurfer", "Gefühlsbetonte" und "Actionfans". Diese Nutzertypen haben aufgrund ihrer "Werteorientierung" und ihrer "sozialen Lage"²³ unterschiedliche Programm- und Nutzungsvorlieben, die die Rezeption mit dem alltäglichem Handeln über spezifische Stile verbinden.

"Die Entspannungssucher:

- Beruflich stark beanspruchte Männer und Frauen
- Bedürfnis, immer gut informiert zu sein, Bescheid zu wissen, mitreden zu können
- Nutzung von TV sowohl zur Information als auch - vor allem (!) - zur Entspannung als 'Streßlöser'
- Auseinanderklaffen zwischen Anspruch und Verhalten: Entspannung auch durch 'leichte Kost' (Konflikthaft!)
- Klare Sendungspräferenzen: Kinofilme / Spielfilme eines mittleren Anspruchsniveaus
- Darauf bedacht, sich immer gut zu präsentieren, hohe Kritikfähigkeit
- Sowohl aktive, erlebnisorientierte Freizeit als Erholung und Streßlösung." (S. 13)

"Die Mediensurfer:

- Junge Leute, mit TV groß geworden,
- Souveräner Umgang mit einer Vielzahl von Medien
- Unregelmäßige, aber häufige Nutzung des Fernsehens
- Nutzung einer breiten Palette an Sendungen, 'alles was Spaß macht', vor allem Spielfilme, Serien
- Keine Sendertreue, freies und souveränes 'Flottieren' durch die Kanäle
- Wache und kritikfähige Grundhaltung, aber nicht 'verkopft' und rigide
- Vielseitige Freizeitinteressen, großer Freundeskreis." (S. 30)

23 Soziale Lage: Unterschicht, Untere Mittelschicht, Mittlere Mittelschicht, Obere Mittelschicht, Oberschicht; Werteorientierung: Traditionelle Grundorientierung 'Bewahren', Materielle Grundorientierung 'Haben', Wertewandel mit den drei Unterkategorien: Hedonismus 'Genießen', Postmaterialismus 'Sein', Postmodernismus 'Haben, Sein und Genießen' (Sinus 1994, S. 9).

"Die Gefühlsbetonten:

- Hausfrauen und Mütter, deren Lebensmittelpunkt die Familie ist
- An Medien gerichtetes Bedürfnis nach Emotionalität, Gemeinschaft, Teilnahme an der Welt
- Fernsehen ist unentbehrlicher Bestandteil des Alltagslebens
- Regelmäßige und häufige Nutzung des Fernsehens (lediglich zur Unterhaltung)
- Interessen an Familienserien, 'weichen' Filmen und Shows (Identifikation und Emotion)
- Meist häusliche Nutzung der Freizeit, Bedürfnis nach 'Alltagsflucht'." (S. 47)

"Die Actionfans:

- Männliche Handwerker und Arbeiter
- Regelmäßige, 'ritualisierte' Nutzung von Medien im Alltag
- Wunsch nach packender Information und Unterhaltung, abwechslungsreich und spannend ('starke Reize')
- Interesse für Actionfilme, Sport und Informationsendungen
- 'Starker-Mann'-Syndrom, Ablehnung von Passivität und 'Gefühlsduselei'
- Wunsch nach Freiheit und Ungebundenheit in der Freizeit." (S. 64)

5.2.4 Die hermeneutische Chance einer Show

Vergesellschaftung in der konsumorientierten Industriegesellschaft focussiert sich im individuellen Handeln und im Alltagsleben der Menschen. Das Überindividuelle und Gemeinsame unserer Gesellschaft entsteht im gesellschaftlichen Brennpunkt des individuellen Handelns. Den integrativen Bezugsrahmen für individuelles Handeln liefern Stile und Vorlieben, Massenkommunikation und Konsum, Szenen und die selbstgewählte Gruppe der Gleichen. Auch die gängigen und unauffälligen Fernsehgenres fungieren als Integrations- und als Differenzierungsangebote. Die Menschen müssen jedoch von sich aus die Bereitschaft und die Fähigkeit einbringen, sich verstehend und auch empathisch auf die anderen Menschen, ihre individuellen Eigenarten und Sinnperspektiven, ihre Stile und ihre jeweiligen kleinen Lebenswelten einzulassen. Ohne diese kommunikative, verstehende Fähigkeit und ohne die entsprechenden Handlungen der Menschen prallen die individuellen Lebenswelten und die egozentrischen Perspektiven der Menschen destruktiv aufeinander. Der überindividuelle Bezugsrahmen, der sich gerade auch aus den Medien speist, begünstigt nun das gegenseitige Verstehen oder spielt Stile und Themen sozialer Milieus gegeneinander aus, insbesondere, indem die Menschen ihren Stil, ihre Themen oder die Vorlieben ihres Milieus egozentrisch verabsolutieren.

In den letzten Jahren wurde die Hoffnung auf die Bindungs- und Integrationskraft allgemeiner und verbindlicher Werte lautstark herausgestellt und die Verbindlichkeit eines Wertekanons eingefordert. Die Forderung nach Werten ist auch mit dem Anspruch verbunden, die Welt vormundschaftlich für andere zu organisieren. Unabhängig von einer grundsätzlichen Kritik dieser Art der Bevormundung bleibt die Forderung nach allgemeinen Werten in der konsumorientierten Industriegesellschaft doch nur verbale Demonstration. Die konsumorientierte Industriegesellschaft hat ihre Ökonomie mit der zunehmenden Individualisierung voll verquickt und damit auch die gesellschaftliche Fragmentierung in alle Lebensbereiche, und nicht nur die des Kaufens und Verbrauchens, gedrückt. Individuali-

sierung läßt sich nicht begrenzen, ohne den Konsum auszuhebeln und damit die Gemeinsamkeit der allgemein akzeptierten ökonomischen Basis zu verlassen.

Moral ist in der Alltagswelt der individuellen Selbstverwirklichung, in der Welt der Stile und der Vielzahl von Milieus auch eine individuelle Angelegenheit. Nur mit einem hermeneutischen Imperativ, also mit der Einstellung, sich verstehend auf die Sinnperspektive der anderen einzulassen, gelingt es, dem Moral-Puzzle der Stile und Milieus zu einem gemeinsamen und humanen Bezugsrahmen zu verhelfen. Dies läßt sich besonders durch Förderung der kommunikativen und empathischen Fähigkeiten erreichen. Es geht deshalb darum, die anderen Menschen, in ihrer Art zu leben, also in ihren Stilen und mit ihren Themen, ernst zu nehmen. Diese hermeneutische Aufgabe ist in einer auf Individualität gründenden Gesellschaft auch die zentrale moralische Aufgabe. Sie entbehrt freilich der großen Geste, mit der üblicherweise Moral vorgetragen wird, insbesondere, wenn Moral sich auf verbindliche, allgemeine und sogar abendländische Werten beruft. Die anderen Menschen in ihrer Eigenart zu verstehen, dieser hermeneutische Imperativ, erscheint heute in alltäglicher und damit auch in tendenziell banaler Form. Weil die Menschen in der "Risikogesellschaft" (Beck 1986) ihre eigene Lebenswelt selber bauen und gestalten können und müssen, wird diese auch zur banalen, kleinen und egozentrischen Alltagswelt, in der eben nicht die großen Themen und nicht die großartige Sprache dominieren. Statt dessen drehen sich die vielen Alltagswelten um die Alltagsthemen der Menschen, und das mit der trivalen Sprache der Medien, die ja über den Regulationsmechanismus der Einschaltquoten und Verkaufserfolge genau diese Themen in der bekannten trivalen Erscheinungsform bringen.

Weil die Menschen ihre Lebenswelten nicht selbstverständlich in der vertrauten Linie von Traditionen oder auf der Basis akzeptierter Vorgaben bauen können, weil zudem ein spannungsfreies und unterstützendes Umfeld fehlt, wird das individuelle Leben, trotz aller Banalität und Egozentrik, jedoch zur reflexiven Aufgabe. Es gibt zu viele Brüche und Widerstände, als daß sich die Menschen reflexions- und kommunikationslos in ihrer jeweiligen Welt einrichten könnten. Ulrich Beck hat diese kommunikative Brüchigkeit unseres Lebens mit dem Terminus der "reflexiven Moderne" benannt. Die individuell zu tragenden Risiken lassen sich also auch kommunikativ wenden und als kommunikative, hermeneutische Aufgabe akzeptieren. Sie ist vorrangig eine Angelegenheit der Medienindustrie, die sozusagen das kommunikative Material bereitstellt und damit die hermeneutische Chance versperrt oder unterstützt. Sie ist ebenso eine Angelegenheit des Bildungswesens, das diese zentrale Kommunikationsaufgabe jedoch eher mit Klagen über zappelnde, konsumierende, aggressive, egozentrische Kinder zudeckt, als die Bildungsfrage grundsätzlich neu zu bedenken.

Die banale bis ärgerliche Miniplayback Show und das sie imitierende Pausenspiel einer vierten Grundschulklasse zeigen, wie sich die moralische Aufgabe des Verstehens heute stellt und wie faszinierend Kinder diese Aufgabe lösen. (Von dem was die Kinder tun, fasziniert zu sein, ist dabei der erste hermeneutische Schritt.)

In einer vierten Klasse waren die Kinder nicht zu bewegen, für ihr Sommerfest etwas anders, etwas Kreativeres vorzubereiten als die Miniplayback Show. Eigentlich gab es nichts vorzubereiten, denn die Miniplayback Show war bei ihnen 'in'; sie spielten bzw. sangen und tanzten sie immer wieder nach dem Vorbild der RTL-Sendung. Dazu brauchten sie nur eine kleine Treppe und einen möglichst lauten Radiorecorder, mit dem sie den Song ihrer Lieblingsgruppe oder ihres Musikstars spielten, um sich vor ihren Mitschülerinnen und Mitschülern wie ihre Lieblingsband oder ihr favorisierter Star zu präsentieren.

Es war klar, wie sie dies zu tun haben, Schrittfolge und Art der Präsentation ist nicht beliebig, sondern folgt den jeweiligen Vorlagen im Stil der Kleider und der Choreographie. Die Präsentation der unterschiedlichen Stile und Musikrichtungen muß nicht ausgehandelt werden, es gibt kein Montag-Morgen-Chaos, denn sie beziehen sich gemeinsam auf die RTL-Serie Miniplayback Show, die wiederum die traditionellen Show-Muster integriert, z.B. die Treppe, die als Präsentationsmöglichkeit nicht fehlen darf; die Figur des Moderators oder der Moderatorin, die nie auf Widerspruch, sondern nur auf wortlose Anpassung der Mitspieler angelegt ist. Die Kinder brachten jedoch eine wesentlichen Änderung, sie tanzten nur nach aktueller Musik, nicht wie in der Serie nach Oldies. Innerhalb des Serienrahmens präsentierte jede bzw. jeder allein oder in Minigruppierung von maximal drei Personen ihre relevante Musikgruppe, ihren Star oder ihren Musiktitel. Alles geschah nahezu wortlos, also ohne lautstarkes Aushandeln, weil eine bekannte und beliebte Fernsehserie und die aktuellen Musik-Charts die Verständigungsbasis liefern. Dabei ergibt sich ein individualisiertes und gemeinsames Handlungsgebilde auf der Basis komplexer Bild- und Tonmischungen, die nicht verbalisiert werden müssen.

Die Kinder brachten ihre individuellen Musikgruppen, die ganz unterschiedlichen Musikgenres angehören:²⁴

"Guns'n Roses", Titel: "Don't damn me": "Guns'n Roses" spielen Hard Rock mit dem Image von 'sex, drugs and rock'n' roll'. Auf einem der T-Shirts der Jungen ist Axel Rose, der Chef der Gruppe, abgebildet. Die Jungen tragen Stirnbänder wie "Guns'n Roses" oder die Figur des Einzelkämpfers Rambo. Die Jungen imitieren keine Videovorlage; den Titel, den sie vorführen, gibt es nur als CD. Sie hatten sich im Vorfeld der Präsentation als Gruppe also auf einen Typ von Choreographie geeinigt.

Nicki, Titel: "I bin a bayrisches Cowgirl": Nicki präsentiert einen völlig anderen Stil als den von Guns'n Roses; sie steht für eine Mischung aus Country, Pop und Folklore. Nicki verließ mit 16 Jahren ihre kaufmännische Lehre und wurde zur erfolgreichen Nachwuchssängerin dieser Musikrichtung. Sie tritt als das freundliche, erfolgreiche, angepaßte Mädchen aus der netten Nachbarschaftsfamilie auf. Das Mädchen singt bei ihrer Vorführung den deutschen Liedtext lippensynchron mit. Sie präsentierte sich ebenfalls bieder, brav und gut erzogen.

24 Recherchen von Sybille Liebsch, Walburga Decker, Harald Raffer. Seminararbeit Universität Klagenfurt.

"*Boyz II Men*", Titel: "All 4 Love": Die Gruppe "Boyz II Men" besteht aus vier jungen Farbigen, die eine eher 'softe' Form des Rap bringen. Zwei Mädchen tanzen zu diesem Lied, das es auch als Videoclip gibt. Sie tragen schwarze Hosen, T-Shirt mit bunten Hemden darüber, Basketballkappen und schwarze Schuhe. Sie müssen ihre Vorführung gut geübt haben, denn sie tanzen synchron, wobei eine der beiden die Führungsfunktion hat. Im Gegensatz zu den bisherigen Vorführungen benutzen die beiden Mädchen kein Mikrofon. Das paßt zum Stil des Rap, der aus der direkten Ansprache an ein Publikum auf der Straße entstanden ist.

"*Die Prinzen*", Titel: "Ich wär so gerne Millionär": "Die Prinzen" waren eine Band der DDR, die nach dem Fall der Mauer in den Westen wechselte. Die fünf Bandmitglieder tragen Jeans, Jeansjacke und auffallende T-Shirts. Sie lieben lockere Sprüche bei Interviews und nach ihren Auftritten. Der Titel, den ein Mädchen auf dem Schulhof vorträgt, gibt es auf CD und als Video. Das Mädchen folgt dem Stil der Gruppe, tanzt jedoch alleine. Sie hat sich also im Vorfeld nicht mit anderen Kindern auf eine Lieblingsgruppe und auf eine gemeinsame Choreographie geeinigt. Gleichwohl kommt sie bei den zuschauenden Kindern gut an.

Michael Jackson, Titel: "Why you wanna trip me": Michael Jackson ist Mega-Star, der nicht leicht zu imitieren ist, da er mit hoher tänzerischer Kunstfertigkeit (typisch ist der "Moonwalk") seinen Stil hat. Das Mädchen hat sich wie Jackson angezogen und imitiert Jacksons Tanzstil detailgenau. Der vorgeführte Titel stammt aus "Dangerous" und ist nicht als Video verfügbar. Deshalb muß sie sich Jacksons Tanzstil selber erschlossen und auch lange trainiert haben. Die zuschauenden Kinder sind begeistert.

So banal die Imitation der Imitations-Show von RTL auf den ersten Blick erscheinen mag, es handelt sich um eine differenzierte soziale Leistung der Kinder. Sie schaffen es, individuelle und sehr unterschiedliche Stile und Vorlieben kooperativ in einen gemeinsamen Bezugsrahmen einzuordnen und so Gemeinsamkeit und Individualität zu verbinden. Dazu ist viel an sprachlicher Kommunikation und Abstimmung notwendig, um den eigenen Musik- und Lebensstil akzeptierend aufeinander zu beziehen. Das fällt sicher nicht leicht, weil die Stile sehr unterschiedlich, ja sogar widersprüchlich sind. Diese soziale Integrationsleistung setzt einen gemeinsamen Bezugsrahmen voraus, den das Fernsehen mit einem aktuellen und besonders beliebten Programm anbietet. 1993 nahm die Miniplayback Show die Rangplätze 1 bis 5 in der Beliebtheitsskala für Kinder bei RTL ein, also bei einem Sender, der in diesem Jahr der von Kinder bevorzugte Sender war. (Im 2. Halbjahr 1993 hatte RTL einen Marktanteil bei Kindern von 24,4%, der im 1. Halbjahr 1994 dann zugunsten von RTL2 um 2,7% sank). Die Sendung vom 12.12.93 wurde z.B. von 1,33 Millionen Kindern gesehen, was einem Anteil von ca. 64% aller deutschen Kinder im Alter von 6 bis 13 Jahren entspricht.

Es ist verblüffend, wie Fernsehshow und soziale Aktivitäten der Kinder korrelieren und sich gegenseitig bedingen. Einfache Fixierungen sind jedoch nicht zu erwarten. Bemerkenswert ist zudem, wie sie den Ereignischarakter der Show aufgreifen und in ihr Schulleben integrieren, dabei aktuelle Musiktitel als individuellen Ausdruck für Stil und vermutlich auch für Themen benutzen.

Was kann für diese Kinder Qualitätsfernsehen sein?

Muß die Show jedoch so billig angelegt sein, z.B. mit einer Moderatorin, die nicht weiß, wie verletzend ihre Satire auf Kinder wirken kann? Ist den Redakteuren der Serie nichts anderes zum Drehbuch eingefallen als ihre voyeuristischen Phantasien und exhibitionistischen Gelüste? Zuschauer, gerade Kinder, haben Anspruch auf qualitativ hochwertige Sendungen, weil sie auch damit ihre sozialen Räume gestalten. Der Billigkram vom Typ Miniplayback Show öffnet sich für Verstehensleistungen der Rezipienten, ohne daß sich die Redakteure oder Produzenten darüber Gedanken gemacht hätten. Die alte Hochkulturdefinition für Qualitätsmedien taugt für eine Lebenswelt der Szenen jedoch auch nicht.

Zur Definition von Qualitätsfernsehen für Kinder sind vielmehr zwei grundlegend verschiedene, ja widersprüchliche Argumentationsstränge notwendig, einmal in der Tradition von Bildung und Kunst, zum anderen in Sinne eines neuen Typs von Reflexivität, der Verstehen und Gestalten fördert.

Kinderfernsehen in der Tradition von Bildung und Kunst: In Kinderfernsehsendungen schlägt sich, wie in allen anderen Medien auch, die Welt- und Lebensdeutung der Erwachsenengeneration nieder, insbesondere auch, welche Vorstellungen die Erwachsenen von einem sinnvollen und gelingenden Leben haben und was davon für die Generation der Kinder bedeutsam ist. In diesem Argumentationszusammenhang sind folgende Forderungen zu berücksichtigen:

Der Planungs- und Produktionsprozeß von Qualitätsfernsehsendungen für Kinder soll reflektiert und explizit verantwortet ablaufen. Themen und Dramaturgie sind jeweils unter dem Aspekt der an die Kinder weitergegebenen Lebens- und Weltdeutungen zu überprüfen. Dabei dürfen jedoch die spezifischen Gestaltungsmöglichkeiten des Fernsehens, wie Phantasie, Kreativität, Assoziativität, intensive Bilder, das Udenkbare darstellen, Spaß und auch Banalität nicht wegfallen.

Qualitätssendungen für Kinder sollen auch ein utopisches Moment gelingenden Kinderlebens und gelingenden Lebens vorstellen. Vorbild sind dafür Astrid Lindgrens Geschichten und Figuren wie Pippi Langstrumpf, Lotta, die Kinder aus Bullerbü, die Brüder Löwenherz. Qualitätsfernsehen sollte Freiheit, Autonomie, Geborgenheit, Verstehen, Bewunderung, Aufregung und Abenteuer, Ruhe und Gelassenheit zeigen.

Zu den Hoffnungen auf ein gelingendes Leben gehören auch die Ängste zu scheitern, Bedrückung, Größenwahn oder die Angst, Geborgenheit zu verlieren. Intensive und überzogene Darstellungen sind in diesem thematischen Kontext nicht grundsätzlich auszuschließen, vielmehr unter dem Aspekt der Angemessenheit und altersgemäßen Darstellung zu prüfen.

Kindersendungen haben die Aufgabe zu kompensieren, was in der aktuellen Welt für Kinder verloren gegangen ist oder verloren geht, z.B. die Form der schönen, innigen, ruhig erzählten Geschichte, Bücherlesen, Spielen, ohne zu consu-

mieren, Erleben ohne Medien. Dazu gehört auch, den Kindern Hoffnung zu vermitteln und nicht nur die dunklen und schrecklichen Seiten des Lebens zu zeigen.

Fernsehen für Kinder soll empathisch sein für die Themen, die Handlungs- und die Erlebnisweisen, zudem offen für die Ausdrucksformen von Kindern. Deshalb können banale und groteske Darstellungen kindgemäß sein.

Aufgabe von Fernsehsendungen ist zu helfen, die psychische Innenwelt und die äußere, soziale Lebenswelt der Kinder zu ordnen, zu klären, zu deuten. Beispielhaft ist hier das Märchen, das Kinder unterstützt, die eigenen widerstrebenden Gefühle und Wünsche zu ordnen und symbolisch handhabbar zu machen. Die gleiche Funktion sollen Fernsehsendungen für Kinder übernehmen, um die fremde, attraktive, aufregende, langweilige, auch, um die beängstigende Welt außerhalb der eigenen Erfahrungen aufzuschließen. Dazu gehört selbstverständlich auch, die attraktive Welt der Medien und des Konsums, zu der Kinder selber wenig Distanz haben, zu zeigen. Dabei sollte man die lustvolle Perspektive der Kinder gegenüber Medien und Konsum nicht diffamieren.

Fernsehen als Teil von Medien-Arrangements, Lifestyle-Szenen und als Quelle von Alltagsästhetik: Medien treten als Einzelmedien in ihrer Bedeutsamkeit für Kinder immer mehr zurück. Statt dessen komponieren sich die Kinder aus den verschiedensten Medienangeboten ihre eigenen und für sie bzw. ihre selbstgewählte Gruppe der Gleichen relevanten individuellen Texte und Medien-Arrangements. Bei Jugendlichen zeigt sich schon der nächste Entwicklungsschritt, daß Medien mehr oder weniger nur die Quelle alltagsästhetischen Materiales sind, um Szenen wie z.B. "Techno" zu bilden. Kinder entwickeln Erlebnisweisen, die es ihnen ermöglichen, z.B. kompetent mit der Dramaturgie der Videoclips oder den Rezeptionsformen des Zapping umzugehen. Maßstab für Qualität kann nun nicht mehr die traditionelle Form der Erzählung sein.

Qualität bemißt sich statt dessen daran, ob und wie Fernsehen die Möglichkeit unterstützt, eigene Themen auszudrücken, soziale Situationen zu schaffen und sich in den vielen, unübersichtlichen, sich schnell ändernden Situationen des Alltagslebens zu orientieren. Ein weiteres Kriterium ist, daß das Fernsehangebot Kinder als sozial handelnde Menschen in ihrem Lebenslauf und nicht nur als Konsumenten bzw. Produzenten von Einschaltquoten anspricht. Entscheidend ist, die Fernsectexte so anzulegen, daß Kinder als verstehende und einfühlsame Menschen adressiert werden, die soziales Handeln entwickeln und erproben. Für eine komplexere demokratische Gesellschaft ist entscheidend, daß sich die Menschen in die Sinnperspektiven anderer Menschen verstehend begeben können. Dazu sollte Fernsehen, auch mit neuen Dramaturgien, Formaten und Arrangements, die handelnden Menschen als fühlende Menschen und nicht nur als Objekte zeigen. Die Dramaturgie muß deshalb prinzipiell Empathie für die Akteure ermöglichen, um so deren Sinnperspektive als Akteure zu erschließen.

5.3 Emotionen und Inszenierungen: von der inneren zur äußeren Bühne

5.3.1 Rationalität und Fiktionalität

Die historische Entwicklung verläuft vom Lesekränzchen des 18. Jahrhunderts - hier versammelten sich Menschen in freier Vereinbarung um ihre Lesestoffe - zur Streetball-Szene, in der sich Menschen treffen, um Spaß und Action zu haben, wozu sie ihre Spielregeln aushandeln. Kränzchen und Szene basieren auf einer Subjektivität der abgegrenzten Individuen, die ihr Leben und ihre Lebenswelt gestalten. Bei aller Gemeinsamkeit beider, zwei Jahrhunderte auseinanderliegender kulturhistorischer Stadien geht es doch auch um die Neudefinition von Modellen der Subjektivität. Im 18. Jahrhundert stand dabei der Roman als fiktionale Erzählung im Vordergrund. So war Goethes "Werther"²⁵ als herausragendes Ereignis des "Sturm und Drang" in der zweiten Hälfte des 18. Jahrhunderts sozusagen der Modellfall eines neuen Typs von Subjektivität. In heftiger Kontroverse zum geistlich erbaulich und autoritär vorgebrachten Lesestoff wurde eine "weltlich fiktionale Literatur" (Jäger 1974, S. 393) vom Typ des Briefromans des "Werther" geschrieben und gelesen. Mit der fiktionalen Literatur der Romane entstand eine intrapsychische, auf Innerlichkeit, auf eigenen Phantasien und Gefühlen basierende Individualität. Die Kontroverse um die Subjektivität und Eigenständigkeit der Menschen erschien als Kontroverse um Lesestoffe.²⁶ So war das belehrende, auf Moral, Besinnlichkeit und Kenntnis gerichtete Buch akzeptiert, die Trivalliteratur mit überschäumenden Phantasiestoffen wurde dagegen als schlecht und schädlich für die Menschen abgelehnt. "Spätmittelalterliche Ablehnung von sündhaften Ritterromanen und von schlüpfrigen Histörchen, Horror vor den schwarzen, geilen Teufelchen auf dem Büchermarkt, und aufklärerisch-utilitaristische Ideologie von der Zerstörung des nationalen Gewerbefleißes durch müßiggängerische Lektüren verbanden sich mit dem Meinungs-Monopol, das sich auf populärer Ebene hundertfach manifestierte und dem unmündigen Volk die Idee von 'schlechtem Buch' einhämmerte" (Schenda 1970, S. 97). Das Volk unmündig zu halten, war der entscheidende Grund, um fiktionale Literatur zu bekämpfen. Fiktionale Literatur förderte Mündigkeit, indem sie die innere Phantasiewelt der Menschen beflügelte. Subjektivität der Industriegesellschaft und ihre technologische Rationalität waren also auf Fiktionalität, Phantasie und Selbsterfahrung aufgebaut.

25 Erstfassung des "Werther" in der Phase des "Sturm und Drang" 1774 und die Zweitfassung in der "Klassik" 1787. An Goethes Gedicht "Prometheus", auch von 1774, ist das Individualitätskonzept erkennbar (vgl. Teil 3). Formen und Gestalten ist die prägende Tätigkeit, die gerade auch widerständig und provokativ ist, die zugleich vom Scheitern und der Entfremdung bedroht ist.

26 Vgl. die Sammlung typischer Argumente zur Schädlichkeit und Verführungskraft von Romanen, populären Heftchen usw. bei Rudolf Schenda (197, S. 91 ff., S. 98 ff.) und den Überblick über Zensurbestimmungen (S. 107 ff.).

Die Individualisierungsdynamik der vergangenen zweihundert Jahre hat mittlerweile die konsumentenorientierte Massenkommunikation hervorgebracht, die aktuell dabei ist, abgegrenzte Medien wie Buch oder Fernsehen in ihrer Funktion für Subjektivität abzulösen. Medien beginnen Teil von Alltagsästhetik zu sein, die das symbolische Material für flexible Figurationen von Situationen und Lebensläufen bereitstellt, die z.B. zu fließenden Sozialformen wie Szenen führen. Der Auflösung von Buch, Lesestoff und Text zur Alltagsästhetik entspricht auch die Auflösung der umrissenen Sozialform des Lesekränzchens in die offene Form der Szene, der sich die Menschen in unterschiedlicher Nähe oder Distanz als individuelles Gestaltungsfeld bedienen.

Alltagsästhetik und ihre Sozialformen brauchen zudem die grundlegende Trennung zwischen Textproduzent und Textrezipient nicht mehr. Der Unterschied zwischen dem sich in seinem Text ausdrückenden und im Textgestaltungsprozess verwirklichenden Poeten und seinem ihn mimetisch rezipierenden Publikum verwischt sich. Das Publikum mischt sich aus den vielfältigen Medienangeboten die eigenen Texte, die sie szenisch für die eigenen Themen nutzen. An dieser Stelle mischen sich Rationalität und Fiktionalität neu. So verbindet sich technische Rationalität mit expressiver Emotionalität ebenso, wie Standardisierung mit individueller Autonomie. Im sichtbaren Mittelpunkt steht dabei die Verbindung von Bildschirm und Computer. Es überlagern sich dabei mythische Textformen, expressive, egozentrische Inszenierungen mit der Logik des Computers. Auf der Oberfläche des Erlebens der Menschen und der kulturellen Entwicklung dominiert der fiktionale Text mit einer komplexen Anbindung an Lebensthemen; als Tiefenstruktur, insbesondere über die Anbindung an den Computer, fließt dabei Rationalität über die elaborierte, digitale Gestaltung und über die Verfügungsmacht des Computers, z.B. die realitätsnahe Repräsentation, in die Fiktionalität ein.

Beispiele zum sich wandelnden Verhältnis von Fiktionalität und Rationalität

Die konsumorientierten Inszenierungen, Text- und Darstellungsformen ohne Rezeptionswiderstände, die Verbindung des Computers mit fiktionalen Geschichten und Darstellungen, der gezielte Datentransport und die Verfügbarkeit von Daten mittels Computer prägen eine Verbindung von Rationalität und Fiktionalität, die im Moment auch Gegenstand der öffentlichen Erörterung ist.

Inszenierung

Pepsch Gottschebers Szene einer Schlacht- und Orgien-Revue "Freund Heins Erscheinen in zeitgenössischer Manier" im Feuilleton der Süddeutschen Zeitung vom 17.1.1995 erläutert inszenierte Fiktionalität. Im Scheinwerferlicht einer Bühne hängen geschlachtete Schweine, aus ihren Bäuchen quellen Gedärme über die Bühne. Im Hintergrund stehen aufgereiht Scharfrichter mit den spitzen Hauben der Inquisition. Die Figuren zweier Sexszenen warten auf Regieanweisungen. Eine Frauenlei-

che liegt in einer Blutlache am Bühnenrand. Der Hauptakteur, nackt bis auf eine Art Minislip und Gladiatorenhelm, mit einem überdimensionierten Schwert schaut auf den Regisseur, der die Revue unterbrochen hat. In Arbeitshaltung notiert die Regieassistentin den Ablauf ins Regiebuch. In der Proszeniumsloge am oberen Rand des Bildes verfolgt der Tod in der barocken Maske des Totengerippes die Probe.

Die Interpretation liegt nahe. Die alten Lebensthemen, gerade in ihren archaischen Darstellungsformen, werden zur Show banalisiert und zur Aufregung hochgemotzt. Es ist ein Vorgang der gezielten und geplanten Show-Produktion, in der der Regisseur die gängigen Horror- und Show-Elemente mit historischen Erfahrungen und den Lebensthemen der Menschen rezipienten- und konsumfreundlich, Aufmerksamkeit erheischend mischt. Die Rationalität der für den Markt geplanten Inszenierung, in der die grundlegenden Themen mit eingängigen Darstellungsweisen konsumierbar gemischt werden, bestimmt die fiktionalen Angebote unserer Kultur.

Computeranimation, Repräsentation und Fiktion

Eine andere Mischung von Fiktionalität und Rationalität verbirgt sich in der Verbindung von Computer und Kommunikation, z.B. mit der Computeranimation. "Die Zeit" vom 2.12.1994 (S. 88) berichtet hierzu im Artikel "High-End-Blödsinn. Der Computer wird zur Überdrehmaschine", wie fiktionale Bilder per Computeranimation entstehen, z.B. wie in "Forrest Gump" der Protagonist den diversen amerikanischen Präsidenten originalgetreu die Hand schüttelt und wie sich in "Die Maske" der dortige Protagonist eine für den menschlichen Mund viel zu große Ladung an Dynamitstäben in Mund und Rachen schiebt. Vier Bilder zeigen die Verbindung von Realfilm und Computeranimation: Schauspieler mit offenem Mund und entsprechender Handhaltung; Computergraphik, mit der die Dynamitladung vermessen wird; Realbild der Packung Dynamitstangen; das Schlußbild bringt den riesig aufgerissenen Mund mit den Dynamitstangen wie eine Realaufnahme. Für den Schreiber steht die Computertechnik als Chance der Textherstellung im Vordergrund; man könnte noch eine Reihe von Fragen anschließen: Welche Art von Fiktionalität entsteht? Warum wird die Computeranimation genutzt, um Fiktionales besonders realitätsnah darzustellen? Warum steigert die Repräsentationsfunktion, die die Computeranimation jedoch nur suggeriert, das Irre und Phantastische der Story? Warum müssen es monströse Gewaltdarstellungen sein, die mit Hilfe des Computers möglich werden?

Die Produktion fiktionaler Filme mit Hilfe des Computers läßt eine neue Art von Text entstehen, in dem sich Repräsentation und Fiktionalität neu verbinden. Die Verfügungsmöglichkeit des Computer erhöht dabei die Planbarkeit der Texte als Show-Inszenierung, die sich als expressives Handlungsszenario für die Rezipienten öffnet.

Telematik und Lebensthemen

Anschließend an den Artikel über die Computeranimation bringt "Die Zeit" eine ganze Seite mit Werbung der Telecom über die Anwendungsbereiche von Computer und digitaler Bildproduktion: Eine Superpräzisionskamera dominiert und gliedert die Zeitungssseite. Links unten ist das Bild eines weinenden Säuglings zu sehen, der von einer Hand getragen wird; Unterschrift: "Alles in Ordnung. Moderne medizinische Forschung gibt mehr Sicherheit". Es gibt weitere kleine Bilder: Molekül zusammen mit einem Mensch, der Cyber-Space-Technik (Tasthandschuh und Bildschirmbrille) verwendet; eine Gebirgslandschaft mit bewegtem Himmel; ein nachdenklicher Mann; Moleküle auf einem Bildschirm; Ausschnitt einer Computertastatur. "Datenkommunikation" wird als gemeinsame Verbindung angeboten und Spezialbereiche wie "virtuelle Realität" werden erklärt.

Auch hier geht es um die Verfügungsmacht, die der Computers liefert und zugleich um archaische Lebensthemen, sichtbar als Geburt oder, chiffriert, als Schöpfung und Weltall. Computer plus die bekannten Lebensthemen bekommen mit der "virtuellen Realität" eine Form absoluter, weil dreidimensionaler und unüberbietbar genauer Repräsentation.

Computer, Film und Spiel

Die Verbindung von Computer, Datentransport und Bildproduktion führt ein Prospekt von Nintendo vor, der zeigt, wie Computerrationalität in Spiel und Entertainment eindringen ("Club Nintendo", Ausgabe 2, Jahrgang 5, März 1993). Da wird u.a. für "Super Marios World" geworben, das Computerspiel zum Film. Genauer müßte man sagen, der Film zum Spiel. Die erfolgreiche digitale Spielfigur des Super Mario wanderte als Realfigur, also gespielt von einem Schauspieler, auf den TV-Bildschirm und ins Kino. Mickey Mouse und Kater Carlo kamen im Gegenzug digitalisiert ins Spiel- und Software-Repertoire des Spielcomputers "Game Boy".

Lifestyle, Display-Spiele und Werbung

Nintendo verwendet auch Lifestyle-Werbung und führt auf diese Weise vor, wie computererzeugte Repräsentation, bekannte fiktionale Figuren und Stories mit Lifestyle-Inszenierungen zur Marketingstrategie werden. In diesem Beispiel durchdringen sich Rationalität der Planung von Computeranimation und Werbung mit den textuellen Sozialräumen, mit denen sich die Menschen ihren Alltag als Lifestyle-Szenen gestalten. Ein Entwicklungsschritt ist am Werbespot für das Spiel "Zelda" zu sehen. "Zelda" ist ein Spiel für den "Game Boy" aus dem Fantasy-Genre. In einem Fernsehspot wirbt eine Gruppe dynamisch-sportlicher Jungen aus der Hiphop-Szene für "Zelda". Der Spot (30 Sekunden lang, 34 Schnitte) beginnt mit einem verfremdenden Blick auf eine Burgmauer, die auch eines der Elemente des Spielsets ist. Vor der Mauer ist ein schwarzer Hiphop-Sänger zu sehen. Zum Song werden Elemente aus dem Spiel eingeblendet, z.B. der Name "Zelda", ein mittel-

alterlich anmutendes Logo im Stil eines Wappens. Spielzüge auf dem Display, ein Game Boy sind zu sehen.

Welcher Typ sozialer Szenen könnte entsteht? "Der Spiegel" (Heft 38, 1994, S. 55) skizziert ein mögliches Beispiel, primär nicht aus dem Bereich des Spiels, sondern dem des Essens und des Entertainments:

"Pizza in der Spielhöhle. Mit Protesten haben Politiker und Jugendschützer auf Pläne eines amerikanischen Unternehmens reagiert, eine neue Fast-food-Kette in Deutschland aufzubauen. Die Freizeitanlagen-Firma Brunswick will unter dem Namen "Circus World Pizzeria" zunächst in Kiel, Dresden und Eschborn neue Schnellrestaurants eröffnen, die einer Mischung aus Mensa, Spielhöhle und Kindergarten gleichen. Nach amerikanischem Vorbild sollen Spielautomaten, elektronische Schaukelpferde und Show-Darbietungen vor allem Kinder anlocken. In einem Nebenraum könnten Eltern den Nachwuchs für ein bis zwei Stunden bei einer Betreuerin abgeben, um Einkäufe zu erledigen."

Ersetzt man in dieser Figuration das Essen durch Kleidung, bietet man andere alltagsästhetische Vorgaben, z.B. Roller Skates, schon entsteht eine Game-Boy-Szene mit Rap und Skater-Figuren.

Computer-Video-Texte führen die Tradition fiktionaler Buchtexte fort

"Game Boy" und seine Software bilden das Alltagsvorprogramm des interaktiven Fernsehens, hinter dem technischerseits Video und Computer stehen. Es verbinden sich dabei Fiction-Filme, und damit die lange Tradition der fiktionalen Lesestoffe, mit der Verfügungsmacht von Video und Computer. Damit klinkt sich die Video- und Computertechnik in die Repräsentation grundlegender Lebensthemen und in die Tradition phantasieorientierter, fiktionaler Texte. Damit gewinnen Video und Computer zudem Einfluß auf die Subjektkonstitution mittels fiktionaler Texte. Von den fiktionalen Lesestoffen kommt gerade auch die emotionalisierende Verbindung von Kampf und Tempo. So verbindet sich deshalb der Film, als eine immer noch besonders wichtige mediale Form fiktionaler Geschichten, mit dem Videogame. Verknüpfungspunkt ist z.B. die intertextuell hoch bedeutsame Figur des Sylvester Stallone (vgl. Teil 2). Die Mechanismen sind bekannt und werden auch außerhalb von Fachkreisen diskutiert (Eric Stahl, CINEMA Juni 1994, S. 93-94):

"Horrorvisionen in Hollywood: Die durchschnittliche Besucherzahl des potentiellen Blockbusters 'Jurassic Park 2' beträgt fünf Zuschauer pro Vorstellung, das Dino-Abenteuer wird zum größten Flop der Filmgeschichte. Der Grund: Die Zielgruppe, Kids zwischen 12 und 18, sitzen daheim vor ihrem PC oder Super Nintendo und vergnügen sich bereits mit dem 'Jurassic Park 2'-Spiel, das mit erheblich aufwendigeren Tricks produziert werden konnte als der Kinofilm.

So illusionär scheint dieses Szenario nicht mehr zu sein, denn die Gruppe der 13- bis 25jährigen Jugendlichen investiert ihr Geld zunehmend in Computer- und Videospiele. Nach Informationen der US-Zeitschrift 'Electronic Entertainment' gaben im Jahr 1993 die Amerikaner insgesamt 5,3 Milliarden Dollar für Kinokarten aus, über 7 Milliarden Dollar dagegen für Adventures, Simulatoren, Jump'n' Run- und Ballerspieler. Mit dem

entsprechenden Werbeaufwand kann ein Computerspiel seinem Hersteller bis zu 500 Millionen Dollar einbringen ...

Daß auch Top-Darsteller verstärkt ihre Arbeit in den Dienst der Videospielebranche stellen, demonstriert ein aktuelles Beispiel: Sylvester Stallone und Wesley Snipes agieren höchstpersönlich für die Computer-Version des Actionreißers 'Demolition Man', einer Gemeinschaftsproduktion von Virgin Interactive Entertainment und Warner Bros. Speziell für die Produktion des Spiels zum Film wurden Mister Stallone und Mister Snipes von Virgin für drei Drehtage 'ausgeliehen'. Außerdem hatte Virgin bei den Dreharbeiten des Films einige Kameras am Set. Kosten für die Lizenz: 2,5 Millionen Dollar. Damit sich diese Investition amortisiert, sollen unterschiedlichste Käufergruppen bedient und das Spiel für nahezu sämtliche Systeme entwickelt werden: PC, Super Nintendo, Sega Mega Drive, Sega CD sowie das von Panasonic neu entwickelte 3DO-System. ... Die intensive Beziehung zwischen Hollywood und Silicon Valley trägt mittlerweile auch umgekehrt Früchte: Neuerdings werden immer mehr Filme produziert, die auf erfolgreichen Computer- und Videospiele basieren. Nach dem allgemein bekannten (und gnadenlos geflopten) 'Super Mario Brothers' mit Bob Hoskins und Dennis Hopper und dem japanischen Fantasy-Spektakel 'The Legend of Zelda' (beide basierend auf Nintendo-Verkaufsschlägern) sind zur Zeit einige spektakuläre Adaptionen in Arbeit bzw. in Planung: der Martial-arts-Actionfilm 'Double Dragon' mit Robert Patrick ('Terminator 2') und Alyssa Milano ('Wer ist hier der Boß?') in den Hauptrollen und (zur Bestürzung der deutschen Jugendschützer) eine Verfilmung von Virgins Street-fighter-Spiel 'Mortal Kombat' von New Line Cinema."

Fiktionalität auf der Oberfläche und technologische Rationalität als Tiefenstruktur

Das leichthin formulierte Argument, alles sei beliebig und möglich, stimmt nur insoweit, als Individualisierung am Ende ihres zweihundertjährigen Entwicklungsbogens die formbare und verfügbare Ästhetik des Alltagslebens als soziales Material notwendig macht. Unabdingbar ist noch immer die Verbindung von Individualität, Selbsterlebnis und Phantasien, die sich schon des fiktionalen Angebots der Lesestoffe bediente. Neu ist, daß soziale Figurationen - auch in der expressiven Form der inszenierten Räume, Aktionen und Szenen - in die thematische Sinnperspektive der Menschen und in den Fluß der Alltagsereignisse und der Biographie einfügbar sein müssen.

Insbesondere bei Alltagsästhetik und sozialen Szenen springen Phantasie, Emotionen und Assoziativität unmittelbar ins Auge. Das Geplante und Standardisierte ist dagegen versteckt, liegt auf der Ebene darunter. Die Beziehung zwischen Fiktionalität, Phantasie und Emotionen einerseits und der technischen Rationalität andererseits definiert sich auf diese Weise neu. So macht es wenig Sinn, die vertraute Unterscheidung zwischen Individualität und Standardisierung aufrechtzuerhalten. In den Szenen vermischt sich das standardisierte Symbolmaterial der Medien mit den sozialen Aktivitäten der Menschen in neuer Form. Bei Hiphop oder Techno verschwimmt, ob erst die Szene und dann die Vermarktung da war. Der traditionelle Widerspruch von dominanter Produktion und unterwerfener Rezeption wird irrelevant. So sind die Zentralfiguren bei Techno, die DJs, erst

Nobodies, die dann zu Stars und schließlich wieder zu Nobodies werden. Die DJs fungieren als die Kernfiguren der fließenden Sozialorganisation der Szenen, an denen sich Medienmarkt und Themen kristallisieren.

Die technologische Rationalität liegt sozusagen als Tiefenstruktur unterhalb der Szene und ihrer Themen. Sie ist jedoch unauflöslich mit den Symbolquellen und ihrer technologischen und wirtschaftlichen Basis verbunden. Erkennbar ist die technologische Rationalität in Werbestrategien und im Maßstab der Einschaltquote. Auffällig ist sie immer noch in den differenziert geplanten Produktionsabläufen, insbesondere in der Bildproduktion mit dem Computer. Beim interaktiven Spiel ist der Computer und dessen Rationalität jedoch schon nicht mehr erkennbar. Rationalisierung als zweckrationale Planung und Steuerung, die die Emotionen, den Wahn, den Traum, das unvernünftige und erfahrungslos Assoziative ausgrenzt oder handhabbar macht, dominiert nicht mehr. Zweckrationalität prägt aus der Tiefe die mediale Oberfläche der Fiktionalität. Scheinbar lösen sich mit den egozentrischen und szenischen kleinen Welten die Fesseln der generellen Ordnung des allgemeinen vernünftigen Handelns auf (vgl. Bruder 1993, S. 138f.). Zu dieser vernünftigen Ordnung gehört besonders auch die für Individualität maßgebliche Selbstkontrolle und Selbststeuerung, auf die Norbert Elias hingewiesen hat. Sie entstand nicht als wiederholende Verinnerlichung eines Kontrollmodells. Selbstkontrolle und Selbststeuerung sind eine Folge des Selbsterlebens als Individuum, das mit Phantasien und Emotionen, also mit intensiver Selbsterfahrung, einher ging. Die Selbsterfahrung der Menschen als eigenständige Subjekte war es, die ihnen half, sich von der repressiven Außenkontrolle des autoritären Fürstenstaats zu distanzieren. Weil diese Selbsterfahrung in der kontrollierten Außenwelt nicht möglich war, phantasierten oder erträumten die Menschen mit Helden- und Prinzessinnengeschichten der Trivialliteratur ihre Identität und eine Alltagswelt als individuelle Lebenswelt.

Mit der technologisch zweckrationalen Tiefenstruktur, insbesondere mit Computer und Ökonomie, sind Medien, die intertextuellen Medien-Arrangements und die mit Alltagsästhetik arrangierten Szenen in die Unsicherheits- und Risikosituation der konsumorientierten Industriegesellschaft, oder wie Ulrich Beck (1993) formuliert, in die Risikogesellschaft und ihre Brüche integriert. Die dominierende Fiktionalität der Massenkommunikation in der Tradition der Trivialliteratur trägt erheblich zur aktuellen Verunsicherung bei, nicht nur durch die Auflösung der traditionellen hierarchischen gesellschaftlichen Segmentierung in eine horizontale Gliederung der Milieus und diffusen Szenen. Die Dominanz der weniger rationalen, statt dessen grotesken Bilder der Medien läßt die Hoffnung auf die Planbarkeit der Welt, gerade auch die der sozialen, zerbröseln. Die Fiktionalität der Medien, die jedoch nicht von ihrer zweckrationalen Basis ablösbar ist, sei es nun die Zweckrationalität der Medienindustrie, der digitalen Produktion oder des Medienmarketings, verändert zusammen mit den dominanten Prozessen der Bedeutungskonstitution "das Normensystem der Rationalität mit seiner Autorität und Durchsetzungsmacht", also die Grundlagen für Massenkommunikation und ihre computergestützte Fortentwicklung. Es entsteht eine eigene Art von Reflexivität, eine Reflexivität wie

sie Ulrich Beck (1993, S. 36ff.) von der Reflexion in der Tradition der Aufklärung und Moderne abgesetzt hat. Es entsteht eine innerweltliche Spannung im Alltag, die mit den Mittel der Massenkommunikation über den Alltag auf Utopie und Horror hinausweist. Die vertraute Textform des Mythos repräsentiert diese Spannung von innerweltlicher Empirie und der den Alltag transzendierenden Fiktionalität.

Diese Entwicklung steht in der von Richard Münch (1986, vgl. auch Teil 4) skizzierten kulturhistorischen Dynamik der Durchdringung von Rationalismus, Aktivismus, Individualismus und Universalismus. Die Schwerpunkte verschieben sich gerade, und zwar hin zu Neudefinition von Rationalität. Ausgangspunkt ist dafür die Individualität, die sich über emotionale, assoziative Phantasie- und Gestaltung in der Tradition des Dichter-Genies als Entäußerung - expressiv - realisiert. Rationalität und assoziative Fiktionalität gehen eine Einheit ein, die sich nicht mehr der Logik der Sachverhalte und Ereignisse unterwirft. Hier zeigt sich eine Konfliktlinie, die der entspricht, als sich im "Sturm und Drang" in der zweiten Hälfte des 18. Jahrhunderts fiktionale Erzählliteratur gegenüber der Erbauungsliteratur durchzusetzen begann. Heute ist es die Konfliktlinie zwischen Bildung und Massenkommunikation, Assoziativität und Zweckrationalität, Szenen und hierarchischen Organisationen. Die intertextuellen und multimedialen Arrangements der Menschen auf der Basis individueller Prozesse der Bedeutungskonstitution sind dabei die Triebfeder.

Die Erscheinungsformen dieser Umwälzung sind nun vergleichsweise banal, weil die Menschen die unauffälligen Formate und die banalen Stoffe in ihrer jeweiligen Sinnperspektive intertextuell arrangieren. Dabei entstehen mythische Textformen, die sowohl individuelle Ängste und Hoffnungen verdichten, als auch unterschiedliche Erzählelemente fließend in gegenseitige Deutungsmuster verwandeln. So mischt ein junger Mann im Gespräch MTV-Videoclips mit Gewaltszenen, z.B. "Wicked" von "Ice Cube" zwei Filmen aus dem Gefängnisgenre, "Lock up, überleben ist alles" und "Midnight Express". Der Gefängnisfilm zeigt den Widerspruch von Freiheit und Alltagsleben einerseits, sadistischer Entmenschlichung und Unterdrückung andererseits. Der junge Mann verbindet dieses Thema in der Form der Filmerzählung mit Rap-Videoclips und der Unterdrückung der Schwarzen in den USA. Dokumentation und Fiktion überlagern sich und ängstigen ihn. So spricht der junge Mann gerade auch von der Gefährlichkeit von Straßengangs, wie "Ice Cube" sie legitimiert. Der gewalttätige Widerstand, den Gefängnis und Ghetto als einzigen Weg lassen, verbindet sich mit der Hoffnung auf eine normales, alltägliches Leben ohne Kampf und Großartigkeit außerhalb des Gefängnisses und nach der Gefängniszeit.

5.3.2 Die innere Bühne der Subjektconstitution

Ein Rückblick auf die Beziehung von fiktionaler Erzählung und individueller Subjektivität hilft, die kulturelle Rolle von Medien - vom Buch bis zum Fernsehen - einzuordnen. Medien bestärken die Menschen in der Art und Weise, wie sie sich

zu sich und zur sozialen Wirklichkeit einstellen. In den vergangenen 200 Jahren hat das Medium Buch mit spezifischen Genres und Darstellungsweisen die moderne Subjektivität als abgegrenzte Individualität nicht nur gefördert, sondern vermutlich entscheidend vorangebracht. Vorrangig war dabei der fiktionale Charakter der Lesestoffe, die im 18. Jahrhundert in Form von Romanen, gerade auch als Trivialliteratur, geschrieben und von den Menschen gelesen wurden. Der fiktionale Lesestoff entstand in Abgrenzung zu Stoffen, die auf religiöse Besinnlichkeit und wiederholten Vortrag bzw. das wiederholte Lesen der Bibel oder predigtartiger Erbauungsstoffe usw. angelegt waren.

Goethe knüpft im "Werther" in der Einleitung noch einmal bei der Erbauungsliteratur an, um sich dann, als zentralem Werk des "Sturm und Drang", davon radikal abzuwenden (Hamburger Ausgabe, Band 6, S. 7, Zeile 2 - Zeile 11):

"Was ich von der Geschichte des armen Werther nur habe auffinden können, habe ich mit Fleiß gesammelt und lege es euch hier vor, und weiß, daß ihr mir's danken werdet. Ihr könnt seinem Geist und seinem Charakter eure Bewunderung und Liebe, seinem Schicksale eure Tränen nicht versagen.

Und du gute Seele, die du eben den Drang fühlst wie er, schöpfe Trost aus seinem Leiden, und laß das Büchlein deinen Freund sein, wenn du aus Geschick oder eigener Schuld keinen nähern finden kannst."

Moralisch erbauende Stoffe und hierarchisch gegliederte Rezeptionssituationen bestätigten ein Weltmodell, das schon die Renaissance mit der Zentralperspektive in Frage gestellt hatte, das jedoch im 18. Jahrhundert immer noch dazu taugte, die Menschen in die autoritäre Herrschaftsordnung und die ständische Funktionsgliederung zu zwingen. Mit der Aufklärung entstand dagegen das "Lesen als profane Handlung" (Paul 1983, S. 42) die der Information, der Unterhaltung oder der nichtreligiösen, emotionalen Bereicherung diene. Fiktionale Erzählliteratur löste die Erbauungs-, Predigt-, Andachtsliteratur²⁷ ab, weil sie ein spezifisches Selbsterleben ermöglichte. Fiktionale Stoffe stellen Phantasiefreiräume bereit, die für Selbsterfahrung und individuelle Beschäftigung mit persönlichen Themen offen sind. Damit markiert der Übergang von der Erbauungs- zur fiktionalen Erzählliteratur auch den Übergang zu dem Typ von Subjektkonstitution, der bis heute in wesentlichen Zügen noch gültig ist. Aus den Büchern und der fiktionalen Erzählliteratur erwuchs die mediale Massenkommunikation. Dieser Zeitbogen mit der Verquickung von individueller Subjektivität und fiktionalen Medien, der vom "Sturm und Drang" des 18. Jahrhundert bis zur Konsumgesellschaft heute reicht,

27 Ab der Mitte des 18. Jahrhunderts beginnt die Erbauungsliteratur zu veralten. Ihr Anteil an der gesamten Literaturproduktion fällt (Jäger 1974, S. 397), von 1740 bis 1800 von 19% auf 6%, Erzählliteratur steigt entsprechend von 3% im Jahr 1740 auf 12% im Jahr 1800; die Belletristik, also die fiktionale Erzählliteratur, nimmt anteilmäßig bei den Romanen von 38% im Jahr 1770 auf 40% im Jahr 1880 zu. Der Buchmarkt erreicht zwar zunehmend mehr Abnehmer (1770: 15% der Bevölkerung, 1800: 25%), wird jedoch durch neue Distributionswege, z.B. Leihbibliotheken, ergänzt (Jäger, S. 397).

neigt sich indes dem Ende entgegen. Dafür spricht, daß szenische Handlungsräume bedeutsam werden, die sich mittels Alltagsästhetik konstituieren. Die distinkten Erzählmedien nehmen in ihrer funktionalen Bedeutung ebenso ab wie die intrapsychischen Phantasieräume. Sie werden in der individualisierten Konsumgesellschaft zu alltagsästhetisch organisierten expressiven Handlungsräumen.

In die fiktionalen Texte des "Sturm und Drang" ging die Selbsterfahrung des Dichters ein, der seine Texte im überragenden und einmaligen Schöpfungsakt des Genie entäußerte. Dem Dichter mußte ein analog erlebendes Publikum entgegen kommen, das mimetisch die im Text entäußerten Erlebnisse, Erfahrungen und Sichtweisen des Dichters aufnahm. Damit wurde der Akt des Dichtens und Lesens zum Modellfall für die individuelle Subjektivität der Person. Das Medium Buch hatte hier die Funktion, die Mimetik der Subjekte herzustellen. Der Dichter reagierte als Schöpfer mit seiner "Einbildungskraft" und seinen subjektiven Erlebnissen auf gesellschaftliche Zwänge des Feudalstaats und forciert mit seiner sich im Text mimetisch entäußernden Individualität die Entwicklung spezifisch bürgerlicher Lebensformen, z.B. den Zirkel der sich frei zusammenfindenden Leser. Prägnantes Beispiel für diese textuelle Korrespondenz zwischen Dichter und Leser ist Goethes "Werther". Die Korrespondenz beruht auf gemeinsam geteilten Erlebnissen und Phantasien, die über die Texte ihr Band geknüpft bekommt.²⁸

Theoretisch ging deshalb auch die Auseinandersetzung mit dem Nachahmungskonzept des Aristoteles²⁹, das die Verbindung von Dichter und Publikum als erlebende Subjekte verhinderte, voraus. Dichtung im Konzept individueller Subjektivität konnte literarische Regeln, die sich aus der Verpflichtung der Dichtung auf Wahrheit ergeben, nicht mehr als allgemeingültig akzeptieren (vgl. Schmidt 1988, S. 20). Dieser, aus der Sicht fiktionaler Literatur abzulehnenden Literaturtradition, kam "es in der Poesie auf eine gewissenhafte Nachahmung der Natur an, die eine möglichst genaue Ähnlichkeit von Vorbild und Abbild zu garantieren habe" (Schmidt 1988, S. 21). In das Geniekonzept individuellen Ausdrucks paßte nun der Satz tradiertter Regeln nicht mehr, denen der Dichter bei seiner Dichtung bis zum "Sturm und Drang" zu folgen hatte: "die Wahrscheinlichkeitsregel", die das "christlich Wunderbare" erlaubt (S. 23), die (soziale) "Angemessenheitsregel" (S. 25ff.). Gegen das Konzept, daß Dichtung per Regeln die vorhandene gesellschaftliche Ordnung, die akzeptierte Metaphysik usw. zu repräsentieren habe, opponierte die Dichtung des "Sturm und Drang", indem der Dichter als Schöpfer die

28 Dies Modell liegt, weil sich individuelle Subjektivität in der konsumorientierten Industriegesellschaft des 20. Jahrhundert durchsetzt, auch dem Kommunikationsmodell des von George Herbert Mead formulierten Symbolischen Interaktionismus zugrunde.

29 In der Rezeption von Johann Christoph Gottsched ("Critische Dichtkunst", 1730) und der französischen Literaturtheorie der Aufklärung, vgl. auch 3. Teil.

tradierten Mimetikregeln brach.³⁰ Der Geniedichter ist dazu legitimiert, weil er ein "irrationales Produktionsvermögen a priori" (Schmidt, S. 35) besitzt, das auf ganzheitlicher "Sinn-Stiftung" (S.35) und dem subjektiven "Vermögen" der "Einbildungskraft" (S. 38, S. 47ff.) beruht.

An Goethes Briefroman "Die Leiden des jungen Werthers", Erstfassung 1774, Zweitfassung 1787) läßt sich exemplarisch die für das 18. Jahrhundert und die individuelle Subjektkonstitution prägende Beziehung von Autor, Text und Rezipienten feststellen. Sie wird von Goethe selber im Werther angesprochen. Goethe skizziert die tradierten mimetischen Darstellungsregeln und zeigt anhand des abbildenden Zeichnens nach der Natur, welche domestizierende Funktionen dieser Typ von Mimetik hat (S. 15, Zeile 13 - Zeile 29):

"Ich fügte den nächsten Zaun, ein Scheunentor und einige gebrochene Wagenräder bei, alles, wie es hinter einander stand, und fand nach Verlauf einer Stunde, daß ich eine wohlgeordnete, sehr interessante Zeichnung verfertigt hatte, ohne das mindeste von dem Meinen hinzuzutun. Das bestärkte mich in meinem Vorsatze, mich künftig allein an die Natur zu halten. Sie allein ist unendlich reich, und sie allein bildet den großen Künstler. Man kann zum Vorteile der Regeln viel sagen, ungefähr was man zum Lobe der bürgerlichen Gesellschaft sagen kann. Ein Mensch, der sich nach ihnen bildet, wird nie etwas Abgeschmacktes und Schlechtes hervorbringen, weil einer, der sich durch Gesetze und Wohlstand modeln läßt, nie ein unerträglicher Nachbar, nie ein merkwürdiger Bösewicht werden kann; dagegen wird aber auch alle Regel, man rede was man wolle, das wahre Gefühl von Natur und den wahren Ausdruck derselben zerstören!"

Dieser Brief endet mit dem Gegenentwurf, den Goethe ja mit der Aussage schon einleitet, daß die wahren Gefühle und der wahre Ausdruck durch die Reproduktion der äußeren Welt zerstört wird (S. 16, Zeile 5 bis 15):

"Folgt der Mensch³¹, so gibt's einen brauchbaren jungen Menschen, und ich will selbst jedem Fürsten raten, ihn in ein Kollegium zu setzen; nur mit seiner Liebe ist's am Ende und, wenn er ein Künstler ist, mit seiner Kunst. O meine Freunde! warum der Strom des Genies so selten ausbricht, so selten in hohen Fluten hereinbraust und eure staunende Seele erschüttert? - Liebe Freunde, da wohnen die gelassenen Herren auf beiden Seiten des Ufers, denen ihre Gartenhäuschen, Tulpenbeete und Krautfelder zugrunde gehen würden, die daher in Zeiten mit Dämmen und Ableiten der künftig drohenden Gefahr abzuwehren wissen."

30 "Schon durch Klopstock, um das Jahr 1750, vollends dann aber in der Geniezeit, zwischen 1760 und 1775, erhielt der Dichter die Würde eines mit höchsten Autorität auftretenden Schöpfer" (Schmidt 1988, S. 1). Schmidt verweist auf das Kriterium der "Angemessenheit". So werden im "bürgerliches Trauerspiel" die Bürger statt der Adligen zu den Hauptakteuren (S. 26f.), es setzt ein Homer-Kult ein, "weil Homer unverstellte Natur und wahres, natürliches Lebens zur Geltung bringe" (S. 27).

31 den alten Reproduktionsregeln

Goethe verstärkt den theoretischen Konflikt im übernächsten Brief Werthers, indem er die mimetischen Kunstregeln gegen seine eigene und "schlechte" Erzählweise setzt (S. 17, Zeile 33 - S. 18, Zeile 10):

"Was ich dir neulich von der Malerei sagte, gilt gewiß auch von der Dichtkunst; es ist nur, daß man das Vortreffliche erkenne und es auszusprechen wage, und das ist freilich mit wenigem viel gesagt. Ich habe heute eine Szene gehabt, die, rein abgeschrieben, die schönste Idylle von der Welt gäbe; doch was soll Dichtung, Szene und Idylle? muß es denn immer gebosselt sein, wenn wir teil an einer Naturerscheinung nehmen sollen? Wenn du auf diesen Eingang viel Hohes und Vornehmes erwartest, so bist du wieder über betrogen; es ist nichts als ein Bauernbursch, der mich zu dieser lebhaften Teilnahme hingerissen hat. Ich werde, wie gewöhnlich, schlecht erzählen, und du wirst mich, wie gewöhnlich, denk ich, übertrieben finden ..."

So begründet, erzählt Goethe die Liebesgeschichte eines bürgerlichen jungen Mannes, Werther, der sich in der ländlichen Idylle in ein junges Mädchen verliebt, was als solches nicht aufregend, also für Goethe erzählenswert wäre, wenn diese Liebe nicht von Anfang an als Beziehungskatastrophe angelegt wäre. Lotte, das junge Mädchen, ist verlobt mit einem sympathischen jungen Mann, Albert, der nur insoweit in Widerspruch zum Protagonisten Werther steht, als Werther leidet, Lottes Verlobter jedoch mit emotionaler Distanz ausgestattet ist und den Alltag integriert zu leben weiß. Werther hingegen zieht sich als chancenlos und damit heftig, weil unglücklich Liebender, aus der Welt zurück (S. 28, Zeile 17 - 22):

"Da verlies ich sie mit der Bitte, sie selbigen Tag noch sehen zu dürfen; sie gestand mir's zu, und ich bin gekommen - und seit der Zeit können Sonne, Mond und Sterne ruhig ihre Wirtschaft treiben, ich weiß weder daß Tag noch daß Nacht ist, und die ganze Welt verliert sich um mich herum."

Diese Wendung läßt Goethe jedoch nicht als einen irgendwie gearteten Realitätsverlust stehen, sondern stellt sie hin als die radikale Wendung nach innen und zugleich als Widerstand gegen die Ausbeutung. Diese Funktion hat eine Episode (S. 48, Zeile 38 - S. 50, Zeile 26), in der sich Werther an das Schicksal einer Dienstmagd, deren Leben in der Routine der Arbeit (im "engen Kreis häuslicher Beschäftigung") stecken geblieben ist. Sie verliebt sich:

"bis sie endlich einen Menschen antrifft, zu dem ein unbekanntes Gefühl sie unwiderstehlich hinreißt, auf den sie nun alle ihre Hoffnungen wirft, die Welt rings um sich vergißt, nichts hört, nichts sieht, nichts fühlt als ihn, den Einzigen, sich nur sehnt nach ihm dem Einzigen."

Als der Geliebte sie verläßt, "erstarrt" sie und geht ins Wasser. Werther kann sehr gut nachvollziehen, daß der emotionale Tod dem körperlichen Tod gleichwertig ist. Albert, der eher biedere und alltagsintelligente Verlobte Lottes, bringt diese Empathie jedoch nicht auf, hat mit seiner Art von Subjektivität keine Erfahrung mit der Radikalität des emotionalen Selbsterlebnisses. Werther hingegen sucht den Tod, weil er die Integration in die bürgerliche Welt des Berufes, der gestelzten Feste, der Routine, weder als Kompensation zur unerfüllbaren Liebe, noch als Ersatz für

seine an diese Liebe gebundene Selbsterfahrung akzeptieren kann. Das Bild des Selbstmords ist der radikale Gegenentwurf gegen die Integration in eine entfremdete Welt und als Kritik dieser formuliert (S. 63, Zeile 15-20):

"Was mich am meisten neckt, sind die fatalen ständisch autoritären Verhältnisse. Zwar weiß ich so gut als einer, wie nötig der Unterschied der Stände ist, wie viel Vorteile er mir selbst verschafft: nur soll er mir nicht eben gerade im Weg stehen, wo ich noch ein wenig Freude, einen Schimmer von Glück auf der Erde genießen könnte."

So ist der "Werther" nicht nur die heftige und tragische Liebesgeschichte, die die Subjektivität beim Leser herausfordert oder stützt, vielmehr trug auch die Form des Briefromans wesentlich dazu bei, daß der "Werther Freunden und Feinden unter die Haut ging". Die Briefperspektive stützt die "individuelle Aussprache der Gefühle" (vgl. Scherpe 1970, S. 24ff.), macht die dargestellten Emotionen kommunikativ und für die Rezipienten nachvollziehbar. Zudem verlangt die Briefform keine Legitimation subjektiver Äußerungen; sie liegt in der perspektivischen Anlage des Romans, die gerade in der subjektiven Sicht auch die generelle Gültigkeit bekommt. Die dramaturgische Anlage des Textes³² als persönlicher Ausdruck des Briefes zusammen mit den eingeschobenen literaturtheoretischen Begründungen legitimieren die subjektive Figur des Werthers und läßt es zu, daß die Handlungsweise des Werther ihre revolutionäre Dynamik entfaltet. Werther löst sich aus den Ansprüchen der bürgerlichen Welt, indem er fühlend und reflektierend die "Geborgenheit der bürgerlichen Ordnung verläßt". Dazu ist wiederum der Selbstmord das äußerste Zeichen. Das von den Zeitgenossen beklagte "Wertherfieber" bestand also nicht darin, daß die Leser, das Bild des Selbstmordes mißverstehen und mimetisch wiederholen könnten, sondern daß sich sie auf die eigene, subjektive Erlebnisperspektive verlassen könnten.

32 Wie wichtig die Form der rezipierten Literatur für eine spezifische Emotionalität ist, erläutert Goethe, der den Werther seine Vorliebe für Homer erklären läßt. So liest Werther in seinem "Homer den herrlichen Gesang ... weil Ulyß von dem trefflichen Schweinehirten bewirtet wird" (S. 69, Zeile 11f.). Werther hat sich dazu aus dem Alltag in die Natur mit Sonnenuntergang zurückgezogen. Die heroisierende Ästhetik des Homers hilft dazu, markiert den Abstand zum Alltag und entspricht der Großartigkeit des Innenlebens. Werther betont auch andere emotionale Seiten des Homer: "...so beschränkt und so glücklich waren die herrlichen Altväter! so kindlich ihr Gefühl, ihre Dichtung! Wenn Ulyß von dem ungemessenen Meer und von der unendlichen Erde spricht, das ist so wahr, menschlich, innig, eng und geheimnisvoll ... Der Mensch braucht nur wenige Erdschollen, um darauf zu genießen, weniger, um darunter zu ruhen" (S. 73, Zeile 27 - 34). Homers Dichtung wird von Goethe für individuelle und subjektive Erlebnisweise adäquat wahrgenommen, weil sie, zusätzlich zur ästhetischen Abgrenzung von Alltag und Innenleben, einfach und emotional ist.

In der Zeit um die Französische Revolution, also in der Endzeit der europäischen Feudalstruktur bildete sich eine für uns heute noch entscheidende Verbindung von subjektiver Persönlichkeitsstruktur, innerer Bilderwelt und Medienrezeption heraus. Für diesen Typ von Subjektkonstitution war Trivialliteratur von besonderer Bedeutung. Hainer Plaul (1983, S. 102f.) beschreibt diesen Zusammenhang: Die Menschen der zweiten Hälfte des 18. Jahrhunderts suchten nach "möglichst intensivem Gefühlsgeuß", was mit ihrer politischen Situation direkt zusammenhing. In einer "Haltung von Ergebenheit und Hoffnung" suchten sie nach intensiven Emotionen, um sich als Individuum zu erleben, um sich selbst zu fühlen. Sie suchten die Erfahrung der Subjektivität üblicherweise verborgen in sich selber, also nicht in der öffentlichen Auseinandersetzung, auch nicht in Handlungssituationen, die Subjektivität hätten erlebbar machen können. Mit dem intrapsychischen Selbsterleben ging eine Stärkung des Selbstwertgefühls einher, das ihnen half, sich von "Bedrückungen, Zwängen, Provinzialismus" der "feudalabsolutistischen Herrschaftsverhältnisse" zu distanzieren. "Das ungebrochene Fortbestehen der Feudalgesellschaft trotz zunehmender Verbreitung aufklärerischen Gedankenguts, das qualvoll langsame Vorankommen der bürgerlichen Umwälzung, die dadurch sich anbahnende Enttäuschung über die noch immer nicht erfüllten Verheißungen der Philosophie, ließ ihn", den bürgerlichen Menschen, "zudem immer stärker an der gesellschaftsverändernden Kraft der Vernunft irre werden. Selbstbestätigung vermochte er darum noch am ehesten durch Empfindung seines Ichs, in der Verinnerlichung als fühlendes und empfindendes Wesen erlangen."

Der Persönlichkeitstyp, wie wir ihn heute immer noch gutheißen und wie wir ihn selber verkörpern, der sich selbst als Subjekt im Mittelpunkt der eigenen Aufmerksamkeit stellt, der die eigenen Emotionen erlebende und lebende Mensch, entsteht über ein möglichst intensives Selbsterleben. Diese Emotionen werden durch ein kulturelles Medien- und Symbolangebot ermöglicht und getragen, das in der Form von Trivialliteratur massenhaft verfügbar und erreichbar ist.

Trivialliteratur erzählt von edlen Helden, die innig liebende Frauen erobern, von großmütigen, kämpfenden Räubern usw, die in der Innenwelt heftigst und mit widerstreitenden eigenen Gefühlen agieren. Die Lesestoffe kreisen um Idole und Helden, um das grausame Geschick, um Armut oder Pech anderer, um extreme Situationen, Gewalttaten und Verbrechen, um Gerechtigkeit in der Form der Rettung in letzter Minute. Eine Vielzahl von Figuren, Motiven und Requisiten garantieren Aufregung, Anteilnahme oder Gelächter.³³ Heftige Emotionen werden zudem gerade von Gewalt- und Sexualdarstellungen ausgelöst, insbesondere wenn

33 Rudolf Schenda (1970, S. 379ff.) hat u.a. folgendes aus den "populären Lesestoffen" zusammengestellt: Kindsmord, Tod im Backofen, Räuberwirthshaus und Mordeltern, lebende Leichen, Totenschädel, Mädchen als Soldat, Geister und Gespenster, Findelkinder und Waisen, Giftmischerinnen, Einsiedler usw.

sie die Tabugrenzen einer Kultur tangieren. Diese kulturhistorische Linie führt bis zum aktuellen Fernsehen und zu Video; sie ist eine der Ursachen für die Überfülle an grenzüberschreitenden Gewalt- und Sexualdarstellungen.

Kontrolle der inneren Phantasiewelt

In einer autoritären Gesellschaft ist die mit eigenen Emotionen verbundene Selbsterfahrung höchst unerwünscht, und die dafür 'verantwortlichen' Lesestoffe gelten, wohl zurecht, als subversiv. Ein sich selbst erlebender und damit als Subjekt fühlender Mensch, sowie das dafür notwendige Lese- und Erlebnisangebot unterhöhlen eine autoritäre und hierarchische Gesellschaftsordnung. Sich selbst erlebende und sich nicht oder nicht nur an den äußeren Maßstäben orientierende Subjekte sind für alle autoritären Ordnungen gefährlich, weil sie nicht kalkulierbar sind. Das Eigenleben in der Phantasie wurde deshalb auch als anarchisch, primitiv, als destruktiv bewertet. Vor emotionalisierenden Stoffen wurde aus moralischen Gründen gewarnt und behütet. Die Warnung vor dem "Wertherfieber" war hierfür symptomatisch. Es wurden sogar Alternativen zu Goethes "Werther" geschrieben, um dessen Wirkung zu kompensieren (vgl. Scherpe 1970). Die Zensur versuchte die "Verbreitung eines Werkes zu verhindern, das den Tugend- und Pflichtenkatalog der Aufklärung korrumpierte" (Jäger 1974, S. 400, vgl. Schenda 1970, S. 91-141). Die Schule wurde nicht nur gegen den "Werther" aktiv, sondern insgesamt gegen die Belletristik. So wollte z.B. der Rektor K. L. Bauer mit seiner Schrift "Von der Schädlichkeit der meisten neumodischen witzigen Schriften" von 1775 (Jäger, S. 400) dem "Verderben der Gesinnungen, der Sitten, des Geschmacks und der Sprache" entgegenwirken. Da Emotionen und Phantasien schwer kontrollierbar 'in' den Menschen wirken, lag das bewertende Argument von der 'Lesesucht' auch als Schreckensinstrumentarium auf der Hand.

Diese Linie, Trivialliteratur als gefährlich zu bewerten, reichte bis in die fünfziger Jahre unseres Jahrhunderts. Sie setzt sich fort mit der Bewertung der Filmmédien, die man verdächtigte, die Menschen würden sich in die Traumwelt des Films stürzen und sich aus der Wirklichkeit des Alltags zurückziehen (das ist die alte Eskapismus-These). Vermutlich stand und steht bei der Bewertung von Trivialmedien nicht so sehr die Angst vor dem Realitätsverlust im Vordergrund, sondern die Befürchtung, die Phantasiewelt der Menschen, also ihr Innenleben, ließe sich nicht mehr steuern, insbesondere, wenn sie durch fiktionale Stoffe emotionalisiert werden. Die eigenständige Innenwelt mit den korrespondierenden Medien der Außenwelt ist also eine Gefahr für eine an Außensteuerung interessierte Gesellschaft.

Der Zusammenhang zwischen heftigen Emotionen, dem Phantasieangebot der Trivalliteratur und der historischen Situation der feudalen Gesellschaftsordnung hatte Konsequenzen für den Zusammenhang von Phantasien und Handeln: Emotionen und Phantasiebilder blieben im Menschen selber und konstituierten Subjektivität als individuelle Innenwelt. Deutlich wird das an der Biographie von Karl Philipp Moritz von 1785 ("Anton Reiser, ein psychologischer Roman"): Da ist Anton Reiser, ein unterdrückter Junge, der aus seinem erbärmlichen Leben als Knecht und Handwerkslehrling herauskommen will. Sein Ziel ist, ein bedeutender Prediger auf der Kanzel einer großen Kirche zu sein. Moritz schreibt: Wenn er "zu der niedrigsten Beschäftigung gebraucht" (S. 52) wurde, dann malte er sich in seiner Phantasie eine schöne Welt aus; die dunkle schauerliche Werkstatt wurde zum "Tempel, in dem er diente" (S. 52). Später, als er es geschafft hatte, über ein Stipendium an eine Schule zu kommen, Schule nicht mehr Wunsch und Gegenstand der Phantasie war, scheitert er am Schulbetrieb. In dieser Situation half ihm wiederum seine Phantasie, "sich in eine andere Welt zu träumen, in der er sich besser befand". Dazu holte er sich den Stoff aus Büchern: "Das Lesen war ihm einmal so zum Bedürfnis geworden, wie es dem Morgenländer das Opium sein mag, wodurch sie ihre Sinne in eine angenehme Betäubung bringen" (S. 174). In diesem Zusammenhang wird deutlich, wie sich Phantasie und Handeln zu Inszenierungen verbinden:

"Bei allem aber, was er las, war und blieb nun die Idee vom Theater immer bei ihm die herrschende - in der dramatischen Welt lebte und webte er - da vergoß er oft Tränen, indem er las, und ließ sich wechselweise bald in heftige, tobende Leidenschaften des Zorns, der Wut und der Rache und bald wieder in die sanften Empfindungen des großmütigen Verzeihens, des obsiegenden Wohlwollens und des überströmenden Mitleids versetzen."

Seine ganze äußere Lage und seine Verhältnisse in der wirklichen Welt waren ihm so verhaßt, daß er die Augen davor zuzuschließen suchte" (S. 175). Das 'eigentliche Leben' läuft in der Innerlichkeit eines emotional aufgewühlten und damit sich selbst erlebenden Menschen ab, weil zum Handeln - heute würde man eher sagen - weil zum Ausagieren keine Möglichkeit, kein Raum ist. Deswegen findet auf der inneren Bühne auch so viel mehr statt, und zudem grenzlos in seinen Möglichkeiten.

Einen grundlegenden Wandel brachte die konsumorientierte Industriegesellschaft, die über die für sie notwendige Unterstützung der Individualität auch das expressive Handeln fördert und fordert. Expressives Handeln in der individuellen Sinnperspektive ist als Form konsumptiver Aneignung notwendig und geht Hand in Hand mit der Betonung assoziativer Deutungs- und Bewertungsprozesse. Assoziative Deutungs- und Bewertungsprozesse sind nun für unsere moderne individuelle Subjektivität in der Tradition eines "Werther" wesentlich; sie sind zudem für den

immerwährenden Konsum wichtiger als kognitiv rationale Vernunft. Im Kontext der Massenkommunikation wird Handeln zunehmend zum Handeln in Inszenierungen, die den Inszenierungen der Mediendarstellungen entsprechen. Im aktuellen kulturellen Entwicklungsschritt wird nun das symbolische Material von Medien und anderen Konsumangeboten zum integrativen Konstruktionsmaterial vielfältiger sozialer Figurationen. Mit dem Systemcharakter von Konsum und Medien geht einher, daß Medien und aktuelle Konsumobjekte komplette Phantasieangebote als "Skripts" (Hengst 1990) für Aktivitäten anbieten. Im Gegensatz zur Trivialliteratur früherer Generationen dienen diese Phantasieangebote zunehmend weniger als Rückzug in die eigene und von außen nicht kontrollierbare emotionale Innenwelt. Das Idealbild vom autonomen Subjekt wandelt sich hin zum Handeln, Spielen (oder Kämpfen) in inszenierten Konsum- und Medienwelten und in den textuellen sozialen Räumen der Szenen und der Gruppen der selbstgewählten Gleichen.

Auf expressives Handeln angelegte Erlebnisweisen der Menschen entwickeln sich im Kontext individualisierender Massenkommunikation, die zunehmend mehr den Alltag routinisiert und damit auch ein gemeinsames Erlebnisband abgibt. Mit dem gemeinsamen Band der Medienerlebnisse und dem durch Medien routinisierten Alltag bekommen die Medien als intertextuelle Arrangements die Qualität sozialer Wirklichkeit. Innerhalb dieser Wirklichkeit formen sich die Ereignisse. Medien und ihre Dramaturgie werden zu Inszenierungsanleitungen für das Handeln der Menschen bzw. zu Inszenierungsanleitungen dafür, wie die Dinge und Ereignisse zu arrangieren sind. Entscheidende Grundlage ist, daß die 'Medienwelt' kalkulierbar und zuverlässig und deshalb auch die Funktion sozialer Wirklichkeit zu übernehmen in der Lage ist.

Medial induzierte Figurationen konstituieren sich auf der Basis von Alltagsästhetik, die vom T-Shirt-Aufdruck über Videos der Trenddisco zur Fernsehserie und zum Fan-Club reichen. Das individuelle und textuelle Gemenge von Lebensstilen, Medien und den zugrundeliegenden symbolischen Objektivationen nimmt den Charakter individueller Wirklichkeit im Sinne einer Lebenswelt an. Die industriell verfaßte Massenkommunikation wirkt integrierend und ist damit eine der wichtigen Voraussetzungen für die Entwicklung individueller Figurationen, in denen Medienerlebnisse, Mediensymbolik und Handlungsstile eine flexible Einheit bilden. Gleichartige und dennoch flexible Figurationen sind für eine horizontale gesellschaftliche Segmentierung wichtig, weil gesamtgesellschaftliche oder schichtspezifische Rituale und Verhaltensnormen unwesentlich werden und ihre Gestaltungsfunktion verlieren. Wollen die Menschen im Alltag handeln, dann können sie nicht mehr routinisiert auf allgemeine und selbstverständliche Muster zurückgreifen. Aus-handeln, Szenen und ritualisierte Situationen treten an deren Stelle. Das gemeinsame 'symbolische Band' liefern Konsum und Massenkommunikation.

6. Teil

Bewegte Bilder.

Von der Mechanisierung zur Digitalisierung

Auch die modernen technischen Medien sind als symbolische Objektivationen ein Teil der gestalteten und erlebten Welt der Menschen. Zugleich sind sie Instrumente dieser Gestaltung und der Aneignung; sie werden auf der Basis von kulturellen Deutungs- und Handlungsmustern, insbesondere der Mechanisierung, hergestellt und angewandt. Im 19. Jahrhundert erfaßte die Mechanisierung zunehmend mehr Lebensbereiche und Lebensfunktionen, weshalb auch Schrift, Bild und Ton auf der Basis der Erfahrungen mit Büchern technisch für die Sinne der Menschen verfügbar wurden. Die Möglichkeiten der Mechanisierung regte Erfinder immer wieder an, über Bildertransport, die Reproduktion der Stimme oder die Montage von Bildern in Form von Abläufen nachzudenken. Kommunikation geriet so nach und nach in den Sog der Technologie, in die die Mechanisierung eingebunden war. Ein herausragendes Ergebnis ist die Mediendominanz in der Kommunikation, die heute die Medienindustrie zur Triebkraft von Ökonomie und Technologie werden läßt.

Mittlerweile läuft die technologische Entwicklung nicht mehr über die Mechanisierung von Tätigkeiten und Lebensfunktionen. 'Digitalisierung' ist nicht nur das aktuelle Zauberwort, sondern auch der Schwerpunkt der Veränderung, die auf Texten und ihrer Verfügung per Medien und Computer beruht. Diese informationstechnologische Veränderung der Medien geschieht in den kulturhistorischen Entwicklungslinien der Industriegesellschaft mit den Schwerpunkten individualisierender Subjektconstitution und des Verfügens mittels rationeller Organisation, die zudem das Ineinandergreifen technischer Entwicklungsschritte prägen. Neben der Medien- und Datentechnik sind es also die Mechanismen der Individualisierung sowie der konsumptiven und zweckrationalen Verfügbarkeit, die Kommunikation, Lebenswelt und Kultur zunehmend mehr bestimmen.

Ein Gedankensprung zurück in die technologische Entwicklung weit vor Computer und Display-Bildschirm, zurück zum Auto, dem Gerät, das dem 20. Jahrhundert seinen Stempel aufgedrückt hat: Es ist sicher kein Zufall, daß in Europa das Auto zur gleichen Zeit Konsumgegenstand wurde wie das Fernsehen. Film und Fernsehen mauserten sich in den USA der vierziger Jahre zu Kernpunkten eines Produktions- und Konsumsystems. Gerade Max Horkheimer und Theodor W. Adorno (1944) stellten die Übertragung der Prinzipien der Industrialisierung auf Kultur, insbesondere deren Systemcharakter, als die bestimmende kulturelle Veränderung heraus. Heute ist es dieser Systemcharakter, der die Verbindung von Massenkommunikation und Informationstechnologie nahelegt und anleitet. Die Diskussion um 'Datenautobahnen', das griffige Schlagwort der aktuellen Diskussion, bezieht sich dabei nur auf die sichtbare Oberfläche der kulturellen Entwicklung. 'Darunter', also auf der Ebene der Tiefenstrukturen, weitet sich das ökonomische und technologische System auf alle bedeutungshaltigen Lebensvoll-

züge aus. Die Verbindung von Bildschirm und Computer 'perfektiert' die Lebenswelt der Menschen - so die zweckrationale Logik -, indem Datenverarbeitung plus Massenkommunikation die Lebenswelt zum System umgestalten. Dieses kommunikations- und informationstechnologische System der Lebenswelt ist nun die dominierende und objektive Seite der kulturellen Entwicklung.

Wie sieht deren subjektive Seite aus? Wie prägt Datenkommunikation die Erlebnisweise, wie verändern sich medien- und genrespezifische Wahrnehmungs- und Erlebnisweisen mit der Verbindung von Bildschirm und Computer? Prägen "Digitaler Schein" und die "Ästhetik der elektronischen Medien" Erleben und Handeln? Die virtuellen Welten der Bildschirmsimulation bleiben in der kulturellen Schiene der Mechanisierung, die 'über' die bewegten Bilder Kommunikation verwandelt hat. Die mediale Bewegung prägt immer noch die kulturelle Entwicklung und verleiht der sozialen Wirklichkeit den Charakter des Fließenden und des Scheins. Diese Qualität sozialer Wirklichkeit entspricht ganz und gar nicht den Alltagsvorstellungen von Wirklichkeit, die das Feste, Beständige und Zuverlässige betonen. Mit dieser Qualitätsveränderung sozialer Wirklichkeit wird auch der traditionelle Gedanke von der abbildbaren Wirklichkeit obsolet. Deswegen sind vermeintlich kulturkritische Vorstellungen vom Ende der Wirklichkeit oder von der Wirklichkeit, die sich verflüchtigt, die also nicht mehr abbildbar ist und in der Medien nicht mehr über die Repräsentationsfunktion definiert werden, wenig geeignet, um die kulturellen Veränderung in der Folge der Industrialisierung von Kommunikation zu erfassen. Schein und Fließen konstituieren über medienförmige Wahrnehmungs- und Erlebnisweisen der Menschen, besonders in der Verbindung mit Individualisierung, die symbolischen Formen der sozialen Welt. Prägend für diese Entwicklung war die "Industrialisierung" von Medien und Kultur. Wie die Linie von der Mechanisierung über die Digitalisierung verläuft, läßt sich zur Zeit nur ahnen. Das ökonomische und industrielle System der "Datenautobahn", dessen technische und politische Form im Moment festgelegt wird, setzt auch die Bedingungen für subjektive Erlebnisweisen. Langfristig wirksame Bedingungen wie die Industrialisierung von Kultur über Medien, die Übertragung von Prinzipien der Bewegungstechnologie auf Kommunikation legen nahe, daß Bewegung, Verdichtung und die Dominanz des textuell bildhaften Scheins die Erlebnisweisen unserer Kultur festlegen werden.

6.1 Industrie unterwirft Kultur - kulturhistorische Einschätzungen der aufstrebenden Film- und Fernsehindustrie

Kultur und Industrie begannen mit den Medien Kinofilm und besonders Fernsehen zu einem System zu werden. Kritische Theorien zur Systemstruktur von Massenkommunikation, insbesondere zu Film und Fernsehen, formulierten Max Horkheimer und Theodor W. Adorno in den vierziger, Günther Anders in den fünfziger Jahren. Mittlerweile sind gerade die Folgen der Verbindung von Technologie, Bewegung, Medien und Erlebnisweisen auch in die öffentliche Diskussion der

Medien gelangt. Faszinierendes Beispiel für eine filmische Variante kritisch historischer Theorie ist der Vorspann des Films "...2002..., die überleben wollen", ein Science-Fiction- und Action-Film der siebziger Jahre, der Bewegung und ihre Beschleunigung zur Metapher für den katastrophalen Untergang der Industriegesellschaft macht. Dem Film gelingt, die Medienförmigkeit der Wahrnehmung im Konsumsystem der bewegten Bilder filmisch darzustellen.

In der ersten Einstellung fährt die Kamera auf ein altes Schwarzweißfoto aus dem letzten Jahrhundert. In einer langsamen Bewegung erfaßt die Kamera den ornamentalen Rahmen des Fotos und zeigt dann eine ländliche Szene: Einige Männer und Frauen, schwarz gekleidet, haben sich für eine Fotoaufnahme versammelt. Sie stehen oder sitzen fast so bewegungslos wie die Bäume und die Blockhütte des Hintergrunds. Nur die einfache Musik eines Schlaginstruments bringt Farbe und Leben ins Bild. Nach einer Überblendung fährt die Kamera aus dem Foto zurück und zeigt dann das Foto eines Eisenbahnwaggons und dessen Passagiere. Obwohl der Waggon steht, und die wenigen Menschen regungslos verharren, läßt die Kamerabewegung das Fahren des Zugs ahnen. Überblendung; die Kamera schwenkt auf und in das Landschaftsbild eines Sees, zeigt einige Menschengruppen und schwenkt dann auf ein Ochsespann, auf das Heu geladen wird. Plötzlich ein harter Schnitt, man sieht eine Gruppe von Menschen im Mittelteil eines altmodischen und offenen Autos, die Kamera fährt auf diese Gruppe zu, bringt dann eines der ersten Exemplare eines Flugzeugs. Das Bild teilt sich dabei für einen Moment in zwei Hälften, verdoppelt sozusagen seine Repräsentationsmöglichkeiten und die abgebildeten Gegenstände. Diese Musik wird nun voluminöser und zunehmend schneller. Die Szenerie wechselt vom Land in die Großstadt, gleichzeitig vervielfältigen sich die Darstellungsformen des Films. So sieht man aus der Flugzeugperspektive die Hochhaussilhouette von Manhattan. Wieder halbiert sich das Bild. Es folgen viele Schnitte und kurze Blicke auf typische Industrielandschaft. Das erste großindustriell hergestellte Auto erscheint. Erneut schwingt sich die Kamera in die Vogelperspektive und zeigt den Parkplatz mit unendlich vielen Autoelementen, schwenkt wieder zu den Autos herunter und in ein Büro, in dem Stenotypistinnen eng nebeneinander an ihren Maschinen arbeiten, Arbeiterwohnungen kommen ins Bild. Jetzt wird der Film farbig und beschleunigt, indem die Leinwand halbiert wird und gleichzeitig verschiedene Dinge, z.B. Autobahn, Staus, Menschen in Autos, zu sehen sind. Die Bildfolge wird noch schneller, die Kamera schwenkt einem Auge vergleichbar über Gegenstände, dann werden Dinge sozusagen an der Kameralinse vorbeigezogen: Menschen in der U-Bahn, Menschen dicht gedrängt auf einer Straße, standardisierte Reihenhaussiedlungen. Die Bilder überstürzen sich: Menschenmengen in schneller Bewegung sind zu sehen, Eilen und die Hast; Menschen an touristischen Plätzen, z.B. San Marco in Venedig; ärmlich aussehende Schwarze; Menschen einer Hippie-Demonstration; eine Hand an einem Steuerpult, Autowracks, Müll, Armut, Menschen mal nah, mal als Masse. Die Musik bringt einen heftigen Stakkatorhythmus. Das Bild wird gedrittelt oder halbiert, in jedem Bildsegment läuft eine andere Bewegung, die kurz über ein gemeinsames Bild verbunden werden. Dann vervielfältigen sich die Bildausschnitte zu einem wilden Wirbel von Demonstrationen, Soldaten, Umweltverschmutzung; die Autoschlängen wuchern in die Landschaft, die Umweltverschmutzung zwingt die Menschen sich zu maskieren. In einem wilden Lauf fängt die Kamera schwer definierbare Elementen ein: Baumstrünke, Müll, Tiere, Menschen. Eine Katastrophe, ob Krieg oder

Industriekatastrophe ist unklar, verdichtet sich und führt zu einer Beruhigung mit ruhigen Bildern einer Müllkippe, eines Bulldozers, eines kleinen Sees im Müll. In der Totalen zeigt die Kamera einer Großstadtsilhouette, aufgelöst wie William Turners Nebelbilder. Der Filmtitel kommt: ... Jahr 2022, die Überleben wollen. Die Filmerzählung beginnt.

Antiquiertheit des Menschen

Ist mit der Kulturindustrie, also mit der Unterwerfung von Kultur und Kommunikation unter Technologie und Ökonomie, die kulturelle Verwüstung vorgezeichnet? Die Prägestkraft der Bewegung eines kulturellen Produktions- und Konsumsystems hat die Menschen in der uns bekannten und vertrauten Subjektivität und in ihren Erlebnis- und Handlungsweisen schon verändert.

Günther Anders brachte seine Beobachtungen aus den vierziger und fünfziger Jahren auf die Formel von der "Antiquiertheit des Menschen": Die industrielle Welt hat den Menschen überholt und zur Antiquität degradiert. Der Spannungsbogen lag für ihn zwischen dem technologischen Selbsterstörungspotential einerseits, das mit der Atombombe normal wurde und das sich zugleich unseren Denk- und Erlebnismöglichkeiten entzieht, und andererseits der Banalität des Fernsehens, die das vertraute Subjekt-Welt-Verhältnis verdreht. Die per Fernsehen "ins Haus gelieferte Welt" (Anders 1987, S. 116) wurde der alltäglichen und biedereren Welt der Konsumenten unterworfen, jedoch zum Preis, daß die als stabil und sicher vorausgesetzte soziale Welt nunmehr als "Phantom und Matrize" der Massenkommunikation dient. Die symbolische Struktur des Fernsehens entspricht den individuellen und konsumptiven Erlebnisweisen der Menschen, gerade weil sie sich zur Matrix der Ereignisse und Sachverhalte aufgeschwungen hat. Die Folgen konsumptiver Verfügbarkeit der Fernsehbilder waren einschneidend; Schein und Wirklichkeit verloren und verlieren weiterhin ihre vertraute soziale Funktion und Zuordnung. Das bekannte Verhältnis von Wirklichkeit und Abbild (symbolische Repräsentation von Ereignissen und Sachverhalten) verdrehte sich. Das Symbolische bekam den Charakter und die Funktion von Wirklichkeit. Zudem dominiert die Biederkeit der individuellen Lebenswelt, also die kleine Perspektive der 'human interests', die Fernsehgenres und deren Darstellungsweisen. Gerade die Banalität und Trivialität der Kleinbürgerlichkeit mauserte sich zum ästhetischen Maßstab, und damit zum Angelpunkt für die angelieferte Welt.

Günther Anders formulierte 1956 (S. 111f.) folgende Thesen zur Veränderung der sozialen Wirklichkeit durch Fernsehen. Wichtig ist dabei Anders' Kerngedanke, daß die wesentlichen kulturellen Veränderungen von den fürs Fernsehen adäquaten Wahrnehmungs- und Erlebnisweisen der fernsehenden Menschen ausgehen.

- "1. Wenn die Welt zu uns kommt, statt wir zu ihr, so sind wir nicht mehr 'in der Welt', sondern ausschließlich deren schlarraffenlandartige Konsumenten.
2. Wenn sie zu uns kommt, aber doch nur als Bild, ist sie halb an- und halb abwesend, also phantomhaft.

3. Wenn wir sie jederzeit zitieren (zwar nicht verwalten, aber an- und ausschalten können), sind wir Inhaber gottähnlicher Macht.
4. Wenn die Welt uns anspricht, ohne daß wir sie ansprechen können, sind wir dazu verurteilt, mundtot, also unfrei zu sein.
5. Wenn sie uns vernehmbar ist, aber nur das, also nicht behandelbar, sind wir in Lauscher und Voyeurs verwandelt.
6. Wenn ein an einem bestimmten Orte stattfindendes Ereignis versandt und als 'Sendung' zum Auftreten an jedem anderen Orte veranlaßt werden kann, dann ist es in ein mobiles, ja in ein fast omnipräsentes, Gut verwandelt und hat seine Raumstelle als principium individuuationis eingebüßt.
7. Wenn es mobil ist und in virtuell zahllosen Exemplaren auftritt, dann gehört es seiner Gegenstandsart nach zu Serienprodukten; wenn für die Zusendung des Serienproduktes gezahlt wird, ist das Ereignis eine Ware.
8. Wenn es erst in seiner Reproduktionsform, also als Bild sozial wichtig wird, ist der Unterschied zwischen Sein und Schein, zwischen Wirklichkeit und Bild aufgehoben.
9. Wenn das Ereignis in seiner Reproduktionsform sozial wichtiger wird als in seiner Originalform, dann muß das Original sich nach seiner Reproduktion richten, das Ereignis also zur bloßen Matrize ihrer Reproduktion werden.
10. Wenn die dominierende Welterfahrung sich von solchen Serienprodukten nährt, dann ist (sofern man unter 'Welt' noch dasjenige versteht, worin wir sind), der Begriff 'Welt' abgeschafft, die Welt verspielt, und die durch die Sendungen hergestellte Haltung des Menschen 'idealistisch' gemacht."

Mit "idealistisch" fixierte Anders die subjektive Dynamik der kulturellen Veränderung, die von der individuellen Verfügungsmacht der Menschen als Konsumenten aus und die mit den Erlebnis- und Wahrnehmungsweisen einer auf Individualität gerichteten Kultur einhergeht. Anders erläutert "idealistisch" folgendermaßen: "Die Welt ist nun meine geworden, meine Vorstellung, ja sie hat sich ... in eine 'Vorstellung für mich' verwandelt. In diesem 'für mich' besteht nun das idealistische Element. Denn 'idealistisch' im breitesten Sinne ist jede Attitüde, die die Welt in Meines, in Unseres, in etwas Verfügbares, kurz in ein Possessivum verwandelt: eben in meine 'Vorstellung' oder in mein (Fichtesches) 'Produkt des Setzens'" (Anders 1956, S. 112).

Die Chance der Reproduzierbarkeit und filmtypischer Erlebnisweisen

Nur zwei Jahrzehnte früher, 1936, hatte Walter Benjamin die mit dem Film einhergehenden Wahrnehmungs- und Erlebnisweisen der Arbeiter grundlegend anders beschrieben und bewertet. Für ihn und in der Zeit vor dem Fernsehen war die "Reproduzierbarkeit" des Kunstwerks keine Unterwerfung unter das Diktat der Mechanisierung und Industrialisierung. Benjamin hatte noch die Herrschafts- und Legitimationsfunktion des einmaligen Kunstwerks im Auge, als er die neuen Erlebnisweisen der Filmwahrnehmung für die proletarischen Massen bedachte:

"Die technische Reproduzierbarkeit des Kunstwerks verändert das Verhältnis der Massen zur Kunst. Aus dem rückständigsten, z.B. einem Picasso gegenüber, schlägt es

in das fortschrittlichste, z.B. angesichts eines Chaplin, um. Dabei ist das fortschrittliche Verhalten dadurch gekennzeichnet, daß die Lust am Schauen und am Erleben in ihm eine unmittelbare und innige Verbindung mit der Haltung des fachmännischen Beurteilens eingeht" (Benjamin 1981, S. 32f.).

Weil beim Film oder bei der Fotografie die Aufnahmeapparatur im Mittelpunkt des reproduzierbaren Kunstwerks steht, sind die an und mit Maschinen arbeitenden Menschen auch die Fachleute (S. 28f.). Die technologische Vermittlung entspricht den Erfahrungen, die Arbeiter in und mit der Arbeit machen. Diese Erfahrung verhilft ihnen zu einer grundlegend anderen Art, mit den technischen Medien umzugehen als mit Kunstwerken, die wegen ihrer Einmaligkeit auch ihre Aura gewinnen. Diese Aura der Einmaligkeit des Kunstwerks verhalf der aristokratischen und der davon abgeleiteten bürgerlichen Selbstinszenierung, den eigenen Machtanspruch gegenüber den arbeitenden Menschen zu legitimieren. Ohne widerständige Erfahrung mit der quasi-religiösen Legitimationsfunktion des einmaligen Kunstwerks, der "Aura", gingen die Menschen der inszenierten Macht auf den Leim. Die technischen Möglichkeiten der apparativen Erstellung eines Kunstwerks erweitert dagegen, so Benjamins Vermutung, die Wahrnehmungsmöglichkeiten der Menschen:

"Indem der Film durch Großaufnahmen aus ihrem Inventar, durch Betonung versteckter Details an den uns geläufigen Requisiten, durch Erforschung banaler Milieus unter der genialen Führung des Objektivs, auf der einen Seite die Einsicht in die Zwangsläufigkeiten vermehrt, von denen unser Dasein regiert wird, kommt er auf der anderen Seite dazu, eines ungeheuren und ungeahnten Spielraums uns zu versichern! Unsere Kneipen und Großstadtstraßen, unsere Büros und möblierten Zimmer, unsere Bahnhöfe und Fabriken schienen uns hoffnungslos einzuschließen. Da kam der Film und hat diese Kerkerwelt mit dem Dynamit der Zehntelsekunde gesprengt, so daß wir nun zwischen ihren weitverstreuten Trümmern gelassen abenteuerliche Reisen unternehmen. Unter der Großaufnahme dehnt sich der Raum, unter der Zeitlupe die Bewegung" (S. 35f.).

Diese Wahrnehmungserweiterung, die Reproduzierbarkeit und Massenhaftigkeit des Films in Gang setzen, steht der traditionellen Funktion des einmaligen Kunstwerks, der Inszenierung und Zurschaustellung von Macht, also der Aura, entgegen. Die Reproduzierbarkeit kann nun von Herrschaftszwängen befreien, indem sie deren Überhöhung und Verschleierung durch das in Rituale eingebundene Kunstwerk unmöglich macht.

Walter Benjamins Argument spielte schon wenige Jahre, nachdem er es formuliert hatte, keine Rolle mehr. Das Verhältnis von Technisierung, Standardisierung und Reproduzierbarkeit einerseits und den Macht- und Legitimationsmechanismen andererseits hatte sich in wenigen Jahren verändert. Die aufblühende "Kulturindustrie" in den USA der vierziger Jahre setzte andere Erlebnisweisen und damit auch andere Herrschaftsmechanismen in Gang als die der vorindustriellen Repräsentationsformen.

Für eine historisch kritische Betrachtung ist dieser Befund wichtig, denn nicht die industriell technische Herstellungsweise von Medien, also das Einmalige der

Kunst versus die technische Reproduzierbarkeit, liefert moralische Maßstäbe; es geht vielmehr um die Funktionalisierung oder um die Befreiung der kommunikativen Möglichkeiten der Menschen. Selbstverständlich hatte Günther Anders recht, als er die legitimierende Inanspruchnahme der Medien für die egozentrischen kleinen Welten der Menschen als "Verbiederung" kritisierte. In einer Konsumwelt der Milieus und Szenen entschärft sich das Problem jedoch nicht dadurch, daß zur Zeit 'Action' die kleinbürgerliche Welt ablöst. Die vielen und durch die eigene, beschränkte Perspektive definierten Lebenswelten werden zum neuen moralischen Problem, wenn sie sich nicht für die anderen, ebenfalls szenisch und medial verfaßten Sinnperspektiven der Mitmenschen öffnen.

Hinzu kommt die Aufgabe, die verbindende Systemstruktur industrieller und technologisch organisierter Massenkommunikation als Bezugsrahmen der individuellen Lebenswelten zu durchschauen. Die erste Ausprägungsform dieses Systems erschien als "Kulturindustrie". Deren Systemstruktur bestimmt auch die aktuelle Fortentwicklung zur "Datenautobahn", wobei jetzt die industrielle Verfügung über symbolische Objektivationen der dynamische Mittelpunkt des Systems ist.

Unterwerfung der Kultur unter die Industrialisierung

Max Horkheimer und Theodor W. Adorno bewerteten in den vierziger Jahren die Mediatisierung von Kultur als Unterwerfung von Kultur unter die Prinzipien der Industrialisierung. Herausragend schien ihnen der Systemcharakter der Mediatisierung. Wird Kultur den Grundprinzipien industrieller Produktion und den Marktmechanismen unterworfen, so ihr Argument, dann entstehen Systemstrukturen, die das bekannte Alltagsleben an die industrielle Produktion anpassen: Individualisierung, Fortsetzung der Arbeit in der Freizeit, die Konsumenten als Erfüllungsgehilfen der Produktion. Dabei verkommt die Aufklärung, in deren Entwicklungslinie auch das technologische Verfügen über Kommunikation und Kultur liegt, zum "Massenbetrug" (S. 108).

Mit einem erstaunlich aktuellen Argument eröffnen Horkheimer und Adorno ihre Analyse. Sie gehen auf die damals schon vorfindliche Klage über den Werteverfall ein, der für ein kulturelles Chaos verantwortlich sein soll. Der "Verlust des Halts in den objektiven Religionen, die Auflösung der letzten vorkapitalistischen Residuen, die technische und soziale Differenzierung", also die Entwicklung, die derzeit unter dem Stichwort Individualisierung und Werteverfall diskutiert wird, hat - ganz im Gegenteil - über die Medien und deren Egalisierungsmechanismus einen neuen Typ von Bezugsrahmen hervorgebracht: "Kultur heute schlägt alles mit Ähnlichkeit. Film, Radio, Magazine machen ein System aus. Jede Sparte ist einstimmig in sich und alle zusammen."

Das industrielle System führt zu Gleichartigkeit und Uniformität bzw. erscheint in ihnen. Es prägt Bauen und Wohnen ebenso wie Kultur:

Der "technische Fortschritt" löst die Betonzentren, die zu Slums verfallen, ab; "die neuen Bungalows am Stadtrand verkünden" "das Lob des technischen Fortschritts und fordern dazu heraus, sie nach kurzfristigen Gebrauch wegzuwerfen wie Konservenbüchsen. Die städtebaulichen Projekte aber, die in hygienischen Kleinwohnungen das Individuum als gleichsam selbstständiges perpetuieren sollen, unterwerfen es seinem Widerpart, der totalen Kapitalmacht, nur um so gründlicher. Weil die Bewohner zwecks Arbeit und Vergnügen, als Produzenten und Konsumenten, in die Zentren entboten werden, so kristallisieren sich die Wohnzellen bruchlos zu wohlorganisierten Komplexen" (S. 108).

Innerhalb dieses industriellen Systems von Gleichartigkeit und Individualität, das Horkheimer und Adorno am Bauen und Wohnen erläutern, entwickelt sich auch eine auf Medien basierende Kultur:

"Die augenfällige Einheit von Makrokosmos und Mikrokosmos demonstriert den Menschen das Modell ihrer Kultur: die falsche Identität von Allgemeinem und Besonderem. Alle Massenkultur unterm Monopol ist identisch, und ihr Skelett, das von jenem fabrizierte begriffliche Gerippe, beginnt sich abzuzeichnen. An seiner Verdeckung sind die Lenker gar nicht mehr so sehr interessiert, seine Gewalt verstärkt sich, je brutaler sie sich einbekennt. Lichtspiele und Rundfunk brauchen sich nicht mehr als Kunst auszugeben. Die Wahrheit, daß sie nichts sind als Geschäft, verwenden sie als Ideologie, die den Schund legitimieren soll, den sie vorsätzlich herstellen" (S. 108).

Die entscheidende Entwicklungsdynamik liegt in der Ausbreitung und Ausdifferenzierung des Systems, bei dem "die Teilnahme von Millionen", also das demokratische Egalitätsargument nur die industriellen "Reproduktionsverfahren" legitimiert. Sicherlich geht die industrielle Produktion davon aus, daß "an zahllosen Stellen gleiche Bedürfnisse mit Standardgütern beliefert werden". Daß die "Standards" aus den "Bedürfnissen der Konsumenten hervorgegangen sind", sagt jedoch letztlich nur etwas über die "Einheit des Systems" aus, das durch den Zirkel von "Manipulation und rückwirkenden Bedürfnissen" immer mehr "zusammenschießt" (S. 109). Produktion und Konsumption sind nur die beiden notwendigen und sich bedingenden Seiten eines industriellen Systems. "Die Verfassung des Publikums, die vorgeblich und tatsächlich das System der Kulturindustrie begünstigt, ist ein Teil des Systems, nicht dessen Entschuldigung" (S. 109f.).

Weitere Merkmale dieses Systems sind u.a. das "Eigengewicht des technischen und personellen Apparats". Ihnen werden die Inhalte und Darstellungsformen unterworfen. Zwar wird die generelle Verwendung des "dramaturgischen Knoten in den 'Seifenopern' des Radios" "pädagogisch" begründet ("Bewältigung technischer Schwierigkeiten"), schließlich geht es jedoch nur um die Generalisierung von Produktionsprinzipien. Letztlich zwingt die Kulturindustrie alles ins gleichartige System, in dem Produzenten, Rezipienten und Medien in rückbezüglichen, aufeinander abgestimmten, flexiblen und zielorientierten Beziehungen stehen. So gibt es z.B. "für den Konsumenten ... nichts mehr zu klassifizieren, was nicht selbst im Schematismus der Produktion vorweggenommen wäre" (S. 112). Der Eigenart von Kunstwerken "macht die Kulturindustrie durch Totalität ein Ende. Während sie

nichts mehr kennt als die Effekte, bricht sie deren Unbotmäßigkeit und unterwirft sie der Formel, die das Werk ersetzt" (S. 113). Innerhalb der Systemstruktur "Kulturindustrie" entstehen technische Innovationen, Organisationsformen und Erlebniswesen, die, weil in einem rückbezüglichen System integriert, Entwicklungslinien auch dominant weiterführen können. Eine dieser Entwicklungslinien legen die Medien als technische Instrumente und Innovationen fest. Dominant ist dabei die Bewegung. Sie beeinflusst Erlebnisweisen und Funktionsmechanismen des Systems der Massenkommunikation.

6.2 Mechanisierung von Mobilität und Kommunikation - vom Telegrafen zu Auto und Fernsehen

Mobilität und Kommunikation durchdrangen sich, als die Eisenbahn ein zweckrationales Steuerungs- und Informationsmittel notwendig machte. Die Eisenbahn brauchte ein dem Schienenstrang paralleles Steuerungs- und Kontrollsystem, bei dem ein eindeutig definierter Zeichenvorrat über einen ebenso eindeutig definierten Kanal von einem Sender zu einem Empfänger transportiert wird. Bei der Transportlogik der Bahn lag der Informationstransport im elektrischen Stromnetz parallel zu den Schienen nahe. So wurde von 1835 bis 1838 die Einrichtung des Steinheilschen Telegrafen an der ersten deutschen Eisenbahnstrecke von Nürnberg nach Fürth diskutiert, jedoch verworfen. 1837 erprobten Cooke und Wheatstone an der Eisenbahn London - Birmingham einen Fünfnadeltelegraf. Der verbesserte Wheatstonsche Telegraf (Buchstaben sind direkt abzulesen bei nur drei Signalübertragungsleitungen) wurde für praktische Eisenbahnzwecke zwischen Aachen und Ronheide installiert. 1844 richtete Morse entlang der Bahnlinie Washington-Baltimore eine Telegrafenlinie ein.¹

Man braucht nicht viel Worte über diese Verbindung von Eisenbahn, elektrischem Strom und Informationstransport zu verlieren: sie ist heute evident und alltäglich, weil kulturell erfolgreich. Sie ist zudem selbstverständlich, weil sie ihre eigene Interpretation, das Sender-Empfänger-Modell der Kommunikation bzw. deren Paradigma, die Kommunikation als Informationstransport, mitlieferte.

Prägend für die Technologisierung von Kommunikation waren die weiteren Entwicklungsschritte der Mechanisierung der Bewegung, die, insbesondere mit der Individualisierung der Mobilität durch das Auto, zum Wegbereiter des Fernsehens wurde. Der kulturelle Weg zum Fernsehen lief nicht nur über die Literatur, die erzählten Geschichten und den Film. Gerade das Auto enthält als Fortbewegungsmittel all die Eigenschaftskomplexe (Individualisierung, Egalisierung, Konsum, System, kompensatorische Phantasien), die Fernsehen zum Leitmedium der Mas-

1 Die kulturhistorische Beschreibung und Analyse hierzu gibt Wolfgang Schivelbusch (1977). Die technikgeschichtlichen Zusammenhänge von Telegraphie und Eisenbahn berichtet Rolf Oberliesen (1982, S. 98ff.).

senkommunikation werden ließ. Fernsehen wiederum prägt immer noch die Entwicklung der Massenkommunikation, auch wenn es als Medium auf dem Weg zur Antiquität ist (vgl. Gilder 1994).

Die Logik der Mechanisierung erfaßte von unterschiedlichen Lebensbereichen und Lebensfunktionen ausgehend nach und nach auch die Kommunikation. Siegfried Giedion schrieb, ebenfalls in den die moderne Massenkommunikation prägenden vierziger Jahren, einen Überblick über die kulturellen und subjektiven Folgen des Gestaltungsprinzips der Mechanisierung. Auch ihm ging es um die Herrschaftsfunktion und die Inbesitznahme menschlicher Lebensmöglichkeiten.² Mechanisierung, so Giedion, bedarf eines Konzepts der Bewegung, das möglich ist, wenn die Welt nicht mehr als etwas in sich Ruhendes verstanden wird. Erst Ende des Mittelalters, im 14. Jahrhundert bekam Bewegung solche Relevanz, so daß sie auch konzeptionell erfaßt und mimetisch dargestellt wurde. Um 1350 bildet der französische Bischof Nicolas Oresme die sich ändernden Eigenschaften eines Körpers graphisch ab, indem er die Ausdehnung eines Subjekts oder Trägers der Horizontalen und dessen Intensität der Vertikalen zuordnet. In dieser Art von Koordinatensystem erscheint dann die Bewegung oder Veränderung eines Körpers als Abfolge in der Horizontalen; es ist eine für uns vertraute Form der Darstellung. Auf einem Bild (abgedruckt bei Giedion S. 36) ist z.B. eine Abfolge von Säulen zu sehen, bei der von links beginnend die Säulen wie bei einer Treppe gleichmäßig kürzer werden oder im Sinne eines Kreisbogens ansteigen. In dieser Art zu Denken entstanden dann im 19. Jahrhundert Maschinen, die Bewegung, z.B. den Pulsschlag, mittels eines Zeigers auf eine sich drehenden Walze übertragen und aufzeichnen (S. 37ff.). Um schrittweise von der Aufzeichnung der Bewegung zu deren mechanischer Reproduktion zu kommen, brauchte es Erfindungen, die etwas "Wunderbares" und Unerhörtes anstreben³, die zugleich etwas Nützliches und Praktisches herstellen wollten (Giedion, S. 55ff.). Daß Bewegung dann mit der Eisenbahn selber mechanisiert und industriell organisiert wurde, dürfte die Verbindung von auditiver und bildhafter Reproduktionstechnik und industrieller, arbeitsteiliger Medienproduktion zur Massenkommunikation forciert und in

-
- 2 "In 'Mechanization Takes Command' ('Mechanisierung regiert') war ich nicht an der Entwicklung der Technik interessiert. Ich wollte wissen, was geschah, wenn die industrielle Produktion von der intimsten Sphäre des Menschen Besitz ergriff und was geschah, wenn die industrielle Produktion versuchte, die organische Substanz zu meistern, wenn sie den Ackerbau mechanisierte, den Charakter des Brotes - zumindest in den USA - völlig veränderte, oder wenn sie versuchte, Tiere mechanisch zu töten und vieles mehr. Die Schlußfolgerung von 'Mechanization Takes Command' deutet auf das kommende Ende der rationalen Auffassung der Welt, auf die Abkehr von der Einbahnstraße der Logik" (Giedion 1987, S. 817).
 - 3 So skizzierte 1751 die "Encyclopédie" eine mechanische Ente, die watscheln, schwimmen, schnattern und die sogar Körner picken und dann zermahlen und wieder ausscheiden konnte.

wesentlichen Zügen geprägt haben. Die Eisenbahn brachte dabei ein 'kulturelles Erbe' ein, das dann das Auto um die individuelle Mobilität erweiterte. Mit der Bewegungsmaschine Auto wurde Individualität, Gleichartigkeit, System und kompensatorische Phantasie zu kulturellen Selbstverständlichkeit, die die Massenkommunikation mit dem Fernsehen akzeptabel macht und die das Fernsehen eigenständig fortführte.

Das kulturelle Erbe des Autos und der Schritt zum Fernsehen

Ein gemeinsames kulturhistorisches Moment läßt sich an Auto und Fernsehen als kultureller Objektivation feststellen, das typisch und herausragend ist für eine psychohistorische Entwicklung, die sich seit Ende des 18. Jahrhunderts herauskristallisiert: Die Subjektkonstitution verläuft als Individualisierungsprozeß mit zwei widersprüchlichen Polen. Der eine Pol beinhaltet die narzißtische Aneignung feudaler Herrscherbilder; der andere die republikanische Egalisierung, bei der die narzißtische Subjektkonstitution bei allen Subjekten abläuft. Dieser Egalisierungsprozeß ist zwar subversiv für eine feudale Hierarchie, jedoch konstitutiv im Rahmen einer republikanischen Verfassung. Diese Art der Subjektkonstitution ist wegen ihrer Widersprüchlichkeit von Narzißmus und Egalisierung mit einer Fülle von handlungsleitenden oder kompensierenden Phantasien verbunden.

Diese drei dynamischen Elemente der Subjektkonstitution - narzißtische Individualisierung, republikanische Egalisierung und verbindende Phantasie - werden als integriertes und interdependentes Gefüge sowohl in ihrer biographischen wie auch in ihrer gesellschaftlichen Dominanz durch Auto und Fernsehen forciert. Dabei gibt es zwischen Auto und Fernsehen spezifische Schwerpunktverschiebungen, z.B. in der Bedeutung kompensatorischer Phantasien.

Individualisierung

Von Eisenbahn und Telegraf als dem Punkt, an dem Mobilität zum Interpretations- und Organisationsparadigma für Kommunikation wurde - von der Gestaltung zum Informationstransport -, führt kein Weg zum Fernsehen. Dies ist kein technisches, sondern ein kulturelles Argument. Nicht die Erfindung der Braunschen Röhre genügte, um Fernsehen zu entwickeln, es mußte eine spezifische Kommunikationsstruktur als gesellschaftliche wie subjektive Selbstverständlichkeit vorhanden sein. Das ist insbesondere die Selbstverständlichkeit des individuellen Handelns innerhalb technologischer Innovationen. Genau dieses Moment konnte das Massentransportmittel Eisenbahn nicht erfüllen. Es war notwendig, um kalkulierbar die Segregationsfolgen von Arbeitsteilung zu überwinden, indem es Rohstoffe, Waren und Menschen transportierte. Es handelte sich um ein zentral gesteuertes Verfrachten, dessen Widerspruch zur adligen oder großbürgerlichen Fortbewegung individueller Art auch erlebt und dargestellt wurde. In Karikaturen des 19. Jahrhunderts ist diese narzißtische Kränkung des gleichmacherischen Verfrachtewerdens

auch heute noch sichtbar. Die ständische Gliederung der Eisenbahnwagen in Klassen oder der adlige Luxus von Salonwagen konnte nur retouchieren, aber nicht vermeiden, daß man nicht mehr oder noch nicht selbstbestimmt fährt wie mit der eigenen Kutsche und dem eigenen Pferd: halten können wo und wann man will, das Tempo selber bestimmen, die Mitreisenden auswählen oder ausschließen.⁴

Den Motor in die Kutsche einzubauen und damit auf Straßen zu fahren, war der notwendige kulturelle Gedanke. Kulturhistorisch formuliert heißt das, die adlige Selbstverständlichkeit subjektiver Mobilität - und das ist individuell bestimmte Mobilität - braucht ihr mechanisiertes, motorisiertes Vehikel. Deshalb begann die Bastler- und Versuchs/Irrtums-Anfangsphase der Autoentwicklung auch mit der Kutsche ohne Pferd, in die ein Motor eingebaut wurde. Diese mechanisierte, motorisierte Kutsche wurde schnell zum exklusiven Fortbewegungsmittel; es schloß sich eine Nobilitätsphase im Autodesign und der Autonutzung an die ersten und eher primitiven Auto-Kutschen an. Das Autodesign ist luxuriös, prachtvoll, repräsentativ.⁵ Neben dem Repräsentationsmoment gab das Auto Möglichkeit zu einer zweiten Form aristokratischer Selbstinszenierung, dem sportlichen Wettkampf des Herrenreiters, der im Auto seinen narzißtischen Phantasien nachgeht und zum Herren über Raum und Zeit wird. Die auf Großartigkeit gerichtete Verfügungsphantasie wurde nun kultureller Bestandteil der individuell organisierten Mobilität.

Das Auto ist wegen seiner individualisierten Form der Fortbewegung Träger und Vehikel der Idee von Repräsentativität, Selbstbestimmung und Wohlstand, die die aristokratische Selbstbestimmung sowohl verfügbar, handhabbar und auch generalisierbar machte und die sich so mit dem republikanischen Bedürfnis nach individueller Subjektkonstitution verband. Das Auto wurde somit zu Objektivation eines allgemeinen kulturellen Musters, der individuellen Mobilität und des individuellen Verfügens. Individualverkehr heißt, das eigene Fahrzeug kaufen, warten, Treibstoff beschaffen und bezahlen, das selbstgewählte Tempo zur selbstgewählten Zeit mit den selbstgewählten Beifahrern ansteuern: Das Auto gehört mir, ich bestimme, mit wem, wann und wohin ich fahre. Nur das Straßennetz ist öffentlich, ebenso das Versorgungsnetz (die Tankstellen); die Straßen staatlich, die Tankstellen privatwirtschaftlich. Das automobile Transportwesen, als Individualverkehr organisiert, ist also Träger eines aristokratischen Erbes und aristokratisches Muster der individuellen Subjektkonstitution. Dieses aristokratische Erbe darf man auch bei der Frage nicht aus dem Auge verlieren, welche Kommunikationstechnologie das Auto fördernd und selegierend unterstützt hat.

4 Karikaturen zum Verfrachten finden sich u.a. bei Sachs (1984, S. 110ff.) und Schivelbusch (1977, S. 113ff.), Bilder zur ständischen Differenzierung der Eisenbahnwagen bringt u.a. Giedion (1987, S. 488ff.).

5 Die Nobilitätsphase im Automobildesign läßt sich noch 1927 an einer Prunkkarosse eines englischen Fabrikanten feststellen, vgl. Bilder bei D. B. Tubbs (1978, S. 71). Die Werbung greift dieses Design auf, macht es - notwendigerweise - bürgerlicher. So fällt der Chauffeur bzw. sein isolierter Platz weg. Dafür sitzt der Autobesitzer gepflegt im Kreise seiner Freunde am Steuer (vgl. Tubbs, S. 67).

Das Auto hatte eine wirre, verschlungene, inkonsistente Entwicklung hinter sich, bis es seine kulturelle Funktion einnahm. Beim Lesen der Ingenieur- und Wirtschaftsgeschichte von Daimler, Benz bis Ford zeigt sich, daß sich die technische Entwicklungslinie in eine Systemlogik, wie gesagt die des Individualverkehrs, einpaßte bzw. daß sich Technik und Logik interdependent entwickelten. Das gleiche gilt für die Geschichte des Fernsehens, die ein Erbe vorfand und antrat: es ist beileibe nicht nur das Erbe des Kinos. Das aristokratische Kulturerbe der Individualisierung gelangte über das Auto in den Bereich technologisch organisierter Kommunikation. Vom Auto läuft eine verschlungene kulturelle Entwicklungslinie erst zum Radio und dann zum Fernsehen. Fernsehen griff diese Individualisierungslinie auf; es wurde wegen seiner Nähe dazu überhaupt erst gesellschaftlich relevant. In der Folge verdrängte Fernsehen das Kino. Eisenbahn und Kino auf der einen Seite, Auto und Fernsehen auf der anderen entsprechen sich in ihrem öffentlichen bzw. ihrem individuellen Charakter. Auto bzw. Fernsehen heißt individuelle Nutzung im Rahmen eines öffentlichen Netzes; Eisenbahn bzw. Kino geschieht innerhalb eines öffentlichen Transport- bzw. Kommunikationssystems.

Der Gebrauch des Fernsehens findet analog zum Auto im privaten Bereich statt; in diesem Punkt entsprechen sich Auto und Wohnzimmer, zu dem Familie, Freunde, Bekannte Zutritt haben. Die Straßen korrespondieren mit dem öffentlich-rechtlich gesendeten Programm. Innerhalb des Programmangebots trifft man individuelle Zielentscheidungen; die Anschaffung, Wartung der Geräte, der soziale Kontext der Rezeption, die Umgangsweisen mit Fernsehen (vergleichbar Geschwindigkeit, Fahrstil usw.) bleiben in der individuellen Verantwortung.

Egalisierung durch Konsum

Das feudale Erbe individueller Auto-Mobilität war lange Zeit, in Deutschland bis nach dem Zweiten Weltkrieg, nur für Wohlhabende anzutreten. Das Auto war Ausdruck und Teil noblen Lebensstils. Das Autodesign - wir kennen es noch heute von Rolls Royce oder Mercedes und aus der Autowerbung - betonte, gelegentlich noch heute, das Repräsentative, den Wohlstand, die Macht, später auch die Modernität der Autofahrer und Autobesitzer.⁶ Das Auto in der Kunst, von der Jahrhundertwende bis in die dreißiger Jahre hinein, stellt dieses Moment des Noblen, des Wohlstandes am Auto besonders heraus (Überblick bei Tubbs 1978).

An dieser Stelle griff die Dialektik narzißtischer Subjektivitätsmechanismen: die subjektive, selbstbestimmte Einmaligkeit, die sich mit republikanischen Egalitätsvorstellungen bzw. -wünschen verbindet, brauchte entsprechende gesellschaftliche Objektivationen, nämlich etwas Massenhaftes, das für jeden individuell erreichbar

6 Bei Sachs (1984) finden sich Beispiele dazu: "Kultivierter Genuß", "Geist der Verschwendung".

ist, also das noble Auto für jeden. Da dieser republikanische Egalitätsanspruch als solcher schon gesellschaftlich politisch ist, war das Wohlstands- oder das Wunschobjekt Auto auch immer politisch einsetzbar zur Ausweitung oder zur Begrenzung von Egalitätsmechanismen.

Fords Modell T, noch vor dem Ersten Weltkrieg produziert, paßte jedoch in eine andere politische Konstellation als die von Hitlers VW. Bei Ford war das Auto ökonomisches Objekt großindustrieller Produktion und Vermarktung.⁷ Für Hitler bzw. für den Nationalsozialismus war es als potentielles Konsumobjekt von eminenter gesellschaftlicher und politischer Bedeutung, wobei es als "Führerauto" auch weiterhin die repräsentative Herrschaftsfunktion der Kutsche erfüllt. Mit der Planung des Massenobjekts VW, als KdF-Wagen⁸ in das allgemeine Motivations-, Konsum- und Befriedigungssystem von "Kraft durch Freude" integriert, gab der Nationalsozialismus ein Versprechen auf Teilhabe am Wohlstand und auf individuell selbstbestimmte Mobilität ab. Dieses Versprechen galt nur für angepaßte und politisch willfähige Volksgenossen. Es muß ein gewaltiges Versprechen gewesen sein, aus dem Luxus- und Feudalobjekt Auto das Massenobjekt VW zu machen! Dies begann 1933 mit Filmen wie "Mit Vollgas ins Glück", mit einem Rennfahrer in der Hauptrolle. Beeindrucken sollte auch das Foto eines 'einfachen' Mannes ('einfach' stellt das Werbefoto deutlich heraus), der sich über den VW beugt, aufs Blech klopft und intensiv dem Klang lauscht: Bildunterschrift: "Eine der meistgestellten Fragen: Ganzstahlaufbau? - Ja!" (Kunze, Stommer 1982, S. 39.). Selbstverständlich war der VW-Prototyp der Nazis und seine Realisation, der VW der Bundesrepublik, ein vollwertiges Auto, kein Surrogat.

Hier zeigt sich auch eine direkte Medienbeziehung des Konsumobjekts Auto. Als Versprechen war der Volkswagen nur ein Medienereignis. Der VW wurde von den Nazis nicht realisiert. Statt VWs wurden in neugebauten Fabriken Militärfahrzeuge produziert. Erst die Bundesrepublik machte aus dem Versprechen und dem Prototyp, also aus dem Medienereignis, das verfügbare Konsumobjekt. Ein Weihnachtsbild von 1950 zeigt noch den Konsumwunsch, den Wohlstandswunsch 'Auto' in der rührenden Vorstufe des kleinen Auto-Vetters Motorroller. Ein Mädchen mit Stopsellocken und Krönchen, als Weihnachtsengel verkleidet, fährt auf dem Motorroller mit Geschenkpaketen behängt im Schnee. Bildtext: "Das Christkind von 1950". Wolfgang Sachs (1984, S. 82f.) schreibt dazu: "Geldgier, demonstrativer Konsum und Neid, in diesem Dreiertakt wandelte sich - Schicht um Schicht, Ware um Ware - langsam das deutsche Volk in eine Konsumgesellschaft.

7 Bei der großindustriellen Produktion mittels Fließband wurde das Mobilitätsparadigma auch auf technologische Produktionsprozesse angewandt und damit weiter vertraut und selbstverständlich. Die kulturelle Verallgemeinerung von Mobilität war damit ein wesentliches Stück vorangekommen.

8 KdF = "Kraft durch Freude" war ein System des Nationalsozialismus, seinen Anhängern zu Motivations- und Bestätigungszwecken Urlaub, Schiffsreisen, Erholung, Autos zu verschaffen, Luxus, der bis dahin nur bürgerlichen Schichten offen stand.

Das Auto hatte dafür die Leitfunktion übernommen". Vielleicht lassen sich die Zusammenhänge auch freundlicher darstellen, verstehender, was der Wohlstand, was der feudale Luxus mit der individuellen Mobilität für die Lebensgeschichte unserer Eltern und auch für uns bedeutet haben. Der Führerschein und das Auto waren und sind Symbole der Freiheit, das erste Auto heißt auch heute noch, sich selber versorgen können - auch wenn man sich dafür finanziell "krummlegen" muß.

Das Auto war historisch das Versprechen und das Angebot auf Teilhabe am Wohlstand, biographisch ist es das Versprechen auf das eigene Leben. Mit dem Auto ließ sich und läßt sich Wohlstand, Konsum und Bewegung leben. Das Fernsehen als technisches Instrumentarium konnte sich durchsetzen, weil es sich in den Spurrinnen des Autos bewegt: Das Fernsehen verspricht - konsumptive - Teilhabe an einer Welt, deren Ausschnitte sich an mir vorbeibewegen; konsumptive Teilhabe am Leben, das als Abenteuer, als Show, als Politik, als Sport, als Sex an mir vorbeizieht. Im Gegensatz zum Nationalsozialismus, der den VW nur als Wohlstands- und Freizügigkeitsbild in die Zukunft nach dem Krieg projizierte, löste die Bundesrepublik das Wohlstands- und Freiheitsversprechen ein. Fernsehen blieb dagegen nur Versprechen auf Teilhabe, mehr als die Teilhabe an der Fernsehgemeinde ist nicht möglich. Der "Bericht aus Bonn" lädt nie zum politischen Handeln ein! Der Widerspruch ist aber schwer erlebbar, weil die Konsumspur des Autos eben den Konsum statt anderer Formen der Teilhabe an der gesellschaftlichen Welt hat selbständig werden lassen.

Unverzichtbar mit dem Konsum verknüpft sind Standardisierung und Egalisierung. In der Geschichte des Autos dauerte es bis Ford und VW, bis das Auto für Konsum, Standardisierung und Egalisierung stand. Für die Nobelphase des Autos war dies disfunktional. Für das Fernsehen dagegen ist die Standardisierung und Egalisierung von Anfang an konstitutiv.

Systementwicklung

Das Auto ist nur der uns emotional und finanziell wichtigste Teil und damit Mittelpunkt eines Systems, das über Jahrzehnte hin entstand und das mit dem Tankstellennetz und der Autobahn seine logische Vollständigkeit erreichte. Dieses System ist nicht Ergebnis gezielter Entwicklung, sondern entstand auf Umwegen und mit Fehlentwicklungen aus dem Zusammenwirken ökonomischer Expansion und Rationalisierung. Hier sind Tankstellen und Ölindustrie besonders augenfällig. Zum anderen steckt hinter dem System 'Auto' die Dynamik staatlicher Selbstdarstellung und Legitimation: Straßenbaufront und Autobahn als Denkmal des Faschismus, endlose Straße des Triumphs der Technik und Moderne (Stommer 1982, S. 5). Wie dieses System zusammenwirkt, wie labil es einerseits und wie untrennbar es andererseits mit unserem Leben verbunden ist, liegt auf der Hand: Die Ölkrise in den siebziger Jahren mit Fahrverboten; jeder fünfte, sechste oder siebte Arbeitsplatz ist in dieses System integriert. Ohne Schülerbeförderung bräche die zentralisierte Schulorganisation zusammen. Betriebsräte sehen sich nicht in der Lage, autobegrenzenden Smogverordnungen zuzustimmen. Die Seniorenversorgung

ohne "Essen auf Rädern" führte zu Versorgungsengpässen alter Leute usw. usw. Die Labilität dieses Systems erreicht uns als Krisenereignis und als Warnung: Arbeitsplatzverlust, Exportabhängigkeit der Wirtschaft usw. Die Stabilität dieses Systems zeigt sich an seiner Resistenz: trotz Disfunktionalität (Waldsterben, Unfallopfer, Landschaftszersiedelung, Stadtzerstörung, Verkehrsstau) läßt es sich nicht oder nur minimal verändern. Das System Verbrennungsmotor / Individualverkehr / Straßen / Autoindustrie / Mineralölwirtschaft / Bauwirtschaft / Werbung/ Design / Ingenieurwissenschaft / Verkehrsrundfunk usw. hat alle unsere Lebensbereiche durchdrungen und ist somit noch immer zentraler Integrationsmechanismus.

Evolutionär oder vernünftig ist dieses System nicht aufzubrechen. Dazu sind vermutlich nur Katastrophen oder die Substitution von Systemelementen ohne Zerstörung der Systemrationalität in der Lage. Diese Substitution begann mit dem Fernsehen: Aus dem technologischen System der Mobilität entwickelt sich ein technologisches System der Kommunikation und der Information. Fernsehen ist ein Schritt vom System Individualverkehr und Mobilität hin zum technologischen System digitalisierter und vernetzter Massenkommunikation. Eine wichtige Einschränkung: Fernsehen ist nur rudimentär System, kann wenig vom Autosystem übernehmen. Deshalb ist Fernsehen auch nur ein Übergangereignis. Fernsehen hat nicht den Stand eines Systems erreicht; es ist letztlich eine isolierte Angelegenheit, die sich verliert, unwichtig wird oder die sich in ein anderes System einpaßt. Ein System entsteht dann, wenn Massenkommunikation vom Typ der Individualkommunikation sich mit Computern und digitalen Netzen verbindet.

Überschäumende Phantasien

Das Auto als technische Erfindung, als Zentrum eines Wirtschaftssystems, als Ausdruck und Mittel staatlicher Ideologie und staatlichen Handelns hatte nur Chancen soweit zu kommen, weil es auf Menschen traf, die es wollten, die damit ihre Themen realisierten, die damit ihrem Alltag Sinn gaben, insbesondere durch die Teilhabe an aristokratischer Bewegungsfreiheit und am bürgerlichen Wohlstand. Dazu kam die Teilhabe am gesellschaftlichen Leben des Konsums, an der öffentlichen Zurschaustellung der eigenen Potenz und Größe, verknüpft mit erotischen Wünschen, Allmachts- und Größenphantasien, die Teilhabe an Freizeit und Natur, die Teilhabe am Beruf, die Teilhabe am Leben des selbständigen Erwachsenen.

In diesem Konglomerat hat die Phantasie eine integrative Funktion. Sie weist auf den Entwicklungstrend des Systems Individualverkehr, nämlich hin zu einer Mediatisierung und zu einer konsumptiven und technologischen Verfügbarkeit dieser Phantasien. Die Anknüpfungspunkte lassen sich thematisch gliedern:

Omnipotenz: Als Beispiel ein typisches Inserat aus den achziger Jahren ("Die Zeit" vom 31.1.1986): Citroen-Werbung; eine athletische schwarze Frau, minimal mit Sportdress bekleidet, schiebt einen Motorblock quasi in den Himmel. Mögliche Assoziation: Die Power-Frau als Raketen. Schubkraft der Motorbombe. Den Mund zum Schrei offen (dazu der Text, riesengroß gesetzt): ICH WILL POWER. Dazu

im Textteil: Ich will Luxus... ich will Technik... ich will alles (und dann das Werbe-Anhängsel: ICH WILL DEN NEUEN CITROEN CX): Das ist eine 'klassische' Konstellation von Kraft-, Sex-, Allmachts- und Technikphantasien und -wünschen, die das Auto erfüllen soll. Dieses Phantasiekonglomerat zieht sich mit dem Auto durch unser Jahrhundert hindurch. Wolfgang Sachs (1984) hat mit seinem "Rückblick in die Geschichte unserer Wünsche" u.a. Bilder zur Beziehung Auto und Frau zusammengestellt. Die elegante, hofierte Frau im Luxus (S. 52, S. 11); die Motor-Tier-Frau des Jugendstils (S. 31); die das Phallus-Auto bewundernde Frau (S. 54); die am alltäglichen Leben beteiligte Frau (S. 128).

Ewige Größe: Neben Kraft, Erotik, Luxus, Glück steht das Auto für die Verbindung mit ewigen Werten, für unzerstörbare Größe und Macht: Das ist zuallererst und am deutlichsten die deutsche Autobahn, in der kollektiven Erinnerung als "Hitlers Autobahn". Das ist die erfolgreiche symbolische Verfestigung absoluter Größe, die technisch bewiesene Einordnung in die Erinnerungsgeschichte der Menschheit, die Krieg, Trümmer und KZ-Grauen überstrahlt. Stommer zeigt, wie das Nazi-Deutschland Autobahnbrücken als Kulturdenkmäler baute; sehr erfolgreich, wie sich eben an der immer noch vorhandenen Verbindung von Hitler und Autobahn ablesen läßt (Stommer 1982, S. 49ff.). Die Einbettung in die 'großartige' und 'ewige' Natur, ist ein Motiv, das geblieben ist. Beispiel dazu die BMW-Werbung in "Die Zeit" (Herbst 1985): Ein BMW auf einem Gebirgsweg, in einer majestätischen Gebirgsszene, die einem Gemälde von Caspar David Friedrich nahekommt (z.B. "Riesengebirge", Bayerische Staatsgalerie München). Dazu die Größenphantasie mit riesigen Lettern gesetzt: "Die Beherrschung im Grenzbereich".

Alltägliches Glück: Technische Größe und ewige Größe, abzulesen am Auto in der schönen, harmonischen, gewaltigen Natur sind ein Thema, das auch der Ergänzung durch das alltägliche Glück bedarf. Was ist geeigneter, als die Familie in Harmonie mit Auto und Kindern zu zeigen! Dieses Thema steht am Anfang des "Zeit-Magazins" vom 27.12.1985 zum "100. Geburtstag des Automobils": zwei Familienfotos mit Autos, Vater, Mutter, Junge und Mädchen. Ein Foto von der Jahrhundertwende zeigt dazu noch eine weibliche Figur, Tante oder Gouvernante, die auf die Kinder aufpaßt, während die sportlichen Eltern im offenen Wagen sich von den Kindern verabschieden. 'Heute' sitzen die Kinder im Riesenspielzeug Auto, mit strahlenden Eltern, die zuschauen. Bei einer Werbung zu einem Hispano-Suiza aus den zwanziger Jahren taucht ebenfalls eine Abschiedsszene auf: elegante Welt mit Schloß, modisch-dynamisch arrivierte Menschen; Mädchen und Jungen mit Hund bei Abschied am Auto (Tubbs 1978, S. 59).

Archaischer Kampf: Das Auto gibt technisch vermittelte riesige Kräfte, die die archaischen Kampfphantasien knapp neben die Realität 'stellen'; die Grenze zwischen Realität und Phantasie verwischt sich. Das Leben ist wieder der sinnliche Kampf ums Überleben, um Stärke und Schläue, um Weib und Kind, mit dem gepanzerten Blech der Ritter und mit gigantischer Pferdestärke. So beginnt der Autosport mit mörderischen Rennen. Der Blutzoll hat sich vom Rennen in den

Alltag verlagert. Bliersbach u.a. (1978, S. 24-33) haben hierzu Handlungsstrategien von Autofahrern beschrieben: Die "Fahrform des Thrill", die "Angst, sich auf Riskantes einzulassen", vermischt mit der "Lust am Durchstehen der Angst" oder aggressiven Kampfsituationen archetypischer Natur: "Ein Autofahrer, der gerade überholt, ... bemerkt im Rückspiegel einen Verkehrsteilnehmer, der sich lichthupend nähert ... die Mehrzahl der Autofahrer erlebt ein solches Ansinnen als empörende Kränkung über die Ungerechtigkeit, daß ihnen ihr Recht zum Überholen bestritten wird. Hierzu kommt ihre Wut darüber, dem lichthupenden Autofahrer, der von hinten drängt, ausgeliefert zu sein. Ohnmächtige Wut nährt den Wunsch zurückzuschlagen. Die meisten Autofahrer reagieren mit offenen verdeckten Revanchetaktiken, aufs Bremspedal tippen, das Licht einschalten" usw.

Exzessive Phantasie: Die Aggressionsmöglichkeiten mit dem Auto schränken sich jedoch langsam aber merklich ein. So sank die Zahl tödlicher Unfälle in den letzten Jahren deutlich. Was steht dahinter? Sicher nicht autofahrerische Vernunft oder verkehrspädagogischer Erfolg. Es sind Folgen von Beschränkungen und Kontrollen: zum Beispiel der Zwang, Sicherheitsgurte anzulegen; Strafdrohungen; Geschwindigkeitsbegrenzungen; zunehmende Verkehrsbeschränkungen durch Überlastung der Straßen usw. Das läuft auf den von Elias beschriebenen Zivilisationsprozeß hinaus.

Was kommt statt des Kampfes auf der Autobahn, wenn es auch in der Bundesrepublik doch einmal Tempo 100 geben sollte? Liegt hier nicht die große Chance von Film und Fernsehen? Der Film bietet eine ähnliche Erlebnisweise wie der Blick aus dem Autofenster mit einer enormen Fülle von Eindrücken. Aber die Wahrnehmung geht vom Körper weg und hin zur Dominanz von Auge und Ohr. Zur Kompensation der entschwindenden Sinnlichkeit gibt es eine Öffnung für intensive und exzessive Phantasiebilder. Je mehr das Autofahren und das Auto beschränkt werden - und die Beschränkung liegt im Konsum- und Systemcharakter individueller Mobilität, um so mehr steigt der Film im Fernsehen oder als Video in die Lücke ein: Fernsehen ist ein unbegrenztes Medium. Der Rennfahrer wird jetzt zur Camel-Figur auf Rallye-Tour durch Afrika oder zu Sylvester Stallones "Rambo" oder "Rocky". Schon Hitler unterstützte den Schritt vom Autorennen zum Film. So förderte er Autorennen und ließ 1939 über Caracciola einen Film unter dem Titel "Sieg auf der ganzen Linie" anlaufen. Kampfphantasien, technisch gestylt, erschienen auf der Leinwand! War das Auto schon ein gewaltiger Schritt in Richtung der Entsinnlichung und Disziplinierung bei gleichzeitiger Ausweitung von Phantasien, so brachte das Fernsehen einen weiteren Verlust des Körperlichen. Bei jeder dieser Zivilisationsschritte gibt es jedoch einen Ausgleich für den Verlust: ausweitende Freiheits-, Luxus-, Sex-, Macht- und Gewaltphantasien. Fernsehen als Bildschirmsystem - dazu gehören auch Videos oder Computerspiele - gibt Auge und Ohr im Übermaß, bietet grenzenloses, überschäumendes Phantasieleben, wirft alle Handlungstabus phantasierend über Bord. Die fortschreitende Entsinnlichung im Zivilisationsprozeß geht mit einem ungeahnten Ausmaß an Eindrücken, Erlebnissen und Phantasien einher, die aber zunehmend mehr vofabriziert, mehr vorkon-

struiert, mehr standardisiert und in Konsum eingebunden ist. Es ist so etwas wie ein Prozeß der Egalisierung exzessiver Phantasie. Dabei braucht Fernsehen, im Eliasschen Sinne argumentiert, keinen äußeren Zwang oder äußere Notwendigkeit. Ist uns das Auto noch eine unentbehrliche Notwendigkeit, so sitzen wir zwanglos und lustvoll vor dem Bildschirm, von uns willig selbst veranlaßt.

6.3 Tele-System - die objektive 'Seite' der kulturellen Entwicklung

Die sich abzeichnende Teleindustrie ordnet Macht und Herrschaft, was Neil Postman (1992) mit "Technopol" betont. Sichtbar ist die Zentralisierung wirtschaftlicher Macht in der Hand von 'Medienmogulen', die, wie z.B. im Fall von Silvio Berlusconi über ihre Fernsehstationen auch unmittelbar an die politische Macht wollen. Blickt man hinter die Bühne der Zentralisierungsprozesse, dann zeigt sich, daß Programmanbieter, Programmproduzenten und Kabelgesellschaften versuchen, zusammenzukommen. Es läuft auch der Versuch, die entstehende Machtfülle z.B. durch Regionalisierung zu begrenzen. Die Medienmultis haben die Strategie "im internationalen Markt multimedial" (Röper 1994, S. 70) zu agieren, was z.B. für Maxwell am immensen Kapitalbedarf scheiterte. Programmindustrie, Telefongesellschaften, Filmstudios, Verlage, Fernsehsender geraten in den Herrschaftsbereich weniger, dafür besonders mächtiger Gesellschaften. Eines von vielen und schnell veraltenden Beispielen (vgl. Röper 1994, S. 70f.) ist die Übernahme des Filmproduzenten Paramount Communication Inc, ein Medienkonzern mit diversen Filmstudios in Hollywood, mit Verfügung über einen großem Filmbestand, mit Fernsehproduktion, Verlagen und Sportclubs. Übernahmekonkurrenten waren die Gesellschaften Viacom (Jahresumsatz ca. 6 Milliarden Dollar) und die Tele Communication (Jahresumsatz 1992: 3,7 Milliarden Dollar), die die Paramount für 10 Milliarden Dollar haben wollten. Die beiden konkurrierenden Gesellschaften waren ihrerseits in wichtige und mächtige Industriegruppen eingebunden; die Viacom in die Blockbuster Entertainment Group, der größte Videokassettenhändler der USA, und in die Bell Nynex in New York, eine der sieben regionalen Telefongesellschaften. Die Tele Communication gehört mit 25 Prozent der Turner Broadcasting Systems Inc. mit dem Sender CNN, diversen Kabelgesellschaften und dem Tochterunternehmen Liberty Media Corp, das Anteile an Filmproduktionsunternehmen besitzt und am größten Tele-Shopping-Unternehmen der USA, QVC. mit 22 Prozent beteiligt ist. Mit der Übernahme entstand der zweitgrößte Medienkonzern der Welt, hinter der US-Firma Time Warner und vor Bertelsmann. Es verbinden sich also Netzgesellschaften mit Software-Firmen (Film- und Fernsehproduktion) und Hardware-Produzenten.

Diese Entwicklung in Analogie zur kapitalistischen Schwerindustrie zu sehen und in ihren Folgen zu bewerten, greift zu kurz, denn die neue Teleindustrie ist vom Typ her anders. So benutzte z.B. die Schwerindustrie ganze Landstriche für ihre Fabriken und ihre Infrastruktur, wohingegen Teleproduzenten, und insbesondere deren Sender, als Dienstleistungsbereiche kaum mehr ins Auge fallen. Die kulturelle und gesellschaftliche Entwicklung hat mittlerweile ein System wie das McDonaldsche Fastfood-Imperium dominant werden lassen, das auch die Entwicklung der Teleindustrie leitet (vgl. Ritzer 1993). In der McDonaldschen Systemlogik gibt es u.a. nicht mehr die Arbeiterschaft der Schwerindustrie, da die Elementarisierung der Produktion und der Distribution die Servicebetriebe dominieren läßt. Die elementarisierten Produkte, also die diversen Hamburger-Brötchen und der Verkaufsservice, entsprechen den simplen, alltäglichen Konsumformen, nämlich die belegten Brötchen zu verzehren. Die belegten Brötchen sind in einen ästhetischen Rahmen eingebunden, bei dem die Werbung das Essens in ein textuelles System von Fernsehspots, Nintendo-Spielen, Computersoftware usw. einbindet. Die Brötchen sind als Elemente in ein textuelles System integriert. In diesem System erhält das Brötchen Bedeutungen, die den Funktionbereich der Ernährung verlassen. So bekommen ein Hamburger-Brötchen oder ein TV-Spot die vergleichbare Funktion, Spaß zu machen oder einen Lebensstil vorzuführen. Brötchen und Spot bekommen ihren individuellen Sinn im Prozeß der Bedeutungskonstitution, den insbesondere die Werbung überindividuell zusammenhält. Dieser Prozeß braucht - wie bei der Fan-Gruppe - dingliche und textuelle Anlässe und Kristallisationskerne, aber ebenso Deutungshilfe, die Werbung und Serviceangebot liefern. Scott Lash und John Urry, die die Theorie einer postmodernen Ökonomie (1994) skizzieren, sprechen deshalb von "reflexive production" und "reflexive consumption" (S. 5). Postmoderne Produktion und Konsum passen sich also der aktuellen kulturellen Veränderung mit den Schwerpunkten Individualisierung und Ästhetisierung an. Dabei spielt die Teleindustrie eine herausragende Rolle, nicht nur weil hier noch Märkte Profit versprechen. Wichtig ist die Eigenart des Konsumierens als wichtige Form des sozialen Handelns, das als Prozeß der Bedeutungskonstitution alltagsästhetischer Materialien bedarf, die sich wiederum als Produkte und Waren auf einem Markt umsetzen lassen.⁹ Die Märkte sind nun trotz individueller Aneignung global angelegt. Der Umsatz beschleunigt sich ständig und läßt sich auch beschleunigen, weil sich die Produzenten-Konsumenten-Beziehung in der bekannten Form des Informationstransports dafür bestens eignet. Dabei bleiben wenige "global players" im Feld: Newscorp, Bertelsmann, Time-Warner, Sony-CBS-Columbia, die vielfältige Kulturangebote¹⁰ liefern. Die "global players" üben zentrale Macht über Finanzen und Mediendistribution aus (S. 125ff., 142). Die Produktion, die die

9 "Post-industrial commodities are heavily semiotic" (Lash, Urry, S. 193).

10 "diversified culture companies" (Lash, Urry, S. 125).

laufende TV-Sendemaschinerie zu bedienen hat, läuft jedoch zunehmend dezentral. Man braucht sich nur auf dem Gelände der Bavaria Filmproduktion in München-Geiseltal umzusehen, so fallen die vielen kleinen Spezialfirmen für Serienproduktionen und die Zulieferer für kleinere oder größere Fernsehanbieter auf. Aus der einstmaligen riesigen und zentralisierten Bavaria wurde eine Palette kleiner Produktionsfirmen und Programmanbieter, die adäquat und spezifisch Lifestyle-Szenen, Fan-Gruppen oder soziale Nischen und Milieus bedienen. Zwischen den neuen zentral und international agierenden Finanz- und Steuergesellschaften und den diversen Publika spannt sich also kein Vermittlungsfließband. Hier ist das Organisationsmodell des Informationstransportes in eine bröckelige Form der Unordnung übergegangen, in ein Gestrüpp regionaler und ästhetisch spezialisierter Programmdienstleister, eine Art "business service" (Lash, Urry, S. 142). Bei diesen Programmdienstleistern gibt es zwar auch gut ausgebildete und gut verdienende Mitarbeiter, die in attraktiven Regionen leben und arbeiten; es gibt davon nicht viele und in der Regel nur mit kurz laufenden Verträgen (Lash, Urry, S. 126f., S. 143). Ergänzend zu diesem Äquivalent des einstigen Angestellten lassen sich, wie McDonald vorführt, die hohen Personalkosten des Restaurantservices nur auf dem Rücken der Aushilfs- und Junkjobs reduzieren, die von Leuten ohne Ausbildung flexibel besetzt werden, und die auch nur für ein Taschengeld arbeiten. Es sind zugleich, zumindest im Prinzip, ebenfalls die Leute, die von dem Fast- und Junkfood der Pizza-Lieferdienste leben.¹¹ Die systemische Rationalisierung der Ernährung, wie sie McDonald exemplarisch vorführt, ergreift also auch die Massenkommunikation. Es gibt dafür vier Entwicklungslinien, die sich vom System individueller und konsumptiver Ernährung auf Kommunikation übertragen lassen (Ritzer 1993, S. 9f.):

Effizienz: der optimierte Weg, vom Zustand, hungrig zu sein, in den, satt zu sein, zu gelangen.

Kalkulierbarkeit: Essen und Service sind leicht und genau zu quantifizieren und zu kalkulieren.

Vorhersagbarkeit: Wo und wann auch immer, die Essenseinheiten sind in ihrer Beschaffenheit wie erwartet, ebenso der Service. Überraschungen sind ausgeschlossen oder per Werbung angekündigt.

Kontrolle: Sie wird erreicht, indem die Menschen, ob Arbeiter oder Konsumenten, einer Herrschaft der Abläufe und Dinge unterworfen werden (begrenzte Menüs, Auswahl als Kombination eindeutiger Elemente, in einem Ablauf geschleust werden usw.).

Die Medien mit ihren begrenzten und standardisierten Genres und der Steuerung per Einschaltquoten folgen diesem Modell recht genau. An die Stelle des Essens treten kalkulierte, elementarisierte, optimierte, nutzerfreundliche Unterhaltung,

¹¹ Ein erster Versuch, diese neue Form sozialer Ungleichheit zu beschreiben, ist die sogenannte Wissenskluff-Hypothese, z.B. bei Saxer (1985). Lash und Urry (1993, S. 143, S. 145ff.) sprechen von "reflexivity looser", Postman (1992, S. 16) von Gewinner und Verlierern.

Emotionalisierung oder Information. Die rationelle Versorgung der Menschen mit optimierten Texten wird so zum Selbstläufer¹² in einer McDonald-System-Welt.

Was machen diese Menschen jedoch mit dem Serienmüll in ihren ärmlichen und isolierten Lebensräumen, insbesondere wenn sie nicht mehr die Kraft haben, in den Widersprüchen ihrer Lebensgeschichte und der Industriegesellschaft ihr Leben zu gestalten? Analog zum Fastfood interaktiv fernsehen? Die zweckrationale Systemorganisation des Banalen, wie sie McDonald für den lebenswichtigen Bereich des Essens vorführt, ist dabei, auch Kommunikation, Sinn und Lebensgestaltung zu 'mcdonaldisieren'. Problematisch ist das nur für die Menschen nicht, die gute Erfahrungen mit der Fülle des Essen haben! Gute Erfahrungen mit Kultur, Ausdruck und Gestaltung müßte man angesichts der Medienentwicklung insbesondere in der Schule machen, was jedoch für immer weniger Menschen zutrifft.

Entwicklungskomponenten des Tele-Systems

Kernpunkt der Entwicklung des Tele-Systems ist die Verbindung von Fernsehen und Computer. Ein Szenario wie das folgende zeichnet sich ab (Hans Peter Kistner: "Wie der Computer in einen Fernseher verwandelt wird." *Süddeutsche Zeitung* vom 14.3.1995, S. 18):

"In jedem Zimmer der Wohnung hängt ein großer, flacher Bildschirm an der Wand. Im Kinderzimmer spielt der Sohn darauf ein Videospiel, die Tochter blättert auf dem Wohnzimmerbildschirm die neuen Kataloge durch, der Vater unterhält sich in der Küche per Bildschirmtelefon mit der Nachbarin, und Mutter diktiert mit einem kleinen Mikrofon im Arbeitszimmer einen Brief auf die Leinwand. Hier wird nicht eine Familie im Raumschiff Enterprise beschrieben. Wenn sich die jetzt entwickelten digitalen Technologien durchsetzen, ist das die Zukunft des Fernsehens - in einem Teil der Haushalte schon in einem Jahrzehnt. An einem zentralen Computer hängen mehrere Flachbildschirme, die - mit Kamera und Mikrofon ausgerüstet - auch als Bildtelefone genutzt werden können. Zur Zeit werden weltweit die Weichen für diese Revolution gestellt, die von der alten Flimmerkiste in der Mitte des Wohnzimmers nur mehr Erinnerung übriglassen wird. Die Vorläufer dieses High-Tech-Fernsehgerätes gibt es schon heute. Für 1000 Mark lassen sie sich herstellen - vorausgesetzt, man besitzt einen Personalcomputer der neuesten Generation. ...

Es gibt in deutschen Haushalten bereits ein Million Personalcomputer der neuen Generation. Ein interner TV-Tuner macht dann die Videowelt zugänglich für den PC - die Antenne, das Kabel oder der Videorekorder können einfach angeschlossen werden. Dann noch die Stereoanlage mit angestöpselt - und das PC-Heimkino ist geboren. Und nicht nur der Anschluß an das Kabel oder auch den Satelliten-Empfänger ist möglich: die CD-ROM, die Compact Disc für den Computer und die Video-CD mit einem abendfüllenden Spielfilm auf der Scheibe bieten sich als Bildquelle an. Laufwer-

12 In der Tradition der "Dialektik der Aufklärung" (Horkheimer, Adorno 1944) nennt es George Ritzer (1993, S. 121ff.) "the Irrationality of Rationality".

ke dazu gehören bald zur Standardausrüstung eines jeden verkauften PCs."

Es gibt aktuell vermutlich drei wesentliche Komponenten der Systemausweitung und der Systemausdifferenzierung:

- Überlagerung von Fernsehen und Computer,
- Interaktivität und mediale Inszenierung,
- Öffnung und Anbindung von Lebensbereichen und Lebensfunktionen durch Datennetze.

Das Bildschirm- und Informationssystem bindet kontinuierlich weitere Lebensbereiche, Lebensfunktionen und Adressatengruppen an und ein. So gibt es einen TV-Spartenkanal "Wetter und Reise TV", der ein 24stündiges "Serviceprogramm für den mobilen Zuschauer" mit "Wettersendungen, Reisenachrichten und Reisedokumentationen" bringen wird (EPD / Kirche und Rundfunk vom 14.6.1995). Der Nachrichtensender CNN startet mit einem "Programmblock für Wirtschaftsnachrichten", die an Wochentagen auf dem Kabelkanal ausgestrahlt werden (Süddeutsche Zeitung vom 12.6.1995). Es wird den Frauensender TM3 geben, dessen Devise lautet: "Gelebte Emanzipation" und der die Adressatinnengruppe der "kaufkräftigen, gestylten, modebewußten, attraktiven" Frau hat (Süddeutsche Zeitung vom 1.6.1995). Dann ist geplant mittels Cyberspace einen "virtuellen Fahrstuhl" zu konstruieren, in bzw. mit dem sich Leute ihrer Höhenangst aussetzen und diese behandeln lassen können (Augsburger Allgemeine vom 1.6.1995). Teleshopping verändert Fernsehen grundlegend, weil es Handlungsmöglichkeiten öffnet, also interaktiv sein wird, und damit den Rundfunkbegriff in Frage stellt. Handelt es sich um einen Versand hauscatalog oder um eine neue Form oder um die Fortentwicklung des Werbefernsehens zum eigenen Spartensender (TAZ vom 6.6.1995):

"Mit dem Mausclick ins virtuelle Kostüm. Es wird noch einige Jahre dauern, bis die Hausfrau (82 Prozent der Homeshopping-Kunden in den USA sind weiblich) tatsächlich ihr Paßfoto in die Fernbedienung am heimischen Couchtisch einscannen und sich, nach ein paar Mausclicks, dreidimensional im erträumten Kostüm begutachten kann, das sie anschließend per Fernbedienung bestellt. Vorerst soll in Deutschland die konventionelle Erfolgsvariante der zehn amerikanischen Homeshopping Sender wiederholt werden: ein Werbeprogramm mit eingeblendeter Telefonnummer. Ökonomisch müßte das funktionieren, meinen die Marketingfachleute. Gibt doch die deutsche Durchschnittsfamilie im Versandhandel mit 1300 Mark jährlich sogar 50 Prozent mehr aus als ihr US-Pendant. Die Beratungsfirma Prognos schätzt den Markt für das Jahr 2000 auf drei Milliarden Mark. Vorausgesetzt, zehn Prozent der TV-Haushalte haben sich bis dahin für das herannahende digitale Fernsehen ausgerüstet.

Als Pioniere haben sich nun drei bayerische Unternehmen zusammengetan: Das Nürnberger Versandhaus Quelle ('Nummer 1 in Europa') bietet die Waren feil, der Kirch-Familiensender Pro 7 (Marktanteil knapp 10 Prozent) winkt mit seiner besonders jugendlichen Fangemeinde ... der Shopping-Kanal H.O.T. (Home Order Television) ... zielt mit seiner Hotline offenbar auf junge Kunden, die bislang angesichts der Nachnahmepakete ihrer Mütter eher die Nase rümpften: Es geht also um die Zielgruppe für die Zeit nach der Jahrtausendwende dann, wenn Computer und TV-Schirm eins geworden sind. Ausprobiert hat Quelle, genauso wie der Otto-Versand, den Bedarf der

Computerkids schon mal mit Kaufhauskatalogen auf CD-ROM. In wenigen Wochen haben sich die ersten Otto-Scheiben immerhin 70 000 mal, die von Quelle 50 000 mal verkauft."

Wie zu erwarten, ist Prostitution ein Thema für die neue Datentechnologie. Tele-Angebote führen de Sades Phantasien und Fiktionen technologisch interaktiv weiter (Augsburger Allgemeine vom 6.12.94, S. 1):

"Prostitution auf der Datenautobahn. 'Lolitas' werben in Datex-J um Kunden - Schwarzhandel mit privat hergestellten Videos. Über den Datendienst der Telekom Datex J (früher Bildschirmtext) werden immer mehr und offener Angebote zur Prostitution verbreitet. ... Weitgehend ungeschützt werden darüber hinaus als Lesestoff detaillierte Geschichten Minderjähriger angeboten, die von eigenen Eltern anderen Erwachsenen zugeführt wurden. ... Das bundesdeutsche Datennetz [wird] zu einem schwunghaften Schwarzhandel von privat hergestellten pornographischen Videos, computerlesbaren Datenträgern (CD-ROM) und Bildern mit Kindern und Erwachsenen genutzt. Dabei werden erste Kontakte zu den künftigen Kunden über die zahlreichen Teledialog-Dienste in Datex-J geknüpft, bei denen mittels eines technischen Tricks die Herkunft nur schwer zu ermitteln ist."

Es entsteht also eine systemische Lebenswelt, die jedoch alles das ausgrenzt und ausstößt, was nicht in die Systemlogik paßt. Es wird aber sehr viel von dem hineinpassen, was uns vertraut und lieb ist. Es ist eine Folge der Verbindung von Fernsehen und Computer, die jeweils alte kulturelle Traditionslinien sozusagen als Mitgift einbringen. Die "Datenautobahn" und "Electronic Highway" machen zwar die uns vertraute Massenkommunikation zur Antiquität, mit dem Fernsehen fließen jedoch auch Literatur, Fiktionalität und Medienkommunikation in das System der "Datenautobahn" ein. Der Computer bringt die Tradition der Kulturtechniken Rechnen und Schreiben, der Arbeit und des zielorientierten Handelns ein. Fernsehen plus Computer im Datennetz bleiben in der Logik, die Auto und Fernsehen fixiert haben, nämlich differenzierende Individualisierung und integrierendes System aufeinander zu beziehen. Mit dem auf Aktion abzielenden Computer und in der Inszenierungstradition des Fernsehens liegt die Struktur des interaktiven Fernsehens schon fest: Der Gang ins virtuelle Museum oder das Teleshopping oder das selbsterfundene Ende eines Action-Films oder - die Zahl der individuellen Eingreifmöglichkeiten übersteigt binnen weniger Jahre die denkbaren Optionen. Es werden Optionen einer selbstgewählten, aktiven und grenzenlosen, weil virtuellen Lebensgestaltung der Menschen sein. 'Interaktivität' im Datennetz ist letztlich nichts anderes als individuell und handelnd hergestellte oder beeinflusste Inszenierungen, die den verfügbaren Anschluß an prinzipiell alle Lebensbereiche und Lebensfunktionen brauchen. Die Umgestaltung der Lebensbereiche und der Lebensfunktionen liegt auf der Hand und läuft auf inszenierendes Verfügen hinaus. Fazit: Fernsehen und Computer im Datennetz zusammen mit Individualisierung öffnen und unterwerfen immer mehr Lebensbereiche und Lebensfunktionen den inszenierenden Aktivitäten der Menschen. Die Netze produzieren, wie Paul Virilio es formuliert, eine dynamische Integration der Lebensbereiche und Lebensfunktionen,

die einer unaufhörlichen, durchdringenden Bewegung gleichkommt. Die Menschen, die alles mit allem in ihrer individuellen Sinnperspektive verknüpfen, werden die Welt wie im unschiedlich beschleunigten Fahren erleben. Wie es Virilio prognostiziert, wird die technische Jahrmarktinszenierung der Superfahrergeschäfte das Modell des interaktiven Fernseh-Computer-Datenhighways. So sieht der Entwicklungsstand der "Schönen neuen Medienwelt" aktuell (Süddeutsche Zeitung vom 11.8.1994, S. 16):

"Wer soll nun all das neue, zukünftig interaktive Fernsehangebot nutzen, das durch die modernen Übertragungswege und die Datenkompression ermöglicht wird? Marktbeobachter des amerikanischen Elektronik-Unternehmens Salmon Brothers sind der Ansicht, Spiele, elektronische oder Fernseh-Gameshows, seien die Schlüsselanwendungen". "Die Firma Interactive TV Entertainment aus Dänemark beispielsweise beliefert unter anderem die Sender France 3, den spanischen Telecinco und das schwedische SVT 1 mit einem interaktiven Spielprogramm. Angesprochen werden vor allem Kinder. Sie können in den Spielshows teilnehmen, indem sie die in der Sendung angegebenen Nummerntasten ihres Telefons drücken.

Großen Erfolg verspricht man sich auch vom sogenannten 'video on demand', bei dem Zuschauer per Fernbedienung Videos aus den Filmarchiven der Sendeanstalten anfordern können. Beinahe alle internationalen Medien- und Kommunikationsunternehmen beteiligen sich derzeit an einem Pilotprojekt zur Entwicklung von video on demand. Tele-Communications International (TCI), Amerikas größter Kabelfernsehanbieter, verbündete sich zu diesem Zweck kürzlich mit dem Softwarehaus Microsoft, TCI-Konkurrent Time Warner mit dem Computerhersteller Silicon Graphics und der Medienkonzern Bertelsmann mit der Kirch-Gruppe und der Deutschen Telekom."

Jahrmarktinszenierungen wie die Game-Shows sind sicher nicht das schlechteste, was Kultur sein kann. Kulturelle und gleichzeitig subversive Aufgabe ist, danach Ausschau zu halten, wer sich wie und gegen die Veranstalter und Illusionisten sperrt. Phantasie wird wohl nicht mehr die gleiche Sprengkraft haben, wie in den vergangenen zwei Jahrhunderten der Subjektconstitution. Fiktionale Inszenierungen der Teleindustrie domestizieren die Phantasie doch zu arg.

6.4 Bewegung, Verdichtung und Schein - Erlebnisweisen einer textuellen Welt

In dieser technologischen Entwicklung wird alles zum Text, alles wird semiotisch aufgeladen, ob Körper, Sport oder Revolution; die Supertextmaschine der Massenkommunikation entsteht. Wir fühlen und erleben entsprechend. Dazu gehört u.a. das expressive Handeln auf inszenierten Bühnen, das sich an den jeweils

individuellen Wünschen und Themen ausgerichtet.¹³ Diese zunehmende egozentrische Emotionalisierung entspricht der Schwerpunktverschiebung bei der Subjektkonstitution von der kompensatorischen 'inneren Phantasiebühne' des Lesens fiktionaler Stoffe zur Selbstdarstellung auf einer der vielen 'Bühnen' der sozialen Szenen. Die kulturhistorische Linie der Medientechnologie bringt in das statische Modell der 'Bühnen' die Dynamik der bewegten Bilder, die mit der Digitalisierung eine neue Qualität bekommen, die nur noch in Analogie mit der Bewegung im Raum als Beschleunigung etwas zu tun hat. Die integrierte Organisation von Massenkommunikation und Informationstechnologie prägt Kultur durch Verdichtung der Ereignisse durch und in einem Datennetz. Paul Virilio (1992) beschreibt die Verdichtung als "rasenden Stillstand" und erklärt die Qualität des Medien- und Informationssystems mit Hilfe unserer kulturellen Erfahrung von Mobilität und Geschwindigkeit.

Diese Verdichtung ist eine Form sozialer Beziehungen, sie läßt jedoch die Reise durch Raum und Zeit mit Eisenbahn, Auto und den bewegten Bildern des Kinos qualitativ hinter sich, auch wenn das Fahren kulturhistorisch vorausgehen mußte. Der neue Mobilitätsschritt, die Verdichtung, ist möglich, weil sich die digital über Computer und Display verfügbaren Texte von den Bindungen an mechanische Bewegungen ablösen. Textualisierung und Digitalisierung setzen neue und sozusagen grenzenlose Formen des Verfügens und Gestaltens frei. Digitale Texte lösen sich sozusagen von Raum und Zeit als dem sozialen Bezugsrahmen, der sich be- und durchfahren läßt und ordnen sich in den neuen sozialen Rahmen von Szenen, Milieus, egozentrischen Welten und individuellen Sinnperspektiven ein. Von unserer tradierten Erfahrung mit dem 'wirklichen', weil befahrbaren sozialen Räumen ausgehend, sind diese neuen sozialen Räume bildhaft textuelle Gewebe des Scheins.

Wie Bewegung, Verdichtung und textueller Schein die Erlebnisweisen beeinflussen und prägen, läßt sich als Trend skizzieren.

Fahren und Bewegung

Mit der Veränderung des Erlebens durch die mechanisch ermöglichte Eisenbahnreise und durch das Auto gibt es kulturelle Erfahrungen, die gerade mit der distanzierenden Rückschau ins 19. Jahrhundert die Selbstverständlichkeit dieser Prägung durch Fahren und Reisen zeigt. Wolfgang Schivelbusch (1977) stellt in seiner Untersuchung zur Industrialisierung von Raum und Zeit Erlebnisberichte aus der Frühzeit der Eisenbahnreise zusammen, die die Veränderung in der Folge der

13 Vgl. dazu Jürgen Gerhards (1988, S. 235ff.), der als charakteristisch für die "kulturelle Kodierung von Emotionen" der "Postmoderne" den "Prozeß der zunehmenden Informatisierung und Affektlockerung" (S. 236) bei gleichzeitiger Orientierung auf die "eigenen Bedürfnisse und Wünsche" (S. 239) feststellt.

schnellen Bewegung durch den Raum anschaulich belegen. In der Anfangsphase dominierte die Angst vor der gewaltigen Maschine oder der Verlust des vertrauten Fahrens mit Pferd und Wagen (Schivelbusch, S. 17). Dann entwickelte sich ein neues Verhältnis zum durchfahrenen Raum, u.a. mit der täglichen Fahrt aus der Vorstadt zur Arbeit, so ein Text von 1851:

"Es ist heutzutage nicht ungewöhnlich, daß Geschäftsleute, die im Zentrum der Hauptstadt arbeiten, mit ihren Familien 15 bis 20 Meilen außerhalb der City wohnen. Trotzdem können sie ihre Geschäfte, Kontore und Büros frühmorgens erreichen und ebenso ohne jede Unbequemlichkeit zur gewöhnlichen Feierabendzeit nach Hause zurückkehren" (Schivelbusch, S. 37).

Als 1843 die Eisenbahnlinie von Paris nach Rouen und Orléans eröffnet wurde, war Heinrich Heine von der Veränderung in der Raum- und Zeitwahrnehmung irritiert (Schivelbusch S. 38f.):

"Welche Veränderungen müssen jetzt eintreten in unsrer Anschauungsweise und in unseren Vorstellungen! Sogar die Elementarbegriffe von Raum und Zeit sind schwankend geworden. Durch die Eisenbahn wird der Raum getötet, und es bleibt nur noch die Zeit übrig ... In vierthab Stunden reist man jetzt nach Orléans, in ebensoviel Stunden nach Rouen. Was wird das erst geben, wenn die Linien nach Belgien und Deutschland ausgeführt und mit den dortigen Bahnen verbunden sein werden! Mir ist, als kämen die Berge und Wälder aller Länder auf Paris angerückt. Ich rieche schon den Duft der deutschen Linden; vor meiner Tür brandet die Nordsee."

Mit der Eisenbahnreise entstand eine spezifische Wahrnehmungsweise, der "panoramatischen Blick", den ein Pariser Journalist 1880 beschrieb:

"In wenigen Stunden führt sie [die Bahn] Ihnen ganz Frankreich vor, vor ihren Augen entrollt sie das gesamte Panorama, eine schnelle Aufeinanderfolge lieblicher Bilder und immer neuer Überraschungen. Sie zeigt Ihnen lediglich das Wesentliche einer Landschaft, wahrlich ein Künstler im Stile der alten Meister. Verlangen Sie keine Details von ihr, sondern das Ganze, in dem das Leben ist. Schließlich, nachdem sie Sie durch den Schwung des Koloristen entzückt hat, hält sie an und entläßt Sie an Ihrem Ziel" (Schivelbusch, S. 59).

Weil die Details verlorengehen, reduzieren sich 1837 in der Wahrnehmung von Victor Hugo z.B. Blumen auf Farberlebnisse (Schivelbusch, S. 54):

"Die Blumen am Feldrand sind keinen Blumen mehr, sondern Farbpflecke, oder vielmehr rote und weiße Streifen; es gibt keinen Punkt mehr, alles wird Streifen; die Getreidefelder werden zu langen gelben Streifen" ...

Diese Reizzunahme wird als Belastung empfunden, so z.B. Joseph v. Eichendorff (Schivelbusch, S. 55f.):

"Diese Dampffahrten rütteln die Welt, die eigentlich nur noch aus Bahnhöfen besteht, unermüdlich durcheinander wie ein Kaleidoskop, wo die vorüberjagenden Landschaften, ehe man noch irgendeine Physiognomie gefaßt, immer neue Bilder schneiden, der

fliegende Salon immer andere Sozietäten bildet, bevor man noch die alten recht überwinden."

Der Raum, den die Eisenbahn durchfährt, wird als geometrische Konstruktion eingeordnet. Zugleich geht es um den Zusammenhang von Ästhetik der Landschaft, die sich aus der Kontinuität des Fahrens als Wahrnehmungsperspektive ergibt (Bericht aus England von 1830; Schivelbusch, S. 58):

"Jede ordentlich gebaute Eisenbahn [muß] auf einer ebenen Linie laufen, und dies erfordert ein Durchschneiden des höher gelegenen sowie ein Aufschütten des tiefergelegenen Geländes; auf diese Weise werden dem Reisenden Berg und Tal in angenehmer Abwechslung geboten, obwohl er sich in Wirklichkeit auf einer fast ebenen Strecke bewegt und obwohl das Gelände an sich nur wenig hügelig, ja fast langweilig eben ist."

Die qualitative Änderung des Realitätskonzept, von der Wirklichkeit, die wir körperlich durchleben, zum Bild, das an uns vorbeirauscht, bringt die Massenhaftigkeit des individualisierten Fahrens im Auto und auf der Autobahn. Paul Virilio (1978, S. 19) beschreibt diese qualitative Änderung von der Bewegung zum Bild als Wechsel des Bezugsrahmens, weg von dem Panorama des Reisens und dem durchfahrenen Raum, hin zum Blick des Fahrenden, dem die Landschaft sich nachordnet:

"In der Tat ist das Auto ein Projektor, ein Projektor, dessen Geschwindigkeit wir mit der Schaltung regeln. Doch was bedeutet das Schalten, diese Veränderung der Geschwindigkeit, wenn wir Sinn und Bedeutung der Geschwindigkeit überhaupt nicht kennen? Wir gehen von einem Bewegungszustand zum nächsten über, ohne uns darum zu kümmern, was sie bedeuten; wir werden mitgenommen an ein Ziel, einen Ort, werden an den Endpunkt unserer Strecke befördert, aber das Hier und Jetzt der Geschwindigkeit und der Beschleunigung entgeht uns, obwohl sie den schwersten Einfluß auf das Bild der durchquerten Landschaft haben, denn zwischen zwanzig und zweihundert Stundenkilometer ist die Deutlichkeit des vorbeihuschenden Bildes radikal verschieden."

Verdichtung

Der Schritt vom Fahren zum Bild geschieht in einem Erlebniswechsel, indem die egozentrische Wirklichkeit des Fahrers den bekannten Bezugsrahmen der räumlichen Wirklichkeit des durchfahrenen Raums ablöst. Mit diesem Wechsel des Bezugsrahmens, der mit dem individuell verfügbaren Auto und dem Fernsehen abläuft, wird die überkommene Wirklichkeit als der raumzeitliche Bezugsrahmen der Dinge und Ereignisse unwichtig und das Fahren durch Fernsehen ersetzbar. Die weitere technologische Entwicklung, und zwar mit der Schubkraft der Digitalisierung und den "Telemedien", intensiviert den Bilderfluß, indem die Simulation die Beziehung von Sachverhalten und Ereignissen verdichtet, Simulation basiert jedoch nicht mehr auf der Abbildfunktion von Medien; sie wurde mit dem Bezugsrahmenwechsel von Raum und Zeit hin zum egozentrischen Erleben obsolet. Film- und Bildschirmmedien definieren sich also nicht mehr oder zumindest nicht mehr

primär über ihre Repräsentationsfunktion, sondern über ihre Erlebnisfunktion, weil die Erlebnisse die neue Wirklichkeit im Zeitalter der bewegten Bilder sind. Paul Virilio ordnet deswegen die kommunikationstechnologischen Simulationen in die Traditionslinie der SuperfahrGeschäfte der Jahrmärkte.

Was bringen dann Digitalisierung und die neuen Telemedien? Um zu einer Antwort zu kommen, untersucht Paul Virilio (1992) die kulturelle Eigenheit von Bewegung. Bewegung oder Geschwindigkeit ist ihrem Wesen nach nicht Ablauf, sondern "Beziehung zwischen den Phänomenen" (Virilio 1992, S. 90). Gerade wegen dieser Beziehung gehen Medien und Bewegung eine Einheit ein, die die Kultur beeinflusst und bestimmt. Die Telemedien bringen eine Verdichtung (vgl. Harvey 1994). von Beziehungen, die über die Bewegung der Bilder von Film und Fernsehen hinausreicht und die sozusagen einen neuen Typ von Beschleunigung darstellt. Die neuen Telemedien - die Videokamera an der Tür, die Videoschranke in der U-Bahn (S. 14), Riesenbildschirme in Sportstadien (S. 29), das Weltraumteleskop Hubble - verdichten Beziehungen, die unseren kulturellen Erfahrungen mit der extremen Beschleunigung von Fahrzeugen entsprechen.

"*Kinematische Energie*" (S. 49): Telemedien intensivieren und verdichten die Beziehungen zwischen Phänomenen jedoch derart, daß die körperliche Bewegung mittels Fahrzeugen obsolet wird. Die räumliche Bewegung mittels Fahrzeugen läßt sich nicht mehr beschleunigen, ohne ziellos und damit sinnlos zu werden. Virilio bringt das Beispiel der Beschleunigung von Raketenschlitten, die kein Mensch mehr ertragen kann und die nach kurzen Fahrwegen genauso plötzlich gebremst werden, wie sie ohne räumliches Ziel starteten (S. 58). Diese "Bewegung nach nirgendwo" (S. 58) markiert das Ende der räumlichen Fahrzeuge. Sie führt uns "vom Zeitalter des automobilen, dynamischen Vehikels zum Zeitalter des audiovisuellen, statischen Vehikels" (S. 58). Nicht das Rasen durch den Raum bringt eine Intensivierung und Verdichtung des Erlebens, sondern eine Intensivierung in der Zeit, die gerade ohne räumliche Bewegung auskommt: "Das Zeitalter der intensiven Zeit ist nicht mehr das der physikalischen Transportmittel". Statt dessen werden die "Telekommunikationsmittel" dominieren, und damit die "häusliche Bewegungslosigkeit" (S. 44). Die "dynamischen Vehikel", die Telemedien, ersetzen die "statischen", die Automobile (S. 43).

"Selbst wenn man heute einen Versuch der technologischen Vermischung der beiden Vehikel erlebt: Mit der systematischen Verwendung von Videolandschaften in den Aufzügen den Türmen hoher Gebäude in Japan beispielsweise, und selbst wenn die zivile Luftfahrt, die Langstreckenbeförderung nunmehr Hand in Hand geht mit der Vorführung von Spielfilmen während des Fluges, diese vorübergehende Verbindung wird unweigerlich in der Eliminierung des auf dem Gebiet des Ausbreitungsgeschwindigkeit am wenigsten leistungsfähigen Vektors münden - die gegenwärtige Flucht nach vorn des Hochgeschwindigkeitszuges sowie des Überschallflugzeuges ..., weisen besser als irgendeine Vorhersage darauf hin, daß der Vektor, das bedrohte Vehikel wohl der der Erd-, See- und Luft-Automobilität ist. (S. 44)"

Da weitere Beschleunigung nur über die Intensivierung des Erlebens und des

Bildtransport erreichbar ist, wird der Flugsimulator auch zum Ort der extremen Bewegung. Im Flugsimulator werden Fahren und Beschleunigung "theoretisch", sie werden medial und geschehen im Erleben der Beteiligten. Die räumliche Bewegung entfällt zugunsten der intensiveren audiovisuellen. Die körperliche Unbeweglichkeit der Menschen im Bewegungssimulator erzwingt die Kompensation durch noch mehr Bilder und Geräusche, um die Erlebnisse, und damit den Beschleunigungs- und Verdichtungseindruck, zu intensivieren. Somit ist der "rasende Stillstand" als Ergebnis der aktuellen "Transportmittelrevolution" (S. 58) erreicht.

Tele-Präsenz und Tele-Realität: Die wesentliche Funktion der medialen Bilder, insbesondere der "videoskopischen" Tele-Bilder, ist nicht die Abbildung, auch nicht die Inszenierung. Die aktuelle technologische Entwicklung, z.B. die höhere Auflösung und die größere Bildgenauigkeit ("high fidelity", S. 21), führt deshalb auch nicht zu 'mehr' medialer Wirklichkeit oder zu 'mehr' medialer Inszenierung. Von der Intensivierung der vom Jahrmarkt vertrauten Inszenierung führt also nicht der kulturelle Weg zur Simulation. Der Simulator gilt als Paradigma des intensivierten Wahrnehmens bei körperlicher Bewegungslosigkeit. Zur Wahrnehmungsintensivierung verhilft selbstverständlich auch die immerwährende Direktübertragung, die die gleichzeitige und damit intensivierte Teilhabe der Zuschauer sicherstellt. Diese Intensivierung der traditionellen Transportfunktion der Medien läuft aber auf eine Neukonstitution von Raum und Zeit hinaus, die jedoch schwierig zu denken ist. Um dies zu erläutern, greift Virilio die Idee einer beleuchteten Stadt auf - "Paris als Stadt des Lichts" (S. 24) - die im 17. Jahrhundert formuliert, jedoch erst im zwanzigsten Jahrhundert realisiert wurde. Dazu war jedoch nicht die Produktion von Licht, sondern das elektrische Stromnetz Voraussetzung. Die Telemedien lassen sich als Beziehung gleich einer beleuchteten Stadt denken, die vom elektrischen Stromnetz neu geordnet und nicht nur beleuchtet wird. Das Stromnetz ist seinem kulturellen Wesen nach eine Beziehung, und zwar eine zeitgleiche und raumidentische. Nicht der Transport elektrischen Strom macht die beleuchtete Stadt aus, sondern die Einheit des Netzes. Erst davon abgeleitet ist der Akt des Beleuchtens möglich. Daraus folgert Virilio (S. 25):

"Da das Bild die am weitesten entwickelte Form der Information ist, ist es in der Tat logisch vorauszusehen, daß die Fortschritte der Informatik ebenfalls zur erneuten Entfaltung des indirekten Lichts führen werden: numerisches Licht dieses Mal, das dazu in der Lage ist, die Dunkelheit des Realen zu durchdringen und mit den wirklichen Erscheinungen eine unbekannte Transparenz zu befördern" (S. 26f.)

Virilio bezieht sich auf Lichtphänomene, um die kulturelle Neudefinition von Raum, Zeit und Geschwindigkeit zu erläutern. Diese Neudefinition mit dem Verweis auf das Licht lehnt sich der physikalischen Relativitätstheorie an. Es geht eben nicht mehr um mediale Abbildung oder um mediale Inszenierung, sondern um die Gleichzeitigkeit und die Raumeinheit, die die Telemedien als Beziehung stiften. So stellt der Film Beziehung noch als Lichtfluß her. In dieser Logik entstanden die elektronischen Medien, die mit ihrem Informationsfluß Gleichzeitigkeit ("Tele-

Präsenz") und gemeinsamen Raum ("Tele-Realität") schaffen:

"Es entsteht tatsächlich eine geheimnisvolle Tele-Brücke zwischen einer ständig wachsenden Zahl von Flächen: von den ausgedehntesten bis hin zu den winzigsten, ein Feedback des Bildes und Tones, das für uns Wahrnehmende eine Tele-Präsenz, eine (video-graphische und video-geometrische) Tele-Realität in Gang bringt, deren wesentlicher Begriff die Realzeit ist" (S. 16).

Die gleichzeitige Verbindung von Ereignissen im Raum leitet deshalb die Medienentwicklung. Lichtstrom und Elektrifizierung sind hierzu nicht nur Metapher, sondern leitendes Paradigma, denen die Verkabelung mit optischen Fasern und der digitalisierte Datenfluß folgt. Wie mit dem elektrischen Licht erhalten Ereignisse und Räume eine neue Art der Verbindung. Die Wahrnehmenden rücken sich in eine neue und inszenierte Beziehung zu den Ereignissen.

Textueller Schein

Die Verfügungsmacht videoteknischer Bildspeicherung und -bearbeitung zusammen mit dem, was der Computer multimedial und interaktiv im Auftrag der 'User' kann, macht die produzierten und rezipierten sowie die reproduzierten und veränderten Bild-Ton-Daten-Texte nicht nur zur perfekten Ware, sondern ebenso zum perfekten Alltagsobjekt der Lebensgestaltung. Zusammen mit dem Wechsel dessen, was als Bezugsrahmen sozialer Wirklichkeit dient - vom objektiven sozialen Raum, zum Raum des individuellen Lebens -, werden in der Konsumentengesellschaft alltagsästhetische Texte dominant. Der neue subjektive Bezugsrahmen ist das subjektive Erlebnis innerhalb der eigenen thematischen Bezugswelt, die die Menschen in Konsuminszenierungen und Szenen einbetten. Gerhard Schulze (1994, S. 109) nennt dies "Erlebnistrationalität". Für diese Erlebnistrationalität sind alltagsästhetisch konstruierte und als Waren verfügbare Texte optimal, weil medial herstell- und verfügbar. Auch wenn wir diese Texte letztlich immer noch als Schein und Simulation bewerten, - die Grenze zwischen Fetisch, subjektivem Sinn und intersubjektiven Folgen ist nur schwer zu bestimmen. Das Konglomerat von Text, Ästhetik, Fetisch, Sinn mausert sich zu einem der Wirklichkeitskerne unseres Alltagslebens. Sie können diese Wirklichkeitsfunktion übernehmen, weil unsere Kultur eine Tradition des Scheins pflegt, der auch mit der individuellen Subjekt-konstitution mittels fiktionaler Texte seit dem 18. Jahrhundert zusammenhängt.

Der Fluß von Texten und Daten basiert zudem auf der kulturellen Erfahrung mit "Strömen und Strahlen" (Asendorf 1989) als Folge von Elementarisierungsprozessen, die mit Verwissenschaftlichung und Mechanisierung einhergingen. Sie entsprechen dem synthetischen "panoramatischen Blick" der Eisenbahnreise, der die durchfahrene Landschaft sozusagen im Kopf entstehen läßt, bei dem jedoch das konstruierte, ganzheitliche Bild dominiert. Diese Synthese ist eine Gestaltungsleistung auf der Basis von Wahrnehmungs- und Bewegungselementen, die sich schon in der Kunst des späten 19. Jahrhunderts findet. So zeichnete

z.B. Edgar Degas ein galoppierendes Pferd nicht mehr in der Tradition der Pferdemalerei, sondern mit der wissenschaftlich belegten Beinstellung, die kurz zuvor per fotografischer Analyse und mit Phasenfotos des Galopps ermittelt worden war. Vergleichbar den fotografisch zerlegten Bewegungen konstruierte Seurat Personen und Landschaften aus Licht- und Farbpunkten, die die Betrachter dann als Landschaft synthetisieren. Elementarisierung verbunden mit Synthesisierung lieferte auch die Basis für die analoge Repräsentation von Hör- und Sehereignissen; das reicht vom Telefon bis zum Fernseher. Mit dem Erlebniskonsum der Medienkommunikation tritt aber die in den Hintergrund; die Produktionslogik bleibt jedoch dominant. Sie wird durch digitale Medien nicht aufgehoben. Nur macht jetzt die Unterscheidung von Original und Abbild wenig Sinn, weil das Original ebenso inszeniert ist wie das Abbild, und zwar mit dem Ziel der Erlebnisintensität. Dann dominiert der mediale Text, den die Nutzer als ganzheitliches Erlebnis mit ihrem Leben erfüllen. Dies ist wieder dem panoramatischen Blick der Reisenden vergleichbar, die die durchfahrene Landschaft entstehen ließen. Der Blick der Bahnreisenden schuf nun nicht die Landschaft; heute veranlassen dagegen die Zuschauer die Herstellung von Texten, die mimetisch zu ihrem Alltag stehen, die also ihre Themen und Erlebnisweisen abbilden. Denkbar ist ebenfalls auch, daß die Texte weder zu Sachverhalten und Ereignissen noch zu den Rezipienten oder Produzenten von Texten in mimetischer Beziehung stehen. Dann erscheinen die Texte wie Fetische auf der eigenständigen Textbühne des Scheins. Jean Baudrillard (1978) spricht hier von der "Agonie des Realen" und der aus der Agonie erwachsenden "Präzision der Simulakra" (S. 7):

"Heutzutage funktioniert die Abstraktion nicht mehr nach dem Muster der Karte, des Duplikats, des Spiegels und des Begriffs. Auch bezieht sich die Simulation nicht mehr auf ein Territorium, ein referentielles Wesen oder eine Substanz. Vielmehr bedient sie sich verschiedener Modelle zur Generierung eines Realen ohne Ursprung oder Realität, d.h. eines Hyperrealen. Das Territorium ist der Karte nicht mehr vorgelagert, auch überlebt es sie nicht mehr. Von nun an ist es umgekehrt. ... Die Karte ist dem Territorium vorgelagert, ja sie bringt es hervor."

Bleibt eine kulturelle Chance auf diesen Textbühnen des Scheins? Sie liegt nicht im hektischen Versuch, die Repräsentationsfunktion der Medien zu retten. Es lohnt sich jedoch, zum modernen Ursprung fiktionaler Texte ins 18. Jahrhundert zurückzublicken und die dichterische Ausdrucks- und Gestaltungsfunktion ernstzunehmen. Die Konsumgesellschaft kennt zwar kaum mehr das sich im Text entäußernde Genie, jedoch die vielen, die ihren Alltag gestalten müssen und sich in ihrem Alltag auch wiederfinden. Es ist der kleine Alltag des unauffälligen Lebens, dessen subjektiven Sinn es zu gestalten und zu verstehen gilt.

Literaturverzeichnis

- Abel, Heinz:
Jugend vor der Moderne. Soziologische und psychologische Theorien des 20. Jahrhunderts. Opladen (Leske + Budrich) 1993
- Aischylos:
Agamemnon. In: Aischylos: Die Orestie. Deutsch von Emil Staiger. Stuttgart (Reclam) 1987, S. 3-62
- Allen, Robert C. (ed.):
Channels of Discourse. Television and Contemporary Criticism. London, New York (Methuen) 1992, (1st ed. 1987)
- Allen, Robert C.:
Audience-oriented Criticism and Television. In: Allen, Robert C. (ed.): Channels of Discourse. Television and Contemporary Criticism. London, New York (Methuen) 1992a (1st. ed 1987), S. 101-137
- Anders, Günther:
Die Welt als Phantom und Matrize. In: Anders, Günther: Die Antiquiertheit des Menschen. Band 1: Über die Seele im Zeitalter der zweiten Industriellen Revolution. München 1987, 7. Auflage, S. 97-211 (1. Auflage 1956)
- Ang, Ien:
Desperately Seeking the Audience. London, New York (Routledge) 1991
- Apel, Thomas:
Entwicklung institutioneller Strukturen zur Medienerziehung und Medienkultur. Fallstudie zur medienpädagogischen Elternbildung in Nordhessen. Diplomarbeit Kassel 1994
- Arbeitsgruppe Bielefelder Soziologen (Hrsg.):
Alltagswissen, Interaktion und gesellschaftliche Wirklichkeit. 2 Bände. Reinbek (Rowohlt) 1973
- Aristoteles:
Poetik. Deutsch / Griechisch. Übersetzt und herausgegeben von Manfred Fuhrmann. Stuttgart (Reclam) 1993
- Asendorf, Christoph:
Ströme und Strahlen. Das langsame Verschwinden der Materie um 1900. Gießen (Anabas-Verlag) 1989
- Aufenanger, Stefan:
Fallstudie Familie. In: Der Bundesminister für Bildung und Wissenschaft (Hrsg.): Immer dieses Fernsehen. Ergebnisse der Begleitforschung zum Medienverbund (Studien zu Bildung und Wissenschaft 15), Bad Honnef (Bock) 1985, S. 70-117
- Aufenanger, Stefan, Lenssen, Margrit (Hrsg.):
Handlung und Sinnstruktur. Bedeutung und Anwendung der objektiven Hermeneutik. München (Kindt-Verlag) 1986
- Baacke, Dieter:
Kommunikation und Kompetenz. Grundlegung einer Didaktik der Kommunikation und ihrer Medien. München (Juventa) 1973a
- Baacke, Dieter (Hrsg.):
Mediendidaktische Modelle: Fernsehen. München (Juventa) 1973b
- Baacke, Dieter, Frank, Günter, Radde, Martin, u.a.:
Jugendliche im Sog der Medien. Medienwelten Jugendlicher und Gesellschaft. Opladen (Leske + Budrich) 1989
- Baacke, Dieter, Sander, Uwe, Vollbrecht, Ralf:
Neue Netzwerke der Unmittelbarkeit und der Ich-Darstellung. Individualisierung in der Mediengesellschaft. In: Heitmeyer, Wilhelm, Olk, Thomas (Hrsg.): Gesellschaftliche Prozesse, subjektive Verarbeitungsformen, jugendpolitische Konsequenzen. Weinheim, München (Juventa) 1990, S. 81-98
- Bachmair, Ben:
Medienverwendung in der Schule. Analyse und Planungsbeispiele für den Unterricht mit audiovisuellen Medien. Berlin (Verlag Volker Spiess) 1979

- Bachmair, Ben:
Ethnomethodologie als handlungstheoretische Grundlage einer Didaktik der Kommunikation. In: *Bildung und Erziehung* 1979, Heft 3, S. 229-240
- Bachmair, Ben:
Mit eigenen Augen sehen - der Versuch, Fernsehen didaktisch zu zähmen. In: *medien + erziehung* 1980, Heft 4, S. 194-204
- Bachmair, Ben:
Alltagsthemen und Fernseherlebnisse - Wie Grundschul Kinder Fernseherlebnisse bearbeiten. In: *Praxis Schulfernsehen* 1982, 7. Jg, Heft 67, S. 4-10
- Bachmair, Ben, u.a.:
Symbolische Verarbeitung von Fernseherlebnissen in assoziativen Freiräumen, Teil 1: Fernsehspuren im Handeln von Kindern. Teil 2: Die symbolische Verarbeitung im Handlungszusammenhang. Kassel 1984
- Bachmair, Ben, Apel, Thomas, Hemann, Monika, Schill, Maiko:
Präventiver Jugendschutz. Die erzieherische Dimension von Bewahren und Beschützen entdecken. In: *Medien praktisch* 1992, Heft 1, S. 25 - 29
- Bachmair, Ben:
Tiefenstrukturen entdecken - Medienanalyse und Massenkommunikation. In: Holly, Werner, Püschel, Ulrich (Hrsg.): *Medienrezeption als Aneignung. Methoden und Perspektiven qualitativer Medienforschung*. Opladen (Westdeutscher Verlag) 1993, S. 43-57
- Bachmair, Ben:
Präventiver Jugendschutz - praktischer Beitrag der Medienpädagogik zur Medienkultur. In: *Film & Fakten* 1993b, Heft 19, S. 36-41
- Bachmair, Ben:
A Psychological and Hermeneutical Method to Analyze TV Fiction. In: *Université de Bourgogne (ed.): Medias - Entre Fiction Et Realite*. Dijon 1994a
- Bachmair, Ben:
Handlungsleitende Themen: Schlüssel zur Bedeutung der bewegten Bilder für Kinder. In: *Deutsches Jugendinstitut (Hrsg.): Handbuch der Medienerziehung im Kindergarten*. Opladen (Leske + Budrich) 1994b, S.171-184
- Bachmair, Ben, Neuß, Norbert, u.a.:
Medienpädagogische Elternabende als Maßnahmen vorbeugenden Jugendschutzes. Projektbericht Kassel 1994c
- Bachmair, Ben, Aufenanger, Stefan, Mikos, Lothar, Riedel, Klaus:
Medienpädagogische und medienkulturelle Themen als Gegenstand öffentlicher Berichterstattung. Gutachten im Auftrag des Bundesministeriums für Bildung und Wissenschaft. Kassel 1994
- Bachmair, Ben, Kress, Gunther (Hrsg.):
Höllen-Inszenierung Wrestling. Beiträge zur pädagogischen Genre-Forschung. Opladen (Leske + Budrich) 1996
- Bachmair, Ben, Neuß, Norbert, Tilemann, Friederike (Hrsg.):
fernsehen zum Thema machen - Elternabende als Beitrag zum Jugendmedienschutz. München (Kopäd) 1996
- Barthelmes, Jürgen, Sander, Ekkehard:
Familie und Medien. Forschungsergebnisse und kommentierte Auswahlbibliographie. Eine Literaturanalyse zum Medienumgang von Familien. München (Verlag Deutsches Jugendinstitut, Juventa Verlag) 1990
- Barthes, Roland:
Mythologies. London (Vintage) 1993 (französische Originalausgabe: *Mythologies*. Paris 1957)
- Barthes, Roland :
The World of Wrestling. In: Barthes, Roland: *Mythologies*. London 1993a (französische Originalausgabe: *Mythologies*. Paris 1957), S. 15-25.
- Baudrillard, Jean:
Agonie des Realen. Berlin (Merve Verlag) 1978

- Bausinger, Hermann:
Alltag, Technik, Medien. In: Pross, Harry (Hrsg.): Rituale der Massenkommunikation. Gänge durch den Medienalltag. Berlin, Marburg (Verlag Guttandin & Hoppe) 1983, S. 24-36. Englische Übersetzung: Media, technology and daily life. In: Media, Culture and Society 1984, 6, S. 343-351
- Beck, Ulrich:
Risikogesellschaft. Auf dem Weg in eine andere Moderne. Frankfurt a. M. (Suhrkamp) 1986
- Beck, Ulrich:
Die Erfindung des Politischen. Frankfurt a. M. (Suhrkamp) 1993
- Beck, Ulrich, Beck-Gernsheim, Elisabeth:
Individualisierung in modernen Gesellschaften - Perspektiven und Kontroversen einer subjektorientierten Soziologie. In: Beck, Ulrich, Beck-Gernsheim, Elisabeth (Hrsg.): Riskante Freiheiten. Frankfurt a. M. (Suhrkamp) 1994, S. 10-39
- Behl, Neena:
Equalizing Status: Television and Tradition in an Indian Village. In: Lull, James (ed.): World Families watch TV. Newbury Park, California, London (Sage), S. 136-157
- Benjamin, Walter:
Das Kunstwerk im Zeitalter der technischen Reproduzierbarkeit. Frankfurt 1981, 12. Auflage (1. deutsche Fassung in: Walter Benjamin: Schriften. Frankfurt 1955; Originalausgabe als französische Übersetzung in Zeitschrift für Sozialforschung Jg. 5, 1936)
- Berg, Klaus, Kiefer, Marie Luise (Hrsg.):
Massenkommunikation. Eine Langzeitstudie zur Mediennutzung und Medienbewertung. Mainz (Hase & Kohler) 1978
- Berg, Klaus, Kiefer, Marie-Luise (Hrsg.):
Massenkommunikation III. Eine Langzeitstudie zur Mediennutzung und Medienbewertung 1964 -1985. Schriftenreihe Media Perspektiven, Band 9. Frankfurt (Media Perspektiven / Alfred Metzner Verlag) 1987
- Berg, Klaus, Kiefer, Marie-Luise (Hrsg.):
Massenkommunikation IV. Eine Langzeitstudie zur Mediennutzung und Medienbewertung 1964 -1990. Schriftenreihe Media Perspektiven, Band 12. Frankfurt (Media Perspektiven), Baden Baden (Nomos Verlag) 1992
- Berger, Peter, Luckmann, Thomas:
Die gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit. Eine Theorie der Wissenssoziologie. Frankfurt a. M. (S. Fischer) 1. Auflage 1970; 5. Auflage 1977. Amerikanische Originalausgabe New York (Doubleday) 1966
- Bertelsmann Stiftung:
Medienkompetenz als Herausforderung an Schule und Bildung. Ein deutsch-amerikanischer Dialog. Kompendium zu einer Konferenz der Bertelsmann Stiftung vom 18. bis 20. März 1992 in Gütersloh. Gütersloh (Verlag Bertelsmann Stiftung) 1992
- Bleicher, Joankristin:
"... und jetzt sehen Sie ...". Zur Zeitdramaturgie des Fernsehens. In: Medien und Erziehung, Heft 6, 1991, S. 319-325
- Bliersbach, Gerhard:
Warum wir so leicht in Fahrt geraten. Zur Psychopathologie des Autofahrens. In: Psychologie heute, Heft 11, 1978, S. 24-33
- Blumer, Herbert:
The Mass, the Public and Public Opinion. In: A. M. Lee (ed.): New Outlines of the Principles of Sociology. New York (Barnes and Noble) 1939
- Blumer, Herbert:
Der methodologische Standort des Symbolischen Interaktionismus. In: Arbeitsgruppe Bielefelder Soziologen (Hrsg.): Alltagswissen, Interaktion und gesellschaftliche Wirklichkeit. Band 1. Symbolischer Interaktionismus und Ethnomethodologie. Reinbek (Rowohlt) 1973, S.80-146
- Blumer, Jay G., Katz, Elihu (Hrsg.):
The Uses of Mass Communications. Current Perspectives on Gratifications Research. Beverly Hills, London (Sage) 1974

- Blumler, Jay G.:
The Role of Theory in Uses and Gratifications Studies. In: Wilhoit, Cleveland G.(ed.):
Mass Communication Review Yearbook. Volume 1. Beverly Hills 1980, S. 201-228
- Blumenberg, Hans:
Wirklichkeitsbegriff und Wirkungspotential des Mythos. In: Fuhrmann, Manfred (Hrsg.):
Terror und Spiel. Probleme der Mythenrezeption. München (W. Fink) 1971, S. 11-66
- Blumenberg, Hans:
Die Lesbarkeit der Welt. Frankfurt a. M. (Suhrkamp) 1993, 3. Auflage. (1. Auflage
Frankfurt, Suhrkamp, 1981)
- Boeckmann, Klaus:
Unser Weltbild aus Zeichen. Zur Theorie der Kommunikationsmedien. Wien (Wilhelm
Braumüller) 1994a
- Boeckmann, Klaus:
Thema: "Medienmündigkeit" (1). Annäherung an den Zielhorizont der Medienerziehung.
In: Medien Praktisch, Heft 4, 1994, S. 34-37
- Bohrer, Karl-Heinz (Hrsg.):
Mythos und Moderne. Frankfurt a. M. (Suhrkamp) 1983
- Bonfadelli, Heinz, Fritz, Angela:
Lesen im Alltag von Jugendlichen. In: Lesesozialisation. Band 2. Leseerfahrungen und
Lesekarrieren. Gütersloh (Verlag Bertelsmann Stiftung) 1993, S. 7-213
- Bourdieu, Pierre:
Zur Soziologie der symbolischen Formen. Frankfurt a. M. (Suhrkamp) 1991, 4. Auflage
(französische Originalausgabe 1970)
- Bourdieu, Pierre:
Die feinen Unterschiede. Frankfurt a. M. (Suhrkamp) 1989, 3. Auflage
- Bower, Robert T.:
Television and Public. New York 1973
- Brednich, Rolf Wilhelm:
Die Spinne in der Yucca-Palme. Sagenhafte Geschichten von heute. München (Beck)
1990
- Brose, Hanns-Georg, Hildenbrand, Bruno:
Biographisierung von Erleben und Handeln. In: Brose, Hanns-Georg, Hildenbrand,
Bruno (Hrsg.): Vom Ende des Individuums zur Individualität ohne Ende. Opladen
(Leske + Budrich) 1988, S. 11-30
- Bruder, Klaus-Jürgen:
Subjektivität und Postmoderne. Der Diskurs der Psychologie. Frankfurt a. M. (Suhr-
kamp) 1993
- Burdach, Konrad:
"Violence Profile" und Kultivierungsanalyse: die Vielseherforschung George Gerbners.
In: Schenk, Michael (Hrsg.): Medienwirkungsforschung. Tübingen (J.C.B. Mohr) 1987,
S. 344-365
- Büttner, Christian:
Video-Horror, Schule und Gewalt. Pädagogische Entwürfe für die Lehrerfortbildung
gegen Horror- und Gewaltvideos bei Kindern und Jugendlichen. Weinheim, Basel
(Beltz) 1990
- Carey, James W.:
Communication as Culture. Essays on Media and Society. London, New York (Routled-
ge) 1988
- Charlton, Michael:
Methoden der Erforschung von Medienaneignungsprozessen. In: Holly, Werner, Püschel,
Ulrich (Hrsg.): Medienrezeption als Aneignung. Methoden und Perspektiven qualitativer
Medienforschung. Opladen (Westdeutscher Verlag) 1993, S. 11-26
- Charlton, Michael, Neumann, Klaus:
Medienkonsum und Lebensbewältigung in der Familie. München, Weinheim (Psycholo-
gie Verlags Union) 1986

- Charlton, Michael, Neumann, Klaus, Niemann, Mara:
Kinder schreiben Zuschauerbriefe. In: Charlton, Michael, Bachmair, Ben (Hrsg.): Medienkommunikation im Alltag - Interpretative Studien zum Medienhandeln von Kindern und Jugendlichen. Schriftenreihe des Internationalen Zentralinstituts für das Jugend- und Bildungsfernsehen, Bd. 24, München (Saur) 1990, S. 237-269
- Charlton, Michael, Neumann, Klaus:
Medienthemen und Rezipiententhemen. Einige Ergebnisse der Freiburger Längsschnittuntersuchung zur Medienrezeption von Kindern. In: Schulz, Winfried, Deutsche Forschungsgemeinschaft (Hrsg.): Medienwirkungen. Einflüsse von Presse, Radio und Fernsehen auf Individuum und Gesellschaft. Weinheim (VCH Verlagsgesellschaft) 1992a
- Charlton, Michael, Neumann, Klaus:
Medienkindheit - Medienjugend: eine Einführung in die aktuelle kommunikationswissenschaftliche Forschung. München (Quintessenz Verlag) 1992b
- Cassirer, Ernst:
Versuch über den Menschen. Einführung in eine Philosophie der Kultur. Frankfurt a. M. 1990. Englische Originalausgabe: An Essay on Man, New Heaven (Yale University Press) 1944 und 1972
- Cicourel, Aaron V.:
Sprache in der sozialen Interaktion. München (List) 1975
- Cohan, Steven, Hark, Ina Rae (ed.):
Screening the Male. Exploring Masculinities in Hollywood Cinema. London, New York (Routledge) 1993
- Contessa, Carl Wilhelm Salice:
Meister Dietrich. In: Serapontische Erzählungen. Herausgegeben von Carl Georg von Maassen. München (Georg Müller) 1922, S. 1-63 (erste Veröffentlichung 1809)
- Dale, Edgar:
Audiovisual Methods in Teaching. New York (Dryden Press) 1969, 3rd edition
- Dorr, Aimée:
Media Literacy for Modern America. In: Bertelsmann Stiftung: Medienkompetenz als Herausforderung an Schule und Bildung. Ein deutsch-amerikanischer Dialog. Kompendium zu einer Konferenz der Bertelsmann Stiftung vom 18. bis 20. März 1992 in Gütersloh. Gütersloh (Verlag Bertelsmann Stiftung) 1992, S. 291-310
- Dröge, Franz:
Vom Primat der Bedürfnisse im menschlichen Handeln. In: Peter v. Rügen (Hrsg.): Unterhaltungsmedium Fernsehen. München 1979, S. 116-142
- Dürr, Walter:
Zwischen Romantik und Biedermeier: Franz Schubert. In: Georg Himmelheber (Hrsg.): Kunst des Biedermeier 1815-1835. München (Prestel) 1989, 2. Auflage (1. Auflage 1988), S. 55-58
- Eckert, Roland, Vogelgesang, Waldemar, Wetzstein, Thomas A., Winter, Rainer:
Videowelten und ihre Fans. Die Bedeutung von Horror und Pornofilmen für die Konstitution von Spezialkulturen. Vervielfältigtes Manuskript, vorgelegt beim Bundesministerium des Inneren. Trier 1989
- Eckert, Roland, Vogelgesang, Waldemar, Wetzstein, Thomas A., Winter, Rainer:
Grauen und Lust - die Inszenierung der Affekte. Eine Studie zum abweichenden Videokonsum. Pfaffenweiler (Centaurus-Verlagsgesellschaft) 1991
- Elias, Norbert:
Über den Prozeß der Zivilisation. Soziogenetische und psychogenetische Untersuchungen. Bd. 1: Wandlungen des Verhaltens in den weltlichen Oberschichten des Abendlandes. Bd. 2: Wandlungen der Gesellschaft. Entwurf einer Theorie der Zivilisation. Frankfurt a. M. (Suhrkamp) 1979, 6. Aufl. (1. Auflage 1937)
- Elias, Norbert:
Was ist Soziologie. Weinheim, München (Juventa) 1991, 6. Auflage (1. Auflage 1970)
- Elias, Norbert:
Über sich selbst. Frankfurt a. M. (Suhrkamp) 1990
- Elsner, Monika, Müller, Thomas:
Der angewachsene Fernseher. In: Gumbrecht, Hans Ulrich, Pfeiffer, K. Ludwig (Hrsg.): Materialität von Kommunikation. Frankfurt a. M. (Suhrkamp) 1988, S. 392-415

- Enzensberger, Hans Magnus:
Baukasten zu einer Theorie der Medien. In: Prokop, D. (Hrsg.): Medienforschung, Bd. 2, Frankfurt M. (Fischer) 1985, S. 471-485 (Originalausgabe: Kursbuch 20, 1970, S. 160-173)
- Eschenauer, Barbara:
Medien Awareness/Education Workshop. Strasbourg 1991. Dokumentation. Frankfurt (gep) 1994
- Euripides:
Die Bakchen. Stuttgart (Reclam) 1968
- Ferchhoff, Wilfried:
Jugend an der Wende des 20. Jahrhunderts. Lebensformen und Lebensstile. Opladen (Leske + Budrich) 1993
- Fiske, John:
Television Culture. London (Routledge) 1993 (1. Aufl. 1987, Methuen & Co)
- Fiske, John:
Introduction to Communication Studies. London, New York (Routledge) 1990, 2nd edition (1st edition 1982)
- Fiske, John:
British Cultural Studies and Television. In: Allen, Robert C. (ed.): Channels of Discourse. Television and Contemporary Criticism. London, New York (Methuen) 1992, S. 284-326
- Flaig, Berthold Bodo, Meyer, Thomas, Ueltzhöffer, Jörg:
Alltagsästhetik und politische Kultur. Zur ästhetischen Dimension politischer Bildung und politischer Kommunikation. Bonn (J.H.W. Dietz Nachf.) 1993
- Frank, Bernward:
Kultur und Medien, Angebote - Interessen - Verhalten. Eine Studie der ARD/ZDF-Medienkommission. Schriftenreihe Media Perspektiven. Baden Baden 1991
- Frank, Manfred:
Der kommende Gott. Vorlesungen über die Neue Mythologie. I. Teil. Frankfurt a. M. (Suhrkamp) 1982
- Frank, Manfred:
Gott im Exil. Vorlesungen über die Neue Mythologie. II. Teil. Frankfurt a. M. (Suhrkamp) 1988
- Frank, Manfred:
Kaltes Herz. Unendliche Fahrt. Neue Mythologie. Motiv-Untersuchung zur Pathogenese der Moderne. Frankfurt a. M. (Suhrkamp) 1989
- Freund, Gisèle:
Fotografie und Gesellschaft. Reinbek (Rowohlt Sachbuch rororo 7265) 1979 (französische Originalausgabe 1974, 1. deutsche Auflage 1976)
- Fritz, Angela:
Die Familie in der Rezeptionssituation. Grundlagen zu einem Situationskonzept für die Fernseh- und Familienforschung. München (Minerva) 1984
- Fritz, Jürgen (Hrsg.):
Programmiert zum Kriegspielen. Weltbilder und Bilderwelten im Videospiel. Frankfurt a. M. (Campus) 1988
- Fuchs-Heinritz, Werner, Krüger, Heinz-Hermann (Hrsg.):
Feste Fahrpläne durch die Jugendphasen? Jugendbiographien heute. Opladen (Leske + Budrich) 1991
- Fuhrmann, Manfred (Hrsg.):
Terror und Spiel. Probleme der Mythenrezeption. München (Wilhelm Fink) 1971
- Füllgraß, Barbara:
Fernsehen und Familie. Die Rolle des Fernsehens im Prozeß des strukturellen Wandels der Familie. Freiburg (Rombach) 1965
- Gaier, Ulrich:
Hölderlin und der Mythos. In: Fuhrmann, Manfred (Hrsg.): Terror und Spiel. Probleme der Mythenrezeption. München (Wilhelm Fink) 1971, S. 295-340
- Gadamer, Hans-Georg:
Wahrheit und Methode. Grundzüge einer philosophischen Hermeneutik. Tübingen (J.C.B. Mohr) 1990, 6. Auflage (1. Auflage 1960)

- Gangloff, Tilmann P.:
 Faszination und Langeweile. Der Homo zappens als mündiger Zuschauer. In: Gangloff, Tilmann P, Abarbanell, Stephan (Hrsg.): Liebe, Tod und Lottozahlen. Fernsehen in Deutschland: Wer macht es? Was bringt es? Wie wirkt es? Hamburg, Stuttgart (GEP-Buch im J.F. Steinkopf Verlag) 1994
- Garfinkel, Harold:
 Studies in Ethnomethodology. New Jersey (Prentice-Hall) 1967
- Gay, Paul du, Negus, Keith:
 The changing sites of sound: music retailing and the composition of consumers. In: Media, Culture & Society, London (Sage) Vol. 16, 1994, S. 395-413
- Gerbner, George, Gross, Larry:
 Living With Television: The Violence Profile. In: Journal of Communication 1976, 26, Heft 2, S. 173-199
- Gerbner, George, Gross, Larry:
 The Scary World of TV's Heavy Viewer. In: Psychology Today 1976, Heft 9, S. 41-45, S. 89
- Gerbner, George, Gross, Larry, Morgan, Michel, Signorelle,
 Nancy: The "Mainstream" of America: Violence Profile No. 11. In: Journal of Communication 1980. 30, Heft 3, S. 10-29
- Gebauer, Gunter, Wulf, Christoph:
 Mimesis. Kultur - Kunst - Gesellschaft. Reinbek (Rowohlt) 1992
- Gerhards, Jürgen:
 Soziologie der Emotionen. Fragestellung, Systematik, und Perspektiven. Weinheim, München (Juventa) 1988
- Giedion, Sigfried:
 Die Herrschaft der Mechanisierung. Ein Beitrag zur anonymen Geschichte. Frankfurt a. M. (Athenäum) Sonderausgabe 1987. 1. deutsche Ausgabe: Frankfurt (Europäische Verlagsanstalt) 1982; Englische Originalausgabe: Mechanization Takes Command. Oxford (Oxford University Press) 1948
- Gilder, George:
 Life After Television. The Coming Transformation of Media and American Life. New York, London (W.W. Norton & Company) 1994
- Girard, René:
 Das Heilige und die Gewalt. Zürich (Benzinger) 1987
- Goethe, Johann Wolfgang von:
 Hamburger Ausgabe. Band 1: Gedichte und Epen. München (Beck) 1988
- Goethe, Johann Wolfgang von:
 Die Leiden des jungen Werther. Hamburger Ausgabe, Band 6. München (Beck) 1988, S. 7-124
- Graevenitz, Gerhart von:
 Mythos. Zur Geschichte einer Denkgewohnheit. Stuttgart (Metzler) 1987
- Greven, Jochen:
 Grundzüge einer Sozialgeschichte des Lesers und der Lesekultur. In: Baumgärtner, Alfred Clemens (Hrsg.): Lesen - Ein Handbuch. Lesestoff, Leser und Leseverhalten, Lesewirkung, Lesererziehung, Lesekultur. Hamburg (Verlag für Buchmarkt-Forschung) 1972, S. 117-133
- Grimm, Jürgen:
 Der kultivierte Schrecken? Erlebnisweise von Horrorfilmen im Rahmen eines Zuschauerexperiments. In: Publizistik, 38. Jahrgang, Heft 2, 1993a, S. 206-217
- Grimm, Jürgen:
 Reality-TV zwischen Sensation und Information. Zuschauerreaktionen auf Notruf im Rahmen eines Rezeptionsexperiments. Vervielfältigter Forschungsbericht Universität Mannheim 1993b
- Grimm, Jürgen:
 Opfer, Retter, Sensationen - Ergebnisse empirischer Untersuchungen zu Reality TV. In: Kontokollias, J. S., Rupprecht, H. (Hrsg.): Qualität sichern - Strukturen optimieren. Referate, gehalten auf dem 13. Bundeskongreß Rettungsdienst 4. Juni bis 6. Juni 1993. Edewecht (Verlagsgesellschaft Stumpf & Kossendey), S. 235-244

- Gulian, C. I.:
 Mythos und Kultur. Zur Entwicklungsgeschichte des Denkens. Frankfurt a. M. (Suhrkamp) 1981 (1. Auflage Wien 1971)
- Gumbrecht, Hans Ulrich, Pfeiffer, K. Ludwig (Hrsg.):
 Materialität von Kommunikation. Frankfurt a. M. (Suhrkamp) 1988
- Gumbrecht, Hans Ulrich:
 Materialität der Kommunikation? In: Gumbrecht, Hans Ulrich, Pfeiffer, K. Ludwig (Hrsg.): Materialität von Kommunikation. Frankfurt a. M. (Suhrkamp) 1988, S. 15-28
- Gunter, Barrie:
 Television and the Fear of Crime. London (John Libbey) 1987
- Gunter, Barrie, Svennevig, Michael:
 Behind and in Front of the Screen. Television's Involvement with Family Life. London (John Libbey) 1987
- Habermas, Jürgen
 Vorbereitende Bemerkungen zu einer Theorie der kommunikativen Kompetenz. In: Habermas, Jürgen, Luhmann, Niklas: Theorie der Gesellschaft oder Sozialtechnologie - Was leistet die Systemforschung? Frankfurt a. M. (Suhrkamp) 1971. S. 101-141
- Habermas, Jürgen:
 Strukturwandel der Öffentlichkeit. Neuwied, Berlin 1962
- Hagen, Inguun:
 Expectations and consumption patterns in TV news viewing. In: Media, Culture & Society. London (Sage) Vol. 16, 1994, S. 415-428
- Hahn, Alois:
 Biographie und Lebenslauf. In: Vetter, Hans-Rolf (Hrsg.): Muster moderner Lebensführung. München (Verlag Deutsches Jugendinstitut) 1991, S. 315-377
- Hall, Stuart:
 Encoding/Decoding. In: Hall, Stuart et al. (ed.): Culture, Media, Language. London (Hutchinson) 1980, S. 128-139
- Hallenberger, Gerd, Foltin, Hans-Friedrich:
 Unterhaltung durch Spiel. Die Quizsendungen und Game Shows des deutschen Fernsehens. Berlin (Spiess) 1990
- Halloran, James D., Linne, Olga:
 Fernsehen und Familie in drei Ländern. Empirische Studie, durchgeführt in Großbritannien, Ungarn und Dänemark. München (Prix Jeunesse, Bayrischer Rundfunk) 1988
- Hark, Ina Rae:
 Animals or Romans. Looking at Masculinity in Spartacus. In: Cohan, Steven, Hark, Ina Rae (ed.): Screening the Male. Exploring Masculinities in Hollywood Cinema. London, New York (Routledge) 1993
- Harvey, David:
 The Condition of Postmodernity. Oxford (Basil Blackwell) 1989
- Harvey, David:
 Die Postmoderne und die Verdichtung von Raum und Zeit. In: Kuhlmann, Andreas (Hrsg.): Philosophische Ansichten der Kultur der Moderne. Frankfurt a. M. (Fischer) 1994, S. 48-78
- Hasebrink, Uwe, Krotz, Friedrich:
 Muster individueller Fernsehnutzung. Zum Stellenwert von Unterhaltungssendungen (1). In: Rundfunk und Fernsehen, 40. Jahrgang 1992, Heft 3, S. 398-411
- Hasebrink, Uwe, Krotz, Friedrich:
 Wie nutzen Zuschauer das Fernsehen. Konzept zur Analyse individuellen Nutzungsverhaltens anhand telemetrischer Daten. In: Media Perspektiven 1993, Heft 11-12, S. 515-527
- Heidtmann, Frank:
 Wie das Foto ins Buch kam. Berlin 1984
- Hengst, Heinz:
 Tuscheln, Handeln, Tauschen. Das heimliche Programm am Kaufhauscomputer, In: Bildschirm. Faszination oder Information, Jahresheft III des Friedrich Verlags, Seelze 1985, S. 8-11

- Hengst, Heinz:
Szenenwechsel - Die Scripts der Medienindustrie. In: Charlton, M., Bachmair, B. (Hrsg.): Interpretative Studien zum Medien- und Kommunikationsalltag von Kindern und Jugendlichen. Schriftenreihe des Internationalen Zentralinstituts für das Jugend- und Bildungsfernsehen, München 1990, S. 191-209
- Hentig, Hartmut von:
Das allmähliche Verschwinden der Wirklichkeit. Ein Pädagoge ermutigt zum Nachdenken über die neuen Medien. München, Wien 1984, 2. Auflage
- Hickethier, Knut:
Die Fernsehserie und das Serielle des Fernsehens. (Lüneburger Beiträge zur Kulturwissenschaft 2). Lüneburg (Universität) 1991a
- Hickethier, Knut:
Phasenbildung in der Fernsehgeschichte. Ein Diskussionsvorschlag. In: Kreuzer, Helmut, Schanze, Helmut (Hrsg.): Fernsehen in der Bundesrepublik Deutschland: Perioden - Zäsuren - Epochen. Heidelberg (Carl Winter) 1991b, S. 11-37
- Hickethier, Knut:
Zeitsplitter. Ein (fast vollständiges) ABC der Fernsehzeit. In: Medien und Erziehung, Heft 6, 1991c, S. 326-335
- Hippel, Klemens:
Parasoziale Interaktion. Bericht und Bibliographie. In: montage/av. Zeitschrift für Theorie & Geschichte audiovisueller Kommunikation, 1/1/1992, S. 135-150
- Hipfl, Brigitte:
Thema: "Medienmündigkeit" (2). Zum Alltagsverständnis jugendlicher Medienkompetenz. In: Medien Praktisch, Heft 4, 1994, S. 38-41
- Hitzler, Ronald:
Sinnbasteln. Zur subjektiven Aneignung von Lebensstilen. In: Mörth, Ingo, Fröhlich, Gerhard (Hrsg.): Das symbolische Kapital der Lebensstile. Zur Kulturosoziologie der Moderne nach Pierre Bourdieu. Frankfurt a. M. (Campus) 1994, S. 75-92
- Hoffmann, E. T. A.:
Werke in vier Bänden. Herausgegeben und eingeleitet von Hermann R. Leber. Salzburg (Verlag "Das Bergland-Buch") 1985. "Der Sandmann", Band II, S. 119-148; "Nußknacker und Mausekönig", Band III, S. 177-227
- Hofmann, Burkhart:
Die pädagogische Aneignung der Fotografie. Materialien zu ihrer frühen Geschichte (1871 -1921). Magisterarbeit Kassel 1990
- Holly, Werner, Püschel, Ulrich (Hrsg.):
Medienrezeption als Aneignung. Methoden und Perspektiven qualitativer Medienforschung. Opladen (Westdeutscher Verlag) 1993
- Hömberg, Walter, Schmolke, Michael (Hrsg.):
Zeit, Raum, Kommunikation. München (Ölschläger) 1992
- Homer:
Ilias. Übertragen von Hans Rupé. München (Heimeran) 1948
- Horkheimer, Max, Adorno, Theodor W.:
Kulturindustrie, Aufklärung als Massenbetrug. In: Horkheimer, Max, Adorno, Theodor W.: Dialektik der Aufklärung. Frankfurt (Fischer) 1969, S. 128-176 (Originalausgabe: New York 1944)
- Horton, Donald, Wohl, Richard, R.:
Mass Communication and Para-Social Interaction. Observations on Intimacy at the Distance. In: Psychiatry 19, 3, S. 215-229
- Horx, Matthias:
Trendwörter von Acid bis Zippies. Lexikon. Düsseldorf (Econ) 1994
- Hübner, Kurt:
Die Wahrheit des Mythos. München (Beck) 1985
- Hurrelmann, Bettina, Possberg, Harry, Nowitzky, Klaus:
Familie und erweitertes Medienangebot. Band 7. Begleitforschung des Landes Nordrhein-Westfalen zum Kabelpilotprojekt Dortmund. Düsseldorf (Presse- und Informationsamt der Landesregierung Nordrhein-Westfalen) 1988

- Hurrelmann, Bettina:
Fernsehen in der Familie. Auswirkungen der Programmerweiterung auf den Mediengebrauch. Weinheim, München (Juventa) 1989
- Huth, Silvia:
Zur Wirkung des Vielfernsehens. Ergebnisse aus der empirischen Forschung in den USA. In: Fernsehen und Bildung 1982, 16, 1-3, S. 149-234
- Institut Jugend Film Fernsehen:
Gewalthaltiges und seine Präsentation in Informationssendungen und im Reality-TV. Kurzdarstellung der Ergebnisse der Programmanalyse aus der Studie "Der kindliche Umgang mit realer und fiktional-realer Gewalt". München (Bayrische Landeszentrale für Neue Medien), vervielfältigtes Papier, April 1994
- Jäger, Georg:
Die Wertherwirkung. Ein rezeptionsästhetischer Modellfall. In: Müller-Seidel, Walter, Fromm, Hans, Richter, Karl (Hrsg.): Historizität in Sprach- und Literaturwissenschaft. Vorträge und Berichte der Stuttgarter Germanistentagung 1972. München (Wilhelm Fink) 1974, S. 389-409
- James, William:
The Principles of Psychology. Cambridge, MA (Harvard University Press) 1977 (englische Originalausgabe: New York: Holt, 1890)
- Jean, Raymond:
Ein Portrait des Marquis de Sade. München (Schneekluth) 1990
- Jorgensen, Sven Aage, Bohnen, Klaus, Ohrgaard, Per:
Aufklärung, Sturm und Drang, frühe Klassik. 1740-1789. Band VI. Geschichte der deutschen Literatur. Von den Anfängen bis zur Gegenwart. Begründet von Helmut de Boor und Richard Newald. München (Beck) 1990
- Kaplan, Ann E.:
Rocking Around th Clock. Music Television, Postmodernism, and Consumer Culture. New York, London (Routledge) 1987
- Kellner, Hella:
Fernsehen und Familie. In: Zentralstelle Medien der deutschen Bischofskonferenz, Referat Kommunikationspädagogik (Hrsg.): Medienpraxis Kommunikationswissenschaft Nr. 5. Bonn (Zentralstelle Medien der deutschen Bischofskonferenz) 1980
- Kiefer, Marie-Luise:
Massenkommunikation 1964 - 1970 - 1974. In: Berg, Klaus, Kiefer, Marie-Luise (Hrsg.): Massenkommunikation. Eine Langzeitstudie zur Mediennutzung und Medienbewertung. Mainz (v. Hase & Koehler) 1978, S. 41-322
- Kleist, Heinrich von:
Penthesilea. In: Sämtliche Briefe und Werke Bd. 1, hrsg. von Helmut Sembdner. München (dtv) 1987, S. 321-428
- Kress, Gunther, van Leeuwen, Theo:
Reading Images. Geelong (Deakin University Press) 1990, S. 121-122
- Kress, Gunther:
Media Literacy as Cultural Technology in the Age of Transcultural Media. In: Bazalgette, Cary, Bevort, Evelynne, Savino, Josiane (ed.): Media Education. New Directions. London (BFI), Paris (CLEMI) 1992, S. 189-202
- Kress, Gunther:
Learning to Write. London (Routledge) 1993a, 2. edition.
- Kress, Gunther:
Against Arbitrariness: the Social Production of the Sign as a Foundational Issue in Critical Discourse Analysis. In: Discourse & Society. London, Newbury Park and New Delhi (Sage) 1993b, vol. 4 (2), S. 169-191.
- Krotz, Friedrich:
Alleinseher im "Fernsehfluß". Rezeptionsmuster aus dem Blickwinkel individueller Fernsehnutzung. In: Media Perspektiven, Heft 10, 1994, S. 505-516
- Kunczik, Michael:
Medien, Kommunikation, Kultur. Zum Einfluß der Medien auf Kultur und Gesellschaft. In: Bertelsmann Briefe, Heft 123, Mai 1988, S. 5-19

- Kunze, T., Stommer, Rainer:
Geschichte der Reichsautobahn. In: Stommer, Rainer (Hrsg.): Reichsautobahnen - Pyramiden des Dritten Reiches. Analysen zur Ästhetik eines unbewältigten Mythos. Marburg (Jonas) 1982, S. 22-48
- Kürten, Joachim:
"Realität" im Fernsehen. Medienforum NRW diskutiert über Reality-TV. In: medien praktisch, 16. Jahrgang, 1992, Heft 3, S. 16-17
- Lancaster Literacy Research Group:
Photographing Literacy Practices. In: Domains of Literacy. Chancing English, Vol. 1, No.1. London (Institute of Education University of London) 1993, S. 127 - 140
- Landesfilmdienst Hessen:
Bilder - Mythen - Symbole. In: av informationen. Frankfurt (Landesfilmdienst Hessen e.V. Fachstelle für Medien- und Kommunikationspädagogik) 1994, Heft 1/2
- Langenbacher, Wolfgang R., Räder, Georg, Weiß, Hans-Jürgen:
Zur Notwendigkeit einer Neukonzeption der Massenkommunikationsforschung in der Bundesrepublik. In: Berg, Klaus, Kiefer, Marie-Luise (Hrsg.): Massenkommunikation. Eine Langzeitstudie zur Mediennutzung und Medienbewertung. Mainz (Hase & Koehler) 1978, S. 9-39
- Lash, Scott, Urry, John:
Economies of Signs & Space. London (Sage) 1994
- Lasswell, Harold D.:
The Analysis of Political Behaviour. An empirical Approach. London (Routledge & Kegan Paul) 1966, 4th edition, 1st published 1947
- Lasswell, Harold D.:
The Structure and Function of Communication in Society. In: Bryson, Lyman: The Communication of Ideas. A Series of Adresses. New York (Institute for Religious and Social studies, Harper) 1948, S. 37-51
- Lasswell, Harold D.:
The Strategy of Soviet Propaganda. In: Proceedings of the Academy of Political Science. Vol. 24, 1951, S. 214-226
- Lasswell, Harold D., Lerner, Daniel, de Sola Pool, Ithiel:
The Comparative Study of Symbols. An Introduction. Stanford (Stanford University Press) 1952
- Leithäuser, Thomas:
Formen des Alltagsbewußtseins. Frankfurt a. M. (Campus), 2. Auflage 1979, (1. Auflage 1976)
- Lenk, Hans:
Philosophie und Interpretation. Vorlesungen zur Entwicklung konstruktionistischer Interpretationsansätze. Frankfurt a. M. (Suhrkamp) 1993
- Lindlof, Thomas R., Shatzer, Milton J., Wilkinson, Daniel:
Accommodation of Video and Television in the American Family: In: Lull, James (ed.): World Families watch TV. Newbury Park, California, London (Sage), 1988, S. 158-192
- Lukesch, Helmut:
Video im Alltag der Jugend. Quantitative und qualitative Aspekte des Videokonsums, des Videospieles und der Nutzung anderer Medien bei Kindern, Jugendlichen und jungen Erwachsenen. Regensburg (S. Roderer) 1989
- Lull, James:
Inside Family Viewing. Ethnographic Research on Television's Audiences. London (Routledge) 1990
- Marx, Karl:
Das Kapital. Kritik der politischen Ökonomie. Erster Band. Buch I: Der Produktionsprozeß des Kapitals. Berlin (Dietz) 1972
- Mayer, Hans:
Das unglückliche Bewußtsein. Zur deutschen Literaturgeschichte von Lessing bis Heine. Frankfurt a. M. 1986, 2.Auflage
- McDonald, Daniel G.:
Spousal Influence on Television Viewing. In: Communication Research, Vol. 1, No. 4, Oct. 1985, S. 530-545

- McLuhan, Marshall:
Die magischen Kanäle. *Understanding Media*. Düsseldorf, Wein (Econ) 1968 (englische Originalausgabe: *Understanding Media*: McGraw-Hill, 1994)
- McQuail, Denis:
Mass Communication Theory: An Introduction. Beverly Hills (Sage) 1987 2nd ed.
- Merkert, Rainald:
Fernsehen und Wirklichkeit. In: *Stimmen der Zeit* 1982, S. 483-495
- Mikhailow, Matthias:
Lebensstilesemantik. Soziale Ungleichheit und Formationsbildung in der Kultargesellschaft. In: Mörth, Ingo, Fröhlich, Gerhard (Hrsg.): *Das symbolische Kapital der Lebensstile. Zur Kulturosoziologie der Moderne nach Pierre Bourdieu*. Frankfurt a. M. (Campus) 1994, S.107-128
- Mikos, Lothar:
Fernsehen im Erleben der Zuschauer. Vom lustvollen Umgang mit einem populären Medium. Berlin, München (Quintessenz) 1994a
- Mikos, Lothar:
Es wird dein Leben! Familienserien im Fernsehen und im Alltagsleben der Zuschauer. Münster (Maks) 1994b
- Mikos, Lothar:
Cyberspace als populärer Text. Medienwissenschaftliche Anmerkungen zu einem kulturellen Phänomen. In: *Wechselwirkung* 14, 57, S. 10-14
- Mead, George, M.:
Mind, Self and Society. From the Standpoint of a Social Behaviorist. Chicago (University of Chicago Press) 1934. Deutsch: Geist, Identität und Gesellschaft. Frankfurt a. M. (Suhrkamp) 1968 und 1973
- Merten, Klaus:
Vom Nutzen der Lasswell-Formel - oder Ideologie in der Kommunikationsforschung. In: *Rundfunk und Fernsehen*, 22. Jahrgang, 1974, Heft 2, S. 143-165
- Moritz, Karl Philipp:
Anton Reiser. Ein psychologischer Roman. Frankfurt a. M. (Insel) 1979. Nach der Ausgabe von 1785-90
- Mörth, Ingo:
Alltagsweltliche Sinnstiftung und Lebensführung von Jugendlichen. Theoretische Notizen und einige empirische Hinweise anhand der Situation in Österreich. In: Vetter, Hans-Rolf (Hrsg.): *Muster moderner Lebensführung. Ansätze und Perspektiven*. Weinheim, München (DJI, Juventa) 1991, S. 335-377
- Mörth, Ingo, Fröhlich, Gerhard:
Lebensstile als symbolisches Kapital? Zum aktuellen Stellenwert kultureller Distinktionen. In: Mörth, Ingo, Fröhlich, Gerhard (Hrsg.): *Das symbolische Kapital der Lebensstile. Zur Kulturosoziologie der Moderne nach Pierre Bourdieu*. Frankfurt a. M. (Campus) 1994, S. 7-31
- Mohn, Erich:
Fernsehprogramm: Nutzung und Zeitstrukturierung. Veränderungen in der 40jährigen Geschichte. In: *Medien und Erziehung*, Heft 6, 1991, S. 336-340
- Moravia, Alberto:
Die Verachtung. Hamburg (Rowohlt) 1990. Italienische Originalausgabe: "Il disprezzo". Milano 1954
- Müller, Hans-Peter, Wehrich, Margit:
Lebensweise - Lebensführung - Lebensstil. Eine kommentierte Bibliographie. Forschungsbericht. München (Institut für Soziologie und Gesellschaftspolitik. Universität der Bundeswehr) 1991a
- Müller, Hans-Peter, Wehrich, Margit:
Lebensweise und Lebensstil. Zur Soziologie moderner Lebensführung. In: Vetter, Hans-Rolf (Hrsg.): *Muster moderner Lebensführung. Ansätze und Perspektiven*. Weinheim, München (DJI, Juventa) 1991b, S. 89-129
- Müller, Hans-Peter:
Sozialstruktur und Lebensstile. Der neuere theoretische Diskurs über soziale Ungleichheit. Frankfurt a. M. (Suhrkamp) 1992

- Münch, Richard:
 Die Kultur der Moderne.
 Band 1: Ihre Grundlagen und ihre Entwicklung in England und Amerika. Bd. 1. Frankfurt a. M. (Suhrkamp) 1986, (Suhrkamp Taschenbuch Wissenschaft 1079) 1993;
 Band 2. Ihre Entwicklung in Frankreich und Deutschland. Frankfurt a. M. 1986, (Suhrkamp Taschenbuch Wissenschaft 1079) 1993
- Neumann-Bechstein, Wolfgang:
 Vom Gewohnheits- zum Gelegenheitsfernsehen. Fernsehnutzung und Programmkonzepte im Umbruch. In: Spiel 10, 1991, Heft 1, 81-113
- Nipperdey, Thomas:
 Deutsche Geschichte. 1800-1866: Bürgerwelt und starker Staat. München (Beck) 1993, 6. Auflage
- Nöth, Winfried:
 Der Text als Raum. In: Grazer Linguistische Studien 40, 1994, Sonderdruck, S. 1-14.
- Novalis:
 Hymnen an die Nacht. Die Christenheit oder Europa. Herausgegeben und Nachwort von Richard Benz. Leipzig Insel) 1940
- Novalis:
 Schriften. Dritter Band. Das philosophische Werk II. Herausgegeben von Richard Samuel in Zusammenarbeit mit Hans-Joachim Mähl und Gerhard Schulz. Stuttgart, Berlin (W. Kohlhammer) 1983, 3. Auflage
- Oberliesen, Rolf:
 Information, Daten und Signal. Geschichte technischer Informationsverarbeitung. Reinbek (Rowohlt) 1982
- Opawowski, Horst W.:
 Fernsehkonsum. Facts und Trends. Aktuelle Ergebnisse aus der qualitativen Freizeitforschung. Hamburg (B.A.T. Freizeitforschungsinstitut) 1994
- Platon:
 Sämtliche Werke 3: Phaidon, Politeia. Hg. v. Walter F. Otto, Ernesto Grassi und Gert Plamböck. Reinbek (Rowohlt) 1990
- Platon:
 Ion. Griechisch-deutsch herausgegeben von Hellmut Flashar. München (Ernst Heimeran Verlag) 1963
- Peirce, Charles Sanders:
 Phänomen und Logik der Zeichen. Herausgeben und übersetzt von Helmut Pape. Frankfurt a. M. (Suhrkamp) 1983 (englische Originalausgabe: Syllabus of Certain Topics of Logic, 1903)
- Plaul, Hainer:
 Illustrierte Geschichte der Trivalliteratur. Hildesheim (Olms Presse) 1983
- Polhemus, Ted:
 street style. from sidewalk to catwalk. London (thames and hudson) 1994
- Postman, Neil:
 Das Verschwinden der Kindheit. Frankfurt a. M. (S. Fischer) 1983
- Postman, Neil:
 Wir amüsieren uns zu Tode. Urteilsbildung im Zeitalter der Unterhaltungsindustrie. Frankfurt a. M. (S. Fischer) 1993. 1. deutsche Ausgabe: Frankfurt a. M. (S. Fischer) 1985. Englische Originalausgabe: Amusing Ourselves to Death. Public Discourse in the Age of Show Business. New York (Penguin Books) 1985
- Postman, Neil:
 Das Technopol. Die Macht der Technologien und die Entmündigung der Gesellschaft. Frankfurt a. M. (S. Fischer) 1992, 3. Auflage, 1. Auflage 1992. Englische Originalausgabe: Technopoly. New York (Alfred A. Knopf) 1991
- Renckstorf, Karsten:
 Alternative Ansätze der Massenkommunikationsforschung: Wirkungs- vs. Nutzenansatz. In: Rundfunk und Fernsehen, 21. Jahrgang 1973, Heft 2-3, S. 183-197
- Ritzer, George:
 The McDonaldization of Society. Thousand Oaks, London (Pine Forge Press / Sage) 1993

- Röper, Horst:
Geballte Gewalten, geteilte Kanäle. Auf dem Weg zur televisuellen Weltgesellschaft. In: Monkenbusch, Helmut (Hrsg.): Fernsehen. Medien, Mächte und Märkte. Reinbek (Rowohlt) 1994, S. 63-84
- Rötzer, Florian (Hrsg.):
Digitaler Schein. Ästhetik der elektronischen Medien. Frankfurt a. M. (Suhrkamp) 1991
- Sachs, Wolfgang:
Die Liebe zum Automobil. Ein Rückblick in die Geschichte unserer Wünsche. Reinbek (Rowohlt) 1984
- Saxer, Ulrich (Hrsg.):
Gleichheit oder Ungleichheit durch Massenmedien? Homogenisierung - Differenzierung der Gesellschaft durch Massenkommunikation. München (Ölschläger) 1985
- De Saussure, Ferdinand:
Grundlagen der allgemeinen Sprachwissenschaft. Berlin (de Gruyter) 1967 (1. Auflage 1915)
- Schatz, Thomas:
Hollywood Genres: Formulas, Filmmaking and the Studio System. Philadelphia 1981
- Schenda, Rudolf:
Volk ohne Buch. Studien zur Sozialgeschichte der populären Lesestoffe. 1770-1910. Frankfurt a. M. (Vittorio Klostermann) 1970
- Scherpe, Klaus:
Werther und Wertherwirkung. Zum Syndrom bürgerlicher Gesellschaftsordnung im 18. Jahrhundert. Bad Homburg (Gehlen) 1970
- Schivelbusch, Wolfgang:
Geschichte der Eisenbahnreise. Zur Industrialisierung von Raum und Zeit im 19. Jahrhundert. München, Wien (Carl Hanser) 1977
- Schludermann, Walter:
Ansätze der Medienerziehung. Zwischen Bewahrpädagogik und Kommunikations-erziehung. In: Klagenfurter Projektgruppe Medienerziehung (Hrsg.): Massenmedien verstehen. Hintergrundwissen für Lehrer und Medienerzieher. Wien (Österreichischer Bundesverlag) 1991, S. 58-64
- Schmidt, Jochen:
Die Geschichte des Genie-Gedankens in der deutschen Literatur, Philosophie und Politik 1750 - 1945. Band 1. Von der Aufklärung zum Idealismus. Darmstadt (Wissenschaftliche Buchgesellschaft) 1988, 2. Auflage
- Schnoor, Detlev:
Sehen lernen in der Fernsehgesellschaft. Das pädagogische Prinzip Anschaulichkeit im Zeitalter technischer Bilder. Opladen (Leske + Budrich) 1992
- Schön, Erich:
Der Verlust der Sinnlichkeit oder Die Verwandlung des Lesers: Mentalitätswandel um 1800. Stuttgart (Klett-Cotta) 1987
- Schulte-Sasse, Jochen:
Von der schriftlichen zur elektronischen Kultur: Über neuere Wechselbeziehungen zwischen Mediengeschichte und Kulturgeschichte. In: Gumbrecht, Hans Ulrich, Pfeiffer, K. Ludwig (Hrsg.): Materialität von Kommunikation. Frankfurt a. M. (Suhrkamp) 1988, S. 429-453
- Schulz, Winfried:
Determinanten und Folgen der Fernsehnutzung. Daten zur Vielseher-Problematik. In: Grewe-Partsch, Marianne, Groebel, Jo: (Hrsg.) Menschen und Medien. München, London 1987, S. 9-32
- Schulze, Gerhard:
Alltagsästhetik und Lebenssituation. Eine Analyse kultureller Segmentierung in der Bundesrepublik Deutschland. In: Soeffner, Hans-Georg (Hrsg.): Kultur und Alltag. Göttingen (Otto Schwartz & Co.) 1988, S. 71-92
- Schulze, Gerhard:
Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart. Frankfurt a. M. (Campus) 1992, 2. Auflage (1. Auflage 1992)

- Schulze, Gerhard:
Gehen ohne Grund. Eine Skizze zur Kulturgeschichte des Denkens. In: Kuhlmann, Andreas (Hrsg.): Philosophische Ansichten der Kultur der Moderne. Frankfurt a. M. (Fischer) 1994, S. 79-130
- Schütz, Alfred:
Gesammelte Aufsätze I. Das Problem der Sozialen Wirklichkeit. Den Haag (Martinus Nijhoff) 1971 a. (Englische Originalausgabe: Collected Papers I. The Problem of Social Reality. Edited and Introduced by Maurice Natanson. The Hague, Boston, London: Martinus Nijhoff, 1962, 1st edition, 1982, 5th printing)
- Schütz, Alfred:
Gesammelte Aufsätze III. Studien zur phänomenologischen Philosophie. Den Haag (Martinus Nijhoff) 1971b.
(Englische Originalausgabe: Collected Papers III. Studies in Phenomenological Philosophy, in: Schutz, Alfred: Collected Papers Band 3 The Hague, Netherlands: Martinus Nijhoff, 1975)
- Schütz, Alfred:
Der sinnhafte Aufbau der sozialen Welt. Eine Einleitung in die verstehende Soziologie. Frankfurt a. M. (Suhrkamp) 1974 (englische Originalausgabe 1932)
- Schütz, Alfred, Luckmann, Thomas:
Strukturen der Lebenswelt. Band 2. Frankfurt a. M. (Suhrkamp) 1994, 3. Auflage (1984, 1. Auflage)
- Shakespeare, William:
Hamlet. Prinz von Dänemark. In der Übersetzung von Rudolf Schaller. In: William Shakespeare. Die großen Dramen. Tragödien, Historien und Komödien in zehn Bänden. Ausgewählt, nach den Erstdrucken neu übersetzt und erläutert von Rudolf Schaller. Erster Band. Frankfurt (Insel) 1981
- Shannon, Claude E., Weaver, Warren:
The Mathematical Theory of Communication. Urbana (University of Illinois Press) 1949. Deutsche Ausgabe: Mathematische Grundlagen der Informationstheorie, München, Wien (Oldenbourg) 1976
- SINUS Sozialwissenschaftliches Institut:
Strukturanalyse der Zuschauer von Pro 7. Ergebnisse einer qualitativ orientierten Pilotstudie. Im Auftrag der MGM MediaGruppe München. Heidelberg (SINUS Sozialwissenschaftliches Institut Nowak und Partner GmbH, Ezanvillestraße 59, 69118 Heidelberg) Mai 1994
- Soeffner, Hans-Georg:
Kulturmythos und kulturelle Realität(en). In: Soeffner, Hans-Georg (Hrsg.): Kultur und Alltag. Göttingen (Otto Schwartz & Co.) 1988a, S. 3-20
- Soeffner, Hans-Georg:
Rituale des Antiritualismus - Materialien für Alltägliches. In: Gumbrecht, Hans Ulrich, Pfeiffer, K. Ludwig (Hrsg.): Materialität von Kommunikation. Frankfurt a. M. (Suhrkamp) 1988b, S. 519-546
- Sophokles:
Antigone. Tragödie. Stuttgart (Reclam) 1966
- Spangenberg, Peter M.:
TV, Hören und Sehen: In: Gumbrecht, Hans Ulrich, Pfeiffer, K. Ludwig (Hrsg.): Materialität von Kommunikation. Frankfurt a. M. (Suhrkamp) 1988, S. 776-798
- Stagl, Justin:
Der Kreislauf der Kultur. In: Schmied-Kowarzik, Wolfdietrich, Stederoth, Dirk (Hrsg.): Kultur-Theorien. Annäherungen an die Vielschichtigkeit von Begriff und Phänomen der Kultur. Kasseler Philosophische Schriften 29. Kassel (Universitätsbibliothek) 1993. (Nachdruck aus: Anthropos. Internationale Zeitschrift für Völker- und Sprachkunde, 88, 2, 1993)
- Stommer, Rainer (Hrsg.):
Reichsautobahn - Pyramiden des Dritten Reiches. Analysen zur Ästhetik eines unbewältigten Mythos. Marburg (Jonas) 1982
- Stückrath, Fritz, Schottmayer, Georg:
Fernsehen und Großstadtjugend. Braunschweig (Westermann) 1967

- Syamken, Georg:
 Aby Warburg - Ideen und Initiativen. In: Hofmann, Werner, Syamken, Georg, Warnke, Martin: Die Menschenrechte des Auges. Über Aby Warburg. Frankfurt a. M. (Europäische Verlagsanstalt) 1980, S. 11-53
- Teichert, Will:
 'Fernsehen' als soziales Handeln. Zur Situation der Rezipientenforschung; Ansätze und Kritik. In: Rundfunk und Fernsehen 1972, 4, S. 421-439; Entwürfe und Modelle zur dialogischen Kommunikation zwischen Publikum und Massenmedien. In: Rundfunk und Fernsehen 1973, 4, S. 356-382
- Theweleit, Klaus:
 Männerphantasien. Band 1: Frauen, Fluten, Körper, Geschichte. Band 2: Männerkörper - zur Psychoanalyse des Weißen Terrors. Basel, Frankfurt a. M. (Stroemfeld / Roter Stern) 1986 (1. Auflage 1977)
- Tubbs, D. B.:
 Art and the Automobile. Guildford, London (Lutterworth) 1978
- Tulodziecki, Gerhard:
 Medienerziehung als fächerübergreifende und integrative Aufgabe. In: Bertelsmann Stiftung: Medienkompetenz als Herausforderung an Schule und Bildung. Ein deutsch-amerikanischer Dialog. Kompendium zu einer Konferenz der Bertelsmann Stiftung vom 18. bis 20. März 1992 in Gütersloh. Gütersloh (Verlag Bertelsmann Stiftung) 1992, S. 311-328
- Vetter, Hans-Rolf (Hrsg.):
 Muster moderner Lebensführung. Ansätze und Perspektiven. Weinheim, München (DJI, Juventa) 1991
- Vetter, Hans-Rolf:
 Lebensführung - Allerweltsbegriff mit Tiefgang. Eine Einführung. In: Vetter, Hans-Rolf (Hrsg.): Muster moderner Lebensführung. Ansätze und Perspektiven. Weinheim, München (DJI, Juventa) 1991, S. 9-88
- Vine, Barbara (Rendal, Ruth):
 King Solomon's Carpet. London (Penguin Books) 1992
- Virilio, Paul:
 Rasender Stillstand. Essay. München, Wien (Hanser) 1992. Französische Originalausgabe: L'interdit polaire. Paris (Christian Bourgois Editeur) 1990
- Paul Virilio:
 fahren, fahren, fahren... Berlin (Merve) 1978
- Vogelgesang, Waldemar:
 Jugendliche Video-Cliquen. Action- und Horrorvideos als Kristallisationspunkte einer neuen Fankultur. Opladen (Westdeutscher Verlag) 1991
- Winter, Rainer:
 Die Produktivität der Aneignung - Zur Soziologie medialer Fankulturen. In: Holly, Werner, Püschel, Ulrich (Hrsg.): Medienrezeption als Aneignung. Methoden und Perspektiven qualitativer Medienforschung. Opladen (Westdeutscher Verlag) 1993, S. 67-79
- Winter, Rainer, Eckert, Roland:
 Mediengeschichte und kulturelle Differenzierung. Zur Entstehung und Funktion von Wahlnachbarschaften. Opladen (Leske + Budrich) 1990
- Wertheimer, Jürgen (Hrsg.):
 Ästhetik der Gewalt. Ihre Darstellung in Literatur und Kunst. Frankfurt a. M. (Athenäum) 1986
- Wertheimer, Jürgen:
 Blutige Humanität. Terror und Gewalt im antiken Mythos.
 In: Gendolla, Peter; Zelle, Carsten (Hrsg.): Schönheit und Schrecken. Entsetzen, Gewalt und Tod in alten und neuen Medien. Bd. 72, Reihe Siegen. Beiträge zur Literatur-, Sprach- und Medienwissenschaft. Heidelberg (Carl-Winter-Universitätsverlag) 1990a, S. 13-38

- Wertheimer, Jürgen:
 "Im Blutstrom blättern" - zum elisabethanischen Theater der Grausamkeit. In: Gendolla, Peter; Zelle, Carsten (Hrsg.): Schönheit und Schrecken. Entsetzen, Gewalt und Tod in alten und neuen Medien. Bd. 72, Reihe Siegen. Beiträge zur Literatur-, Sprach und Medienwissenschaft. Heidelberg (Carl-Winter-Universitätsverlag) 1990b, S. 39-54
- Wulff, Hans-Jürgen:
 Regeln, Autoritäten und Kontrollmechanismen. Kommunikationssoziologische Anmerkungen zur Fernsehschöw. In: medien praktisch, Heft 4, 1991, S. 9-12
- Wulff, Hans-Jürgen:
 "Wie es Euch gefällt...". Neuere deutschsprachige Arbeiten zur Analyse von Game-Shows und Quizsendungen: Sammelrezension und problemorientierter Literaturbericht. In: Rundfunk und Fernsehen, 40. Jhg., Heft 4, 1992a, S. 556-571
- Wulff, Hans-Jürgen:
 Fernsehkommunikation als parasoziale Interaktion: Notizen zu einer interaktionistischen Fernsehtheorie. In: Semiotische Berichte 16, 3-4, 1992, S. 279-295
- Wuss, Peter:
 Die Tiefenstruktur des Filmkunstwerkes. Zur Analyse von Spielfilmen mit offener Konstruktion. Berlin (Henschel) 1990
- Wuss, Peter:
 Filmanalyse und Psychologie. Strukturen des Films im Wahrnehmungsprozeß. Berlin (Sigma) 1993
- Zapf, Wolfgang, Breuer, Sigrid, Hampel, Jürgen, u.a:
 Individualisierung und Sicherheit. Untersuchungen zur Lebensqualität in der BRD. München (Beck) 1987
- Zielinski, Siegfried:
 Audiovisionen. Kino und Fernsehen als Zwischenspiele der Geschichte. Reinbek (Rowohlt) 1989
- Zielinski, Siegfried:
 Audiovisuelle Zeitmaschine. Thesen zur Kulturtechnik des Videorecorders. In: Zielinski, Siegfried (Hrsg.): Video - Apparat / Medium, Kunst, Kultur. Ein internationaler Reader. Frankfurt (Peter Lang) 1992, S. 91-114
- Journal of Communication:
 "Literacy and the Future of Print". Winter 1980, S. 89-204.