Christoph Jacke

Medien(sub)kultur

Geschichten – Diskurse – Entwürfe

[transcript] Cultural Studies 9

Christoph Jacke
Medien(sub)kultur.
Geschichten – Diskurse – Entwürfe

CULTURAL STUDIES • HERAUSGEGEBEN VON RAINER WINTER • BAND 9

Christoph Jacke (Dr. phil.), geb. 1968, ist wissenschaftlicher Mitarbeiter im Studiengang »Angewandte Kulturwissenschaften – Kultur, Kommunikation & Management« der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster. Er ist als freier Autor u.a. für De:Bug, Testcard, Telepolis, Frankfurter Rundschau und als Mediengutachter für den Westdeutschen Rundfunk tätig.

Christoph Jacke

Medien(sub)kultur.
Geschichten – Diskurse – Entwürfe

[transcript] CULTURAL STUDIES

Besuchen Sie uns im Internet: http://www.transcript-verlag.de

Bitte fordern Sie unser Gesamtverzeichnis und andere Broschüren an unter: info@transcript-verlag.de

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 3.0 License.

Bibliografische Information der Deutschen Bibliothek
Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über http://dnb.ddb.de abrufbar.

© 2004 transcript Verlag, Bielefeld
Umschlaggestaltung & Innenlayout: Kordula Röckenhaus, Bielefeld
Titelbild: Christian Nolting, Hannover
Lektorat & Satz: Christoph Jacke
Druck: Majuskel Medienproduktion GmbH, Wetzlar
ISBN 3-89942-275-9

INHALT

Rainer Winter: Vorbemerkung 8

Danksagung 10

1. Einleitung 11

1.1 Problemfindung 11

1.2 Forschungslage 17

1.3 Aufbau der Untersuchung 26

2. Kultur als Ware: Kulturindustriethesen 30

2.1 Klassische Kritische Theorie 31

2.1.1 *Main* = Masse 31
2.1.2 *Sub* = Vorbereitung der großen Weigerung 51
2.1.3 Vorläufiges Fazit klassische Kritische Theorie 82

2.2 Moderne Kritische Theorie 83

2.2.1 Theorie der kritischen Öffentlichkeit: Jürgen Habermas 86
2.2.1.1 Habermas' *Main*: Öffentlichkeit als Diskursgeflecht 86
2.2.1.2 Habermas' *Sub*: Protest als Partizipation 89
2.2.1.3 Fazit Habermas: Öffentlichkeiten als Verortungen der Kultur-Ebenen 99
2.2.2 Kritische Medienforschung: Dieter Prokop 100
2.2.2.1 Prokops *Main*: Massenkultur und Kulturindustrie 104
2.2.2.2 Prokops *Sub*: alternative Bedürfnisse und entfesselte Produktivkräfte 113
2.2.2.3 Prokops Dialektik der Kulturindustrie 122
2.2.2.4 Fazit Prokop: Produktivpotenziale in der Massenkultur 133
2.2.3 Kritische Subkulturtheorie: Roger Behrens 134
2.2.3.1 Behrens' *Main*: Popkulturindustrie 136
2.2.3.2 Behrens' *Sub*: Subkulturtheorie 142

2.2.3.3 Fazit Behrens: kritische Subkulturtheorie in der Popkulturindustrie 148
2.2.4 Vorläufiges Fazit moderne Kritische Theorie ... 152

2.3 Vorläufiges Fazit Kulturindustriethesen: Kritik und Bewertung im Laufe der Zeit ... 153

3. Kultur als alles: *Cultural Studies* ... 160

3.1 Präludium: Grundlagen der *Cultural Studies* ... 160

3.2 *Main* = Macht ... 181

3.3 *Sub* = Widerstand ... 195

3.4 Vorläufiges Fazit *Cultural Studies*: die Theorieunschärfe ... 211

4. Kultur als Programm: soziokultureller Konstruktivismus ... 216

4.1 Präludium: Grundlagen der soziokulturell-konstruktivistischen Medienkulturwissenschaft ... 217

4.2 *Main*: Betriebssystem des Kulturprogramms ... 226

4.3 *Subs*: produktive Viren im Kulturprogramm ... 244

4.4 Vorläufiges Fazit: Kulturprogramm als Integrierer produktiver Dialektik ... 262

Einschub: Konnex der Kulturbeschreibungen ... 266

5. Kulturprogrammanwender in der Medienproduktion: Stars und Prominente ... 270

5.1 Stars: gesellschaftskonforme Aktanten der Medienproduktion (*Main*) ... 272

5.2 Anti-Stars: von den Rändern des Kulturprogramms emergierend (*Sub*) ... 281

5.3 Anti-Star-Stars: erfolgreiche Verweigerer auf dem Weg vom *Sub* ins *Main* ... 284

5.4 Vorläufiges Fazit Stars ... 295

6. Resümee und Ausblick ... 301

7. Literaturverzeichnis ... 308

TABELLEN

Tabelle 1: Kulturübergreifendes Beobachtungsraster 268
Tabelle 2: Verweisungstiefe der Lokalisation der Kulturbegriffe 269
Tabelle 3: Kulturtheorien und Stars 298

RAINER WINTER: VORBEMERKUNG

Cultural Studies sind nicht mit dem gleichzusetzen, was sich in Deutschland „Kulturwissenschaften" nennt. Dies ist zumindest die Auffassung vieler Autoren und Autorinnen, die im Umkreis des *Kulturwissenschaftlichen Instituts Essen* forschen und publizieren. Eine genauere Betrachtung exemplarischer Texte zeigt dann aber sehr schnell, dass das richterliche (und oft ohne Bewährung gefällte) Urteil nicht auf genauer Textkenntnis und eingehender Auseinandersetzung mit der „Angeklagten" beruhen kann. Ein Beispiel mag an dieser Stelle genügen. Der Ethnologe Klaus E. Müller, der im letzten Jahr den Band „Phänomen Kultur. Perspektiven und Aufgaben der Kulturwissenschaften" bei *transcript* herausgegeben hat, stellt in seinem Beitrag „Das Unbehagen mit der Kultur" im Ausblick eine Fülle von Behauptungen über *Cultural Studies* auf, die durchgehend nicht zutreffen, so z.B., *Cultural Studies* wären hauptsächlich „literaturwissenschaftlich oder volkskundlich" fundiert (S. 38), sie wären ein „mainstream project" und würden an „theoretischer Insuffizienz" leiden, was sie selbst beklagen würden. Wer sich je die Mühe gemacht hat, wichtige Texte von *Cultural Studies* zu lesen und zu verstehen, weiß, dass der Autor sich auf Gespensterjagd befindet und sich etwas vormacht, wenn er meint, er wäre erfolgreicher als die Agenten Scully und Mulder in *AKTE X*.

Zu wünschen ist nicht postmoderne Indifferenz gegenüber der intellektuellen Arbeit, die in den *Cultural Studies* seit über 40 Jahren mit Erfolg geleistet wird, sondern eine differenzierte, wissenschaftlich redliche und intellektuell komplexe Auseinandersetzung zwischen *Cultural Studies* und Kulturwissenschaften, die die Gemeinsamkeiten, Parallelen, aber auch die Unterschiede und Divergenzen herausstellt und kritisch erörtert. Die vorliegende Studie „Medien(sub)kultur" von Christoph Jacke, deren Ziel eine Theorie der Popkultur darstellt, ist ein wichtiger Schritt in diese Richtung. Was der deutsche Ethnologe in seiner Polemik, in der er auch Popkultur als „wenig orientierungsfähig" bestimmt, nicht erwähnt, ist, dass ein wesentliches Charakteristikum von *Cultural Studies* ihre kritische Orientierung ist, die sich deutlich vom positivistischen Mainstream der Kulturwissenschaften abgrenzt, der für ihn so wichtig zu sein scheint.

Christoph Jacke dagegen setzt sich zunächst ausführlich mit der *Frankfurter Schule* auseinander. Er diskutiert die Kulturindustriethesen der älteren kritischen Theorie, die Theorie der kritischen Öffentlichkeit bei Jürgen Habermas, den Ansatz der Medienforschung, den Dieter Prokop verfolgt, und abschließend die kritische Subkulturtheorie von Roger Behrens. Dann analysiert er den Beitrag von *Cultural Studies* zur Kulturanalyse, insbesondere die Arbeiten von Douglas Kellner zur Medienkultur. Schließlich widmet er sich dem soziokulturellen Konstruktivismus, der Kultur als Programm fasst, und schließt sich diesem an. So entsteht ein facettenreiches, vielschichtiges und perspektivenreiches Bild der Popkultur, das die Stärken und Schwächen der einzelnen Theorien und Ansätze gewinnbringend aufeinander bezieht. Es wird auch deutlich, dass der Begriff Kultur ohne seinen Bezug zur Gesellschaft und, was die Positionen von Kritischer Theorie und *Cultural Studies* betrifft, ohne die Analyse von Machtverhältnissen abstrakt und ideologisch bleibt.

So untersuchen *Cultural Studies* seit ihren Anfängen Kultur als Praxis. Sie setzen Kultur nicht mit Hochkultur gleich, sondern ihr erklärtes Ziel ist es, *alle* kulturellen Praktiken in ihren Bezügen zu sozialen und historischen Strukturen zu erforschen. Anders als die Ethnologie sind sie im Kontext der modernen Industriegesellschaften entstanden. Daher haben sie auch eine eigene Konzeption von Ethnographie entwickelt. Unter veränderten gesellschaftlichen Bedingungen reartikulieren *Cultural Studies* Methoden und Theorien, um neue Perspektiven in der Analyse sozialer Probleme und Krisen zu gewinnen. Subkultur und Populärkultur waren lange Zeit sehr wichtige Themen, mit denen Differenzen, kreative Formen des Widerstandes, affektive Allianzen und produktive Formen der Aneignung von Medienkultur im späten 20. Jahrhundert bestimmt werden konnten. Die gesellschaftlichen Veränderungen zu Beginn des 21. Jahrhunderts werfen jedoch die Frage auf, ob sie dies auch in Zukunft noch sein werden. Vielleicht müssen *Cultural Studies* neue Wege in der theoretischen und empirischen Analyse gehen, um die Komplexität und Widersprüche in den heutigen Lebensverhältnissen aufzeigen zu können und eine „Politik des Möglichen" zu bestimmen, was ihr erklärtes Ziel bleibt. Auch vor diesem Hintergrund ist es sehr zu begrüßen, dass Christoph Jacke die Grundlagen und Kontexte der kritischen Diskurse zur Popkultur aufgearbeitet, innovativ analysiert und integriert hat. Was seine medienkulturwissenschaftliche Studie betrifft, gilt das Motto von *AKTE X*, „Trust No One!", zum Glück nicht.

Die Studie ist am 05.02.2004 als Inaugural-Dissertation im Fach Kommunikationswissenschaft an der Philosophischen Fakultät der Westfälischen Wilhelms-Universität zu Münster angenommen worden.

Rainer Winter Brüssel, im Juli 2004

DANKSAGUNG

- Prof. Dr. Dr. h.c. Siegfried J. Schmidt und Prof. Dr. Joachim Westerbarkey für die inspirierende und inspirierte Begleitung sowie das Lehren von Themen- und Disziplinentoleranz;
- PD Dr. Guido Zurstiege, Dr. Sebastian Jünger, Katrin Keller M.A. und Martin Zierold M.A. für lebhafte Diskussionen und gründliche Korrekturen;
- Christiane Jasper und dem Team studentischer Hilfskräfte im Fach „Angewandte Kulturwissenschaften – Kultur, Kommunikation & Management" für unermüdliches Rückenfreihalten;
- Christian Nolting für das Titelbild und das ständige Interesse an meiner Arbeit;
- Prof. Dr. Rainer Winter für das unkomplizierte Ermöglichen dieser Publikation;
- Maike Kandziora für das permanente Raumgeben und legendäre Minitischtennisduelle;
- Dr. Jochen Bonz und Mark Terkessidis sowie Prof. Dr. Helmut Rösing, Prof. Dr. Thomas Phleps und dem Arbeitskreis Studium Populärer Musik für das gemeinsame wissenschaftliche Wildern im Lande Pop.
- Ein besonderer Dank geht an meine Eltern, die mir die Liebe zur Literatur und vor allem Musik ohne Kanonisierung in die Wiege gelegt haben und die mir gezeigt haben, dass es ein „Immer weiter" gibt.
- Mein allererster Dank aber gilt zwei Menschen, die mich lehren, was es heißt, nicht immer einer Meinung und also Freund zu sein: Kai Lölke und Tino Dungs.

„Es wird immer weiter gehen, Musik als Träger von Ideen" (Kraftwerk)

Christoph Jacke — Münster, im August 2004

1. Einleitung

Zu Beginn dieser theoretischen und historischen Betrachtungen wird die Themen- und vor allem Problemfindung positioniert und erläutert. Dadurch soll die Relevanz eines solchen Themas in wissenschaftlichen Kontexten verdeutlicht werden. Anschließend wird ein erster Überblick über die Forschungslage zum Themengebiet Popkultur gegeben, um den später erläuterten, eigenen Ansatz vorab einzubetten. Schließlich wird im letzten Kapitel der Einleitung das Vorgehen der gesamten Untersuchung vorgestellt.[1]

1.1 Problemfindung

„Wir wollen doch nichts anderes als ein wenig Ordnung, um uns vor dem Chaos zu schützen." (Deleuze/Guattari 2000: 238)

Das vom Philosophen Gilles Deleuze und vom Psychoanalytiker Félix Guattari beschriebene Chaos setzt sich aus den drei Töchtern[2] Kunst, Wissenschaft und Philosophie zusammen. Bewegt man sich beobachtend auf dem Themengebiet der Popkultur und seiner Nachbargebiete, so fallen einem diese Töchter ebenfalls ins Auge: Kunst und Popkultur, Wissenschaft und Popkultur und auch Philosophie und Popkultur stellen drei unterschiedliche und doch auch gleichzeitig verknüpfte Umgangsformen dar. Sie sind Versuche, sich mit einem Themengebiet ernsthaft zu beschäftigen, welches an sich zunächst eher verspielt, wenig dauerhaft und vermeintlich nicht zu ‚verwissenschaftlichen' erscheint. Diese Pfade und der permanente Drang,

1 Zwei Anmerkungen zum Formalen: Zum einen ist diese Arbeit nach den Regeln der neuen Rechtschreibung verfasst. Dementsprechend sind auch die Zitate aktualisiert worden. Zum anderen wird in der Arbeit auf eine Berücksichtigung femininer und maskuliner Bezeichnungen verzichtet, da diese den Lesefluss ungemein stören und die Gleichberechtigung von Frau und Mann „nur durch konkrete soziale und politische Veränderungen unserer Gesellschaft" (Schmidt 1994b: 10) erzielt werden kann.

2 Deleuze und Guattari sprechen von „Chaoiden" als „Realitäten [...], die sich auf Ebenen, die das Chaos schneiden, herstellen." (Deleuze/Guattari 2000: 247)

Ideen und Gedanken an möglichst konstante Regeln zu knüpfen, um Ordnung und Orientierung zu schaffen, sind allerdings höchstselbst Töchter des eigentlichen Chaos. Sie wollen, auf den drei unterschiedlichen Ebenen, „dass wir das Firmament zerreißen und uns ins Chaos stürzen" (Deleuze/Guattari 2000: 239). Ähnlich sieht die Position eines Forschenden aus, der versucht, Überblicke oder gar eigene theoretische Ansätze zur Popkultur zu erarbeiten. Er muss sich entscheiden, auf welcher Ebene er das Chaos angeht und sich nachvollziehbar seine Meinung bildet, als „»Sonnenschirm« zum Schutz gegen das Chaos" (ebd.). Im Verlaufe solcher Betrachtungen und Analysen stellt man dann fest, dass die Problematisierungen und Erklärungsversuche neben einer gewissen intellektuellen Ordnung und Systematisierung zahlreiche neue Fragen und Unklarheiten aufwerfen. Der vermeintliche, selbst zusammengesetzte Schutzschirm scheint selbst nur ein Riss in einem noch größeren, fiktiven Schirm zu sein. Deleuze und Guattari benutzen das illustrative Bild des Fischers, der sein Netz auswirft, mitgerissen wird und sich plötzlich auf offener See wiederfindet, obwohl er sich im sicheren Hafen angelangt wähnte (vgl. ebd.: 241). Genau dieses Vorgehen wird dem Popkulturforschenden wiederum gerne von verschiedenen Seiten (z.B. ‚seriösen', etablierten Wissenschaftlern oder nicht-wissenschaftlichen Mitgliedern von Popkulturen) vorgeworfen: das Festhalten von etwas ständig in Bewegung Befindlichem, die nahezu zwanghafte Kategorisierung von Verschwimmendem versetzen den Forschenden in einen Beobachtungs-Double-Bind.[3] Warum aber sollte man überhaupt bemüht sein, dieses Chaos, diesen Kontingenz-Overload, in etwas Begreifbares zu verwandeln? Warum Popkultur erklären? Warum eine Theorie zu einem an die Praxis (der Musik- und Medienwirtschaft) gekoppelten Thema aufbauen? Die Antwort: Um „Komplexitätsempfindlichkeit" (Bolz 2001b: 212) zu schaffen. Eine Auseinandersetzung mit sich ständig verändernden Begriffen wie Pop, Kultur, Medien und Stars setzt eine Sensibilität für den Möglichkeitenüberschuss an Definitionen und den Mangel an Eindeutigkeiten geradezu voraus. Diese Sensibilisierung der Wissenschaften ist leichter geschrieben als umgesetzt. Eine Theorie der Popkultur soll keinesfalls die Popkultur analysieren und somit erklären. Sie soll weder den Trendscouts der Werbewirtschaft Indikatoren für das Geschäft von morgen noch den Musikindustriellen das

3 Nach einer wissenschaftlichen und journalistischen Kategorisierung erfolgten sogar Kanonisierungsversuche durch den ehemaligen Kulturstaatsminister Julian Nida-Rümelin, der popkulturelle Inhalte wie Popmusik und Kino-Filme in den Unterrichtsstoff aufnehmen möchte (vgl. Buhr 2002b: 17). Und auch sein nordrhein-westfälischer Kollege Michael Vesper konstatiert: „Popmusik ist nicht mehr nur eine Jugendkultur, sie prägt heute die ganze Gesellschaft." (2001: 11) Demgegenüber fordert Bundespräsident a. D. Johannes Rau (2003: 6) in seiner Schiller-Rede vom 10.11.2003 eine kritische Herangehensweise an popkulturelle Phänomene wie Stars: „Bei unseren heutigen Kultfiguren kommt es mir so vor, als wenn das Alltägliche sich nur feiere – ein bisschen schräger und ein bisschen anders als der Normalbürger, auf keinen Fall aber wird ein Ideal gefeiert, das moralische oder ethische Orientierung gäbe." An den Reaktionen auf Popkultur seitens der Politik(er) lässt sich demnach eine Mischung aus Zeitgeistgefühl und Wissenschaftssensibilität ablesen.

Patentrezept für das *Next Big Thing* liefern: „Theorie bietet weder Kenntnisse der Welt noch Instruktionen für die Praxis, sondern nur polykontexturale Beschreibungen" (ebd.: 212). Dieses Einbetten in die unterschiedlichen Kontexte soll sie leisten, um i.w.S. medienkulturwissenschaftliche Beschreibungen der Gesellschaft im Bolzschen Verständnis konkurrenzfähig zu machen gegenüber postmoderner, ironisierender Kultur, moralisierenden Massenmedien und protestierenden sozialen Bewegungen. Und in Konkurrenz heißt: lose verbunden, aber mit gänzlich anderen Zielen als sie etwa der Wirtschafts- oder Medienbereich hat.[4] Solche Beschreibungen können aber gar nicht, wie Bolz es formuliert, die Praxis „von außen" (ebd.: 206) ordnen. Sie müssen von innen heraus formuliert und gleichzeitig wissenschaftlich anerkannt werden, also als-ob-von-außen verwendet werden. Ein solches Unterfangen scheint im Sinne des Theaterregisseurs Christoph Schlingensief nur erfolgreich scheitern zu können. Viel mehr soll eine Theorie der Popkultur aber auch gar nicht: Sie soll beobachten und beschreiben, Spuren für Einschätzungen und Erklärungen legen. Der Beobachter kann weder getrennt vom Untersuchungsgegenstand (von außen, objektiv), noch zu sehr involviert (mittendrin, der Fan, subjektiv) stehen. Deswegen halte ich eine klare Positionierung des Wissenschaftlers im Rahmen solcher Themenbereiche für erforderlich.

Popkulturtheorie kann nur retrospektiv geschrieben werden. Der Theoretiker kommt somit im beobachtertheoretischen Sinne immer zu spät. Wie soll ein solcher Theorieansatz dann Perspektiven für zukünftige Forschungen offerieren? Er soll ein veränderbares Fundament theoretischer Überlegungen zur Popkultur legen, wie es einst Dieter Baacke (1968) und Rolf Schwendter (1993 [1973]) für den deutschsprachigen Bereich grundlegend versucht haben. Ein eigener Definitionsversuch kann eine solidere und angreifbarere Plattform für Diskussionen bilden als das für die Popkulturdebatten der letzten Jahre typische Definieren dieses Phänomens im Sinne von Nicht-Definitionen (Popkultur ist das, was man nicht erklären kann etc.). Die Ausgangspunkte sollen sich auf (alltags)empirische Erlebnisse und Ereignisse stützen. Darüber hinaus wird versucht, den kulturtheoretischen Kreis zu schließen, den die meisten bisherigen Betrachtungen vernachlässigt haben: das untrennbare, produktive Gegenüber von verschiedenen Ebenen der Kultur(en), das Aus- und Entdifferenzieren, das Beobachten und Bewerten dieser Ebenen. Eine Theorie der Popkultur soll zumindest partiell lernfähig sein:

4 Die Praxisrelevanz neuer Studiengänge erscheint mittlerweile genauso wichtig wie eine gesicherte Forschung und Lehre. Betrachtet man Praxisrelevanz als Sensibilität für außeruniversitäre Bereiche, erscheint dieser Anspruch legitim. Meint man damit allerdings ein Zauberwort, das lediglich als Hauptmotivation inneruniversitärer Felder gelten soll, so kann und soll eine Kompatibilität nach außen sicherlich nicht erreicht werden.

„Dass das, was in der Theorie richtig ist, keine Folgen für die Praxis hat, hat keine Folgen für die Theorie. Sie muss die Praxis nehmen, wie sie ist – und kann doch zeigen, dass sie auch anders möglich wäre. Das ist nicht wenig in einer Welt, in der man immer häufiger auf Praktiker und Entscheider trifft, die behaupten, zu dem, was sie tun, gäbe es keine Alternative." (Bolz 2001b: 215.)

Schließlich kann auch eine theoretische Beschreibung der Popkultur als Indikator für wissenschaftstheoretischen Wandel fruchtbar sein, so wie popkulturelle Phänomene selbst als Seismographen allgemeinkulturellen Wandels dienen können, weil beide unter dem Druck von Zeit und Innovation stehen. Dass bei diesen Beobachtungen analytische Fenster in zahlreiche gesellschaftliche Bereiche, die ebenfalls diesem Wandel unterliegen, geöffnet werden, erscheint selbstverständlich. Basis bilden die Felder der Popkultur mit dem Schwerpunkt Popmusik, da hierzu zum einen schon eigene Vorüberlegungen existieren und veröffentlicht wurden und diese Themengebiete zum anderen als prototypisch und trendseismographisch für kulturellen Wandel gedeutet werden können, weil sie aus sich heraus dauerhaftem Innovationszwang unterliegen, um stets en vogue sein zu können: „Now we must learn to judge a society more by its sounds, by its arts, and by its festivals, than by its statistics." (Attali 1985: 3)

Wenn Popkultur als Indikator gesellschaftlichen Wandels gelten kann, so gehört Pop ohne Frage zu den Themenfeldern der (post)modernen Mediengesellschaften und kann also auch als Beobachtungsfluchtpunkt wissenschaftlicher Erörterungen dienen: „Pop ist als Bestandteil dem Zivilisationsgefüge einbeschrieben, ihm ‚involviert'", schreibt der Bielefelder Pädagoge Dieter Baacke bereits 1968 (26) in seiner Analyse über die sprachlose Opposition des Beat. Baacke merkt damit kritisch an, dass das Revolutionäre oder zumindest Oppositionelle am Pop kein außergesellschaftliches Aufbegehren, sondern ein systemkonformes Anpassen an Konsumzwänge bedeutet, und beschäftigt sich als einer der ersten deutschen Wissenschaftler überhaupt mit dem Thema Pop-Kultur[5] außerhalb von Amerikanisierungshysterien. Baacke findet den Einstieg in die so genannte Popkultur und deren vielfältige Kategorien und Formen über eine an einen Popmusikstil gekoppelte Jugendbewegung Beat. Popmusik als Sparte von Popkultur verdeutlicht die Vergänglichkeit der Gegenwart popkultureller Ereignisse besonders gut. Und eben jenes dauerhafte Voranschreiten manifestiert sich in Mediengesellschaften in keinem Bereich deutlicher als in Form der (globalisierten) Popkulturen. Was eben noch *in* war, ist nun schon *out* und morgen eventuell über Wiederbelebung im Gewand von Retro-Effekten erneut *in*. Deswegen kann die genauere Betrachtung eines popkulturellen Stils, ausgehend von der Musik, als Basis einer größer angelegten Studie zur Popkultur in einer Mediengesellschaft dienen. Ausgehend von einer jugendkulturellen Bewegung, die sich an den stilistischen Leitlinien Musik, Mode und Literatur ma-

5 So Baackes durchgehende Schreibweise in *Beat – die sprachlose Opposition*.

nifestiert und somit beobachtbar macht, können Schlüsse auf allgemeine Mechanismen popkultureller Phänomene gezogen werden (vgl. Jacke 1996, 1997, 1998). Von der Popkultur wiederum können Fäden zu anderen gesellschaftlichen Bereichen (z.B. Werbung, Kunst, Politik) gesponnen werden. Ferner wird bei solchen Untersuchungen bereits klar, dass man im popkulturellen Feld immer wieder auf Personen, auf Aktanten[6], zurückgeworfen wird. Kein Stil, keine neue Gruppierung ohne Personalisierung in Form von Prominenz oder Stars. Selbst der zunächst entpersonalisierte Kult um die DJ-Culture begann spätestens mit seiner medienhistorischen Etablierung durch Namen (*Westbam*, *Sven Väth*, *Marusha*), neue, zahlenmäßig größere Aufmerksamkeiten herzustellen. Somit bedarf es im Rahmen einer breiter angelegten Analyse zu Popkultur und Mediengesellschaft der Berücksichtigung der vielfältigen Zusammenhänge von Medienkultur (Themen) und Stars (Aktanten). Beides sind ebenfalls Forschungsbereiche, zu denen in den Kommunikations- und Medienwissenschaften erst jüngst intensiver, aber zumeist unverbunden publiziert wurde. Die Schwerpunkte der vorliegenden Untersuchung gründen sich also eher auf konkreten Beobachtungen im Rahmen der Themen- und Problemfindung, beschäftigen sich dann allerdings mit sehr abstrakten Beschreibungsversuchen historischer und theoretischer Art zu den Themenamöben Kultur, Popkultur, Subkultur, Medien etc., um schließlich doch wieder auf der konkreteren Ebene von handelnden bzw. repräsentierenden Aktanten (auf Produktionsseite: Stars) anzukommen. Dabei gilt es, stets einen wissenschaftlichen Stil beizubehalten und weder in überzogen normative Essayistik noch in affektives Fantum zu verfallen. Gleichzeitig sollen kultürlich (P. Janich) persönliche Erfahrungen und Überlegungen als Subtext zu den Beschreibungen mitlaufen.

Zum konkreten Ausgang dieser Studie: das erste Mal begegneten mir die unübersichtlichen Zusammenhänge wissenschaftlicher Beschäftigungen mit dem Feld der Popkultur beim Verfassen meiner Magisterarbeit zum Thema Anti-Starkult (vgl. Jacke 1996). Der Mangel an fundierter, vor allem wissenschaftlicher Literatur, die zumeist oberflächlichen theoretischen Ansätze in verschiedenen Disziplinen (u.a. Kommunikations-, Kultur-, Medien-, Musikwissenschaft, Pädagogik und Soziologie) und die damit verbundene schwache Institutionalisierung solcher Beobachtungen waren unübersehbar. Nicht zuletzt aus diesem Grund fiel es schwer, bereits ein größeres Konzept zu etwas wie einer Theorie populärer Kultur vorzulegen. Stattdessen beschränkte ich mich auf einleitende Überlegungen. Ausgangspunkt sind also die dort aufgestellten grundlegenden Beobachtungen zu Stars und den sie umgebenden Medien- und Vermarktungsmechanismen sowie dem dazu inhaltsanalytisch und um Expertenleitfadeninterviews ergänzten Fallbeispiel

6 Aktant wird hier und im Weiteren mit Schmidt als im weitesten Sinne Handelnder verstanden. Zur Bedeutung von Individuen für Kommunikation im Zuge der entpersonalisierten Sichtweise von Kommunikation in Luhmanns Systemtheorie vgl. Schmidt 1994b: 65-70.

einer subkulturellen Rockband mitsamt ihrer Szene, die assimiliert und kommerzialisiert wurde. An jene Ideen soll die vorliegende Arbeit anknüpfen.

Dabei geht es nun aber weniger um die Illustration und empirische Überprüfung der Überlegungen an einem konkreten Beispiel wie in der Magisterarbeit (die Medienberichterstattung über die US-Rockband *Nirvana*, den jugendkulturellen Stil *Grunge* und die *Generation X*) oder um eine Erzeugung von Repräsentativität durch Vergleiche, sondern um die konsequente, verallgemeinernde Fortführung der Vorüberlegungen in Richtung Pop*kultur* und *Medien*gesellschaft bei gleichzeitigem Ausbau der medienkulturtheoretischen Abhandlungen in Form des Versuchs einer Generalisierung der vermeintlich paradoxen Dialektik subkultureller Phänomene. Ergänzend werden Beispiele aus den Feldern der Popkultur erwähnt und erläutert; dieses soll vorrangig en passant und über den Hypertext der Fußnoten geleistet werden.[7] Der Fokus wird in der vorliegenden Arbeit allerdings auf das gründliche Durchspielen der eigenen Ideen auf Basis mannigfaltiger Ansätze und Theorien gelegt, die sich mittlerweile um das Feld Popkultur herum gebildet haben. Diese Ansätze können keinesfalls vollständig dargestellt werden. Ihnen sollen für die eigenen Beobachtungen wesentliche Argumentationen entnommen, erläutert und untereinander in Verbindung gebracht werden, um einen fruchtbaren Boden für die eigenen Überlegungen zu erzeugen. Man könnte in Anlehnung an G. Debord (1996), M. de Certeau (1988) und R. Weißenborn (2003) auch vom wissenschaftlichen Umherschweifen, Wildern und Geschichtenerzählen sprechen. Dieses Bedienen an und Re-Reading von einflussreichen Werken wird in Form einer Literatursynopse von Beschäftigungen mit Kultur vollzogen, die es ermöglichen soll, durch Ordnung und Systematisierung für einen Erkenntnisgewinn zu sorgen.

Eine letzte Anmerkung zum eigenen Hintergrund sei noch gestattet: Nichts ist bei der bisherigen Beschäftigung mit Popkultur mehr aufgefallen als die Ignoranz, die oft von Forschern an den Tag gelegt wird. Wer über Popkultur schreibt, zumal wissenschaftlich, künstlerisch oder philosophisch, der sollte Popkultur er- bzw. gelebt, der sollte das produktive wie auch destruktive Chaos gespürt haben. Eine gewisse Abstraktion von einzelnen Phänomenen oder Szenen gestatte ich mir, die Vergleichbarkeit und Überprüfung meiner Ideen zu den immer wieder neu entstehenden Bewegungen sei anderen überlassen.

7 Das Fußnotensystem dient als Verweissystem mit Andock-Möglichkeiten für weitere Beispiele, Themen, Ansätze und Literatur. Das Verzeichnis der verwendeten Literatur wiederum soll auch als Service-Teil für weitere Recherchen dienen, da die derzeitigen Sammlungen von Literatur zur Popkultur in Bibliotheken und Bibliographien zumeist unbefriedigend oder unsystematisch sind.

1.2 Forschungslage

„Dies ist der Sommer der freigesetzten Dreißigjährigen, wo sich die New-Economy-Opfer vom letzten Jahr mit den Gekündigten aus der Medienbranche und dem Musikbusiness zum Depressions-Chill-out treffen. Und während man sich noch die hämischen Worte vom Ende der Spaßgesellschaft nach dem 11. September aus den Ohren zu putzen versucht, kriecht das vom historischen Rückschlag der Generation X, Golf, Slacker oder wie auch immer hinterrücks wieder hinein, und das Kukident-Grinsen der Generation Aktenzeichen XY triumphiert. Die Stones werden vierzig, und Pop ist tot, scheint die von plötzlicher Gerontophilie erfasste Gesellschaft zu flüstern – jetzt wird's endlich wieder ernst." (Buhr 2002a: 17)

Eine theoretische Reflexion der Zusammenhänge zwischen Popkultur, Medien und Stars hat in der deutschsprachigen Kommunikations- und Medienkulturwissenschaft bis dato schlichtweg nicht stattgefunden. Interessanterweise gibt es hingegen eine ganze Anzahl zumeist empirischer Studien zu populären Fernsehsendungen in Deutschland. Den oft aufgeregten feuilletonistischen Diskussionen um jeweils neue Medienformate und -inhalte wie Soap Operas, Talk Shows, Game Shows und zuletzt Quiz Shows folgten in der Regel auch wissenschaftliche Betrachtungen solcher Phänomene. Comedy-Boom, Trash-TV, Retro-Phänomene in der Popkultur und nicht zuletzt *Big Brother* und *Deutschland sucht den Superstar* sorgten in den letzten Jahren für eine steigende Empfindlichkeit seitens medialer und auch wissenschaftlicher Aufmerksamkeiten. Es blieb aber zumeist bei Einzelfallanalysen oder zwanghaften Anbindungsversuchen an bestehende Ansätze, Modelle und Skizzen. Eher selten wurden Fortführungen oder eigene Ideen entwickelt.[8] Schließlich wurde die MedienSpaßGesellschaft[9] in ihrer dauerironisierenden Selbst-Thematisierung durch den vermeintlichen Real-Schock der Ereignisse am 11. September 2001 irritiert. Plötzlich wurde die Berichterstattung zu den Feldern der Popkultur und Spaßkultur davon überlagert. Die neue Ernsthaftigkeit herrschte zumindest vorübergehend nach den Bilderstürmen in der Provinz Bamyan und der Weltstadt New York – und war in der weltweiten Medienberichterstattung doch nichts anderes als ein weiteres, neues Thema mit eigener Karriere. Die Beobachtung dieser Ereignisse kann aber nicht Aufgabe der vorliegenden Arbeit sein. Nur am Rande soll das Augenmerk auf eventuelle Auswirkungen auf die hier behandelten Phänomene gerichtet werden. Längst hat eine Re-Normalisierung der Berichterstattung ihren Verlauf genommen. Die theoretischen Konstruk-

8 Ausnahmen in Form von wenigen Grundlagenwerken oder -aufsätzen und jüngeren Examensarbeiten bestätigen die Regel und werden hier – so weit dies geht – in den jeweiligen Kapiteln berücksichtigt.

9 Die Schreibweise mit Majuskeln soll die Verschränkungen und Entgrenzungen der drei Bereiche verdeutlichen. In diesem Zusammenhang kann keiner der Bereiche nur für sich stehen, sie sind untrennbar verbunden (vgl. dazu ausführlicher Jacke 2000).

te Popkultur, Medien und Stars bleiben bestehen und in dieser Konstellation in der Kommunikations- und Medienkulturwissenschaft weiterhin äußerst wenig beachtet. Und dies, obwohl Werbewirtschaft und Medienindustrie selbst offensichtlich ein zunehmendes Interesse an wissenschaftlicher Fundierung solcher Phänomene haben. Dabei liefern insbesondere Kommunikations- und Medienkulturwissenschaft theoretische Überlegungen, die sehr wohl zum Erstellen eines Fundaments zu diesen Themenfeldern beitragen können; das spätere Einreißen im Sinne von Deleuze/Guattari (2000) inbegriffen.

Intensivere Auseinandersetzungen mit Popkultur, Medien und Stars sind im deutschsprachigen Raum seit den 1960er Jahren durch vor allem jugendsoziologische, pädagogische, medienkulturwissenschaftliche, kulturkritische und popmusikjournalistische Beobachtungen geleistet worden. Dazu gesellen sich, zunächst in den englischsprachigen Originalen, seit Mitte der 1990er Jahre auch in Übersetzungen oder Adaptionen, Beobachtungen der *Cultural Studies*. Doch auch in diesen Disziplinen finden sich selten kompakte, schlüssige Überblicke oder Theorieansätze. Allerdings lässt sich, nicht zuletzt durch die Ideen und Einflüsse der *Cultural Studies*, zum einen eine zunehmende Beachtung englischsprachiger Literatur zur Popkultur feststellen. Zum anderen verwissenschaftlichen sich die feuilletonistischen Diskussionen durch Berücksichtigung wissenschaftlicher und populärwissenschaftlicher Literatur. Die ebenso hier verwendeten Ansätze und Überlegungen der Kritischen Theorie und des soziokulturellen Konstruktivismus beweg(t)en sich sicherlich nicht so deutlich an popkulturellen Themen entlang, scheinen aber aus unterschiedlichen Gründen im Kontext dieser Arbeit nützlich: die Kritische Theorie, weil sie sich überhaupt erst mit dem Aufkommen massenkultureller Phänomene beschäftig hat und in den Beobachtungen der *Cultural Studies* oft Erwähnung findet, soziokulturell-konstruktivistische Ansätze, weil sie die kritisch aufgeladenen Diskurse entdramatisieren und zudem mit S.J. Schmidts Kulturbegriff ein reflexivitätsgeeignetes Analysemodell bieten, das ausdifferenziert und für popkulturtheoretische Überlegungen anwendbar gemacht werden kann.

Ähnlich wie zum Thema Popkulturtheorie sieht die wissenschaftliche Situation bei Analysen und theoretischen Überlegungen zu Stars und Starkult aus. Vereinzelte Studien gibt es zwar seit dem Entstehen der jeweiligen Massenmedien, auch hier vor allem von Film und Fernsehen. Doch haben sich bisher nur wenige an eine Strukturierung oder gar Theorie der Stars bzw. des Starkults gewagt. Der Lüneburger Medienkulturwissenschaftler Werner Faulstich etwa erwähnt seit geraumer Zeit das Vorhaben einer Star(kult)theorie, belässt es aber zumeist bei kurzen Anrissen, Einzelfallstudien und allerersten Überblicken.[10] Auch auf diesem Feld sollten englisch-

10 Knapp zehn Jahre, nachdem Faulstich die Forderung nach einer Theorie der Stars in seinem wegweisenden Beitrag zum Funkkolleg *Medien und Kommunikation* erhoben hatte (vgl. Faulstich 1991), blieb ihm nichts weiter, als erneut den Mangel einer solchen Theorie zu beklagen (vgl. Faulstich 2000b).

sprachige Veröffentlichungen stärker berücksichtigt werden, wobei diese sehr oft phänomenologisch an einzelnen Fällen arbeiten oder sich in historischen Abrissen erschöpfen.[11]

Es bleibt zusammenzufassen: Verschafft man sich einen Überblick über die unterschiedlichen theoretischen Beobachtungen zu Popkultur, Medien und Stars, fällt als erstes deren Heterogenität auf, die für einen interessierten Lesenden oftmals in dem eingangs geschilderten Chaos mündet. Es fehlt bis heute an einer Systematisierung und Strukturierung und zumindest am Versuch eines Verflechtens der verschiedenen Ansätze. Dies könnte durch eine transdisziplinär orientierte Medienkulturwissenschaft mit kommunikationswissenschaftlichem Hintergrund geleistet werden. Das Erleben, der Umgang mit Popkultur und (ihren) Stars geschieht fast ausschließlich über massenmediale Angebote. Deshalb erscheint eine Verknüpfung sinnvoll.[12] Vor dieser muss allerdings Basisarbeit in Sachen Kultur und ihrer Beschreibung geleistet werden, um nicht ein weiteres Mal nur eben in Ansätze und Theorien hereinzuschauen, sondern sie zu durchdringen.

Kultur – Medienkultur – Popkultur

Kultur bedeutet heute Medienkultur, anders formuliert: „Keine Kultur ohne Medien, keine Medien ohne Kultur." (Schmidt/Zurstiege 2000a: 164) Wie auch immer die einzelnen Begriffe genauer verstanden und später erläutert werden sollen, dieser basale komplementäre Zusammenhang gilt ebenso für Popkultur: Ohne Popkultur keine Medien, ohne Medien keine Popkultur. Teilt man sensu Schmidt (1994a, 2002c) den massenmedialen Vermittlungsprozess analytisch in die sich gegenseitig bedingenden Bereiche Produktion, Distribution, Rezeption und (Weiter)Verarbeitung[13] ein, dann gibt es für alle Dimensionen jeweils in Rollen handelnde Individuen (Aktanten), die ebenfalls durchaus wechselseitig (ob nun direkt oder indirekt) aufeinander einwirken. Stars können zunächst klar in den Produktionsbereich einsortiert werden, von Interesse sind diese Aktanten aber für alle vier Bereiche: Ein Fernsehproduzent etwa wird sich um die Teilnahme eines Stars in seiner Samstagabendshow bemühen, ein im Vertrieb fungierender Promoter oder Mediaplaner wird diese Sendung mit solchen Stars bequemer offerieren und vermarkten können, und die Zuschauer schauen sich vielleicht gerade wegen dieser Stargäste die Show besonders gerne an oder werden zumindest

11 Ferner lässt sich in einschlägigen Handbüchern und Einführungen in Kommunikations- und Medienwissenschaft wie zuletzt etwa von Merten 1999, Schmidt/Zurstiege (2000b), Schanze (Hg.) (2001), (Hg.) (2002), Hickethier 2003 kein Eintrag zu Stars, Pop- oder Subkultur finden. Ausnahmen sind hier Faulstich 2002 und Hügel (Hg.) (2003), wobei letzteres eine spezielle Einführung in popkulturelle Themenfelder darstellt.

12 Hügel (2002: 67) schlägt sogar vor, unter Popkultur ausschließlich massenmediale Phänomene zu fassen.

13 Ich schlage hier das Präfix ‚Weiter' vor, um den Unterschied zur Rezeption von Medienangeboten noch deutlicher zu machen.

via Metamedien wie Programmzeitschriften darauf aufmerksam.[14] Und schließlich gibt es die (er)wartenden Fans, die die Sendung wegen der auftretenden Stars aufzeichnen oder sich gemeinsam anschauen. So gibt es eben auch keine Popkultur ohne Stars und keine Stars ohne Popkultur. Diese Stars bewegen sich mithin auf verschiedenen Ebenen von Kultur.

„Nun ist die Tatsache, dass populärkulturelle Produkte die Nation in begeisterte Anhänger und naserümpfende Kritiker spalten, so alt wie die Unterhaltungsindustrie selbst. Neu ist allerdings, dass sie – wie ein Blick in die Feuilletons und in kultur- und sozialwissenschaftliche Publikationen der letzten Zeit zeigt –, zunehmend zum Gegenstand akademischer Dispute und Analysen avancieren." (Rademacher 2000: 322)

Eine grundsätzliche Beschäftigung mit verschiedenen Kulturbegriffen erscheint im Rahmen einer medienwissenschaftlichen Analyse zur Popkultur als Ausgangspunkt dementsprechend unerlässlich. Gerne und immer wieder wird mittlerweile auch wissenschaftlich über Popkultur geschrieben, definiert wird der Begriff hingegen nur selten. So etwa zählt die oben zitierte Soziologin Claudia Rademacher (vgl. ebd.: 323-325) in Anlehnung an den Erziehungs- und Kulturwissenschaftler Thomas Düllo (1998) vier wissenschaftliche Positionen zur Populärkultur auf: Kulturpessimismus, affirmative Positionen, konstruktivistische bzw. kulturalistische Positionen und Kulturindustrie-Kritik. Rademacher kritisiert diese, liefert aber keine eigene Definition. Ähnlich dekliniert Peter Wicke (1995), der Leiter des *Forschungszentrums Populäre Musik* an der Humboldt-Universität Berlin, zwei einteilbare Gruppen von Popkulturbeobachtungen (Kulturkritik und *Cultural Studies*) durch, lässt aber keinen klaren eigenen Standpunkt erkennen. Und auch die beiden Literaturwissenschaftler Helmut Heuermann und Michael Kuzina (1995) entwickeln anhand zahlreicher Beispiele wie Horror-Literatur oder Elvis Presley eine Einteilung von Beobachtungen popkultureller Phänomene, und zwar in kulturkritisch-ideologische und wissenschaftlich-empirische Ansätze, ohne an dieser Stelle eine eigene, fortentwickelte Position zu liefern.

Trotz intensiver Auseinandersetzungen mit Thesen zur Populärkultur bleibt das Verständnis dieses Terminus also meist eher unklar. Auch die Soziologin Gabriele Klein (1999: 284-300) behandelt das Phänomen der Popkultur, benennt ihre Studie sogar im Untertitel *Pop Kultur Theorie*, liefert aber keine detaillierten, strukturierten Definitionen der entscheidenden Begriffe, sondern, nach eigener Auskunft, eine Skizze. Das Verfahren einer Umschreibung anhand der Erläuterung anderer Positionen wird auffallend oft im Zusammenhang mit Kultur und insbesondere Popkultur betrieben.

14 Was der ZDF-Samstagabendsendung *Wetten Dass?* z.B. den Ruf einbrachte, eher eine Aneinanderreihung von Medienstars und -prominenten denn eine Spielshow zu sein.

Dies deutet auf eine gewisse wissenschaftliche Ratlosigkeit und Unsicherheit hin. Einigkeit findet sich selten, und selbst wenn, dann nur scheinbar:

„Der ›Kern‹ dessen, was die verschiedenen kulturwissenschaftlichen Ansätze als »Kultur« je verschieden zu bestimmen suchen, ist nichts anderes als jenes abreviierte und subjektivierte Kondensat des Wissens einer Gesellschaft, das in ihren Interdiskursen greifbar ist." (Link 2003: 14)

Ebenso erscheinen negative Definitionsversuche (‚Popkultur ist, was man nicht erklären kann') oder individualisierende Relativierungen (‚Popkultur ist das, was man als Popkultur empfindet', ‚Pop ist alles, alles ist Pop') gerade in diesen Bereichen nicht nur häufig vorzukommen, sondern regelrecht en vogue zu sein.

Die Definitionen von Popkultur sind demnach so mannigfaltig wie der Phänomenbereich selbst. Versuche von Populärkulturbeschreibungen lassen sich in Anlehnung an den amerikanischen Medien- und Kulturwissenschaftler John Storey (2001: 5-15) in sechs Stränge einteilen:

- Pop(ulär)kultur als Kultur zahlenmäßig überwiegender Bevölkerungsgruppen (quantitativ),
- Pop(ulär)kultur als alles außerhalb der hohen Kultur (differenziell),
- Pop(ulär)kultur als Kultur des Volkes (klassifizierend),
- Pop(ulär)kultur als Massenkultur (quantitativ-qualitativ),
- Pop(ulär)kultur als Terrain des Austauschs, der Verhandlung und des Kampfes zwischen Hochkultur und Massenkultur (klassifizierend, symbolisierend, politisierend) → Popkultur als „disarticulation-articulation" (Chantal Mouffe zitiert bei Storey 2001: 11),
- Pop(ulär)kultur als Auflösung der Grenzen zwischen Kommerz und Kultur (postmodernisierend).

Zum einen fällt die vermeintliche Vermengung der Termini Populärkultur und Popkultur, zum anderen die fehlende Trennschärfe der Kategorien auf. Darum soll hier zu Beginn ein eigener, an die Kategorien angelehnter, integrativer Begriff entwickelt werden:

Popkultur bedeutet demnach den kommerzialisierten, gesellschaftlichen Bereich, der Themen industriell produziert, medial vermittelt und durch zahlenmäßig überwiegende Bevölkerungsgruppen – egal, welcher Schicht oder Klasse zugehörig – mit Vergnügen genutzt und weiterverarbeitet wird.

Diese Definition hat sicherlich den Nachteil, sehr weit gefasst zu sein und somit zahlreiche Phänomene der Mediengesellschaft zu betreffen. Sie soll auf diese Art und Weise aber gerade verdeutlichen, dass es bei Popkultur um Massenkultur geht, wobei Masse hier nicht mehr negativ konnotiert, sondern quantitativ gemeint ist (vgl. auch Jacke 2001b, 2003 sowie Jacke/Zurstiege 2003a). Ferner signalisiert dieser weitreichende Begriff, warum sich Popkultur in zahlreichen wissenschaftlichen und feuilletonistischen

Artikeln diskutieren und vor allem, daran ablesbar, auf nahezu alle gesellschaftlichen Bereiche ausdehnen lässt: nicht alles ist Pop, aber alles kann zu Pop werden. Oder wie es John Fiske beschreibt: „The combination of widespread consumption with widespread critical disapproval is a fairly certain sign that a culture commodity is popular." (Fiske 1989: 106)

Um nun in Kultur beobachten, beschreiben und auch bewerten zu können, wird hier ein analytisches Zwei-Ebenen-Beobachtungsraster von *Main* und *Sub* vorgeschlagen, welches im weiteren Verlauf dieser Arbeit dann immer wieder in den Ansätzen und Theorien zur Kultur gesucht werden soll und welches sich in den Worten des Popkulturwissenschaftlers Hügel naheliegend begründen lässt:

„Denn: Zum einen machen wir nach wie vor Unterscheidungen und zum anderen bedeutet das Einebnen dieser Differenz [bei Hügel von Populär- und Hochkultur, C.J.] eine Verarmung, da sie einen wesentlichen Motor unserer kulturellen Entwicklung außer Funktion setzt. Zwei Systeme zu haben ist besser als nur eines." (Hügel 2002: 54)

Die Ebenen von *Main* und *Sub* in Kultur sind aus einer jahrelangen Sichtung von Theorie und Praxis verschiedener Pop- und Subkulturen entstanden. *Main* und *Sub* sind von den Differenzen *Mainstream/Subculture* bzw. *Mainstream/Underground* abgeleitet. Diese werden seit Entstehen einer mediatisierten Kultur immer wieder für die grundlegende Differenzsetzung wir/die anderen benutzt, und zwar aus der jeweiligen Beobachtungsperspektive unterschiedlich gewichtet und bewertet.[15] Die Bezeichnungen *Main* und *Sub* werden hier neu eingeführt, um die ostentative Normativität (normative Normativität) in den Begriffen *Mainstream* und *Subculture* bzw. *Underground* zu vermeiden. Denn *Mainstream* offeriert zumeist eine negative Auslegung (das Mediokre, Triviale, Vermasste, Vorhersehbare etc.) aus Sicht der *Subculture*, während aus der eigenen Perspektive eher selten beobachtet und bewertet wird. Demgegenüber wird *Subculture* aus Selbstbeobachtungen zumeist positiv konnotiert (das Exklusive, Innovative, Andere), während dieser Bereich aus Sicht des *Mainstream* oft nicht beobachtet oder mit Vorurteilen belegt oder stigmatisiert wird (das Absonderliche, das Unnormale, das Unten). Mit den Termini *Main* und *Sub* hingegen soll ein entdramatisiertes Raster vorgestellt werden, welches die Komplementarität der beiden Seiten darlegt: „Von Subkultur zu reden, kann nur sinnvoll sein, wenn zuvor von Kultur die Rede war." (Lindner 1985: 59) Sowohl *Main* als auch *Sub* sind analytische Abgrenzungen, die nicht immer unbedingt im

15 Für einen ausführlichen Überblick und Katalog der Bezeichnungen dieser basalen Differenzsetzung vgl. Grossberg 2003. Die Begriffspaare *Mainstream/Subculture* bzw. *Mainstream/Underground* werden hier lediglich in ihrer Verwendung für den Bereich der Popkultur vorausgesetzt. Daneben gibt es auch sprachliche, klassenspezifische und politische Wurzeln dieser Differenz, auf die hier nicht weiter eingegangen werden kann.

Singular und ungetrübt identifizierbar auftreten. Sie werden hier zunächst aber so benannt, um sprachliche Übersicht zu gewähren.[16]

Im Folgenden sollen hier vorrangig gängige theoretische Positionen zu den Begriffen Kultur, Popkultur (*Main*), Subkultur (*Sub*) und gegebenenfalls Begriffsnachbarn kurz vorgestellt, kritisiert, seziert und gruppiert werden. Darin einfließend wird der Versuch unternommen, einen (kulturlich an anderen Ansätzen orientierten) eigenen, medienkulturtheoretischen Ansatz vorzustellen, der sich einiger Bestandteile der behandelten Theorieansätze bedient, Unterschiede herausarbeiten und Gemeinsamkeiten verknüpfen soll. Mit dessen Hilfe kann das opponierende, dynamische Zusammenspiel aus *Main* und *Sub* innerhalb von Kultur(en) normativ entdramatisiert und erklärt werden. Als Vorarbeit zu den eigenen Überlegungen sollen intra- und interparadigmatisch die Kultur- und Subkultur-Begriffe der Kritischen Theorie, der *Cultural Studies* und des Schmidtschen Konstruktivismus ver- und abgeglichen werden. Da diese Ansätze häufig in kulturtheoretischen Zusammenhängen erscheinen, aber vor allem, weil sich alle drei Ansätze selbst gegen dominierende philosophische bzw. wissenschaftliche Traditionen positioniert haben, sollen sie auf ihre besondere Tauglichkeit für eine Popkulturtheorie untersucht werden.[17] Dies geschieht nicht ohne diverse Verdachtsmomente einer „zumindest partiellen Kommensurabilität" (Bertemes 2001: 76). Gerade in einem Untersuchungsfeld, welches durch begriffliche Unklarheiten, Multidisziplinarität, historisch diskontinuierliches Interesse und fehlende Supertheorien geprägt ist, bietet sich eine begründete multiperspektivische Herangehensweise an. Nur über ein solches Quer- und Wiederlesen lassen sich interessante Gemeinsamkeiten und Unterschiede feststellen, aus denen ein eigener Ansatz entwickelt werden kann. Dieser beansprucht mitnichten, superior zu sein. Er hat schlichtweg den Vorteil, rückblicken zu können.[18]

Einige weitere Bemerkungen zum thematischen Schwerpunkt der vorliegenden Arbeit, dem wohl trügerischsten Wort überhaupt, der Kultur (vgl. Willis 1978), scheinen notwendig: Um mit dem all(medien)täglichen Kontingenz-Overload produktiv umgehen zu können, benötigen wir eine Entlastungsfolie Kultur. Kultur gibt es nicht, aber wir brauchen sie, und zwar zur gesellschaftsinternen wie auch -externen Differenzierung und dem dafür erforderlichen Differenzmanagement. Wobei die Gefahr einer Entdifferenzierung durch Inflationierung des Kulturbegriffs im wissenschaftlichen Bereich

16 Zu diesen Ebenen vgl. im weiteren Verlauf die Kapitel 2 bis 4.

17 Argumentative Verschiebungen seitens Kritischer Theorie etwa kommen laut Honneth einem Paradigmenwechsel bzw. Traditionsbruch gleich (vgl. Honneth 1982: 87).

18 Bei diesen Überlegungen schließe ich mich wissenschaftstheoretisch der Argumentation von Claude Bertemes an, der einen aufwendigen, metatheoretischen Vergleich dreier Theorieansätze zur Fernsehunterhaltung (Horkheimer/Adorno, Holzer und Hallenberger/Foltin) vorgenommen hat (vgl. Bertemes 2001).

in letzter Zeit unübersehbar ist. Interessanterweise verlangte das aus dem Land- und Ackerbau stammende lateinische Wort Kultur bis in die Neuzeit hinein ein Genitivattribut und war somit gebunden. Erst Ende des 17. Jahrhunderts wurde Kultur als Begriff autonom (vgl. Konersmann 2001: 11). Mittlerweile dient Kultur selbst der Bindung anderer Begriffe. Kultur scheint, beinahe religionsverdächtig, für alles herhalten zu müssen, was nicht genau erklärbar ist. „‚Kultur', so scheint es, ist zur Zauberformel unserer Geistesgegenwart geworden", schrieb der Soziologe Helmuth Berking (1989: 15) in einem Beitrag zur Kultursoziologiediskussion. Wenn es für alles Bindestrich-Kulturen gibt, wozu dann noch Kultur oder müssen Kultur-Kulturen dann als Letztinstanz operieren?[19] Zur Dokumentation der Inflation des Kulturbegriffs seien hier einleitend zwei aktuelle (offensichtlich systematisch unsystematisch zusammengestellte) Terminikataloge genannt: Wirtschaftskulturen, Politikkulturen, Erziehungskulturen, Sportkulturen, Liebeskulturen, Militärkulturen (vgl. Baecker 1999: 75) bzw. Unternehmens-, Tisch-, Pop- oder Subkultur (vgl. Jünger 2000: 207). Und sogar eigene, institutionalisierte Wissenschaftsdisziplinen gibt es zu dem – ob mit oder ohne Präfix –, was man offensichtlich nicht präzise erklären kann.[20] Unübersichtlichkeit herrscht vor allem im Bezug auf die Strukturen, Funktionen und (Be-)Wertungen von Kultur. Eine besondere Rolle spielt der Begriff im Rahmen der aktuellen Diskussionen um Globalisierung, Lokalisierung, Multi-, Inter- und Transkulturalität.[21] Und in genau diesem Rahmen ist auch immer wieder die Rede von der Rolle der Medien. Doch dazu erfolgen im Weiteren Erläuterungen (vgl. Kapitel 2 bis 4). An dieser Stelle soll lediglich die Anbindung der folgenden kulturtheoretischen Überlegungen an aktuelle Diskussionen geliefert werden. Denn wenn es schon schier unüberbrückbare Unterschiede in den Auffassungen des Kulturbegriffs im internationalen Vergleich gibt, wie soll dann ein Konsens gefunden werden im Reden über Kulturen in Kulturen, und zwar ein- und denselben? Die Definitionsprobleme beginnen bereits innerhalb einer Gesellschaft bzw. sogar innerhalb gesellschaftlicher Teilbereiche. Bevor also die internationalen Cross-Cultures i.S.v. Welsch (1994: 160-169)[22] zumeist vorschnell ins wissenschaftliche und auch politische Blickfeld gerückt werden, sollte als Aus-

19 Diese Frage stellt sich auch der Witten-Herdecker Soziologe Dirk Baecker (2001) im Titel einer seiner Essaysammlungen.

20 Als einen ersten Überblick über die Geschichten und Inhalte der verschiedenen, wissenschaftlichen Kultur-Disziplinen vgl. Böhme/Matussek/Müller 2002. Wobei speziell das universitäre Fach Kulturwissenschaft in den letzten Jahren zu einem der von Studienanfängern favorisierten im geistes- und sozialwissenschaftlichen Bereich avanciert ist. Dieser Boom täuscht ein wenig über die lange Tradition der unterschiedlichen Ströme der Kulturwissenschaft hinweg. Vgl. zur historischen und individualisierenden Begriffsbildung der Kulturwissenschaften bereits Rickert (1986 [1926]: 102–129).

21 Vgl. zur Einführung in die unterschiedlichen Termini Welsch (1994) und Berking (2001).

22 Welsch liefert als Beispiele Bereiche wie Gestaltung, Wissenschaft und Musik, liefert aber keine klaren Abgrenzungen und übersieht die zu allen Bereichen quergelagerten Kulturen eben der Gestaltung, Wissenschaft und Musik.

gangspunkt zunächst eine Mediengesellschaft westlicher Prägung wie die Deutschlands mit all ihren Abgrenzungen, Eingrenzungen und v. a. internen Aus- und Entdifferenzierungen betrachtet werden. Dass dabei insbesondere im Bereich der populären Kulturen Einflüsse aus anderen Gesellschaften laufend Eingang in die ‚eigenen' kulturellen Folien finden als auch gleichzeitig eine ‚reine', vollkommen abgeschottete Kulturfolie (eben deswegen und wegen der Mediatisierung[23]) nicht mehr existiert, nicht mehr existieren kann, steht außer Frage. Wie also schaut diese Folie nun genauer aus und aus welchen kulturtheoretischen Perspektiven wird sie im Rahmen von Popkultur beobachtet, kommentiert und bewertet? Dies soll im Folgenden ausführlich an den drei Perspektiven a) Kritische Theorie, b) *Cultural Studies* und c) soziokultureller Konstruktivismus erläutert werden. Dabei wird den Argumenten der Kritischen Theorie und ihrer Adepten großer Raum gewährt, da diese zu oft kurz und fehlerhaft interpretiert werden. Obwohl sich die vorliegende Arbeit eher als Anknüpfung an hauptsächlich *Cultural Studies* und soziokulturellen Konstruktivismus versteht, wird eine ausführliche Grundlage kulturkritischer Ausführungen als Theorie(n)-Teppich ausgerollt. Die zumeist – nicht immer, wie noch zu zeigen sein wird! – elitären Kulturbeschreibungen Kritischer Theorie sollen durchdrungen und als Antipode zu Betrachtungen aus der Popkultur auf die Popkultur verstanden werden. Mit diesem Beobachtungsverfahren ex negativo wird das über die gesamte Arbeit untersuchte Wechselspiel zwischen *Main* und *Sub* auf die eigene Arbeit angewendet: der ausgiebige Blick auf die Beschreibungen von hoher Kunst dient als Startoperation für spätere Beschäftigungen mit Popkultur.[24]

Für alle Ansätze gilt: Anhand von Autoren und deren Potenzialen für eine Mediensubkulturtheorie in Form der Ebenen *Main* und *Sub* und ihrer Wechselseitigkeiten soll ein Faden gesponnen werden, der am Ende dieses Kapitels die eigenen Fortführungen hergeleitet und bedingt haben soll.

„Will man nämlich wirklich der Widersprüchlichkeit gegenwärtiger Kulturen gerecht werden, so genügt es nicht, sich bei der Diskussion des Kulturbegriffs an die Cultural Studies anzulehnen, sondern es erscheint nötig, darüber hinaus eine Vielzahl häufig unproblematisiert übernommener Konzepte zu hinterfragen und bezogen auf aktuelle Wandlungsprozesse neu zu definieren bzw. zu theoretisieren." (Hepp 2001: 266)

23 Mediatisierung bedeutet die Beeinflussung alltäglicher interpersonaler Kommunikation durch Massenmedien (vgl. Krotz 2001: 17-42). Beeinflussung wird hier zurückhaltend und nicht etwa als Manipulation verstanden, weswegen Mediatisierung hier keinesfalls eine Art von Unterwerfung bzw. Mittelbarmachung meint, wie es beispielsweise Wenzel (2001: 492) in seinen Beobachtungen zur Mediatisierung von Person und Kultur versteht: „[D]ie mediengerechte Rekonstruktion des Handlungsraums der modernen Gesellschaft." Westerbarkey (1995a: 155) etwa bevorzugt wegen dieser Konnotation den Begriff *Medialisierung*.

24 Die Umwertung der Werte bzw. Wertungen Kritischer Theoretiker dient gewissermaßen dem eigenen In-Szene- und also In-Differenz-Setzen, wobei sich der Autor im Klaren darüber ist, dass auch die eigene Arbeit von einer anschließenden Umwertung nicht befreit ist; das lehren uns die Autologiebeobachtungen.

Das im Folgenden zu entwickelnde Vorhaben, so lässt sich zusammenfassen, betrifft folgende Aspekte:

1. In der vorliegenden Arbeit soll das theoretisches Beobachtungsraster *Main* und *Sub* von Kultur aus unterschiedlichen Perspektiven beschrieben, analysiert und für einen eigenen Ansatz fruchtbar gemacht werden.

2. In der vorliegenden Arbeit soll die dynamische Dialektik der mediengesellschaftlichen Kulturebenen *Main* und *Sub* genauer analysiert und beschrieben werden. Diese Dialektik lässt sich in verschiedenen gesellschaftlichen Bereichen konstatieren, besonders in der so genannten Popkultur. Die innerhalb der Popkultur erklärbare Dialektik ist ein mediengesellschaftlich besonders sensibler Indikator für weitere gesellschaftliche Teilbereiche.

3. Diese Dialektik lässt sich in den Medien prototypisch über verschiedene Ebenen der Personalisierung von Prominenten und Stars erkennbar und analysierbar machen.

4. Auf Grundlage des Kultur-Beobachtungsrasters von *Main* und *Sub* und zudem anhand der konkreteren Ebene der Stars sollen Kritik- und Wandelmöglichkeiten geprüft werden.

1.3 Aufbau der Untersuchung

„Theorien können und sollten nicht mehr sein (wollen) als Instrumente zur Problemlösung. Und diese Probleme müssen zunächst einmal plausibel formuliert werden, was nicht zuletzt eine klare Begrifflichkeit voraussetzt." (Schmidt 1999d: 111)

Um das vermeintliche Chaos der heterogenen Beschreibungen zu Popkultur, Medien und Stars greifbar zu machen (Situation), erscheint die von Schmidt eingeforderte Abklärung grundlegender Termini wesentlich (Struktur). Erst mit einem theoretisch abgedichteten Gerüst im Beobachterrücken kann dann vorsichtig der Schritt gewagt werden, die dynamischen Mechanismen dieses Kulturmodells zu erläutern (Prozess).

Entscheidend für die vorliegende Arbeit ist zunächst ein schlüssiges Konzept eines Kulturbegriffs, welcher sich in verschiedene Ebenen (im Weiteren *Main* und *Sub*) einteilen lässt (Kapitel 2 bis 4). Zu grundlegenden kulturtheoretischen Betrachtungen werden dabei im Wesentlichen drei Gruppen von Ansätzen für das eigene Modell überprüft, in Zusammenhang gebracht und geerntet:

1. Kulturkritische Forschungen (Kapitel 2), die sich in die ‚klassischen' Überlegungen der *Frankfurter Schule* (Kapitel 2.1: Horkheimer, Adorno, Marcuse, Löwenthal und Benjamin) und neuerer, daran anknüpfender ‚moderner' kritischer Denker (Kapitel 2.2: Habermas, Prokop, Behrens) unterteilen lässt, die sich zudem mit Medien- und Popkultur beschäftigen.[25]

2. Überlegungen der *Cultural Studies* (Kapitel 3) mit einem Schwerpunkt auf den Erörterungen Douglas Kellners, da dieser aufgrund eigener Studien zur *Frankfurter Schule* eine Verbindung leistet, sich selbst in den *Cultural Studies* verankert sieht und ferner Anschlussmöglichkeiten zu soziokulturell-konstruktivistischen Konzepten liefert.

3. Soziokulturell-konstruktivistische Modelle mit Schwerpunkt auf dem Kulturmodell von Siegfried J. Schmidt (Kapitel 4), da dieses Konzept zum einen eine kulturbegriffliche Weite offeriert, die wiederum an Kellners Kultur-Terminus koppelbar ist und zum anderen eine klare analytische Schärfe anbietet, mit der man zunächst aus den oft unsicheren Definitionengewässern der *Cultural Studies* entkommen kann.

Aus diesen Strängen und ihren Fortsetzungen soll graduell ein eigener Ansatz emergieren und abgeleitet werden (Kapitel 2 bis 4). Das schon kurz beschriebene analytische Gegenüber der *Main*-Ebene ist das *Sub*. Zu diesem sollen bisherige Überlegungen der genannten Ansatzgruppen überprüft und fruchtbar gemacht werden (Kapitel 2 bis 4), um daraus in Zwischenfazits und zum Ende der Kultur-Kapitel 2 bis 4 eine eigene Vorstellung von *Main* und *Sub* entwickeln zu können. Um deutlich zu machen, welche der Überlegungen der drei kulturtheoretischen Gruppen für den eigenen Ansatz fruchtbar sind, wie bei den jeweiligen Ansätzen unterschieden und ein Zusammenspiel der Ebenen ermöglicht wird, erfolgt die Beobachtung von *Main* und *Sub* pro Ansatz. Eine analytisch getrennte, ansatzübergreifende Betrachtung von *Main* und *Sub* hätte zum einen zur Konfusion beigetragen und zum anderen dem eigenen Ansatz zuviel vorweg genommen. Innerhalb der Ansätze gibt es einen feinen Unterschied: Zwar werden die Ansätze auf die beiden abstrakten Kultur-Ebenen hin (wie im Prinzip auch später bei den Stars) untersucht. Doch stehen konkrete Autoren für die Gruppen, Ansätze und Gedanken. Im Bereich Kritischer Theorie (Kapitel 2) sind die Ansätze in zwei Unter-Gruppen gegliedert, die unterschiedlich abgehandelt werden: die ‚klassischen' Ansätze (2.1) beinhalten die Veröffentlichungen der *Frankfurter Schule* um Horkheimer, Adorno, Marcuse, Löwenthal und Ben-

25 D. Kellner (1982: 507) spricht in diesem Zusammenhang vom Begriff der klassischen Kritischer Theorie der Kulturindustrie, den ich übernehme und um die Kategorie moderne Kritische Theorie ergänze. Allerdings benutzt Kellner in seinem Text sowohl den Begriff *K*ritische als auch *k*ritische Theorie, eine Definition der unterschiedlichen Schreibweisen liefert er nicht.

jamin, die sich mit Phänomenen populärer Kultur beschäftigen. Diese werden anschließend in den Kapiteln *Main* (2.1.1) und *Sub* (2.1.2) als Autoren-Gruppe betrachtet. Bei den ‚modernen' kritischen Forschern (2.2) wurden drei Autoren (Habermas, Prokop, Behrens) begründet ausgewählt und jeweils auf die Ebenen *Main* und *Sub* durchforscht. Dadurch ergibt sich im Gliederungsbaum zwar ein zunächst ungleich anmutendes Bild. Da aber die Forscher der klassischen Kritischen Theorie weitgehend zusammen gearbeitet und auch veröffentlicht haben und als Basis aller weiteren Überlegungen dienen, soll hier autorenübergreifend die Skizze einer analytischen Einheit gezeichnet werden. Die ausgewählten Denker der neueren Kritischen Theorie haben diese Gemeinsamkeiten hingegen nicht. So dient Habermas als Brücke zur klassischen Kritischen Theorie (2.2.1), Prokop als kritischer Medienforscher (2.2.2) und Behrens als kritischer Popkultur- und Subkulturtheorieforscher (2.2.3). Für die Kapitel zu den *Cultural Studies* (3) und zum soziokulturellem Konstruktivismus (4) gilt dann wiederum die Unterteilung in jeweilige *Mains* (3.2 bzw. 4.2) und *Subs* (3.3 bzw. 4.3), da dort weitgehend eine Konzentration auf jeweils eine ganz bestimmte Zugangsweise erfolgt. Übergreifend und zwischen-resümierend wird daran anschließend in einem Konnex in tabellarischer Form vor Kapitel 5 eine Übersicht über die Ebenen-Zuschreibungen *Main*, *Sub* und Kritik (Wandel) durch die verschiedenen Kulturtheorien und den eigenen Ansatz hindurch gegeben.

Gerät das analytisch statische Gerüst von *Sub* und *Main* durch die noch zu erläuternde Dialektik von Innovation und Diffusion in Bewegung, entsteht mediengesellschaftlicher Wandel. Diese Prozesse werden ebenfalls in den Kapiteln 2 bis 4 der Arbeit ausgiebig beschrieben. Das Beobachten des Gegenübers der Kulturebenen und auch ihres Zusammenspiels erfolgt vermehrt über Massenmedien. Diese achten nach aufmerksamkeitsökonomischen Gesetzmäßigkeiten auf ganz bestimmte Indikatoren, um ihre Berichterstattungsscheinwerfer z.B. auf subkulturelle Phänomene zu lenken. Genau so wichtig wie die Medien sind zunächst einmal Öffentlichkeiten bzw. Publika (kurz: kollektive, fiktive Beobachter), um Phänomene der jeweiligen Kulturebenen überhaupt erst thematisierbar zu machen. Kein *Main* oder *Sub* einer Kultur ‚funktioniert' ohne Aktanten, und zwar auf jeder der Stufen des massenmedialen Vermittlungsprozesses. Und Aktanten, die wiederum in personale aber vor allem mediale Aufmerksamkeitsfelder geraten wollen, benötigen bestimmte Eigenschaften. Im Kapitel 5 der Arbeit sollen deshalb die Kultur-Ebenen auf die Aktantengruppe der Stars bezogen und umfassend diskutiert werden. Die in den einzelnen Bereichen (auch hier ausgehend von popmusikalischen Phänomenen) handelnden Stars sind Protagonisten und gleichzeitig Aufmerksamkeitsattraktoren der Kultur-Ebenen. Über sie und den sie umgebenden Starkult laufen letztlich die produktiven Dialektiken ab bzw. sind sie qua handelnde Aktanten überhaupt erst beobachtbar.

Abschließend soll in Kapitel 6 vorläufig aus den vorhergegangenen Ausführungen das Resümee gezogen und noch einmal pointiert auf die

Konsequenzen der hier geleisteten Überlegungen für Theorie und Praxis von Mediengesellschaften hingewiesen werden. Das Resümee dient der Ergebnisauswertung der vorliegenden Arbeit und der notwendigen Selbstkritik. Der daran gekoppelte Ausblick soll Anschlussmöglichkeiten für zukünftige Überlegungen liefern.

2. Kultur als Ware: Kulturindustriethesen

„Norm ist heute: Es gibt keine Kultur außerhalb der Kulturindustrie." (Steinert 1998: 9)

Diskutiert man den Begriff Kultur in seinen vielfältigen Bedeutungen, so stößt man unausweichlich auf die Theoretiker und Philosophen ‚der' *Frankfurter Schule* bzw. ‚der' Kritischen Theorie.[1]

Vor allem die grundlegenden Arbeiten von Max Horkheimer, Theodor W. Adorno, Herbert Marcuse, Leo Löwenthal und Walter Benjamin können für die Betrachtung kultureller Phänomene nicht außer Acht gelassen werden.[2] An manchen Stellen werden weitere Ausführungen anderer Wissenschaftler dieser Ausrichtung ergänzend vonnöten sein. Kulturlich haben auch die Wissenschaftler und Philosophen der Kritischen Theorie wiederum kulturtheoretische Einflüsse und Vorläufer wie z.B. Marxismus und Psychoanalyse.[3] Die sehr unterschiedlichen Beobachtungen der *Frankfurter Schule* sollen hier als eine i.w.S. Schule dargestellt werden. Gemein ist ihnen vor allem eine kritische bis pessimistische Beurteilung kultureller Phänomene unter dem Einfluss einer zunehmenden Internationalisierung oder gar Amerikanisierung (= Kommerzialisierung) des deutschen Medienmarktes. Um die Ansätze der genannten Wissenschaftler im neuen Jahrtausend sinnvoll nutzen zu können, sollte man sich deren historischer Kontexte (z.B.

1 Bemerkenswerterweise lässt etwa Hansen (2000) diese Ansätze in seiner Einführung in *Kultur und Kulturwissenschaft* weitgehend unbeachtet.

2 Zu einer gänzlich anderen, lesenswerten kulturphilosophischen Beobachtung vgl. Kittler 2001.

3 An dieser Stelle erfolgt ein eigener, analytischer ‚Einschnitt' in Form eines synthetischen Beginnens: „Die erste Setzung beim Aufbau einer Theorie entscheidet zwar maßgeblich über das Design und die Leistungsfähigkeit dieser Theorie beim Problemlösen. Aber sie ist keineswegs der Anfang dieser Theorie, sondern deren Beginn, weil man irgendwie beginnen muss. Anfänge sind bestenfalls die undurchschauten Voraussetzungen und keine ontologisch relevanten Startansagen." (Schmidt 2002d: 12). Vgl. ebd. zur Problematik von wissenschaftlichem und alltäglichem Anfang und Ende. Wenn hier synonym von Kritischer Theorie bzw. *Frankfurter Schule* die Rede ist, sind im Allgemeinen die Schriften der Mitglieder des Instituts für Sozialforschung gemeint.

Erfahrung des nationalsozialistischen Propagandaapparats, Kulturindustrieschock durch die in der amerikanischen Emigration erlebten, aufblühenden Filmindustrien Hollywoods) zwar bewusst sein, sie aber für die eigene Fortschreibung dieser Ansätze nur mitlaufen lassen. Gelingt dies nicht, gerät man nur allzu schnell in das Fahrwasser der Kritik der Kritischen Theorie. Deren Einwände sind zwar berechtigt und sollen hier auch berücksichtigt werden, übersehen aber die Unvergleichbarkeit der speziellen geschichtlichen Situationen Anfang/Mitte des letzten Jahrhunderts und heute.

Versucht man – wie bei Heinz Steinert (vgl. ebd.) oder im Fall der vorliegenden Arbeit – die Überlegungen der Kritischen Theorie entdramatisiert in heutige Überlegungen zu transformieren, ist ein vorhergehendes Re-Reading der Originale und eine ausführliche Diskussion ihrer Argumente an zahlreichen Textpassagen vonnöten. Im Anschluss an die Kritische Theorie erster Generation (hier klassische Kritische Theorie) werden dann Fortführungen in zweiter Generation (hier moderne Kritische Theorie) im Hinblick auf die Aktualisierung und die zunehmende Berücksichtigung massenmedialer und popkultureller Aspekte diskutiert (Jürgen Habermas, Dieter Prokop, Roger Behrens), um die Grenzen und Potenziale der ersten Generation zu verdeutlichen und für eigene Gedanken auszuschöpfen.

2.1 Klassische Kritische Theorie

2.1.1 Main = Masse

Es lassen sich, trotz zusammenhängender theoretischer und historischer Fäden, unterschiedliche Argumentationen und Schwerpunkte in der kulturkritischen ‚Kette' Adorno-Horkheimer-Löwenthal-Marcuse-Benjamin und ihren Weiterverarbeitungen ausmachen.[4]

Die kulturkritischen Ansätze implizieren aus ihren Perspektiven hingegen allesamt gewisse Vorverurteilungen jeglicher Trivialkünste und stellen diese, als Massenkultur betitelt und asymmetrisiert in Unterscheidung gesetzt, der ‚Hohen Kunst' oder ‚bildenden Kunst' gegenüber. Dabei fällt der immer wieder kehrende Vorwurf ins Auge, dass die Massenkultur bzw. Kulturindustrie durch das ökonomische System[5] reg(ul)iert werde, und dass kulturelle Bewusstseinsformen von den allgemeinökonomischen Bedingungen einer Gesellschaft abhängig seien. Die Denker dieser Ausrichtung haben

4 Dubiel (1990) unterteilt eine ähnliche Reihe: Horkheimer, Marcuse, Benjamin, Adorno. Seine Aufzählung startet mit Horkheimers Frühwerken, welche zeitlich vor denen Adornos liegen, und lässt Löwenthals Beobachtungen aus. Ich beginne mit Adorno, weil dessen eigene Veröffentlichungen zum einen eine für meine Arbeit interessante Wende nehmen und weil Adorno zum anderen die entscheidenderen Ausführungen zur Dichotomie von Kunst und Massenkultur geliefert hat.

5 Hier und im Weiteren ist der Begriff System nicht streng nach Luhmann zu verstehen, sondern als regulierter bzw. sich regulierender gesellschaftlicher Bereich bzw. Wirkungszusammenhang.

sich intensiv mit den Verhältnissen von Politik, Kultur und Ökonomie auseinander gesetzt. Herbert Marcuse exemplifizierte seine dies betreffenden Überlegungen an Beispielen aus der Literatur, Walter Benjamin an der Fotografie und dem Film, Theodor W. Adorno an der Musik.

Theodor W. Adorno

Eine der Grundannahmen der kulturkritischen Positionen und im Speziellen Theodor W. Adornos (1903-1969) ist, dass Vermassung von Kulturträgern diese zu Waren degradiert: „Geistige Gebilde kulturindustriellen Stils sind nicht länger *auch* [Hervorhebung im Original, C.J.] Waren, sondern sind es durch und durch." (Adorno 1977c: 338) Des Weiteren provoziere die Konsumindustrie durch die Vermassung von einst progressiv und herausfordernd Gemeintem eine stetige Abnutzung: „Was enthusiastisch verstockte Unschuld als Urwald ansieht, ist durch und durch Fabrikware, selbst dort noch, wo in Sonderveranstaltungen Spontaneität als Sparte des Geschäfts ausgestellt wird." (Adorno 1977f: 126). Die vermeintliche Ursprünglichkeit und Authentizität popkultureller Phänomene unterliegen nach diesen Ansätzen längst den Regeln des Musikmarktes. Die Rezeption solcher Phänomene liefert keinen Handlungsspielraum, ja nicht mal eine Auswahlmöglichkeit:

> „Mit gleichem Recht ließe sich fragen, wen die Unterhaltungsindustrie eigentlich noch unterhalte. Viel eher scheint sie dem Verstummen der Menschen, dem Absterben der Sprache als Ausdruck, der Unfähigkeit, sich überhaupt mitzuteilen, komplementär." (Adorno 1991: 10)

An späterer Stelle dieser Ausführungen beklagt Adorno, „dass die Entfremdung zwischen Musik und Publikum [...] derart auf die Musik selbst zurückschlägt, dass die materielle Existenz der konsequenten Künstler schwer bedroht ist." (ebd.: 158) Somit steht der totalen Anpassung von Künstlern und letztlich auch Publika an die Industrie nichts mehr im Wege. Dies erscheint mit Blick auf die Popkulturen der letzten Jahrzehnte als ein hochinteressanter Aspekt. Schließlich fand in den meisten der letzten großen popmusikalischen Trends (Techno, House, Drum'n'Bass, 2Step o.ä.) eher eine Entfremdung zwischen Star und Publikum statt. Die Musiker wurden zu hinter Mischpulten verschwindenden Disk Jockeys, zu über Regler gebeugten Bastlern; eine Entpersonalisierung des Starkults fand statt. Trotzdem war die materielle Existenz vieler dieser Künstler alles andere als bedroht, da sich Musik und Publikum annäherten und nicht entfremdeten.[6] Immer wieder drängt sich bei der Rezeption von Adornos Texten der Eindruck auf, dass dem Individuum in der Massenkultur oder besser dem massenkulturellen Individuum – denn offensichtlich gestand Adorno intellektuellen Eliten zu, diese Unterschiede wahr und ernst zu nehmen – eine kognitive, geschweige denn kommunikative Autonomie oder gar Mündigkeit abgespro-

6 Vgl. zur Entwicklung und Ausdifferenzierung von Stars Kapitel 5.

chen wird. Ebenso werden kausale Verbindungen zwischen zunehmender Verwaltung bzw. Entautonomisierung der gesellschaftlichen Individuen und deren vermehrter Vereinheitlichung und sogar Zerstörung hergestellt: „Ohne Bedenken jedenfalls darf man annehmen, dass steter Tropfen den Stein höhlt, vollends, da das System der Kulturindustrie die Massen umstellt, kaum ein Ausweichen duldet und unablässig die gleichen Verhaltensschemata einübt." (Adorno 1977c: 344.) Es entwickelt sich der berühmte Verblendungszusammenhang. Dieser bildet sich zum circulus vitiosus: „In der Tat ist es der Zirkel von Manipulation und rückwirkendem Bedürfnis, in dem die Einheit des Systems immer dichter zusammenschließt." (Horkheimer/Adorno 2000: 129)

Offensichtlich benutzt Adorno bei seinen Beobachtungen nicht nur einen elitären Kulturbegriff (Kunst versus Massenkultur oder später Kulturindustrie), sondern differenziert auch zwischen Intellektuellen und Volk. Der frühe Adorno spricht den Rezipienten die Möglichkeit ab, eben jenen Verblendungszusammenhang zu durchbrechen. Selbst spontane Reaktionen auf etwa das Rundfunkprogramm werden im Prinzip von der Produktionsseite gesteuert und absorbiert. Diese Seite erlaubt gleichzeitig kein Feedback, selbst wenn es das Publikum wollte.[7] Wenn z.B. so genannte Kenner, offensichtlich Feuilletonjournalisten, die Vor- und Nachteile massenkultureller Produkte besprächen, so diente dies auch nur zum Schein einer Konkurrenz und Auswahlmöglichkeit (vgl. ebd.: 131). Somit blieben dem Zuschauer von Filmen keine Räume für Gedanken und Phantasie, geschweige denn Freiheit zur Unkontrolliertheit und Abschweife. Adorno fetischisiert geradezu die Manipulationsmechanismen und stellt die Produktions- und Werkebene in den analytischen Vordergrund (vgl. Kausch 1988: 92). Vor allem nach seiner Remigration allerdings wendet sich der Sozialphilosoph in seinen Betrachtungen deutlicher der Rolle des (Kultur-)Rezipienten zu. An diesen Stellen beschreibt Adorno, trotz seines teilweise larmoyanten Duktus', die Beobachter kultureller Angebote keinesfalls als Opfer eines aufgesetzten, monokausalen Vergewaltigungszusammenhangs. Er scheint eher mit einer unterschwelligen Süffisanz darauf aufmerksam machen zu wollen, in welchem autologischen Manipulations-Spiel sich die Beobachter solcher Angebote befinden. Soll heißen: Horkheimer und Adorno beschreiben die Rezipienten gar nicht derart radikal als vollkommen passive Dulder wie oft und gerne behauptet.[8] Ihnen schien es auch gar nicht um die Passivität der Rezipienten zu gehen, dieses emanzipatorische Moment sollte erst in den Schriften von Walter Benjamins Freund Bertolt Brecht deutlicher zu Tage

7 Diese Überlegungen weisen bereits den Weg für die große medienkulturtheoretische Debatte zwischen Brecht, Enzensberger und Baudrillard, in der nahezu exemplarisch um die Rolle der Medien als reziprokem Kommunikationsapparat gestritten wird.

8 Der amerikanische Kultur- und Medienwissenschaftler John Storey etwa stellt in diesem Zusammenhang der aktiven Konsumtion von Kunst die passive Konsumtion von Massenkultur gegenüber, ohne nach den einzelnen Autoren Kritischer Theorie zu differenzieren (vgl. Storey 2001: 93).

treten. Adorno und auch Horkheimer ging es vielmehr um eine Radikalisierung der Allgegenwart ökonomischer Macht. In diesem Rahmen wollen die Autoren erklären, dass Rezipienten aktiv ausgeliefert sind, weil sie durch Selbst-Instrumentalisierung und -disziplinierung ihre eigene Unterdrückung mitbedingen. Allerdings irrt Steinert, wenn er ‚den Medienwissenschaften' im Allgemeinen vorwirft, dass diese in den Schriften Adornos keine Perspektiven auf die Aktivität des Rezipienten eröffnet sehen und dies insbesondere mit den Überlegungen John Fiskes belegt (vgl. Steinert 1998: 150 und ebd. Fußnote 9). Fiske eignet sich als Gerwährsmann für solche Argumente eher nicht, setzt er sich doch in seinen Standard-Werken *Understanding Popular Culture* (1989) bzw. im Deutschen *Lesarten des Populären* (2000) gar nicht explizit mit Adornos Thesen auseinander.

Das pauschale Drängen Adornos und auch Horkheimers in die wissenschaftstheoretische Ecke monokausal-unflexibler Kulturkritiker ist nicht fortlaufend gerechtfertigt. Nicht zuletzt hatte Adorno während seiner Emigration in den USA ja bereits Erfahrungen mit der amerikanisch geprägten empirischen Sozial- und Kommunikationsforschung gesammelt, die nicht ohne Auswirkung auf seine Argumente bleiben sollten.[9] Adorno kritisiert nämlich nicht etwa nur die Zusammenhänge zwischen Kulturindustrie und massenhafter Verblendung auf der Beobachtungsebene zweiter Ordnung, sondern geht noch einen Schritt weiter und verurteilt die Kritiklosigkeit wissenschaftlicher Ansätze zur Beobachtung von Quantität und vor allem Qualität der Massenkultur. Er beklagt diese Defizite insbesondere seitens der „so genannten Kommunikationssoziologie" (Adorno 1977c: 341). In seinen *Thesen zur Kunstsoziologie* (1977d) fordert Adorno zwar eine Erweiterung des Horizonts von Kunstanalysen. Er rückt einen Schritt weit weg von rein werkimmanenten Untersuchungen und deutet eine Art Kontext- und Wechselseitigkeitsbezug an:

„Das kunstsoziologische Ideal wäre, objektive Analysen – das heißt, solche der Werke – Analysen der strukturellen und spezifischen Wirkungsmechanismen und solche der registrierbaren subjektiven Befunde aufeinander abzustimmen. Sie müssten sich wechselseitig erhellen." (Ebd.: 369)

Trotz des Anerkennens empirischer Sozialforschung und in diesem Rahmen vor allem der Rolle unabhängiger Variablen scheinen Horkheimer und Adorno aber eine starke Abneigung gegen rein quantitative Verfahren entwickelt zu haben: „Die Blindheit und Stummheit der Daten, auf welche der Positivismus die Welt reduziert, geht auf die Sprache selber über, die sich auf die Registrierung jener Daten beschränkt." (Horkheimer/Adorno 2000:

9 Theodor W. Adorno traf nach seiner Flucht 1938 in New York am unter der Leitung von Max Horkheimer emigrierten *Institut für Sozialforschung* auf Paul F. Lazarsfeld, einen der großen Namen der internationalen Kommunikationsforschung. In ihrer gemeinsamen Arbeit stießen die unterschiedlichen Positionen kritischer, auf Ästhetik ausgerichteter Überlegungen (Adorno) und beinahe positivistischer Empirie (Lazarsfeld) aufeinander.

174) Ebenso nehmen sie ‚neutrale', ‚objektive' Verfahren für eine kunstsoziologische Analyse als suspekt wahr: „Gerade durch ihre Neutralität geriete sie in überaus fragwürdige Wirkungszusammenhänge, den bewusstlosen Dienst für jeweils mächtige Interessen, denen dann die Entscheidung zufällt, was gut sei und was schlecht." (Ebd.: 372) Sozial- oder Kommunikationsforschung bedeuten für Adorno in ihren quantitativen Ausprägungen also Auftragsforschung und befinden sich eben auch im Spiel der Kulturindustrie: „Wertfreiheit und sozialkritische Funktion sind unvereinbar." (Ebd.) Adorno verwehrt sich, angelehnt an seinen wissenschaftlichen Streit mit dem Soziologen Alphons Silbermann,[10] gegen eine statistische Fliegenbeinzählerei kultureller Phänomene und verlangt die Berücksichtigung philosophischer Aspekte für die Analysen von Kunst und Kultur: „Kultur ist der Zustand, welcher Versuche, ihn zu messen, ausschließt." (Ebd.: 373) Adorno vernachlässigt an dieser Stelle und auch im Weiteren, dass nicht nur die Messung, sondern schon alleine die Beschreibung dieses zustandslosen ‚Zustands' mehr als problematisch ist, obwohl er an früherer Stelle noch derart argumentiert: „Von Kultur zu reden, war schon immer wider die Kultur." (Ebd.: 139) Hier zeigt sich bereits die Schwierigkeit, bei Horkheimer und Adorno genauere Definitionsversuche zum Kulturbegriff zu finden. Dazu später mehr in diesem Kapitel.

Interessant erscheint in diesem Zusammenhang Adornos Unterscheidung zwischen Vermittlung und Kommunikation. Geht es um die gesellschaftliche Durchsetzung von Positionen, Strukturmomenten und Ideologien in den Kunstwerken selbst, so spricht Adorno von Vermittlung. Vermittlung ist die Objektivierung der Gesellschaft in den Kunstwerken. Geht es um die Differenz der Sache an sich und denen, an welche sie herangebracht wird, also die ‚Vermittlung' von Kunstwerken an die Individuen und letztlich die Gesellschaft und die Wirkung von Kunst in der Gesellschaft, spricht Adorno von ‚Kommunikation'. In diesem Sinne respektiert Adorno zwar Ansätze der Kommunikationsforschung, wünscht sich aber eine übergeordnete Vermittlungsforschung. Dies könnte laut Adorno die Kunstsoziologie werden. Heute könnte dies eine Medienkulturwissenschaft beanspruchen.[11] Diese interdisziplinäre Disziplin sollte laut Adorno allerdings zudem eine kritische Forschung darstellen: „Letztlich sprengt dieses Konzept den Rahmen einer Einzelwissenschaft, letztlich meint Vermittlungswissenschaft die Interdis-

10 Offensichtlich befand sich Adorno mitten in einer Auseinandersetzung zwischen traditioneller Philosophie und neu grassierender Soziologie, denn er wird nicht müde, die Rolle der Philosophie für den Ursprung der Soziologie zu betonen. Ganz ähnliche Diskussionen lassen sich heute für die Fachkombinationen Philosophie/Kulturwissenschaft, Soziologie/Kommunikationswissenschaft und Philologie/Medienkulturwissenschaft beobachten. Immerhin konstatiert Adorno (1977c: 372-373) der Soziologie eine gewisse Relevanz, verlangt darüber hinaus aber die Interdisziplinarität und Auflösung der strikten, wissenschaftlichen Arbeitsteilung.

11 Adorno selbst würde für den Bereich Kunst wohl die erwähnte Vermittlungsforschung, für den Bereich der Populärkultur i.S.v. Massenkultur die Kommunikationswissenschaft zuständig erklären.

ziplinarität, wie sie im Forschungskonzept des frühen IfS sich bereits abzeichnet." (Kausch 1988: 99).

Aber zurück zum eigentlichen Gegenstand dieser Ausführungen, zum Kulturbegriff: Wenn man, wie Adorno, den Begriff der Kultur durchaus elitär in zwei bewertete Gruppen unterteilt und die eine (*high*) gar nur noch mit Kunst bzw. Hochkultur besetzt und bezeichnet, so scheint also alle Kultur trivial und vermasst und, als Gegenteil von *high*, eben *low* zu sein. So scheint aber auch Kultur etwas Fixes, eben ein Zustand, wenn nicht sogar in Gegenständen vorhanden oder manifestiert zu sein. Wenn Kultur gleich Massenkultur gleich Kulturindustrie wäre, warum bezeichnet dann Adorno gewisse Bereiche der Kunst oder sogar des Films und der Musik als individualistische Kunst? Und warum sprechen Horkheimer und Adorno davon, dass Kultur alles mit Ähnlichkeit schlägt und Film, Radio und Magazine ein System ausmachen (vgl. Horkheimer/Adorno 2000: 128)? Neben kategorialen Trennunschärfen[12] verwickelt sich Adorno in Unklarheiten. Gibt es z.B. einen Kanon, der bestimmt, was Kunst ist? Adorno selbst hat so genannte Kulturtabellen und, wie oben erwähnt, die Vermessung solcher Phänomene abgelehnt.

Was kann uns dann die Beobachtung von Adornos Ausführungen bringen? Man sollte Adornos Beispiele für die verschiedenen Gruppen vernachlässigen. Erstens ist die Unterscheidung selbst und ihre Funktion für Adornos und Horkheimers Modell einer allumfassenden und mehrstufigen Kulturindustrie ergiebiger, die den damaligen herrschenden Geist prägte (vgl. Adorno 1977c: 341). Zweitens erscheint eine Beschäftigung mit dem Aspekt kritischer Vermittlungsforschung aus heutiger Perspektive als Herausforderung für die Medienausbildung und ihre wissenschaftliche Reflexion. Und drittens liefern Adornos Überlegungen zahlreiche Grundsteine oder Querverbindungsmöglichkeiten zu weiteren Denkern der Kritischen Theorie und ihren Weiterverarbeitern bis heute.

Bei einer genaueren Lektüre der *Dialektik der Aufklärung* (vgl. auch Kapitel 2.1 der vorliegenden Arbeit) unter der Berücksichtigung der Entstehungsbedingungen dieser Schrift fallen die Allmacht der Kulturindustrie und die Ohnmacht der Konsumenten[13] ins Auge. Gegenüber den schon beschriebenen späteren Erläuterungen wird hier noch klar von Manipulation und Steuerung der Individuen gesprochen. Allerdings liegt dies sicherlich auch an der Konzentration der Betrachtungen auf die Produktionsseite und ihre Bedingungen. An diesem Punkt schwenken Horkheimer und Adorno von der Kunst auf die Kulturindustrie. Während allerdings im Bereich der

12 Solche Vermengungen unterlaufen Adorno häufiger: Sein Katalog von Typen von Musikhörern wird nicht nur nicht empirisch überprüft, sondern ist vor allem von inkomparablen Kategorien geprägt: Experte, guter Zuhörer, Bildungskonsument und emotionaler Hörer werden nebeneinandergestellt, obwohl sie in ihren Beschreibungen einander überschneiden (vgl. Adorno 1992: 13-34).

13 Konsequenterweise sprechen Horkheimer und Adorno vorwiegend vom Konsumenten und eher selten vom Rezipienten.

Kunst noch einmal zwischen autonomer und leichter Kunst[14] differenziert wird, „[l]eichte Kunst hat die autonome als Schatten begleitet. Sie ist das gesellschaftlich schlechte Gewissen der ernsten" (Horkheimer/Adorno 2000: 143), scheint die Kulturindustrie eine ununterteilbare Masse zu sein. Auch hier manifestiert sich der elitäre Kulturbegriff. Wobei die schon erwähnte Konfusion aus Kunst und Kultur entschlüsselt werden kann. Offensichtlich ist Kultur alles andere als ‚oben'. Dort ist Kunst, und zwar die autonome, ernste Kunst anzusiedeln. Von ernster, autonomer (Populär-)Kultur sprechen Horkheimer und Adorno nicht, da der gesamte Bereich der Kultur industriell bereits vereinnahmt scheint. Diese Auffassung rührt sicherlich aus den historischen Analysen Horkheimers und Adornos, als deren Ergebnis Kunst und Kultur als konträr zu gesellschaftlichen Verfassungen lagen. Kultur, was auch immer dies en detail und in der Praxis bedeutete, galt in der bürgerlichen Gesellschaft als Gegenbereich zur Wirtschaft, war autonom und sollte diese scheinbare Unabhängigkeit mit eigenen Regeln nutzen, um somit ein Bewusstsein für die Negativität des wirklichen Lebens zu schaffen, zu kritisieren, zu novellieren, innovativ zu sein und Kontingenz und Utopie aufzubauen für das, was sein könnte (vgl. Steinert 1998: 178).[15]

Seziert man also den Kulturbegriff dieser beiden Vertreter der Kritischen Theorie und insbesondere den Adornos, so gilt für Kultur offensichtlich immer das Vermasste, Industrialisierte, eben Massenkultur und deswegen hier *Main*.[16] Ferner operiert ihr Kulturbegriff über eine Differenzsetzung und wird deshalb eher relational erläutert und nicht per se (Kultur ist XY). Die Ebene der Massenkultur schien sich damals durch eine rapide entstehende Kulturindustrie immer weiter im Kulturellen auszubreiten. Damit sind die Unsicherheit und etwas überpointierten Formulierungen der Kritiker zu erklären. Dass diese Ebene sogar Besitz von der höher gelagerten Kunst einnehmen könnte, haben Horkheimer und Adorno an den Begriffen der leichten Kunst oder auch Musik zu verbildlichen versucht. Auch das Hohe ist also nicht gänzlich gefeit vor der Warenförmigkeit der Kultur. Kultur als Ware, das ist das berühmte Schlagwort, welches immer noch nicht präzisiert, was denn Kultur für die Autoren heißt. Auch darin zeigt sich die problematische Relation zwischen Intellektuellen und dem Greifbarmachen ihrer Untersuchungsgegenstände wie etwa jener Warenförmigkeit.

Durch die konfuse Verwendung der Begriffe Kultur und Massenkultur bzw. Kulturindustrie werden divergierende Stufen verglichen. Teilt man den Vermittlungsprozess von dem, was Horkheimer und Adorno mit Kultur bezeichnen, in die Ebenen Produktion/Distribution/Rezeption/Weiterverarbeitung ein, können die Begriffe Kultur und Massenkultur als abstrakte Termini in Gegenüberstellung zur Kunst funktionieren. Der Begriff Kultur-

14 Hierzu zählt Adorno auch leichte Musik als Schlager (vgl. Adorno 1992: 35-54).

15 Wenn Kunst also über die Kritik hinaus Utopie und Versprechen ex negativo sein soll, dann ähnelt dieser Begriff von Kunst auffallend dem heutigen der (kritischen, scheinbar nicht affirmativen) Werbung.

16 Für weitere Erläuterungen zu *Main*(s) und *Sub*(s) vgl. Kapitel 3 und 4.

industrie beinhaltet in den Argumentationen der beiden Philosophen augenscheinlich einen Schwerpunkt im Bereich der Produktion. Während Kultur und Massenkultur, wie später noch genauer zu zeigen sein wird, gleichverteilt alle Ebenen des Vermittlungsprozesses betreffen, befindet sich die Kulturindustrie in den Argumentationen oft auf einer bzw. maximal zwei Ebenen, nämlich Produktion und Distribution; freilich nicht ohne Auswirkungen auf die Ebenen der Rezeption und Weiterverarbeitung, stehen alle vier Bereiche doch in einem Wirkungszusammenhang.[17]

Zu betonen bleibt, dass Horkheimers und Adornos Analysen grundsätzlich eine ganz entscheidende Rolle für die Beobachtung von Kunst und Kultur spielen, da sie diese Felder schwerpunktmäßig thematisieren. Horkheimer und Adorno haben eine Basis-Dichotomie (*high/low*) für die Beobachtung solcher Untersuchungsgegenstände eingeführt, um qua dieser Unterscheidung eine Legitimation für die Kritik an der zunehmenden Gewichtigkeit der Kulturindustrie für auch künstlerische und alltägliche Lebensbereiche zu erhalten.[18] Diese teilweise resignative, teilweise protestierende Kritik fordern sie eben auch für eine wissenschaftliche Herangehensweise auf diesen Bereichen. Schließlich aber beschäftigten sie sich ausgiebig mit Phänomenen in und zwischen Kunst und Kultur. Damit waren Horkheimer und Adorno prägend für die Wissenschaften und standen zudem keinesfalls allein, wie im Weiteren noch zu belegen sein wird.

Max Horkheimer

Zunächst erscheint es sinnvoll, auch Max Horkheimers (1895-1973) Rolle, immerhin lange Jahre universitärer Ziehvater Adornos, in dieser Diskussion noch etwas genauer zu beleuchten. Horkheimer deutet bereits in seinem 1941 verfassten Aufsatz über *Neue Kunst und Massenkultur* seine strengen Vorbehalte gegenüber einer Vermassung der Kunst- und Kulturlandschaft an. Dabei beruft er sich offensichtlich auf Erfahrungen aus der Zeit nationalsozialistischer Herrschaft. Hatte dort die Gleichschaltung auf verschiedenen gesellschaftlichen Ebenen Misstrauen erzeugt, so scheinen im Nachkriegsdeutschland zunehmend Monopolisierungstendenzen in diese Rolle zu schlüpfen. Aber auch anschließend wurde die Herrschaft des Kapitals und die Kulturindustrie als Moment des heute herrschenden Geistes (vgl. etwa Adorno 1977c) äußerst skeptisch betrachtet. Horkheimers Überlegungen zur bürgerlichen Kulturentwicklung zwischen liberaler und nachliberaler Phase und deren Zäsur durch den Nationalsozialismus bilden das Fundament für die weiterführenden Veröffentlichungen von Adorno, Löwenthal, Marcuse und Benjamin (vgl. Dubiel 1990: 260-261). Horkheimer beurteilt neu ent-

17 Horkheimer und Adorno ordnen den Ebenen im Rezeptionsprozess keinesfalls eindeutig Ursache und Wirkung zu, sie betonen die Warenförmigkeit als Grundmechanismus einer Gesellschaftsformation, der eine einfache Zuordnung unmöglich macht; auch das Publikum ist Ware (vgl. Steinert 1998: 151).

18 Dabei bezeichnen Horkheimer und Adorno mit *low* die für die vorliegende Arbeit zentrale Massenkultur bzw. *Main*-Ebene. Zu *Sub* vgl. Kapitel 2.1.2

stehende Kommunikationsmittel überaus negativ und vergleicht Radio und Kino in ihrer Trennung zwischenmenschlichen Kommunizierens mit Flugzeugen und Kanonen. Ebenso zieht er eine Parallele zwischen den Kindergruppen der Camorra zu den Jazzclubs von New York.

Die Gesellschaft – in diesem Zusammenhang redet Horkheimer immer wieder von ‚oben' – übt mittels Massenmedien Gewalt aus gegen das sich entfalten wollende Menschenwesen. Selbst wohlhabende Eltern erziehen ihre Kinder zu einer künftigen Anpassung an die Massenkultur. Entscheidend für das zunehmende Gewicht der Massenkultur ist die Auflösung familiärer Strukturen und die Verwandlung des Privatlebens in Freizeit. Damit erlischt die Macht des Subjekts, „eine andere Welt zu gestalten als die, in welcher es lebt. Diese andere Welt war die Kunst." (Horkheimer 1941: 33) Diese Art der Gestaltung alternativer Entwürfe ist unmöglich, da die „Apparatur" (ebd.) dem Einzelnen – egal welcher sozialen Klasse angehörig – nur noch die eine, erwünschte Reaktion offen lässt. Horkheimer sehnt sich nach Reibung, nach Nicht- oder Missverstehen in einer Welt der totalen Akzeptanz bestehender Kommunikationsverhältnisse. Und doch verbleibt die Hauptfunktion der Kunst, ähnlich wie später bei Horkheimer und Adorno, das menschliche Verlangen nach einer besseren, anderen Welt und die Unzufriedenheit mit dem Bestehenden zu stimulieren. Offensichtlich führt der beinahe religiöse Weg aus der Hermetik der Kulturindustrie und also des Kapitalismus laut Horkheimer nur über den Schlüssel der authentischen Kunst. Da aber die junge Generation kein Vertrauen mehr hat und deswegen ihre Überzeugungen so unberechenbar wechselt, traut Horkheimer ihr offenbar kein Aufbegehren zu. An diesem Punkt beginnt Horkheimer eine Diskussion um Werte. Anhand dieser soll aber keine Legitimation für Handeln und Verhalten erstritten werden, sondern diese sollen helfen, „die Kulturheuchelei ihrer Zeit zu durchdringen, um hinter ihr die Züge einer enttäuschten Menschheit freizulegen. Werte sind nur so zu erschließen, dass man die historische Praxis aufdeckt, die sie zerstört." (Ebd.: 41) Hier schnappt die Falle der allumfassenden Massenkultur zu: Horkheimer verlangt eine harmonische und zugleich oppositionelle Entwicklung zwischen Gesellschaft und Individuen, konstatiert aber deren gegenseitiges Entgleiten.

Horkheimers Konservativismus zeigt sich in derselben Veröffentlichung in aller Deutlichkeit: „Die Gebildeten aber sind weiterhin einem rückwärts gewandten Menschenbild verpflichtet." (Ebd.: 44) Auch aus dieser Einstellung heraus kann Horkheimer nicht akzeptieren, dass etwa Unterhaltung an die Stelle der Kunst tritt, dass soziokultureller Wandel für gesellschaftliche Entwicklungen benötigt wird. Nicht die Gebildeten entscheiden in Demokratien, sondern die Vergnügungsindustrie besitzt die Definitionsmacht. Und selbst Angebot und Nachfrage sind von der Staatsräson diktiert. Auch bei Horkheimer zeigt sich also klar eine Ablehnung neuer kultureller Phänomene, ein Misstrauen gegenüber den somit neu entstehenden Industrien und eine elitäre und bewertende Einteilung in *high* (authentische Kunst) und *low* (von Vergnügungsindustrie hergestellte Massenkultur = *Main*), und

auch bei ihm erfolgen keine genaueren Erläuterungen zum eigentlichen Kulturbegriff.

Leo Löwenthal

Die Macht der Vergnügungsindustrie ist ebenso bei Leo Löwenthal (1900-1993), dem Literatur- und Kultursoziologen unter den Kulturkritikern der *Frankfurter Schule*, für die Gesamtgesellschaft prägend.[19] Sie trägt laut Löwenthal zu einer Entpolitisierung der Arbeiterklasse bei. Ein Argument, das spätestens Mitte der 1990er Jahre im Rahmen der Diskussionen um die Entpolitisierung der Jugend durch hedonistische Popkultur-Bewegungen wie *Love-Parade* und Techno-Rezeption im Allgemeinen wieder auftaucht.[20]

Bemerkenswert sind Löwenthals zahlreiche Beobachtungen zur Populär- oder, wie er selbst später schreibt, Massenkultur.[21] Diese und deren gesellschaftlicher Wandel stehen in engem Zusammenhang mit der Entwicklung von Massenmedien. In seinem wegweisenden Aufsatz *Das Problem der Populärkultur* von 1960[22] fordert Löwenthal eine sozialwissenschaftliche und philosophische Beschäftigung mit solcherlei Phänomenen und reiht sich nahtlos ein in den Katalog der Wissenschaftler der Kritischen Theorie, die eine zu jener Zeit neue Interdisziplinarität verlangen. Obwohl kaum zu übersehen ist, dass sich Leo Löwenthal auf Beobachtungen zu den Unterschieden zwischen Kunst und Populärkultur ausgiebig äußert, verwundert seine anscheinend geringe Rezeption in der Popkulturforschung und Kulturtheorie. Ausnahmen sind die erwähnten Studien von M. Kausch (1988) und – teilweise kritisch darauf aufbauend – U. Göttlich (1996). Löwenthal scheint nicht nur Kultur- und Literatursoziologe, sondern auch der Medienwissenschaftler unter den Kritischen Theoretikern der *Frankfurter Schule* gewesen zu sein. Er erkannte die zunehmende Bedeutung des Begriffs Kommunikation für die Wissenschaften (Geistes- wie auch Sozialwissenschaften) und widmete sich der Erforschung der Massenmedien und ihrer Rolle für vermasste hochkulturelle Güter wie z.B. Literatur. Löwenthal be-

19 Löwenthal gehörte bereits seit 1926 dem *Institut für Sozialforschung* an und sammelte – gemeinsam mit Adorno – Erfahrungen zur (amerikanischen) theoretischen und empirischen Massenkommunikationsforschung in Lazarsfelds berühmten *Radio Research Project* (vgl. ausführlich Göttlich 1996).

20 Während etwa die Hippiebewegung der Sechziger und Siebziger ebenso massenhaft auftrat und durch Drogen aus dem Alltag entfloh, galt diese bemerkenswerterweise als ausgesprochen politisch und kritisch. Es erscheint rätselhaft, was der Unterschied zwischen einem tanzenden Raver auf der Berliner Love-Parade und einem lediglich anders tanzenden Hippie in Woodstock, zwischen *Access Peace* und *Love & Peace* sein soll, außer, dass der Raver mitten durch die Metropolen und mitten durch die Gesellschaft tanzt, während der Hippie noch ‚draußen' bleiben wollte oder musste.

21 Laut Göttlich (1996: 86) übersieht Kausch (1988) Löwenthals Begriffswandel von Populär- zu Massenkultur.

22 Dieser Aufsatz ist eine gekürzte Version. Ausführlicher beschäftigt sich Löwenthal mit Populär- und Massenkultur in der Einleitung und dem ersten Kapitel von *Literatur und Gesellschaft* (1964) und in dem Beitrag *Die Entwicklung der Massenkultur* (1972).

müht sich in dem schon genannten Aufsatz nach einführenden Beobachtungen zur Lage der Wissenschaften auf diesen Feldern um eine vorläufige Arbeitsdefinition von Populärkultur und spricht von Hypothesen und Vorurteilen[23]:

„a) die Gesamtsumme der Ideen, Begriffe und Werte einer Gesellschaft, kurz gesagt die ‚Kultur' in anthropologischer Bedeutung;
b) die Popularisierung echter Kunst und echter intellektueller Gedanken und Systeme;
c) Residuen vergangener Elitekultur, die den geringeren geistigen Fähigkeiten und den weniger differenzierten emotionalen Bedürfnissen einer breiten Bevölkerung angepasst sind;
d) die Volkskunst der modernen Mittel- und unteren Mittelschichten, die die Erzeugnisse der Massenmedien produzieren und konsumieren;
e) der Inhalt und die Werte, die den Massenmedien als solchen innewohnen;
f) Begriffe und Werte, die aus der Massenkommunikation hergeleitet werden und in der Gesellschaft als Ganzes wirksam sind;
g) das, was verschiedene Bevölkerungskreise für die Bedeutung des Terminus ‚Populärkultur' halten." (Löwenthal 1960: 22)

Mehrere Punkte fallen auf: Erstens klingt Löwenthal in diesem Rahmen erstaunlich entdramatisiert-anthropologisch und entdinglicht. Er spricht nicht von Artefakten, sondern von Ideen, Begriffen, Werten, Gedanken und Systemen. Zweitens benutzt er einen schichtübergreifenden Kulturbegriff, in dem er nur sehr vorsichtig andeutet, dass es dualistische Mechanismen zu geben scheint, die etwas wie echte Kunst und vergangene Elitekultur anpassen kann. Drittens spricht Löwenthal hier von Volkskunst, ohne diese klar vom Begriff der Populärkultur abzugrenzen, ohne überhaupt zu sagen, was Volkskunst ist. Viertens empfindet Löwenthal offensichtlich deutlich die Bedeutung der Massenmedien für kulturtheoretische Debatten. Beinahe etwas zögerlich schreibt er nicht nur von werkimmanenten Charakteristika, sondern von gesellschaftsweiten Wirkungen der Massenkommunikation. Und fünftens liefert der Literaturwissenschaftler eine tautologische Definition, wie sie auch für aktuelle Debatten charakteristisch erscheint.

Gründe genug folglich, sich etwas eingehender mit Löwenthals Thesen zu beschäftigen: Zentral erscheint bei Löwenthal immer wieder die Dichotomie von echter Kunst und Populärkultur (1964) bzw. später Massenkultur (1972). Abgesehen von seinen genaueren Betrachtungen zu diesem Gegenüber ist zunächst erwähnenswert, dass Löwenthal Überschneidungen der scheinbar klar getrennten Bereiche in Betracht zieht: „Sucht die Elite nie Unterhaltung, und haben die breiten Schichten eo ipso keinen Zugang zur höheren Kultur? Schließt Unterhaltung Einsicht aus?" (1960: 23) Dies klingt

23 Kausch (1988: 112-113) missversteht hier offensichtlich die Vorgehensweise Löwenthals. Dieser lehnt nicht etwa, wie Kausch formuliert, die genannten Definitionen ab, sondern leitet aus diesen seine eigenen Fragestellungen um eine Perspektivierung der Dichotomisierung von Kunst und Populär- bzw. später Massenkultur ab.

beileibe nicht nach *Frankfurter Schule*. Löwenthal warnt vor einer Gleichsetzung von populärer mit billiger Unterhaltung. Allerdings fällt eben so auf, dass Löwenthal eine Reihe von Begriffen lax nebeneinanderstellt. Auf der einen Seite benutzt er echte Kunst, höhere Kunst, Elitekultur und Elite, auf der anderen Seite stehen Begriffe wie populäre Kultur, Populärkultur, Volkskunst, Massenpublikum und billige Unterhaltung und Massenkonsum. Diese beiden Gruppen wiederum sind umgeben von Gesellschaft als Ganzem oder moderner Zivilisation.[24] Arbeitet man sich systematisch, wie etwa Kausch (1988) und Göttlich (1996), durch Löwenthals Begriffswirrwarr, gelangt man immer wieder auf seine interessante Basis-Unterscheidung von Kunst (*high/Sub*) und Populärkultur/Massenkultur (*low/Main*), die als funktionales Raster der Unterscheidung zwischen Kunst und Massenbkultur bei Horkheimer und Adorno gleicht.

Noch hilfreicher sind im Anschluss daran Löwenthals Fragen nach der Entscheidungsgewalt der Definitionen und nach dem dynamischen Verhältnis zwischen den Bereichen und der Bedeutung der Massenmedien. Er stellt sich auf eine Meta-Ebene und beurteilt die „moderne Form der Massengesellschaft" (Löwenthal 1960: 29) scharfsinnig: „Während die Öffentlichkeit unentwegt Bestseller kaufte, schienen die Verteidiger der anspruchsvolleren Kultur das theoretische Feld zu beherrschen." (Ebd.) Trotzdem bleibt Löwenthal kritischer Gesellschaftstheoretiker, indem er im Rahmen einer kapitalistischen Gesellschaft von Standardisierung, Stereotypisierung, Konservatismus, Lügenhaftigkeit und Manipulation spricht. Löwenthal befasst sich intensiv mit den Kämpfen der Künstler gegen Manipulatoren und Nachahmer im literarischen Bereich und knüpft an Argumente von Horkheimer und Adorno an, wenn er konstatiert, dass die Öffentlichkeit verdorben worden sei, bevor sie überhaupt gebildet werden könnte. Obwohl Löwenthal eine offensichtlich ausdifferenziertere Sichtweise als Horkheimer und Adorno an den Tag legt, schreibt er zugleich von einer Verdammung populärer Produkte und einer Verurteilung der Massenmedien und kann sich nicht einiger (kultur)kritischer Anmerkungen enthalten. Auch wenn Löwenthal in seinem Aufsatz Mediengeschichte undramatisch in Gesellschaftsgeschichte integriert:

„Die meisten der durch die Existenz der modernen Massenmedien hervorgerufenen Probleme bestehen schon in der einen oder anderen Form seit dem Beginn der modernen Geschichte; sie werden jedes Mal in einer anderen Sprache zum Ausdruck gebracht und spiegeln jedes Mal mit neuem Nachdruck einen bestehenden sozialen Zustand wider." (Löwenthal 1960: 30)

Gleichwohl schwört er anschließend den Geist der Werbung und Propaganda herauf und verurteilt die sensorische und intellektuelle Abstumpfung des Massenpublikums von Hörfunk und Fernsehen. Historisch geprägt, verlangt

24 Zu dieser Unübersichtlichkeit trugen höchstwahrscheinlich auch die Übersetzungen seiner Texte bei.

Löwenthal resümierend eine präzisere wissenschaftliche Auseinandersetzung mit gesellschaftlichen Gruppen und Differenzierungen, nicht nur basierend auf Einzelbefragungen, sondern durch die Berücksichtigung jeglicher, also auch populärkultureller Texte.

Augenscheinlich spricht auch Löwenthal dem von ihm genannten Massenpublikum – Adorno nicht unähnlich – keinesfalls die Rezeptionsmöglichkeit von Kunst ab. In seiner Funktion als Massenpublikum wird es aber von der Kulturindustrie in der Unfähigkeit komtemplativer bzw. kritischer Rezeption gehalten, ja förmlich dazu erzogen. Anstatt – wie Horkheimer und Adorno – die Massenmedien als entscheidendes Bindeglied zwischen Kulturindustrie und eben Massenpublikum zu bezeichnen, hegt Löwenthal die Hoffnung, dass die modernen Reproduktionstechniken und mit ihnen die Massenmedien eine nicht-auratische Kunst im Sinne Benjamins hervorbringen und somit größere Bevölkerungsschichten zu kritischen Kunstrezipienten werden lassen können (vgl. Kausch 1988: 114). Auf diese Ähnlichkeit zwischen Löwenthals und Benjamins Überlegungen wird noch zurückzukommen sein.

Herbert Marcuse

Wenn Löwenthal in diesen Zusammenhängen über die Unmöglichkeit spricht, Begriffe wie Abwechslung, Flucht oder Identifikation als Attribute des Publikums zu verstehen, da all dies von Produktionsseite manipuliert sei, fühlt man sich an Herbert Marcuses (1898-1979) Diskussion des affirmativen Charakters der Kultur erinnert (1937). Auch Marcuse geht von literaturtheoretischen Überlegungen aus, stellt seinen Terminus einer intellektuellen Kultur dem der materiellen (Zivilisation[25]) gegenüber und untersucht eingehend die Bedeutung der bürgerlichen Kunst, die sich in getrennte Bestandteile auflöst. Auch Marcuse betrachtet die kulturellen Bereiche also differenziert und beobachtet eine Dynamik innerhalb der Kulturentwicklung einer Gesellschaft, verwendet allerdings ebenfalls zahlreiche, zum Teil ungeklärte Termini parallel. Der Philosoph Marcuse greift Horkheimers Vorgabe einer Analyse des Verhältnisses von Politik, Kultur und Ökonomie auf. „Es gibt [in Marcuses Kulturtheorie, C.J.] keine einheitliche Kultur mehr." (Dubiel 1990: 262) Schwerpunkt seiner kritischen Überlegungen bildet der Zusammenschluss dieser Bereiche: „Im Medium der Technik verschmelzen Kultur, Politik und Wirtschaft zu einem allgegenwärtigen System, das alle Alternativen in sich aufnimmt oder abstößt." (Marcuse 1970: 19)

Die spätbürgerliche Kultur differenziert sich laut Marcuse in zwei Bereiche aus: zum einen in die dem Konsumismus dienende, industriell fabrizierte und Propagandazwecken untergeordnete Massenkultur und zum ande-

25 Eine zusätzliche Diskussion des Begriffs der Zivilisation und seiner Abgrenzung zum Begriff der Kultur würde hier forschungsökonomisch zu weit führen. Vgl. dazu grundlegend das erste Kapitel in Elias 1995: 1-64 und Institut für Sozialforschung 1956b. Zu einer genaueren Gegenüberstellung von Kultur und Zivilisation bei Marcuse vgl. ders. 1967: 149-152.

ren in die avantgardistische Kunst, die allerdings immer weniger Intellektuellen verständlich ist. Dementsprechend wird die Widerstandskraft der Kunst in ihrer ursprünglich zentralen, kritischen Funktion für die Gesellschaft gelähmt. Die Kunst degeneriert laut Marcuse zur propagandistischen Massenkunst oder kommerzialisierten Massenkultur, in dem sie ihr Statut als authentische, autonome Kunst eingeebnet bekommt. Die auch von Horkheimer beschriebene utopische, religionsverdächtige Funktion der affirmativen Kulturform, die gesellschaftliche Lebensbedingungen bejaht und daher manche soziale Ungerechtigkeit verdeckt lässt, wird direkt von der Massenkultur bedroht: „Affirmative culture embodies the promise of tomorrow and thus a critique of today" (Storey 2001: 87). Die Massenkultur wiederum kontrolliert[26] die Gesellschaft mit Hilfe von Technik. Technischer Fortschritt wird von Marcuse mit demokratischer Unfreiheit gleichgesetzt (vgl. Marcuse 1970: 21). Auch diese ideologischen Zusammenhänge von Industrie, Macht und Kontrolle sind typisch für die Beobachtungen Kritischer Theoretiker. Marcuse spricht zwar gewissen Bevölkerungsteilen nicht ab, zu kritischem oder sogar subversivem Bewusstsein zu gelangen und den Versuch zu unternehmen, zu protestieren. Doch bleibt der Protest unwirksam, scheitert die Provokation an der Allmacht des kapitalistischen Gesellschaftssystems. Marcuses Augenmerk gilt insbesondere den Massenmedien und ihren Manipulationsstrategien. Offensichtlich zeigt er sich hier ebenfalls stark von den Propaganda-Erlebnissen im Dritten Reich beeinflusst und von einem tiefen Misstrauen geprägt.

Während das Thema der Manipulation der Rezipienten bei allen hier ausgewählten Theoretikern entscheidend behandelt wird, konzentriert sich Marcuse – wie auch Löwenthal – speziell auf die Bedeutung der Massenmedien für diese Zusammenhänge. Massenkultur und Massenmedien – präzise Definitionen bleiben aus – konformieren gewissermaßen Individuen unter gesellschaftlichen Ordnungen und Regeln. Sie treten somit laut Marcuse in industrialisierten Gesellschaften zunehmend an die Stelle der Familie und übernehmen die Funktion der Sozialisation der heranwachsenden Individuen. Genau an diesem Punkt wird der Niedergang der individuellen Autonomie und erneut die Manipulation von Geist und Instinkt durch Massenkommunikation geschlussfolgert. Das Wissen wird verwaltet, um ein weiteres der berühmten Schlagwörter der Kritischen Theoretiker zu nennen. Mit dem Verlust der Autonomie von Kunst und Individuum ging laut Marcuse ein Verfall authentischer Kultur und oppositionellen Denkens einher. Diese Dekadenz wird nicht etwa der Unmündigkeit der Individuen vorgeworfen, sondern einzig und allein der sozialen Kontrolle und Lenkung durch die Massenmedien, die falsche Bedürfnisse und eindimensionale Denk- und Verhaltensmuster erzeugen. Diese wiederum sind in einem totalkapitalisti-

26 Der Begriff der Kontrolle spielt in Marcuses Analysen eine zentrale Rolle. Diese Kontrolle durch herrschaftsbedingte Macht soll von der (wissenschaftlichen wie künstlerischen wie generell gesellschaftlichen) Kritik wiederum durchbrochen werden.

schen Gesellschaftssystem vonnöten, um kontraproduktive Störungen zu vermeiden. Marcuses Argumentation, diesen Hinweis gibt Douglas Kellner (1982: 500), gipfelt schließlich in der Überlegung, was einer Industriegesellschaft wie der deutschen passieren könnte, würden massenmediale Phänomene gänzlich verschwinden:

„Um ein (leider phantastisches) Beispiel zu wählen: die bloße Abwesenheit aller Reklame und aller schulenden Informations- und Unterhaltungsmedien würde das Individuum in eine traumatische Leere stürzen, in der es die Chance hätte, sich zu wundern, nachzudenken, sich (oder vielmehr seine Negativität) und seine Gesellschaft zu erkennen. Seiner falschen Väter, Führer, Freunde und Vertreter beraubt, hätte es wieder sein ABC zu lernen. Aber die Wörter und Sätze, die es bilden würde, könnten völlig anders ausfallen, ebenso seine Wünsche und Ängste. [...] Das Nicht-Funktionieren des Fernsehens und verwandter Medien könnte so erreichen, was die immanenten Widersprüche des Kapitalismus nicht erreichten – den Zerfall des Systems." (Marcuse 1970: 256-257)

Dieses Zwischenfazit Marcuses legt nahe, dass ein Verschwinden massenmedialer Berichterstattung einer Befreiung des Individuums und somit auch der Gesellschaft gleich kommt. Anders gesagt: Über den Zerfall der unhintergehbaren kapitalistischen Gesellschaftsordnung könnten die Menschen sich ihrer wahren Bedürfnisse und Interessen bewusst werden. Diese Vorstellung bleibt allerdings Phantasie, Gedankenspiel und letztlich Utopie. Vor dem Hintergrund marxistisch inspirierter Kulturtheorie und psychoanalytischer Triebmodelle lesen sich Marcuses Analysen stets äußerst pessimistisch. Dem Einwand, Massenmedien würden Informiertheit und Kenntnis herstellen und somit zur Gründung durchaus individueller Kollektive beitragen, würde Marcuse mit seiner Kritik an den Massenmedien begegnen. Durch die Herstellung von etwas Allgegenwärtigem wie der öffentlichen Meinung verhindern die Massenmedien eigene Auffassungen geschweige denn Opposition(smeinungen) und machen einen gesamtgesellschaftlichen Umschwung unmöglich. Eine Art des Aufbegehrens oder der Revolution wäre also nur von außerhalb der Medien umsetzbar. Nur von dort aus könnte die Tyrannei der öffentlichen Meinung attackiert werden (vgl. Kellner 1982: 501).[27] Solche Aktionen forderte Marcuse immer wieder, weswegen er u.a. einen besonderen Reiz für linke Studentenprotestbewegungen der 1960er hatte.[28]

Der wichtigste Aspekt bei Marcuses Beobachtungen dürfte sein Augenmerk auf verschiedene Ebenen von Kultur sein: Progressiv versus reg-

27 Genau diese Argumentationen wurden später von linken Intellektuellen wie Hans Magnus Enzensberger als realitätsfremd verurteilt. Dieser verlangte – ganz im Gegensatz zu Marcuse – ein aktives Aneignen massenmedialer Technologien, um Gesellschaftskritik zu üben oder zu protestieren (vgl. Enzensberger 1970).

28 Zu Marcuses Rolle für linke Protestbewegungen in den USA der 1960er vgl. Breines (1968). Erinnerungen und Ausführungen zum kritisch-revolutionären Zeitgeist der Generation der 1968er im Allgemeinen liefern anschaulich Rutschky (2003) und Kraushaar (2001a).

ressiv, elitär versus niedrig, individuell versus vermasst, schön versus zweckmäßig (vgl. Marcuse 1937: 186-187). Das ehemals Gesamte der Kultur differenziert sich aus. Wie oben bereits erwähnt, gibt es eben keine einheitliche Kultur mehr. Aber wie lässt sich Kultur präzise mit Marcuse beschreiben? Marcuse beginnt seine Beschreibungen mit der Bipolarität der Seele. Bereits die menschliche Seele gliedert sich nach ihm in „einen niederen und einen höheren Bereich". (Ebd.: 187) Ersterer ist geleitet von Sinnlichkeit, der letztere von Vernunft. Der sinnliche Teil, und hier orientiert sich Marcuse an Plato, ist der geldliebende und somit problematische, weil er Gier nach Erwerb und Besitz evoziert. Genau dies geschieht im Warenhandel und in der Besorgung und Erhaltung des Notwendigen. Darüber hinaus gibt es den Genuss und die Muße des Wahren, Guten und Schönen, die allerdings einer kleinen Elite vorbehalten bleiben. Die Werte, die diesen laut Marcuse höheren Bereich definieren, scheinen von der Zivilisation abgelöst. Dies bedeutet, dass Marcuse zunächst einmal die Begriffe Zivilisation (das Notwendige) und Kultur (das Schöne) gegenüber stellt. Kultur steht über der Zivilisation, Überbau und Basis scheinen nicht weit. „Die ‚Zivilisation' wird beseelt von der Kultur." (Ebd.: 191) Kultur bedeutet die Seele, Zivilisation den Körper des Menschen bzw. der Gesellschaft. Diese Trennung relativiert Marcuse in *Über den affirmativen Charakter der Kultur* (1937) allerdings mit einer erstaunlich weit gefassten Definition:

„Es gibt einen Kulturbegriff, der ein für die Sozialforschung wichtiges Werkzeug darstellen kann, weil in ihm die Verflochtenheit des Geistes in den geschichtlichen Prozess der Gesellschaft ausgesprochen wird. Er meint das jeweilige Ganze des gesellschaftlichen Lebens, sofern darin sowohl die Gebiete der ideellen Reproduktion (Kultur im engeren Sinne, die ‚geistige' Welt) als auch der materiellen Reproduktion (der ‚Zivilisation') eine historisch abhebbare und begreifbare Einheit bilden." (Ebd.: 192)

Gleichzeitig gibt es eine zweite, verbreitete Definition des Kulturbegriffs, die Marcuse benutzt, um den entscheidenden Terminus der affirmativen Kultur einzuführen. Diese zweite Definition spielt laut Marcuse den geistigen Bereich gegen den materiellen aus und platziert die geistig-seelische Kultur aus der Zivilisation heraus über jener. Die Kultur wird soziologisch und wertmäßig gewissermaßen aus der Zivilisation entfernt,[29] über den Nutz- und Mittel-Bereich gestellt und als wertvollere[30], bessere Welt beschrieben. Diese ist abgelöst vom alltäglichen Kampf ums Dasein, und in

29 Hier orientiert sich Marcuse an den Ausführungen des Geschichtsphilosophen Oswald Spengler.

30 Dies meint Marcuse im wahrsten Sinne des Wortes: „Im Mittelpunkt meiner Diskussion wird das Verhältnis von »Hintergrund« (Kultur) und »Grund« stehen: Kultur erscheint so als der Komplex moralischer, intellektueller und ästhetischer Ziele (Werte), die eine Gesellschaft als den Zweck der Organisation, Teilung und Leitung ihrer Arbeit betrachtet – »das Gut«, das durch die von ihr eingerichtete Lebensweise erlangt werden soll." (Marcuse 1967: 147)

dieser gewinnen kulturelle Tätigkeiten und Gegenstände ihre Würde. Selbst die Rezeption dieser Kultur wird zu einem Akt des Erhabenen und Feierlichen. Diesen Bereich nennt Marcuse affirmative Kultur. Und mit dieser zweiten Definition arbeitet Marcuse im Folgenden. Kultur, was auch immer Marcuse ganz genau darunter versteht, soll scheinbare Einheitlichkeit aufbauen, gesellschaftliche Lebensbedingungen bejahen und verdecken: „Sie trägt die Gegenzüge der materiellen Faktizität: sie gibt das Dauernde im Wechsel, das Reine im Unreinen, das Freie im Unfreien." (Ebd.: 193) Dies klingt nach einem subliminalen Vorwurf in Richtung des Verblendungszusammenhangs der adorno-horkheimerschen Kulturindustriethese. Kultur verblendet und ebnet damit gesellschaftliche Ungereimtheiten ein. Aber heißt das, Marcuse verstand Kultur als Massenkultur? Keinesfalls, denn er spricht der Kultur, der affirmativen Kultur, die in der ersten gebräuchlichen Definition erwähnte Allgemeingültigkeit sogleich wieder ab. In der kapitalistischen Produktion sind die Individuen eben nicht gleich. Hier bleibt vollkommen unklar, ob Marcuse unter Kultur eben auch abstraktere Muster (z.B. Werte, Schemata) als Tatsachen und Gegenstände fasst. Offensichtlich konzentriert Marcuse sich auf gesellschaftspolitische Beobachtungen zur Rolle der bürgerlichen Kultur. Und diese affirmative Kultur mit ihren verschiedenen Ausprägungen und Funktionen löst sich in der spätbürgerlichen Phase in zwei getrennte Bereiche auf. Auf der einen Seite differenziert sich die industriell fabrizierte, vereinheitlichte Massenkultur aus, auf der anderen die schwer zugängliche, avantgardistische Kunst. Die prozessualen Konflikte zwischen den verschiedenen Beschreibungen und Ebenen von Kultur bzw. Kunst und deren regressive und progressive Elemente arbeitet Marcuse präzise heraus, um letztlich immer wieder auf Macht- und Herrschaftsverhältnisse zu verweisen.

In diesen durch den Bereich der Kultur und seiner unterschiedlichen Ebenen manifestierten Geflechten spielt die Technik für Marcuse eine besondere Rolle. Sie dient den fortgeschrittenen oder modernen Gesellschaften als Form wirksamer sozialer Kontrolle: „Technik als solche kann nicht von dem Gebrauch abgelöst werden, der von ihr gemacht wird; die technologische Gesellschaft ist ein Herrschaftssystem, das bereits im Begriff und Aufbau der Techniken am Werke ist." (Marcuse 1970: 18) Eine Gesellschaft organisiert das Leben ihrer Mitglieder und stellt einen Entwurf unter vielen anderen möglichen dar. Die technologische Gesellschaft nun wird in ihrem gesamten Spektrum durch die grundlegenden Machtverhältnisse bestimmt. An dieser Stelle lässt Marcuse demnach einen Kontingenzrahmen für divergierende gesellschaftliche Modelle zu, betont aber, dass nach der ‚Entscheidung'[31] für die technologische Gesellschaft in deren Entfaltung keine Wahlmöglichkeit und auch keine Möglichkeit zum Entrinnen bleibt.[32] In dieser

31 Wer entscheidet, wer die Gesellschaft organisiert, wird von Marcuse hier nicht erwähnt.

32 Zum Entrinnen und zum Protest vgl. die über die Ansätze verteilten Unterkapitel zu den *Sub*-Ebenen.

dieser Chancenlosigkeit wird die Technologie von verschiedenen Vertretern der Kritischen Theorie diskutiert. Marcuse scheint sich der Kulturindustriethese von Horkheimer und Adorno nicht nur anzuschließen, sondern ein noch gezielteres Interesse an eventuellen Verweigerungsformen und Lähmungserscheinungen der Kunst und ihrer Widerstandskraft im Allgemeinen zu hegen. Überhaupt stand das Thema der Technik und Technologie und deren Bedeutung für den Zusammenhang und Unterschied zwischen Kunst und Massenkultur als *Main* immer wieder im Zentrum der verschiedenen Argumentationen des *Instituts für Sozialforschung*.[33]

Walter Benjamin

In diesem Kontext bleibt für die Deklinationen der Kultur-Ebene *Main* mit Walter Benjamin (1892-1940) ein weiterer Intellektueller der *Frankfurter Schule* zu erwähnen: Benjamin befasste sich in seinen oft scheinbar unzusammenhängenden[34], essayistischen Betrachtungen mit den Medientechniken speziell der Photographie und des Films. Während allerdings Adorno Technik noch als bewertendes, wesentliches Unterscheidungsmerkmal zwischen Kunst (künstlerische Technik) und Populärkultur (Reproduktionstechnik) versteht, konzentriert sich Benjamin auf die emanzipatorischen und progressiven Chancen, die solcherlei Reproduktionstechniken für größere Publika bedeuten können, was in diesem Punkt der Argumentation Löwenthals ähnelt:

„Benjamins Rezipient lernt in der Massenkommunikation. Er verlässt die massenkommunikative Bühne mit Gewinn. Adornos aktiver Rezipient ist der Abwehrspieler, der nicht gleich auf alles und jeden hereinfällt. Er braucht nicht zu hoffen, etwas Positives im massenkommunikativen Rezeptionsprozess zu erfahren. Für ihn gibt es keinen Gewinn in der Massenkommunikation. Aber er kann das massenkommunikative Spiel auch nicht verlassen. Wenn er sich nur geschickt verhält, so kann er hoffen, mit halbwegs heiler Haut davonzukommen." (Kausch 1988: 214)

Die Rezeption von technisch reproduzierten und somit massenkulturalisierten Kunstwerken kann zu einer aktiven und politisierten werden (Teilnahme, Demokratisierung), während Adornos Rezipienten in diesem Zusammenhang eher passiv und paralysiert scheinen (Autorität, Unterdrückung, Verdummung).

---

33 Kausch (1988: 165-214) widmet dagegen der Technik-Debatte ein ganzes Kapitel seiner Beobachtungen zur Kulturindustrie und Populärkultur, und Göttlich (2003: 47) sieht die Technisierung der Kommunikation mit ihrem Einfluss auf Kunstproduktion und Kultur im Spätkapitalismus als eines der Hauptthemen des *Instituts für Sozialforschung*.

34 Benjamin veröffentlichte eine Reihe von Bruchstücken, Fragmenten und Ansätzen und plante ein Buch ausschließlich aus Zitaten ohne jeden Kommentar zu veröffentlichen (vgl. Spahr 2000: 15). Benjamin kann als einer der ersten Theorie-Jockeys zwischen Kunst und Wissenschaft bezeichnet werden.

Nach Benjamin unterliegt der gesamte Kunstbereich einem gesellschaftlichen Funktionswandel: weg von einer „quasi religiösen" (Dubiel 1990: 262) Verehrung, einer kultischen Form der Rezeption, hin zu einer durch die Reproduktionstechniken demokratisierten, massenmedialen Rezeption auch jenseits der bürgerlichen Kultur.[35] Benjamin argumentiert, seinem Zeitgenossen und Freund Bertolt Brecht in dessen Aufsatz *Rundfunk als Kommunikationsapparat* von 1932 nicht unähnlich, für eine Verbreitung der Kunst auch durch massenmediale Techniken, wenn auch der Verlust der Aura, der Einmaligkeit des Kunstwerks damit einherginge. Je zugänglicher die Kunstwerke also werden, desto unauratischer degenerieren sie zu bloß Reproduziertem und Rezipiertem. In seinen diesbezüglichen Ausführungen betont Benjamin (1977a, 1977b, 1977c) hingegen ebenso die Chancen, die sich durch die verbesserte Zugänglichkeit und Transportabilität für die Kunst(rezeption) ergeben. In seinen Ausführungen zum Sammler Eduard Fuchs plädiert Benjamin für eine Akzeptanz der so genannten Massenkunst: „Geschichtlich wird es vielleicht als das größte Verdienst von Fuchs erscheinen, die Befreiung der Kunsthistorie von dem Fetisch des Meisternamens in die Wege geleitet zu haben." (Benjamin 1977c: 105) Benjamins neue Art und Weise der Betrachtung von Kunstwerken in Form von Deutung des Ikonographischen, Betrachtung der Massenkunst und Studium der Reproduktionstechnik beinhaltet nicht nur einen Funktions-, sondern offensichtlich auch einen Positionswandel der Kunst, auf den später noch zurück zu kommen sein wird (vgl. Kapitel 2.1.2).

Die Rezeption von Film, Fotographie und Musik dient laut Benjamin der Grundlage einer eventuellen späteren Befreiung (vgl. Spahr 2000: 33). Erst durch die realitätsähnelnde Konfrontation der Zuschauer mit ihrer ‚eigenen' Gegenwart in Form von medialer Zerstreuung, Testierung oder Schockierung werden die Rezipienten geweckt und gegebenenfalls aufgeklärt, während die Wahrnehmung der Versuche von Literatur, Musik und bildender Kunst, ‚hohe' Kunst nachzuahmen, den realen Zustand einer Gesellschaft verschleiern. Auch hier klingen Brechts Ideen zur Radiotheorie und zum Epischen Theater an. In der Rezeption und aktiven Konsumtion massenkultureller Medienangebote steckt immer auch ein Stückweit Aneignung von und Kampf um die Bedeutung von Symbolen und Zeichen (vgl. Frith 1983: 57) – ganz im Gegensatz zu Adornos Ausführungen, der Bedeutungen wohl eher produktimmanent determiniert sieht. Diese rezeptionsorientierten Ideen Benjamins wurden später insbesondere von Vertretern der *Cultural Studies* wieder aufgenommen (vgl. Kapitel 3).

Da wir uns aber immer noch inmitten von Erläuterungen zu einer umfassenden Beobachtung von medienkulturtheoretischen Überlegungen der Ebene *Main* befinden, soll hier auch bei Benjamin nachgeforscht werden.

35 In diesem Zusammenhang erscheint äußerst interessant, dass Benjamin in seinen unvollendeten Passagen wiederum, ganz marxistisch geprägt, den Kapitalismus als „eine Religion aus bloßem Kult, ohne Dogma" (1985: 102) bezeichnet.

Und auch bei ihm finden sich kaum dezidierte und strukturierte Beschreibungen von Kultur oder gar verschiedener Kultur-Ebenen. Lediglich Anbindungen an Ausführungen des Kultursoziologen A. Weber werden in Fußnoten erwähnt, der Kultur als das im menschlichen Leben über dem Notwendigen und Nützlichen stehende Gebilde bezeichnet.

Benjamins Schwerpunkt in den genannten Veröffentlichungen liegt auf der Rolle der Kunst für Politik, Wissenschaft und Gesellschaft im Ganzen. Somit gelangt er offensichtlich zu einer ausdifferenzierenden Beobachtung der Kunst, nicht aber der Kultur oder der beiden verbundenen Aspekte. Der kultischen Kunst stellt Benjamin eine Massenkunst gegenüber, weswegen er auch über 50 Jahre später für die *Cultural Studies* so interessant wurde. Es verändern sich sowohl die Kunstwerke selbst als auch die Begriffe von ihnen sowie die gesellschaftliche Wahrnehmung der Kunst – dies alles bedingt durch die technologischen Revolutionen:

„*Die Masse ist eine matrix* [sic! C.J.], *aus der gegenwärtig alles gewohnte Verhalten Kunstwerken gegenüber neugeboren hervorgeht. Die Quantität ist in Qualität umgeschlagen*: [Hervorhebung im Original, C.J.] Die sehr viel größeren Massen der Anteilnehmenden haben eine veränderte Art des Anteils hervorgebracht." (Benjamin 1977a: 39)

Einer seiner wenigen Gedankengänge speziell zur Kultur führt Benjamin zum Gesichtspunkt der Verdinglichung der Kultur, zur Kultur als Ware. Und dies wird unweigerlich durch die modernen Reproduktions- und Medientechniken begünstigt. Ob nun Manipulationsverdacht oder Chancenöffnung: Die technisch reproduzierte Ware der Kulturindustrie bzw. Massenkultur läuft auch bei Benjamin auf der Kultur-Ebene *Main* ab. Benjamin argumentiert also aus einer marxistisch und materialistisch gefärbten Perspektive heraus. In ausweglosen Untergangsszenarien oder stark normativen Strukturierungen verschiedener Kultur- bzw. Kunstebenen bewegt er sich eher nicht.

Vorläufiges Fazit klassische Kritische Theorie und Main

Bevor die kulturtheoretische Perspektive der Kritischen Theoretiker gewechselt und ein genauerer Blick auf die *Sub*-Ebenen kulturkritischer Überlegungen geworfen wird, soll nun noch einmal problematisierend zusammengefasst werden, was die hier ausgesuchte Reihe Denker der *Frankfurter Schule* zum Bereich *Main* festgestellt hat:

- Die Denker der Kritischen Theorie haben sich zunächst überhaupt erst einmal frühzeitig mit Aspekten einer Kultur- und auch Medienanalyse beschäftigt und somit deren Relevanz für allgemeine soziologische und philosophische Überlegungen bestätigt.
- Diese Denker haben die wachsende Rolle der Medien erkannt und, um es mit C. Bertemes zu formulieren, sich eine „alteuropäische Begriff-

lichkeit" (2001: 89) aufgebaut, die auch heute noch Verwendung finden kann (z.B. in Form einer Medienkritik).

- Kulturindustrielle und künstlerische Themen wurden von diesen Forschern eher alltagsempirisch und qualitativ betrachtet.
- Kulturindustrielle und künstlerische Themen wurden von diesen Forschern zumeist bewertend beobachtet.
- Kulturelle Aspekte wurden meist elitär und sehr bewertend beobachtet.
- Im Wesentlichen werden zwei Ebenen bezeichnet: Kunst versus Massenkultur (*high* versus *low*).
- Die Ebene der Massenkultur (Kulturindustrie) entspricht der hier definieren Ebene des *Main*.

Trotzdem gibt es einige Unterschiede in der Herangehensweise an und Bewertung von insbesondere Medien- und Reproduktionstechnologien: Entwertung versus Demokratisierung kultureller Güter und auch Werte. Mannigfaltige Ansätze und Fragmente bzw. essayistische Überlegungen dominieren diese Art kultursoziologischer und -philosophischer Forschungstradition mehr denn ein geschlossenes Theorie(n)gebäude und präzise Begriffsdefinitionen. Entscheidend aber bleibt a) die Aufmerksamkeit, die diese Denker kulturellen Phänomenen schenkten und mit der überhaupt eine Art Rasterung und Hierarchisierung von Kultur und Kunst eingeleitet wurde, b) die Aufwertung der Ebene der Massenkunst durch W. Benjamin und c) die Prägung nachfolgender Forschungen durch diese Schule.

2.1.2 *Sub* = Vorbereitung der großen Weigerung

Setzt man die unter Kapitel 2.1.1 genannten Autoren und ihre vorrangig kulturkritischen Überlegungen voraus, liegt die Frage nahe, welche Vorschläge oder Konzepte von ihnen gemacht werden, um der prophezeiten Vermassung und Passivierung der Rezipienten von massenmedialen Angeboten gesellschaftlich, aber auch individuell entgegen zu treten. Interessanterweise finden sich aber lediglich bei Marcuse und Benjamin konkrete Hinweise auf eine Art von Alternative zur Massenkultur innerhalb der Massenkultur. Adorno, Horkheimer und auch Löwenthal legen ihr Augenmerk deutlich auf die (hohe) Kunst als elitäre Alternative, als das Außen von Massenkultur.[36]

Es gilt also nun, die durchdeklinierten Theoretiker auf verschiedene Arten der Kulturdifferenzierungen erneut und gezielter auf Alternativen (*Subs*) zur Massenkultur (*Main*) abzutasten, bevor anschließend (Kapitel 2.2) neuere Ansätze Kritischer Theorie eingeflochten werden. Ein pures Kritisieren der Kritischen Theoretiker erster Generation würde es sich zu leicht machen, da bereits aus historischen, politischen und sozialen Kontexten deutlich wird, dass die erste Generation zu stark durch das neue Aufkommen der

36 Dies erinnert bereits stark an Adornos Diktum von der Unmöglichkeit des richtigen Lebens im falschen aus dessen *Minima Moralia* von 1969.

Massenkultur/Kulturindustrie/etc. und ihrer propagandistischen Verwendung des Dritten Reichs geprägt waren.[37]

So sollen zunächst also einige Blicke auf Argumentationen zu einer Art alternativer Ebene (*Sub*) zur Massenkultur seitens der bereits behandelten Kritischen Theoretiker (Adorno, Horkheimer, Löwenthal, Marcuse und Benjamin) geworfen werden. Dabei darf nicht außer Acht gelassen werden, dass die unter Kapitel 2.1.1 verwendeten Theoretiker ihre Ausführungen zu großen Teilen in einer Zeit verfasst haben, die unter dem prägenden Eindruck des bloßen neuen Aufkommens von Massenmedienindustrien entstanden. Im Nachhinein ist demnach eine Kritik der Pauschalisierung der Massenkultur seitens etwa Adornos, wie sie zum Beispiel D. Kellner (1982) präsentiert, zu kurz gegriffen.

Die Autoren der *Frankfurter Schule* setzen sich mit der Massenkultur in Differenz zur Hochkultur bzw. Kunst auseinander. Sehr wohl sind in ihren Formulierungen Spuren oder erste Ansätze zur differenzierteren Betrachtung von Massenkultur zu erkennen. Diese sollen hier aufgelesen und aktualisiert werden.

Theodor W. Adorno

„Die Kulturindustrie legt, wie ihr Widerpart, die avancierte Kunst, durch die Verbote positiv ihre eigene Sprache fest, mit Syntax und Vokabular. Der permanente Zwang zu neuen Effekten, die doch ans alte Schema gebunden bleiben, vermehrt bloß, als zusätzliche Regel, die Gewalt des Hergebrachten, der jeder einzelne Effekt entschlüpfen möchte." (Horkheimer/Adorno 2000: 136)

Auch in diesen Zeilen aus der *Dialektik der Aufklärung* wird der dogmatische Beobachterstandpunkt von Horkheimer und Adorno klar. Das passive Geschehenlassen kulturindustrieller Verblendungen kann im Prinzip seitens der Rezipienten nur aufgehalten werden, indem sie diese Art von medialen Angeboten gar nicht erst wahr- bzw. ernstnehmen, sondern sich der avancierten Kunst widmen, die sich wiederum durch Unzugänglichkeit und schwierige Rezeption kennzeicht; ein Aspekt, der im Übrigen auf viele von Adornos Schriften selbst zutrifft, die dieser offensichtlich deswegen so fremdwortreich und verschachtelt aufgebaut hat. Kunst kann einzig die Rolle der Unbequemlichkeit, des Widerstrebenden übernehmen. Kunstwerke – so Adorno – fragen unter dem Diktat des Allgemeinen, des Immergleichen,

37 Zwei Beispiele, die belegen, dass die Theoretiker dieser Denkrichtungen sehr wohl Entwicklungen durchlaufen haben: Der ebenfalls in dieser Tradition stehende Günther Anders etwa schreibt 1979 im Vorwort zur 5. Auflage seines Bandes *Die Antiquiertheit des Menschen*, offensichtlich unter dem Einfluss des Vietnamkriegs: „Wahrgenommene Bilder sind zwar schlechter als wahrgenommene Realität, aber sie sind doch besser als nichts." (Anders 1994: X). Ferner berichtet Umberto Eco von einem Gespräch mit Adorno in den Sechzigern, in dem der Kulturkritiker bekannte, dass seine Urteile wesentlich unpessimistischer und weniger radikal ausgefallen wären, hätte er sie nicht in den USA der vierziger Jahre des vergangenen Jahrhunderts geschrieben, sondern etwa im Nachkriegsdeutschland (vgl. Eco 1984: 11).

des Identischen nach dem Besonderen. Das Konstituieren von Andersheit und überdies das Erregen von Aufmerksamkeit dafür wird jedoch in Zeiten der industrialisierten Massenkultur immer schwieriger. Deswegen bescheinigt Adorno der Kunst einen zunehmend aussichtslosen Abwehrkampf gegen die verblendete Gesellschaft und scheint sich letztlich der Unterhaltungsgesellschaft zu beugen und selbst in Form seiner Texte zur puren Ware zu verkommen (vgl. Hauskeller 1997). Trotzdem sieht Adorno nur in der Kunst eine Instanz, die die Entdeckung des Wahren überhaupt ermöglicht:

„So sehr alle Kunst heute ein schlechtes Gewissen hat und haben muss, wofern sie sich nicht dumm machen will, so falsch wäre doch ihre Abschaffung in einer Welt, in der immer noch das herrscht, was als eines Korrektivs der Kunst bedarf: der Widerspruch zwischen dem was ist und dem Wahren, zwischen der Einrichtung des Lebens und der Menschheit." (Adorno 1991: 159)

Der künstlerische Widerstand, so fährt Adorno an dieser Stelle seiner Überlegungen zum Altern der Neuen Musik fort, zeichnet sich in manchen Phasen in hoffnungsloser Vereinzelung ab. Gleichzeitig erkennt Adorno die Schwierigkeit an, sich vor allem auf Dauer der gesellschaftlichen Realität zu verweigern. Hier gelangt Adorno an eine jener dialektischen Strukturen seiner Erklärungen der Gesellschaft der Kulturindustrie: Indem die über der Massenkultur und im Prinzip außerhalb der Gesellschaft positionierte avancierte Kunst verdrängte, widerstrebende Elemente eines gesellschaftlichen Wissens repräsentiert, mutiert sie zu einer Art „Neurose in der bürgerlichen Persönlichkeitsstruktur" (Dubiel 1990: 272). In dem Moment aber, wo die Kunst das Unterdrückte wieder einführt, wird sie eben doch in die Gesellschaft der Kulturindustrie integriert und muss sich unweigerlich über Entgegnung anpassen und dem gesellschaftlichen Funktionieren unterordnen, ja es sogar in Gang halten. Wenn dann wiederum quasiprotestierende Elemente aus der Kunst von der Kulturindustrie adaptiert oder imitiert werden, geht eigener Stil verloren: „Darum ist der Stil der Kulturindustrie, der an keinem widerstrebenden Material mehr sich zu erproben hat, zugleich die Negation von Stil." (Horkheimer/Adorno 2000: 137) Diese für Adorno und auch Horkheimer typische Radikalität lässt der Kulturindustrie dementsprechend keinen Spielraum, in sich selbst Gegenelemente oder -bewegungen auszudifferenzieren:

„Die Ersatzbefriedigung, die die Kulturindustrie den Menschen bereitet, indem sie das Wohlgefühl erweckt, die Welt sei eben in Ordnung, die sie ihnen suggerieren will, betrügt sie um das Glück, das sie ihnen vorschwindelt. Der Gesamteffekt der Kulturindustrie ist der einer Anti-Aufklärung; in ihr wird, wie Horkheimer und ich es nannten, Aufklärung, nämlich die fortschreitende technische Naturbeherrschung, zum Massenbetrug, zum Mittel der Fesselung des Bewusstseins. Sie verhindert die Bildung autonomer, selbständiger, bewusst urteilender und sich entscheidender Individuen." (Adorno 1977c: 345)

Gegenstrebenden Tendenzen bleibt prinzipiell keine Möglichkeit der Kritik oder des Protests. Alles Widerstrebende kann nach der Registrierung durch die Kulturindustrie nur durch Eingliederung in der Kulturindustrie überleben. Neue Ideen und sich abhebende Einstellungen wie Empörung werden sogleich zur Markenware. Horkheimer und Adorno leugnen daher nicht die Existenz des Oppositionellen, sie verneinen jedoch dessen Effizienz: „Was nicht konformiert, wird mit einer ökonomischen Ohnmacht geschlagen, die sich in der geistigen des Eigenbrötlers fortsetzt." (Ebd.: 141) Die Nicht-Konformisten kommen also Ausgesetzten, Außenseitern, ja beinahe geistig Ohnmächtigen gleich, die dann wiederum durch die Herrschenden der Unzulänglichkeit überführt werden können und somit zum zweiten Mal ihre protestlerische Wirksamkeit verlieren. Denn Kulturindustrie etabliert die eigene Perfektion und diskriminiert das Dilettantische, obwohl ihr selbst latent Fehler unterlaufen, durch die ihre Distanz zum „Niveau des Gehobenen" (ebd.: 144) deutlich erkennbar wird. Fehlerhaftigkeit, der „Triumph über das Schöne", wie es Horkheimer und Adorno formulieren (ebd.: 148), wird von der Schadenfreude über jede gelungene Versagung begleitet: „Gelacht wird darüber, dass es nichts zu lachen gibt" (ebd. 148-149). Deswegen verordnet die Kulturindustrie unablässig das berühmte Spaß-Stahlbad. Das Gehobene (*high* = hohe Kultur = hoher Stand in der Gesellschaft) hat bei Horkheimer und Adorno eben gerade die Bedeutung des Geistigen, Elitären, wortwörtlich des *high* und steht einem vermassten, trivialen *low* gegenüber. Aber ist *low* hier gleich *Sub*, wie es die Konnotation räumlicher Situierung bei diesen begriffen anbieten würde? Offensichtlich eben gerade nicht, denn *Sub* in Form von gegen existiert für Horkheimer und Adorno niemals effektiv innerhalb des *Mains*, welches rein räumlich-begrifflich mit *low* konnotiert ist. Wenn *Main* sich durch etwas wie Einverstandensein charakterisieren lässt und Einverstandensein wiederum Vergnügtsein und das Vergessen von Leiden bedeuten kann, dann evoziert dies, dass lediglich eine radikale Gegenbewegung die Möglichkeit bergen könnte, die Verhältnisse nicht nur zu kommentieren, sondern zu verändern.[38] Oder aber es bleibt der Eskapismus:

„Es [das Vergnügen, C.J.] ist in der Tat Flucht, aber nicht, wie es behauptet, Flucht vor der schlechten Realität, sondern vor dem letzten Gedanken an Widerstand, den jene noch übriggelassen hat. Die Befreiung, die Amusement verspricht, ist die von Denken als von Negation." (Ebd.: 153)

Im Rahmen dieser Ausführungen konstatieren Horkheimer und Adorno immerhin eine Fusion von Kultur und Unterhaltung, die allerdings zur Wertminderung der Kultur (*high* > *low*) führt. Ebenso wird das Amusement vergeistigt, in dem sich dieses in immer feineren, subtileren Gewändern unter die Unterhaltung und Reklame der Kulturindustrie mischt und somit die

38 John Fiske, als einer der führenden Vertreter der *Cultural Studies*, beobachtet hingegen das subversive Potenzial von Vergnügen (vgl. Kapitel 3).

ganze Wahrheit weiter verdrängt. Ferner wird eine zweite Art der Annäherung zwischen *high* und *low* von den beiden Denkern erwähnt: Sie nennen Volkslieder als aus der Oberschicht herabgesunkenes Kulturgut, welches erst durch die vielfältige und langsame Vermittlung seine populäre Gestalt annimmt und somit *Main*-verdächtig wird: Kunst oder Musik können so durch Bildung, Belehrung entelitarisiert werden, der Prozess erfordert allerdings Geduld. Dahingegen geschieht die Verbreitung von „popular songs" (ebd.: 174) schlag(er)artig und epidemisch.[39]

Immer wieder laufen Adornos und Horkheimers Argumentationen auf den Punkt hinaus, dass der Zustand gesellschaftlicher Manipulation, wenn überhaupt, dann nur im Ganzen umstürzbar erscheint, wobei sie ihre Texte sicherlich als Anleitung zum Gesellschaftswandel verstanden wissen wollten:

„Die Annahme einer gesellschaftlichen Totalität meint nicht ihre Unübersichtlichkeit, Unentrinnbarkeit oder Undurchdringbarkeit, sondern zunächst: dass diese Gesellschaft nur als ganze verändert werden kann, nicht im Teil reformierbar ist." (Behrens 1998b: 78-79)

Gleichsam scheint die Funktion der Kunst als Utopie eine uneinlösbare zu sein. Offensichtlich hat eine Funktionsveränderung der Kunst stattgefunden. Schon längst – Hegels Überlegungen zum Ende der Kunst scheinen nicht weit – dient die Kunst der Gesellschaft eben nicht mehr als Utopie bzw. als Darstellung des absolut Wahren, Schönen und Idealen. Nicht zuletzt durch die Massenmedien ist diese Funktion zumindest teilweise absorbiert worden. Eine Sensibilität für derlei Entwicklungen und Verschiebungen innerhalb der Kunst besitzt auch Adorno. Allerdings geht er, ganz im Gegensatz etwa zu Benjamin, den Weg zu einer wertfreien Betrachtung eines Phänomens wie Massenkunst keinesfalls mit. An Stellen, wo sich Benjamin für die gesellschaftlichen Funktionen technisch reproduzierter (Massen)Kunst(werke) interessiert, legt Adorno sein Augenmerk auf die Kunstwerke selbst, ihre Unzugänglichkeit und theoretische Unterfütterung. Kunst kann durch das Ungewöhnliche irritieren, eventuell provozieren und damit zur Reflexion anregen; dies allerdings nur für eine dementsprechend vorgebildete Elite.

39 Horkheimer und Adorno erwähnen an dieser Stelle, dass epidemisch rasch und verbreitet auftretende Moden im Amerikanischen auch *fads* (im Herkömmlichen ‚Steckenpferd') genannt werden. Interessant an diesen *fads* ist ihre schnelle gesellschaftliche Durchsetzung, „ehe totalitäre Reklamechefs die jeweiligen Generallinien der Kultur durchsetzen." (Horkheimer/Adorno 2000: 175) Hier unterstellen Horkheimer und Adorno offensichtlich eine kulturindustriell-interne Ausdifferenzierung (*fad* = *Sub* bzw. Generallinie = *Main*), um diesen Faden eines *Sub* aber anschließend sofort in der gemeinsamen Hermetik von Reklame und Parole enden zu lassen, ein Übergangseffekt zwischen *Sub* und *Main*, der später auch bei den Stars (vgl. Kapitel 5) von Bedeutung ist.

„An denen, die das unverdiente Glück hatten, in ihrer geistigen Zusammensetzung nicht durchaus den geltenden Normen sich anzupassen – ein Glück, das sie im Verhältnis zur Umwelt oft genug zu büßen haben –, ist es, mit moralischem Effort, stellvertretend gleichsam, auszusprechen, was die meisten, für welche sie es sagen, nicht zu sehen vermögen oder sich aus Realitätsgerechtigkeit zu sehen verbieten. Kriterium des Wahren ist nicht seine unmittelbare Kommunizierbarkeit an jedermann." (Adorno 1975: 51)

Benjamin hingegen sieht – wie schon erwähnt - in der technischen Reproduzierbarkeit von Kunstwerken auch eine Chance auf eine Demokratisierung ihres Gebrauchs. Offensichtlich kann die Kunst die Gesellschaft eben nicht mehr befreien – und Befreiung heißt bei Adorno Befreiung vom Kapitalismus, denn dieser determiniert alle menschlichen Verhältnisse: das Weltverhältnis, das Selbstverhältnis und das zwischenmenschliche Verhältnis. Augenscheinlich ist der Kapitalismus bereits gesellschaftlich als quasinatürlich anerkannt. Wie soll er dann also von einer außergesellschaftlichen Strömung entfernt werden, es sei denn, man ändert gesamtgesellschaftliche Strukturen? Horkheimer und Adorno erkennen diese Veränderungen in der Rolle der Kunst, beurteilen sie aber eher negativ und resignativ: „Ungewiss, ob Kunst überhaupt noch möglich sei, ob sie, nach ihrer vollkommenen Emanzipation, nicht ihre Voraussetzungen sich abgegraben und verloren habe. Die Frage entzündet sich an dem, was sie einmal war." (Adorno 1973: 10) Die Kunst der Zerstreuung dient weniger gesellschaftlichen Umwälzungen denn eher dem Entwerfen alternativer Möglichkeiten und dem Freisetzen des Unterbewussten (s.o.).

Nun sollte allerdings auch bei dieser Rollenverschiebung der Kunst bedacht werden, dass Horkheimer und Adorno unter den Eindrücken des Faschismus und seiner Voraussetzungen für die wissenschaftlichen, philosophischen und künstlerischen Diskurse formulieren.[40] Gegenüber der erwähnten Befreiung in der avancierten Kunst sieht speziell Adorno in der Massenkunst bzw. -kultur etwas Geschlossenes, ja Gefängnishaftes ohne Erkenntnischarakter.[41] Und in diesen Teufelskreis werden zunehmend Elemente der Kunst laut Horkheimer und Adorno durch die Entkunstung und Ökonomisierung der Kunst integriert. Auf der einen Seite findet somit also eine Entwertung der Kunst statt, auf der anderen Seite, so könnte man mit Benjamin entgegnen, eine vereinfachte Zugänglichkeit, also genau das, was Adorno ausdrücklich nicht für die Kunst proklamiert. Die Kulturindustrie könnte sensu Benjamin zu einer Kultur aus den und für die Massen sein – laut Horkheimer und Adorno kleidet sie sich im Mantel der Demokratie, um letztlich die Massen sich selbst betrügen zu lassen:

40 Vgl. für eine ausführlichere Diskussion dieser Zusammenhänge Mai 2003.

41 Ein anschauliches Beispiel für die Utopie einer freien Gesellschaft und das Aufgreifen gesellschaftlicher Wider- und Gegensprüche in Kunstwerken sensu Adorno gibt Behrens mit der Zwölftonmusik (vgl. Behrens 2002b: 65-66).

„Alle sind frei, zu tanzen und sich zu vergnügen, wie sie, seit der geschichtlichen Neutralisierung der Religion, frei sind, in eine der zahllosen Sekten einzutreten. Aber die Freiheit in der Wahl der Ideologie, die stets den wirtschaftlichen Zwang zurückstrahlt, erweist sich in allen Sparten als die Freiheit zum Immergleichen." (Horkheimer/Adorno 2000: 176)

Daraus ziehen Horkheimer und Adorno den Schluss – und hier beobachten sie am Beispiel der Reklame eine Art interne Ausdifferenzierung bzw. Entwicklung der Kulturindustrie –, dass die Reklame innerhalb der Kulturindustrie dominiere:

„Die intimsten Reaktionen der Menschen sind ihnen selbst gegenüber so vollkommen verdinglicht, dass die Idee des ihnen Eigentümlichen nur in äußerster Abstraktheit noch fortbesteht: personality bedeutet ihnen kaum mehr etwas anderes als blendend weiße Zähne und Freiheit von Achselschweiß und Emotionen. Das ist der Triumph der Reklame in der Kulturindustrie, die zwanghafte Mimesis der Konsumenten an die zugleich durchschauten Kulturwaren."(Ebd.)[42]

Die einzige Ausdifferenzierung also, die innerhalb der umfassenden Kulturindustrie laut Horkheimer und Adorno bleibt, ist das zunehmende Dominiertsein durch die Werbung bzw. genauer die Werbewirtschaft und einhergehend die Kommerzialisierung[43], kurzum: Durch die Kulturindustrie der Kulturindustrie. Jedes kulturindustrielle Medienangebot ist demnach (vgl. Adorno 1977a, 1977b, 1977c) nichts als Reklame für sich selbst und Vorschau auf zukünftige Versprechen und Lügen. „An den Mann gebracht wird allgemeines unkritisches Einverständnis, Reklame gemacht für die Welt, so wie ein jedes kulturindustrielles Produkt seine eigene Reklame ist." (Adorno 1977c: 339) Fluchtpunkte und Ausweichmöglichkeiten scheint es nicht zu geben. Nicht nur hat die Kunst keinen Eingriff mehr von außen in die Kulturindustrie, es sei denn sie unterwirft sich dieser und wird zur Massenkunst, sondern die Massen werden umstellt von der Kulturindustrie – ein Bild, das drastisch die vermeintliche Ausweglosigkeit dieser Argumentationen zeigt. Diese Formen bzw. Verformungen der Kunst werden gesellschaftlich einzig über ihren ökonomischen Wert und eben nicht nach den für Adorno so wichtigen, ästhetischen Kriterien definiert.[44] Versucht sich die Kunst gewissermaßen in der Negation oder sogar Ablehnung bestehender gesellschaftlicher Verhältnisse, verstärkt sie diese letztlich nur: „Auch wo es protestiert,

42 Ein interessantes Detail: Mehr als fünfzig Jahre später erregt die *VIVA*-Moderatorin Charlotte Roche u.a. dadurch mediale Aufmerksamkeit, dass sie Mädchen dazu aufruft, ihre Achselhaare und Menstruationsblutungen zu zeigen, um so etwas wie *personality* aufzubauen (vgl. Roche 2002).

43 Im Sinne Horkheimers und Adornos wäre Kommerzialisierung äquivalent zu Kulturindustrialisierung.

44 Vgl. zu einer ausführlichen Definition von Kunst und Ästhetik Adorno 1973. Bereits seit einiger Zeit drehen sich mannigfaltige medienwissenschaftliche Diskurse um die Bedeutung der Ökonomie (Quote) gegenüber der Qualität (Kritik) bei massenmedialen Angeboten, ohne hier jedoch an Adorno anzuknüpfen.

versteckt sich im monadologischen Prinzip das herrschende Allgemeine." (Adorno 1969: 23) Adorno geht sogar so weit, Kunst als gesellschaftliche Antithese zur Gesellschaft zu beschreiben und zu erklären, dass diese sich selbst ad absurdum führt: „Ihrem eigenen Begriff ist das Firmament beigemengt, das ihn aufhebt." (Adorno 1970: 14) bzw.: „Sie [die Kunst, C.J.] muß sich gegen das wenden, was ihren eigenen Namen ausmacht, und wird dadurch ungewiss bis in die innerste Fiber hinein." (Adorno 1973: 10)

Bereits der erste Satz seiner *Ästhetischen Theorie* verweist auf das Wesentliche seines nach vermeintlichem Halt suchenden Standpunktes: „Zur Selbstverständlichkeit wurde, dass nichts, was die Kunst betrifft, mehr selbstverständlich ist, weder in ihr noch in ihrem Verhältnis zum Ganzen, nicht einmal ihr Existenzrecht." (Ebd.: 9) Sicherlich deuten sich hier verschiedene Ebenen und Gruppen von Kunst (Hochkunst versus Massenkunst) an, doch insbesondere innerhalb der Massenkunst gibt es für Adorno und auch Horkheimer und Adorno keine richtigen Ansätze im insgesamt Falschen. Es gibt keine richtige Kunst in der falschen. Was Adorno sehr wohl betrachtet, ist die mögliche Selbstzerstörung der Kulturindustrie. Wie oben bereits erwähnt, kulminieren kulturindustrielle Mechanismen laut Horkheimer und Adorno im ökonomischen Sieg der Reklame. Ebenso wendet die Kulturindustrie dieselben dialektischen Hebel auf sich selbst an, die sie auch auf die Gesellschaft anwendet. Zu ihrer Rettung könnte einzig das Gegengift ihrer eigenen Lüge wirken. Die Mediatisierung – Adorno würde wohl wiederum von der Kulturindustrialisierung reden – löst vollkommen auf und doch wieder nicht. Das Paradoxon daran lässt sich folgendermaßen erläutern: Ein Rest Verdinglichung, ein Rest Objekt scheint zu bleiben, und sei es nur die Negation der Negation und somit zumindest eine Differenzsetzung bzw. eine Art Bestätigung dessen, wie es nicht nicht sein sollte. So zerstückelt die Objekte im von Adorno beispielhaft genannten Film also erzeugt werden, so schockierend diese ‚Montage' im Kracauerschen Verständnis erscheint, sie lässt doch Spuren der Gesellschaft in den Film laufen: „Das Subjekt, das sich verschweigt, redet durchs Schweigen nicht weniger, eher mehr, als wo es redet." (Adorno 1977a: 358) Zwar wird durch die Genauigkeit der Darstellung etwa im Film eine Unmittelbarkeit erzeugt, aber diese ist nur vorgetäuscht. Das Massenhafte oder – wie Benjamin es formulieren würde – technisch Reproduzierte sollte laut Adorno erst gar nicht den (Authentizitäts-)Vergleich mit dem Original suchen, denn es besitzt keine Vorlage, das Massenprodukt selbst ist die Sache. In diesem Zusammenhang verweist Adorno auf die entscheidende, bis dato nicht angenommene Herausforderung der empirischen Kommunikationsforschung: eine vergleichende Analyse von offiziellen (beabsichtigten, ideologisierten) und inoffiziellen (unbeabsichtigten, entgegnenden) Verhaltensmodellen und damit einhergehenden Desavouierung von Intentionen. Sowohl Film als auch Musik in den Frühzeiten des Radios sind jedoch linear, streifenförmig und somit unreflektiert kollektivierend bzw. unbestimmt, „[d]er emanzipierte Film [hingegen, C.J.] hätte seine apriorische Kollektivität dem unbewussten und

irrationalen Wirkungszusammenhang zu entreißen und in den Dienst der aufklärenden Intention zu stellen." (Ebd.: 359) Die von der Kulturindustrie angebotenen Wirklichkeitsmodelle und Deutungsmöglichkeiten vereinnahmen also jegliche Chance auf Widerstand gegen die kapitalistische Selbsterhaltung.

Man kann demnach speziell Adornos Ausführungen derart interpretieren, dass er zwar eine in sich abgeschlossene und unentrinnbare Ebene der Kulturindustrie skizziert, er allerdings schon grundsätzlich „auf der prinzipiellen Möglichkeit einer anderen Einrichtung der Welt" (Paetzel 2001: 3) beharrt. Hierbei sollte nicht außer Acht gelassen werden, dass Adorno stets sehr apokalyptisch und dunkel argumentiert, um eventuell gerade dadurch auf ein Extrem aufmerksam zu machen, gegen das sich individuell und darauf aufbauend vor allem gesellschaftlich aufzulehnen ist:

„[S]o müsste eine kathartische Methode, die nicht an der gelungenen Anpassung und dem ökonomischen Erfolg ihr Maß findet, darauf ausgehen, die Menschen zum Bewusstsein des Unglücks, des allgemeinen und des davon ablösbaren eigenen, zu bringen und ihnen die Scheinbefriedigungen [der Kulturindustrie, C.J.] zu nehmen, kraft derer in ihnen die abscheuliche Ordnung nochmals am Leben sich erhält, wie wenn sie sie nicht von außen bereits fest genug in der Gewalt hätte." (Adorno 1969: 74)

Dieses Prinzip, welches von Adorno im Zusammenhang seiner Überlegungen zur Psychoanalyse und zu Sigmund Freud erwähnt wird, indiziert den Hoffnungsschimmer auf ein anderes, besseres Leben und erinnert durchaus an ‚Ideologien' diverser Subkulturen.[45] Der „Blick aufs Entlegene, der Hass gegen Banalität, die Suche nach dem Unabgegriffenen, vom allgemeinen Begriffsschema noch nicht Erfassten" (Ebd.: 82) wird von Adorno sogar als die einzige Chance für den (freien) Gedanken genannt.[46] Ganz Dialektiker, verweist Adorno aber anschließend auch auf die Gefahr, dass selbst gesellschaftliche Psychoanalyse nicht zwingend zur Katharsis oder zum Umsturz herrschender, kapitalistischer Prinzipien führen müsse, sondern stets ebenfalls wieder von der Kulturindustrie missbraucht werden könne. Dieser dro-

45 Paetzel (2001: 25) nennt Künstler und kritische Wissenschaftler als Beispiele für Gruppen, die überhaupt nur eine Chance auf eine Befreiung haben, Mai (2003: 162-163) spricht von Emanzipationshoffnungen, die auf gesellschaftlich nicht integrierten Randgruppen wie Studierenden und radikalen Künstlern ruhen und Innovationspotenzialen, die diesen zugetraut werden. Wiewohl Studierende in die kapitalistischen Wirtschaftsordnungen integriert sind, zeigt sich besonders deutlich an der Abhängigkeit der Universitätsstädte von den Studierenden als Konsumenten.

46 An anderer Stelle liefert Adorno das Beispiel für die Betäubung der Gedanken durch kulturindustrielle Musik: Der Hörer wird von seinem Anspruch auf das Ganze und das rechte Hören entbunden, genießt die Lust des Augenblicks und die bunte Fassade und „wird auf der Linie seines geringsten Widerstandes in den akzeptierten Käufer verwandelt." (Adorno 1991: 13) Inwiefern diese Art des Hörens auch auf alle Typen der Hörenden, also auch den analysierenden Experten, zutrifft, lässt Adorno an dieser Stelle unbeantwortet. Vgl. zu Typen musikalischen Hörens Adorno 1992: 14-34.

hende Moment der Anti-Aufklärung wird im Vorwurf der Kulturindustrie als umgekehrter Psychoanalyse auf den Punkt gebracht: Die Menschen werden nicht wahrhaft aufgeklärt, sondern im Zustand psychischer Abhängigkeit gehalten; ein Gedanke, der stark an Marcuses repressive Toleranz, an Benjamins Hoffnung um der Hoffnungslosen Willen und im Weiteren auch an den schlechten Traum der schlafenden, weil hypnotisierten Rezipienten kulturindustrieller Medienangebote des französischen Philosophen Guy Debord (1996) erinnert.

Zurück zur Ebene des *Sub*: Bei aller Totalität von Adornos Beobachtungen, gibt es offensichtlich monadenartige Öffnungen aus dem Unglück, die wahre Kunst und kritische Wissenschaft lauten (vgl. Fußnote 45). Demnach bilden bestimmte Zweige der Kunst und Wissenschaft eine Gegenbewegung zum gesellschaftlichen *Mainstream*, im Grunde wird hier das kritisch-elitäre *high* zu einem außerkulturindustriellen, nicht-normativen *Sub*. Subversion, Protest und selbst nur das Alternative kann sich nicht in der Kulturindustrie ausbilden, es muss von außen, aus der Kunst etwa, kommen. Dies ist der Punkt, an dem Kunst sich selbst wiederum in *Main*- und *Sub*-Ebenen differenziert. Da Horkheimer und insbesondere Adorno offensichtlich ein historisches Kultur- und auch Kunstverständnis besaßen, nach dem sich diese Bereiche in der bürgerlichen Kultur als Gegenbereich zur Wirtschaft etabliert hatten, bedeutete Kultur, statuiert vor allem durch Künstler und Wissenschaftler, einen Bereich,

„der nur seinen eigenen Regeln folgt und genau dadurch seinen Beitrag der Kritik, der Innovation, des Eröffnens von Möglichkeiten leistet. Das Schöne, Gute, Wahre, die feineren Bedürfnisse, die Nachdenklichkeiten, das Humane eben, von dem die bürgerliche Gesellschaft genau wusste, dass es im Alltagsbetrieb der Konkurrenz und der wirtschaftlichen Notwendigkeiten keinen Platz hat, sollte wenigstens eine Nische behalten." (Steinert 1998: 178)

Der im Rahmen der vorliegenden Analyse wichtigere Aspekt einer innerkulturindustriellen Differenzierung und der damit einhergehenden Suche nach Möglichkeiten von Subversion, Protest etc. (*Sub*) aus der Massenkultur (*Main*) heraus wurde und konnte von Horkheimer und Adorno nicht geleistet werden. Auch noch der verzweifelteste Versuch, in den Massenmedien zu protestieren oder sich abzuheben, ist nach Horkheimer und Adorno stets durch die Kulturindustrie vereinnahmt oder sogar von ihr inszeniert. Es gibt keine Kritikmöglichkeit an den Medien durch die Medien bzw. allgemeiner der Kulturindustrie, laut Adorno ist dies „scheinrevolutionär" (Adorno 1977a: 359). Gleichsam ist Kulturindustrie aber auch nicht niedrige Kunst oder Konsumentenkunst. Wer dies behauptet, macht sich laut Adorno der Ideologie zweiter Kategorie verdächtig und könnte somit scheinrevolutionär erscheinen. Adorno sieht einen Unterschied zwischen Kulturindustrie und Volkskunst darin, dass die Volkskunst vorhergehender Zeiten das Niedrige nicht rational und vor allem geplant reproduzierte. Adorno teilt Kultur nach

Kausch (1988: 119) in hohe und niedrige ein. Er tut dies jedoch nur explizit in Bezug auf die Kunst: hohe Kunst, Volks- bzw. niedrige Kunst und Massenkunst. Wobei letztere Kategorie eben erst neu aufgekommen war und die anderen Typen infiltrierte. Erst diese brachte das prinzipiell im Austausch befindliche System zwischen hoher und niedriger Kunst ins Wanken und die kritischen Bemerkungen Adornos auf den Plan. Dem Problem der Unschärfe in wechselnden Gegenüberstellungen versucht Paetzel zu entgehen, indem er Kategorien bildet, nach denen Adorno die wesentliche Unterscheidung zwischen autonomer Kunst und Kulturindustrie vornimmt:

1. Struktur, Form, Stil;
2. Rezeption und Öffentlichkeit;
3. Gesellschaftliche Lage;
4. Auswirkungen aufs Individuum – Erfahrung und Bedürfnis;
5. Verhältnis zur Ökonomie/Produktion (vgl. Paetzel 2001: 54-57).

Offensichtlich orientiert sich Paetzel an den Dimensionen des Vermittlungsprozesses kultureller bzw. künstlerischer Angebote: Produktion, Distribution, Rezeption und Weiterverarbeitung; wobei Paetzel im Sinne Adornos die Werkanalyse voranstellt, zwischen den Kategorien nicht sauber trennt und nicht sonderlich auf die gegenseitige Bedingtheit hinweist. Rezeption und Öffentlichkeit etwa hängen sehr wohl mit der gesellschaftlichen Lage als auch mit Auswirkungen auf das Individuum zusammen. Das (wessen?) Verhältnis zur Ökonomie (= Produktion?) dürfte ferner alle anderen Kategorien beeinflussen etc.

Ähnlich wie Adornos Typologisierungen selbst unscharf wirken, so hilft Paetzels aufgesplitteter Kriterienkatalog per se in diesem Fall nicht entscheidend weiter, laufen doch alle Ausführungen im Prinzip auf die Differenzmerkmale Standardisierung und Pseudo-Individualisierung hinaus. Offensichtlich erscheint ein rhetorisches Gehen durch Adornos Originale sensu de Certeau (1988) nützlicher, der Gehen als Raum der Äußerung sieht und das Flanieren durch die Texte als Veränderung der Originale fordert: Stile und Gebrauchsformen werden kombiniert und führen zu neuen Wegen.

Dabei lassen sich zahlreiche weitere Stellen in Adornos Publikationen finden, an denen er sich fragmentarisch[47] – baustellenhaft in der Rhetorik des Gehens – Gedanken über die Gesellschaft und einer möglichen Kritik an ihr durch die Kunst macht. Der Duktus bleibt stets ähnlich: Innerhalb der Kulturindustrie ist eine solche unmöglich, außerhalb der Kulturindustrie (also in Bereichen der Kunst, Wissenschaft und Philosophie) nicht motiv-

47 Fragment bedeutet bei und für Adorno zweierlei: zum einen den systematischen Zerfall von Theorien, da nur so deren Wahrheitsgehalt offengelegt werden kann. Zum anderen spricht Adorno in seiner Ästhetischen Theorie vom Eingriff des Todes in das Werk durch das Bruchstückhafte, wodurch der Makel des Scheins von ihm genommen wird (vgl. Adorno 1973: 537-538/editorisches Nachwort). Offensichtlich war Adorno aus diesen Gründen besonders interessiert an der Publikation des Benjaminschen Passagenwerkes.

unverdächtig: „Für den, der nicht mitmacht, besteht die Gefahr, dass er sich für besser hält als die andern und seine Kritik der Gesellschaft missbraucht als Ideologie für sein privates Interesse." (Adorno 1969: 22) Bezieht sich Adorno an dieser Stelle deutlich auf den Einzelnen, also gegebenenfalls auch den Einzelfall, so verallgemeinert er in der hier anschließend zitierten Passage aus seinen *Filmtransparenten*:

„Während in der autonomen Kunst nichts taugt, was hinter deren einmal erreichtem technischen Standard herhinkt, haben gegenüber der Kulturindustrie, deren Standard das nicht Vorgekaute, nicht schon Erfasste ausschließt, so wie die kosmetische Branche die Runzeln der Gesichter beseitigt, Gebilde ein Befreiendes, die ihre Technik nicht gänzlich beherrschen und darum ein Unbeherrschtes, Zufälliges tröstlich durchlassen. In ihnen werden die Mängel des Teints eines schönen Mädchens zum Korrektiv des fleckenlosen der approbierten Stars." (Adorno 1977a: 353)

Ähnlich seiner Argumentation zum Fragmenthaften und dessen Innovation bilden schwer Verdauliches und Begreifbares einen Kanon von wertvoller Kunst. Adorno vergleicht hier die Kulturindustrie in ihrer Kaschierung von Abgründen und intendierten Herstellung von glatter Oberfläche mit der Kosmetikbranche. Erst sehr viel später sollte klar werden, dass, begibt man sich in Adornos Argumentationsweise, auch diese Abnormalität, Sperrigkeit, Dissonanz (vgl. Adorno 1991), ja Runzelhaftigkeit mittlerweile von der Kulturindustrie vereinnahmt wurde. Schließlich gipfelt Adornos aufgrund historischer Ereignisse hermetisch abgeschlossene und hoffnungslos anmutende Perspektive in der *Negativen Dialektik*:

„Alle Kultur nach Auschwitz, samt der dringlichen Kritik daran ist Müll. [...] Wer für Erhaltung der radikal schuldigen und schäbigen Kultur plädiert, macht sich zum Helfershelfer, während, wer der Kultur sich verweigert, unmittelbar die Barbarei befördert, als welche die Kultur sich enthüllte." (Adorno 1975: 359-360)

Adorno erkennt also deutlich zeitgeistliche Probleme in der Gesellschaft, doch bietet er den Lesern als einzigen Ausweg an, dass es keinen solchen gibt, offensichtlich, um soweit zu provozieren, dass, wie schon erwähnt, nur ein gesamtgesellschaftlicher Umsturz die Zustände verbessern kann. Zu dieser Revolution im Marxschen Sinne ruft Adorno allerdings nicht auf. Dieses Schweigen nach der präzisen Analyse irritiert insofern, als dass zumindest der Versuch einer Skizzierung von Problemlösungen zu den Horkheimer und Adorno akribisch identifizierten Phänomenen aus Sicht der Wissenschaft Aufgabe wäre.

Warum findet also an dieser Stelle eine solch ausführliche Diskussion von Adornos Kulturverständnis statt? Weil sowohl Adorno selbst als auch die *Dialektik der Aufklärung* eine eingehende Beschäftigung mit der alltäg-

lichen Auseinandersetzung von kulturellen Ebenen bedeuten.[48] Paetzel (2001: 68-80) liefert für diese Vorgehensweise bei Adorno das Beispiel des Jazz. Vor Adornos Verurteilung und Abqualifikation des Jazz im Allgemeinen und des Schlager-Jazz im Besonderen steht die intensive Beschäftigung mit werkimmanenten aber auch soziologischen Aspekten.[49] Adorno fokussiert seinen Blick auf den Jazz, um ihn seinen Schein des unbedeutenden Phänomens zu nehmen und ihn durchaus als Plattform für soziale Realität darzustellen. „Was Adornos Methode auszeichnet, ist die Selbstverständlichkeit, mit der er das Phänomen Jazz, als Form der populären Musik, als wichtigstes Modell der Kulturindustrie, als soziale Tatsache analysiert." (Ebd.: 78) Selbst der gesellschaftlich erzeugte Schein eines Jazz-Stücks oder auch -Schlagers darf nicht als sinnlos gelten, sondern muss durchleuchtet werden.[50] Ferner wird diesen Überlegungen hier Raum gegeben, weil sie Hand in Hand mit anderen Ansätzen der Kritischen Theorie aufgestellt worden sind. Wenn diese, wie bereits gezeigt und noch im Weiteren zu sehen, auch nicht immer konform gehen, so sind sie als lose Denker-Gruppe und im Bruch mit Traditionen für spätere Theorien wegweisend gewesen.[51]

Bei aller Orthodoxie in vor allem Adornos Argumentationen, konnten zumindest Spuren von Überlegungen zu einem Anderen, zu einem Dagegen, zu einem *Sub* aufgezeigt werden. Dieses lagert allerdings z.B. in Form der Kunst als Potenzial außerhalb der Kulturindustrie und somit der Massenkultur als *Main*. R. Schwendter gibt darüber hinaus den Hinweis, dass Adorno vereinzelt doch auch deutlicher auf eine Art gegenkulturellen Protest in der Gesellschaft aufmerksam mache. Schwendter spricht sogar von einer „Dialektik von Subkultur und Gesamtgesellschaft" (Schwendter 1993: 26), die von Adorno und dem Publizisten und Schriftsteller Walter Dirks aufgezeigt werde. Schwendter bezieht sich hier auf Passagen aus einem Kapitel über die soziologische Perspektive der Gruppe (vgl. Institut für Sozialforschung 1956a), welches allerdings nur dem *Institut für Sozialforschung* im Ganzen – so Adorno und Horkheimer im Vorwort zum dazugehörigen Sammelband

48 Dies ist sicherlich einer der Gründe, warum die Kritische Theorie eine besondere Bedeutung für die *Cultural Studies* hat (vgl. Kapitel 3).

49 Diese Kombination aus musikwissenschaftlichen, soziologischen und medienwissenschaftlichen Perspektiven fehlt heute immer noch in zahlreichen Analysen zur Popmusik (vgl. dazu ausführlich Jacke 2003).

50 Abgesehen von einer pauschalisierenden Kritik an den Kritikern der Kritischen Theorie unterläuft Paetzel an dieser Stelle ein entscheidender Fehler: Er streicht Adornos Vergleich des Jazz mit der Mode als neu heraus und betont den Adornesken Vorwurf, Jazz ginge es wie der Mode nur um Aufmachung: Jazz und Mode fungieren als Aufmachungen, oberflächliche Hüllen, über die wiederum in der Sprache Erzählungen stattfinden (vgl. Barthes 1985: 283). Oberflächlich bedeutet hier allerdings nicht wertlos, sondern *Be*kleidung des Selbst bzw. der Musik. Vgl. zur Mode und deren ästhetisch-medialen Implikationen weiterhin Richard 1998, zum medienkulturellen Triumvirat aus Mode, Kunst, Pop und Musik McRobbie 1999b. Nebenbei bemerkt: Richard spricht im Zusammenhang mit der Ausdifferenzierung der Mode in immer mehr Teileinheiten und Segmentierungen zu einer „Herrschaft des ‚Sub'". (Richard 1998: 50)

51 Zur Problematik der Adaption der Überlegungen und Fragmente der Kritischen Theorien vgl. Kapitel 2.2.

– und nicht einzelnen Autoren zugerechnet werden kann.[52] Es ist deswegen sehr problematisch, diese Überlegungen zu protestierenden Gruppen innerhalb der Massengesellschaft speziell Adorno zuzurechen, welcher nachweisbar lediglich als Mitherausgeber und Verfasser des Vorworts ausgewiesen wird. Wer genau aus dem *Institut für Sozialforschung* welche Passagen innerhalb dieses verschriftlichten soziologischen Proseminars geschrieben hat, ist nicht erkennbar. Der (oder die) Autor(en) des Kapitels über die Gruppe verweisen auf Durkheim und Simmel, indem sie die Gruppe als Zwischeninstanz im Übergang zwischen Einzelnem und Gesellschaft bestimmen und erläutern einen Funktionswechsel der Gruppe für die Gesellschaft. Als Gegentendenz zur Umsiedlung und Deportation „ganzer Bevölkerungen und Bevölkerungsteile, die allenthalben auf der Erde, unter den verschiedensten politischen Systemen, sich beobachten lassen" (ebd.: 66), bilden sich synthetische (von oben geplant wie etwa Werksvereine), informelle (Reisegesellschaften) und spontane (Demonstrationen) Gruppen, die anscheinend ungeplant, unbewusst und häufig destruktiv protestieren. Insbesondere die letzte Gruppe erscheint für eine Beobachtung der Argumentationen Kritischer Theoretiker – und hier insbesondere Adornos – zur *Sub*-Ebene beinahe spektakulär. Allerdings deuten diese Inhalte nicht unbedingt auf die Verfasserschaft Adornos, hatten dieser und Horkheimer doch insbesondere in der Kulturindustriethese darauf beharrt, dass das Bewusstsein[53] der Massen durch die Industrie verformt würde, somit falsche Bedürfnisse des verblendeten Konsums erzeugt und oppositionelle Denk- und Handelsweisen betäubt würden (vgl. Horkheimer/Adorno 2000).

Kulturindustrie kann somit niemals *Sub* sein, denn sie bedeutet von oben gelenkte soziale Kontrolle und Massenbetrug. Zudem verweisen die Quellenprobleme und die sehr soziologische, nicht-normative Sprache der Autoren darauf, dass diese Überlegungen wohl eher nicht Adorno zugerechnet werden können. Andere der hier unter Kapitel 2.1 behandelten Autoren hingegen haben sich intensiver mit den Bedingungen für Möglichkeiten von Gegenbewegungen u.ä. außerhalb und innerhalb der Kulturindustrie-Gesellschaft beschäftigt, wie im Folgenden noch zu zeigen sein wird.

52 Eine Nachfrage beim Adorno-Archiv in Frankfurt konnte die Urheberperson(en) des Textes nicht klären. Ebenso erging es R. Konersmann bei dessen Recherche zu selbigem Text: „[E]ine nähere Bestimmung der Verfasserschaft [ist, C.J.] nicht möglich und auch nicht gefordert." (Konersmann 1998: 369) Auch eine persönliche Anfrage bei Jürgen Habermas resultierte in seiner Antwort, dass er keine Auskunft geben könne (vgl. Habermas 2003).

53 Dass der Terminus Bewusstsein nur im Singular existiert, deutet im Deutschen nicht gerade auf mögliche Diversifizierungen. Ganz im Sinne Adornos könnte man meinen, dass die Rezipienten *der* Kulturindustrie *ein* verblendetes Bewusstsein haben und so zu *einer* narkotisierten Masse werden.

Max Horkheimer

Spricht Adorno von der Kulturindustrie als Kosmetikbranche, so vergleicht Horkheimer (1941: 28) das herrschende Wirtschaftssystem mit der plastischen Chirurgie und dessen Gefahr der Entindividualisierung, Vereinheitlichung und Normierung. Widerstand gegen solche Zwänge müsse im privaten Bereich beginnen. Und genau dort, wo die Gestaltung anderer Welten (*Subs*) durch das Subjekt z.B. durch die und in der Kunst gelehrt und gelernt werden könnte, wird in der Industriegesellschaft zu einer künftigen Anpassung an die Massenkultur (*Main*) erzogen. Ausgehend von diesen Überlegungen verharrt auch Horkheimer, wie bereits belegt wurde, in der Ansicht, die neue bzw. junge Kunst sei gescheitert, da sie keine Utopie mehr zeige und die Brücken zum anderen oder auch nur eigenen Bewusstsein nicht mehr baue. Die Kunst, die unter der Herrschaft der volkstümlichen Unterhaltung sich als Kunst ausgibt, ist in Wirklichkeit ein von der Kulturindustrie erzeugtes Bedürfnis und enthält keine kritischen Elemente mehr. Die Kopplung von Individuum und Gesellschaft – diese Überlegungen erinnern stark an die Gedanken zur Rolle der Gruppe in der Soziologie seitens des Instituts für Sozialforschung (1956a) – läuft nicht mehr über Kunst und Bildung ab, sondern über Popularisierung bzw. Popularität. Somit wird die gleichzeitig ablaufende gegenseitige Entfaltung und Brechung in Richtung Abkopplung zerstört: „Die Gesellschaft entgleitet den Individuen und die Individuen der Gesellschaft." (Horkheimer 1941: 44) Dadurch übernimmt die Vergnügungsindustrie[54] die Rolle der Bildung und missbildet, da sie mit Wahrheit der Bildung oder auch künstlerischer Produktionen nichts mehr zu tun hat. Popularität durch die Vergnügungsindustrie wird gelenkt durch Fachleute der Propaganda, die gegen Wahrheit indifferent sind. Die Gebildeten bestimmten zuvor, auf dem freien Markt unter der Konkurrenz der Künste, was bzw. wer erfolgreich war, und Kunst – hier argumentiert Horkheimer laut eigener Auskunft mit Dewey – soll zur Kommunikation anregen. Unter dem Regime der Kulturindustrie wird dies laut Horkheimer durch die Geheimpolizei gesteuert, und massenkulturelle Angebote narkotisieren und verhindern eben diese Kommunikation, indem sie Pseudokommunikationsangebote liefern. Hofft Dewey auf die Augen und Ohren der Rezipienten, so setzt Horkheimer Taub- und Blindheit der Bevölkerung voraus und hofft, dass zumindest dieses Abwenden aus Opposition gegenüber den Lügen geschieht, „die ihnen von allen Seiten entgegen tönen, und dass die Menschen ihren Führern vielleicht nur blind folgen, weil sie die Augen fest schließen." (Ebd.: 45) Wege und Mittel, die Augen und Ohren zu öffnen, zeigt Horkheimer an dieser Stelle nicht auf. Ebenso scheint er innerhalb der Kulturindustriegesellschaft keine *Sub*-Ebenen zu beobachten. Einzig die Kunst, und zwar von außerhalb der Kulturindustrie, hätte eine Chance auf das Verwirklichen eines besseren Lebens. Hier ähneln Horkheimers Gedan-

54 Die Termini Kulturindustrie und Vergnügungsindustrie werden hier bei Horkheimer synonym verwendet.

kengänge zu Subversion, Protest und Alternativen (*Subs*) stark denen Adornos.

Leo Löwenthal

Insbesondere die Betonung der Rolle der Massenmedien und der Populärisierung der Kultur (*popular culture*) wurde umfassender durch die Werke von Löwenthal, Marcuse und Benjamin in die kritische Gesellschaftstheorie integriert.

Löwenthal, dessen Beschreibungsversuch der Populärkultur am Beispiel der Literatur hier bereits ausführlich dargelegt wurde (vgl. Kapitel 2.1.1: 40-43), beharrt wie auch die anderen Kritischen Theoretiker auf einer klaren Zweiteilung in Hochkultur und Massenkultur. Doch zum einen setzt er sich dann ausführlich mit der Massenkultur (*Main*) auseinander (vgl. Löwenthal 1960, 1964, 1972, 1980). Zum anderen bemüht er sich um die laufende Korrektur seiner Begriffe. So wie Löwenthal zwischen der Populär- und der Massenkultur als zentralem Terminus mäandriert (vgl. Göttlich 1996: 85-86), so schreibt er 1964 von der generellen Einteilungsmöglichkeit der Literatur als Kulturkomplex: „[D]ie Kunst auf der einen Seite und auf der anderen eine am Markt orientierte Ware" (Löwenthal 1964: 12) Später sind dies bei ihm erstrangige versus zweitrangige Literatur und wertvolle Literatur versus Massenkultur. Der Grundsatz Löwenthals bleibt: „Der Gegenbegriff zur Massenkultur ist Kunst." (Ebd.: 40) Löwenthal begreift den Indikator-Charakter massenkultureller Phänomene und akzeptiert diese als Untersuchungsgegenstand, was zu seiner Zeit sicherlich eher ungewöhnlich anmutete:

> „Die kulturelle Massenproduktion dient uns in erster Linie als Hinweis auf die sozialpsychologische Struktur der Masse. Indem wir die Organisation, den Inhalt und die sprachlichen Symbole der Massenmedien untersuchen, erfahren wir einiges über die typischen Verhaltensweisen, die gängigen Glaubensvorstellungen, Vorurteile und Sehnsüchte einer großen Zahl von Menschen. Die Produkte der bloßen Unterhaltungsliteratur können, wenigstens seit der Scheidung der Literatur in die beiden voneinander getrennten Bereiche von Kunst und Ware im Verlauf des 18. Jahrhunderts, nicht mehr beanspruchen, Einsicht und Wahrheit zu vermitteln. Der Einfluss jedoch, den sie im Leben des modernen Menschen gewonnen haben, ist so mächtig, dass ihre Symbole bei der Erforschung des Menschen in der modernen Gesellschaft gar nicht überschätzt werden können: sie eignen sich als Mittel der Diagnose." (Ebd.: 12)

Obwohl Löwenthal also kulturkritisch in Kunst und Ware unterteilt und ersterer die Originalität (*Sub*) und letzterer die Vermassung (*Main*) zuschreibt, lesen sich seine Ausführungen wesentlich unapokalyptischer, mehrdimensionaler,[55] offener und nüchterner. Dies liegt daran, dass Löwenthal keine to-

55 Während Adorno und auch Horkheimer sich im Wesentlichen auf die eigentliche Werkanalyse beschränkten, interessierten Löwenthal insbesondere die gesellschaftlichen Zusammenhänge von Produktion und Rezeption von Literatur.

tale Ausweglosigkeit skizziert, sondern pragmatisch auf ein ernstzunehmendes Analysefeld hinweist, welches sicherlich anschließend auch normativ betrachtet werden kann. Indem er seine Forderungen in den generellen Anspruch einer Literatursoziologie einbettet und mit zahlreichen Beispielen versieht, erscheinen seine Argumentationen griffiger und praxisnäher als die Horkheimers und Adornos.[56] Was genau lässt sich an Löwenthals Ausführungen nun zur massenkulturellen Ausdifferenzierung und ggf. zur Herausbildung von Subkulturen und also *Subs* feststellen?

Zum einen sind auch bei Löwenthal klare Spuren eines elitären Kunstverständnisses zu finden. Kunst, bei ihm verstanden u.a. als hohe Literatur, steht nur wenigen Menschen offen, da nur diese sie verstehen können. Hohe Literatur dient der Wahrheitsfindung, der Ideal-Verwirklichung und dem Utopieentwurf. Demgegenüber stellt Löwenthal Massenkultur ganz unter das Banner des Hauptkriteriums der Wirkung und beklagt sich über die Stummheit und damit verbundene Abwesenheit speziell der unteren Schichten in der ‚hohen' Literatur und – daran anschließend – in den soziologischen Studien. Er spricht von einem Abbild der realen sozialen Rollen in ihrer gesellschaftlichen Bedeutsamkeit in der Literatur. Zwar besteht ein Phänomen wie Massenkultur laut Löwenthal, seitdem sich die menschliche Kultur überhaupt entwickelt hat, doch die (gesellschaftliche, philosophische und wissenschaftliche) Auseinandersetzung mit ihm erst entstehen konnte, nachdem die beiden Ebenen in der bürgerlichen Gesellschaft in Kontakt gelangt waren. Erst im 18. Jahrhundert verlangten größere Leserschichten nach immer mehr literarischen Angeboten.[57] Diese Berührungen der verschiedenen Ebenen rücken auch anschließend in den Fokus von Löwenthals Beobachtungen. So zweifelt er lineare, stringente Reihenbildungen wie Kunst = Einsicht = Elite bzw. Massenkultur = Unterhaltung = Massenpublikum in ihrer Trennschärfe an und fragt nach übergreifenden Phänomenen wie sich unterhaltender Elite oder der Verwendung von Unterhaltung zur Einsicht. Kunst als Bestandteil der Massenkultur in Form von z.B. Albrecht Dürers berühmten Radierungen als Werbemittel der Anhänger des Protestantismus oder die Musikdramen Richard Wagners und ihre massenidentifikatorische Verwendung im nationalsozialistischen Deutschland stellen nach Löwenthal Beispiele solcher Grenzfälle dar.

---

56 Löwenthals Vorstellung literatursoziologischer Interdisziplinarität klingt im Übrigen erstaunlich kulturwissenschaftlich: „Nähert man sich der Sozialforschung mit einem Verständnis für literarische und philosophische Fragen und wahrt man umgekehrt bei geisteswissenschaftlichen Studien den soziologischen Gesichtspunkt, dann kann dies zu einem neuen vertieften Bewusstsein von der Einheit des abendländischen Denkens führen. Leider haben die von den speziellen Einzelwissenschaften hartnäckig verfochtenen Sonderrechte nur allzu oft diese Einheit unkenntlich gemacht." (Löwenthal 1964: 11)

57 Löwenthal (1964: 22-23 bzw. 55-60) nennt Montaigne und dessen psychologische Analyse der zur Unterhaltung dienenden Kunst als eskapistisches Mittel der Zerstreuung in Zeiten mangelnder religiöser Überzeugung als einen der entscheidenden Denker, die den Kampf der Ideen um Mensch und Gesellschaft eröffneten.

Für Löwenthal geht die Popularisierung von Kunstwerken Hand in Hand mit dem Aufkommen massenmedialer Technologien. Spricht Benjamin von Entauratisierung der Kunst durch ihre technische Reproduzierbarkeit, weisen Löwenthals Bemerkungen hingegen auf eine Massenbegeisterung und Mythologisierung eben gerade durch die Verbreitung und Vervielfältigung von Kunst und Literatur. Bemerkenswert ist, dass Löwenthal dem eigentlichen (hohen) Kunstwerk weiter das Besondere, das Einzelne zuspricht. Vertieft sich also die Kluft zwischen Original und Masse durch die Massenmedien nur um so mehr? Nicht unbedingt, insofern man mit Löwenthal nach den Bewertungsmaßstäben nicht nur *zwischen* Kunst und Massenkultur fragt, sondern auch *innerhalb* dieser Kategorien. Daraus erarbeitet Löwenthal erste Aspekte einer Theorie der Massenkultur (vgl. ebd.: 27-31). In zunehmend mediatisierten Gesellschaften spielen die Bedürfnisse und Wünsche des Massenpublikums eine wichtige Rolle, da diese die eigentliche Produktion beeinflussen. Es geht nicht mehr um den Ausdruck eigener Ideen, sondern um das Behaupten im Wettbewerb als Maßstab.

„Das Problem der Maßstäbe nimmt in den modernen Diskussionen über die Massenkultur eine zentrale Stellung ein. Es tritt immer mit dem Problem verbunden auf, welchen Einfluss der Geschmack des Publikums auf den Charakter der Massenprodukte habe." (Ebd.: 67)

Während die Kunst für Löwenthal eine echte Erfahrung birgt, verdoppelt Massenkultur lediglich die Realität und verweist dementsprechend auf keine neuen Erfahrungen, bietet allerdings zumindest Orientierung in der Gesellschaft. An diesem Punkt setzt Löwenthals Kritik der Massenkultur an:

„Dagegen herrscht weitgehende Übereinstimmung darüber, dass alle Massenmedien die Beziehung zu den Werten verloren hätten und nichts als Unterhaltung und Zerstreuung anböten, dass sie also im Grunde genommen der Flucht vor einer unerträglichen Realität dienten. Wo immer sich revolutionäre Strömungen auch nur zaghaft ankündigen, werden sie besänftigt oder unterdrückt, indem die scheinbare Erfüllung von Wunschträumen nach Reichtum, Abenteuer, leidenschaftlicher Liebe, Macht und Sensationslust vorgegaukelt wird." (Ebd.: 50)

Letztlich zeigt auch Löwenthal keine unterschiedlichen Strömungen innerhalb der Massenkultur auf. Lediglich am Rande erwähnt er die Möglichkeit der Opposition und Kritik in Form von *Subs*, nennt im Feld der Literatur etwa englische Literaturkritiker wie F.R. Leavis oder M. Arnold, die im Übrigen für viele Autoren der *Cultural Studies* später eine einflussreiche Rolle spielen sollten (vgl. Kapitel 3). „Besonders in England lehnten die Kritiker die Massenkunst zwar aus ästhetischen Überlegungen ab, neigten aber zugleich dazu, in ihr nur eine von vielen Äußerungen tieferer gesellschaftlicher Kräfte zu sehen." (Ebd.: 76) Aber auch deren Kritikfähigkeit beruht keinesfalls auf dem Willen zu einer Gegenströmung innerhalb der *Main-*

Ebene, sondern, ganz ähnlich Löwenthals eigenem Vorgehen, verlangt lediglich eine Respektierung der Massenkultur und eine intensive wissenschaftliche Beschäftigung mit ihr, um sie dann um so effektiver kritisieren zu können.

Ein Aspekt, den Löwenthal eher beiläufig erwähnt, erscheint für eine medienkulturtheoretische Diskussion ausgesprochen bemerkenswert: die Moralisierung und somit Bewertung massenkultureller Phänomene sowohl in akademischen als auch literarischen Diskursen. Mit dem französischen Denker Alexis de Tocqueville fordert Löwenthal eine ‚objektivere' Beobachtung von Kunst und Massenkultur. Gleichzeitig beklagt er die grundsätzlich negative Bewertung von Massenkultur und Unterhaltung der von ihm analysierten Autoren. Eine Überprüfung der basalen Kategorien speziell im Feld der Literatur erscheint ihm unumgänglich:

„Wie wir bereits angedeutet haben, ist sogar der Begriff Massenliteratur oder Massenkunst in ganz verschiedener Bedeutung ohne Rücksicht auf historische Determinanten gebraucht worden. Und es ist notwendig darauf hinzuweisen, dass die gegenwärtige Diskussion über die Massenkultur und die Möglichkeiten der Massenmedien sich weiterhin im Kreise drehen wird, bis eine neue und systematische Anstrengung unternommen wird, das Gebiet von Unklarheiten zu befreien und eine wirkliche Diskussion möglich zu machen." (Ebd.: 108)

Erste Ansätze einer Entdramatisierung und Entmoralisierung des Diskurses über *Main* und *Sub* in der Kultur sind hier also vertreten, doch deutet Löwenthals vorläufiges Fazit an, dass eine komplette Systematik diachroner und synchroner Art erst noch zu erarbeiten wäre. Er selbst leistet im Anschluss einen ersten Versuch der Entwicklung und Geschichte der Massenkultur, bei dem er seinen Beobachtungsfokus allerdings auf die Literatur konzentriert.

Es bleibt also beim grundsätzlichen Gegenüber von *Main* und *Sub* unter intensiver Berücksichtigung des *Main*. Wie sich aber die beiden Ebenen genauer ausdifferenzieren bzw. ob sie sich sogar bedingen oder fruktifizieren, lässt auch Löwenthal unbeantwortet.

Herbert Marcuse

Auch Herbert Marcuse beschäftigte sich, wie bereits in Kapitel 2.1.1 beschrieben, mit divergierenden Kategorien von Kultur. Dabei nimmt er eine Zwitterposition zwischen den abgeschlossen-negativen Beschreibungen von Horkheimer und Adorno und den in Richtung *Main* geöffneten Betrachtungen Löwenthals ein. Während nämlich Marcuses eindimensionaler Mensch durch eine eindimensionale Gesellschaft bedingt scheint und die Totalität von Adornos Gedanken somit zunächst übernommen wird, sieht Marcuse in seiner Diagnose doch letztlich eine Möglichkeit der Befreiung. Immer wieder legt Marcuse in seinen Publikationen nahe, dass es ein Aufbegehren gegen die herrschaftliche Unterdrückung geben kann und soll. Diese Umges-

taltung der Gesellschaft kann eher von sozialen Randgruppen (*Subs*) wie z.B. Künstlern geführt werden (vgl. Behrens 2001: 40-43). Offensichtlich stammen diese Überlegungen Marcuses aus der Nachkriegsphase, noch bevor sich weltweit und insbesondere in Deutschland die ersten politischen Protestbewegungen der 1950er und vor allem 1960er Jahre bildeten.[58]

Geprägt von den Erfahrungen aus dem Nazi-Deutschland zeigt sich auch Marcuse also äußerst skeptisch gegenüber der quasi-natürlichen Ordnung des Kapitalismus, der „Logik von Geld, Warentausch und Arbeit". (Ebd.: 42) Diese kann nur in allen gesellschaftlichen Bereichen reformiert oder revolutioniert werden. Mit den Schlagworten des Versuchs einer Befreiung und der *Großen Weigerung* wurde Marcuse zu einem oft zitierten Denker der neuen Protestkulturen (und also *Subs* im hier beschriebenen Sinne) zwischen Anti-Vietnam und Frauenbewegung, die ihrerseits wiederum eine Faszination auf den Philosophen ausübten, da sie neben der Weigerung eben auch zumindest neue bzw. alternative Lebensweisen versuchten.[59] Darum soll hier noch einmal genauer darauf geschaut werden, inwiefern Marcuse – neben der auch von ihm als hermetisch abgeriegelt angesehenen Massenkulturebene *Main* – Überlegungen zu einer gegenläufigen und doch integrierten *Sub*-Ebene angestellt hat.

Ein Zersetzen des fortgeschrittenen Kapitalismus und seiner Propaganda durch Massenmedien und Massenkultur dient der Befreiung des Individuums. Da aber die Massenmedien die öffentliche Meinung produzieren und diese eine scheinheilige, repressive Toleranz nur vortäuschen, müssten subversive Entwicklungen bei den Massenmedien ansetzen. Doch wird das versucht, wird Kritik durch die Konformität bereits in der Sprache der Massenmedien bzw. der von ihnen hergestellten Öffentlichkeit uneffektiv gestaltet und angepasst, wodurch sich jegliche Kritik wiederum entwertet sieht. Kleinere Kritik- oder Reformansätze helfen also laut Marcuse nicht, die Manipulationsmacht der Massenmedien zu relativieren. Es scheint eine politische Revolution von außen für eine radikale gesellschaftliche Veränderung vonnöten (vgl. dazu auch Kellner 1982: 501-502). Insofern trennt auch Marcuse die Kulturebenen voneinander, verweist kaum auf interne Differenzierungen und sieht zwar die Möglichkeit zur Kritik an der *Main*-Ebene,

58 Bemerkenswerterweise befindet sich die bundesdeutsche Gesellschaft Anfang des neuen Jahrtausends in einem ähnlichen Zustand, die MedienSpaßGesellschaft operiert scheinbar ohne Opposition und paralysiert von ironischer Dauerbrechung, so dass Rufe nach Werten und Normen wieder vermehrt zu beobachten sind und dementsprechend die Gefahr neuer Fundamentalismen entsteht (vgl. Jacke 2000).

59 Ein gewisses gegenseitiges Kokettieren dieser Protestszenen und Marcuses erscheint unübersehbar. In diesem Zusammenhang entstand auch der Bruch bzw. Vatermord, so Marcuse selbst, zwischen dem orthodox-wissenschaftlichem *IfS*-Direktor Adorno und dem sich aus den USA in deutsche Protestszenen einbringenden Denker und Demonstranten Marcuse. Marcuse fordert eine emanzipatorische Praxis in Form z.B. politischer Aktion, während Adorno sich der Praxis verweigert und den theoretischen Ansatz davon losgelöst sieht. Hiermit sind zugleich die beiden Extrempositionen gegenüber revolutionären Aktionen innerhalb der *Frankfurter Schule* skizziert (vgl. Behrens 2000: 122-129).

aber wie Horkheimer und Adorno nur von außerhalb der Massenkultur (*Main*). An diesem Punkt erscheinen seine Sympathien für diverse Protestbewegungen (*Subs*) einerseits verständlich, denn dort wird zumindest von Aktanten versucht, alternativ, ergo von außen, zu widersprechen und eigene Entwürfe zu skizzieren. Doch warum geht Marcuse, der gemeinsam mit Löwenthal wohl am nächsten an einer differenzierteren Betrachtung des Gesamtkomplexes Kultur und insbesondere der *Main*- und *Sub*-Ebenen operiert, nicht noch einen argumentativen Schritt weiter und beschäftigt sich mit Kritik- und Protestformen innerhalb der Ebenen? Weil es laut Marcuse eben keine Kritik innerhalb der *Main*-Ebene geben kann. Die affirmative Kultur bietet Utopien und Kritikfähigkeit, aber nur solange wie sie nicht durch die anwachsende Bedeutung der Kulturindustrie bedroht wird. Interessanterweise bemerkt der amerikanische Medienkulturwissenschaftler J. Storey in seiner an dieser Stelle an M. Arnold und F.R. Leavis orientierten Betrachtung der Kritischen Theorie, dass „premodern culture" (Storey 2001: 86) sehr wohl kritisch innerhalb und an der Gesellschaft gearbeitet hat, dass dadurch gesellschaftlicher Wandel bewirkt und ausgedrückt wurde, dass sich aber die Positionen und Möglichkeiten affirmativer Kultur im Sinne Marcuses unterscheiden. In ihr geht es um das Ideal höherer Werte und nicht um den alltäglichen Kampf und die damit verbundene Transformation von Kulturen. Affirmative Kultur, so Storey im Weiteren, stellt eine Sphäre der Erneuerung und Inspiration dar, um sich von den Alltäglichkeiten der Arbeit abzuheben.[60] Diese negative Subversivität oder subversive Negativität im Sinne Adornos soll laut Marcuse alternative, oppositionelle Elemente konstituieren, die eine andere (bessere) Realität entwerfen.

Die beiden erwähnten Ebenen von Kultur (affirmative versus Massenkultur) werden durch letztere zunehmend verschmolzen. Kulturelle Werte werden nicht verneint, sondern die Ebene der Massenkultur schluckt innovative Aspekte der affirmativen Kultur und funktionalisiert diese nach den Regeln des kapitalistischen Marktes um (vgl. Marcuse 1970: 39-75). Daher widersprechen sich die von der affirmativen Kultur skizzierte utopische, bessere Zukunft und die unbefriedigende Gegenwart der Kulturindustrie gar nicht mehr. Letztere proklamiert schlichtweg, dass die Gegenwart die bessere Zukunft sei: Das Jenseits (des Diesseits) der Werbung ist das bessere Diesseits (vgl. Zurstiege 2003b: 190).[61] „[C]ulture now confirms that this is the better future – here and now – the only better future." (Storey 2001: 87)

60 Diese von mir ins Deutsche übertragenen Zeilen Storeys erinnern frappierend an die Funktion intellektueller Zerstreuung und kommen Rezeptionsmotiven von sowohl Kunst als auch Popkultur sehr nahe. Im Prinzip könnten diese Zeilen sicherlich auch einem heutigen Werbeprospekt für Bildungsreisen entnommen worden sein.

61 Die Analogie zwischen Kulturindustrie und Werbung bezieht sich auf die Beobachtungen Horkheimers und Adornos, wonach Reklame als Endstadium der sich selbst potenzierenden Kulturindustrie gesehen werden kann. Es geht hier um das Spiel mit Vertrauen und das notwendigerweise nicht erfüllbare Versprechen des besseren Jenseits (affirmative Kultur) im Diesseits (Kulturindustrie) innerhalb des diesseitigen Diesseits (Reklame bzw. Werbung).

Somit wird laut Marcuse die Zweidimensionalität der Kultur liquidiert und das Gegenläufige der affirmativen Kultur an Markt und Industrie angeglichen. Allerdings behält Marcuse in den Ausführungen zum *Eindimensionalen Menschen* die Hoffnung, dass authentische bzw. affirmative Kultur der totalen Absorption widerstehen und in der besseren Zukunft wiedergeboren werden könne; schwer nachzuvollziehende Gedankengänge, entwirft doch affirmative Kultur selbst Zukunftsszenarien, ist sie also auch ‚nur' ein weiteres?[62] Dies meint Marcuse wohl eher nicht, sondern ihm geht es um einen potenziellen Ausweg aus der Kulturindustrietotalisierung:

„Marcuse believes that one day those on the margins of society, ‚the outcasts and outsiders', who are out of reach of the full grasp of the culture industry, will undo the defeats, fulfil the hopes, and make capitalism keep all its promises in a world beyond capitalism." (Ebd.: 87-88)

An dieser Stelle treffen im Sinne Adornos gesellschaftliche Idioten wie auch Intellektuelle als potenzielle Aktanten auf *Sub*-Ebene in ihrer Entfernung vom Kern der Kulturindustrie (*Main*) zusammen. Insofern sie zu neokonservativen Kritikern werden, legitimieren sie die Popularisierung einst hochkultureller Werke unter dem Vorwand des Demokratisierungsversprechens, welches letztlich Bestandteil der kulturindustriellen Vermassung bleibt. Auch Marcuse verlagert hier den Beobachterstandpunkt auf eine Ebene der Beobachtung dritter Ordnung, um sich wiederum über den Befürwortern der Kritik Kritischer Theorie zu positionieren und diese bewerten zu können, welches ein rhetorisch typisches Vorgehen für die Vertreter Kritischer Theorie darstellt, in der Radikalität der Horkheimer und Adorno-Argumentationen allerdings wesentlich griffiger erscheint.[63]

Marcuse interessiert offensichtlich weniger „die ideologische Dynamik bürgerlicher Kulturwerte (also das Verhältnis von Hochkultur zu populärer Kultur, der konservativ beklagte »Kulturverfall«), als vielmehr die Frage, wie die moderne Massenkultur auf die konkrete Praxis der Individuen wirkt." (Behrens 2000: 145) Ursache dieser Wirkung können also Marcuse zufolge durchaus emanzipatorische Momente massenkultureller Produkte bzw. Angebote sein. Marcuse identifiziert zwar die bereits genannten Arten von Kultur (Massenkultur, affirmative Kultur und Kunst), hierarchisiert diese jedoch nicht und entledigt sie spezieller gesellschaftlicher Klassen oder Schichten. So wie ein Song von Bob Dylan ästhetische Schönheit ausstrah-

62 Storey liefert hier (2001: 87) den Vergleich zwischen Marcuse und Marx: Bei Marx ist es Leistung der Religion, unerträgliche Zustände erträglich zu machen und die Schmerzen der Existenz zu lindern, bei Marcuse steht anstelle der Religion die affirmative Kultur.

63 Storey liefert eine Tabelle mit Beispielen für das Zerstören der kritischen Funktion affirmativer Kultur: Klassische und Opernmusik und ihr Gebrauch in der Werbung (vgl. Storey 2001: 89). Ebenso können in Marcuses Sinn die berühmten Che Guevara-Poster, R.A.F.-T-Shirts, aber auch Matisse-Bilder in der Werbung bewertet werden.

len kann, so sind gesellschaftlich etablierte Gruppierungen keinesfalls automatisch *high*: „»Unten« aber sind nicht nur die Verdammten dieser Erde, sondern auch die gebildeteren und privilegierteren menschlichen Adressaten der Kontrolle und Repression. An der Basis der Pyramide herrscht Atomisierung." (Marcuse 1973: 21) Marcuses Augenmerk gilt demnach besonders intensiv der theoretischen Betrachtung der Entstehung, vor allem aber immer wieder der Relevanz dieser sozialen Bewegungen für die Praxis, in welcher die Revolte letztlich stattfindet. Und dort stehen *high* und *low* gemeinsam als *Subs* einer übermächtigen Kulturindustriemaschine als *Main* gegenüber.

Marcuse legt jeglicher Gesellschaftskritik eine unauflösbare Dialektik zu Grunde: „1. dass die fortgeschrittene Industriegesellschaft imstande ist, eine qualitative Änderung für die absehbare Zukunft zu unterbinden; 2. dass Kräfte und Tendenzen vorhanden sind, die diese Eindämmung durchbrechen und die Gesellschaft sprengen können." (Marcuse 1970: 17) Auch diese Gegenüberstellung wirkt nicht immer klar und dichotom. Behrens spricht von einer statischen Dynamik, „der gesellschaftlichen Totalität, bei der nicht einfach Elemente gegeneinander stehen, sondern jedes Element gleichsam monadisch den Widerspruchscharakter des Ganzen in sich trägt" (Behrens 2000: 11) und demnach *Main* und *Sub*-Ebenen in den Elementen (Aktanten) lagern. An Marcuses Beobachtungen fallen also bereits Züge der Entdichotomisierung, Atomisierung und Vernetzwerkung der Gesellschaft und somit auch der Kultur auf, die nicht zuletzt auch mit massenmedialer Erreichbarkeit und Information zusammenhängen. Diese postmodern anmutenden Überlegungen sind aber nur der Vorbau einer erneuten Kritik an neuen Formen von Gesellschaftskritik:

„Ohne Boden und Basis in der Gesellschaft erscheint die Kulturrevolution eher als abstrakte Negation denn als geschichtliche Erbin der bürgerlichen Kultur. Von keiner revolutionären Klasse getragen, sucht sie Rückhalt in zwei verschiedenen, ja gegensätzlichen Richtungen: auf der einen Seite versucht sie, den Gefühlen und Bedürfnissen »der Massen« (die nicht revolutionär sind) in Wort, Bild und Ton Ausdruck zu verleihen; auf der anderen Seite entwickelt sie Anti-Formen, die auf bloßer Atomisierung und Fragmentierung traditioneller Formen beruhen – Gedichte, die in Verszeilen zerlegte Prosa sind; Gemälde, die ein sinnvolles Ganzes durch bloß technische Anordnung von Teilen und Stücken ersetzen; Musik, welche die höchst »geistige«, »jenseitige« klassische Harmonie durch höchst spontane, offene Polyphonie verdrängt. Aber die Anti-Formen sind unfähig, die Kluft zwischen dem »wirklichen Leben« und der Kunst zu überbrücken. Diesen Tendenzen stehen jene gegenüber, welche die fortschrittlichen Qualitäten der von ihnen radikal überprüften bürgerlichen Tradition bewahren." (Marcuse 1973: 111)

Die nicht-revolutionären Massen bewegen sich auf der *Main*-Ebene, die Anti-Formen auf den *Sub*-Ebenen, ohne die Brücke in den *Main*-Bereich schlagen und damit die großen Massen erreichen zu können. Marcuses Offenheit

für neue kulturelle Artefakte und deren gesellschaftliche Bedeutung und seine Entdramatisierung normativer Kulturhierarchien[64] kosten einen hohen Preis: er berücksichtigt diese u.a., um daran nur umso stärker zu verdeutlichen, wie perfide die Massenkultur subversive Tendenzen ausblendet bzw. filtriert. Weil eben alle möglichen gesellschaftlichen Teile nicht nur durch die Kulturindustrie determiniert und manipuliert sind, sondern weil diese Teile die Kulturindustrie sogar qua Identifikation und Affirmation legitimieren, kann nur eine große ergo umfassende Weigerung diesen Zustand überwinden. Auf diesen Bereichen wird also eine Art rezeptioneller Käfig-Freiheit gewährt, weil sie nur Scheinkritiken ermöglicht, vom Totalen der Kulturindustrie ablenkt und folglich eine repressive Toleranz darstellt. An dieser Stelle schreibt Marcuse dann wieder sehr kulturkritisch im Frankfurter Sinn vom gefangenen Publikum und dem Zwang zu einem Über-sich-ergehen-lassen durch die Vergnügungs- und Erbauungsmedien (vgl. Marcuse 1970: 256).

Sicherlich darf bei Marcuses Argumentation nicht überlesen werden, dass seine Überlegungen stark von Diskussionen um (intellektuelle) Minoritäten in den Nachkriegs-USA geprägt sind. So zählt Marcuse selbst (1973: 33) zwei Gruppen auf, die entscheidend für einen Wandel der Kultur sein können: die Universitäten und die schwarzen und braunen Militanten (z.B. *Black Panther* Partei). Immer wieder betont Marcuse, dass eine mögliche Revolte von diesen Basen ausgehen müsse. Dabei verlangt er zwar die umfassende Revolte, verliert das Detail aber nicht aus den Augen. Der Wandel beginnt bereits auf der Mikro-Ebene der Sprache:

„Soll eine solche neue Sprache politisch wirksam werden, so kann man sie nicht einfach »erfinden«: notwendigerweise wird sie vom umfunktionierenden Gebrauch überkommenen Materials abhängen. Die Möglichkeit dazu bietet sich am ehesten da, wo die Tradition selbst eine andere Sprache und andere Bilder zugelassen und sanktioniert hat. Solche anderen Sprachen gibt es hauptsächlich in zwei Bereichen, denen völlig verschiedene Gruppen der Gesellschaft zugeordnet sind: 1. in der Kunst, 2. in der Volkstradition (die Sprache der Schwarzen, Argot, Slang)." (Ebd.: 96)

Hierbei zeigen sich die für Marcuse entscheidenden Verbindungen: Die von ihm benannten gesellschaftlichen Oppositionen können sich als *Subs* durchaus überlagern und inspirieren. Ihre Revolte muss sich der Sprache bemäch-

64 „Es ist richtig, dass die höhere Kultur des bürgerlichen Zeitalters eine elitäre Kultur war (und ist), die nur für eine bevorrechtete Minderheit zugänglich, ja bedeutsam war; aber das hat sie mit allen Kulturen seit dem Altertum gemeinsam. Der untergeordnete Platz (oder das Fehlen) der arbeitenden Klassen in diesem kulturellen Universum macht dieses zweifellos zu einer Klassenkultur, aber nicht zu einer spezifisch bürgerlichen. Wenn dem so ist, dann haben wir Grund anzunehmen, dass die Kulturrevolution weit über die bürgerliche Kultur hinausführt, dass sie sich gegen die ästhetische Form als solche richtet, gegen Kunst als solche, gegen die Literatur als Literatur. Die von der Kulturrevolution vorgebrachten Argumente erhärten diese Annahme." (Marcuse 1973: 108)

tigen. Damit dies aber nicht ostentativ wirkt, der Intellektuelle sich auf peinliche Art und Weise des Slangs oder der Arbeiter sich ebenso an Kunstdiskursen bedient, sollten die Gruppen ihre jeweiligen Potenziale nutzen.

„Es scheint, dass dieser Widerspruch zwischen dem, was ist und dem, was möglich ist und was sein sollte, in sehr konkreten Formen die Einstellung der abhängigen Bevölkerung bestimmt. Das Bewusstsein der Irrationalität des Ganzen hat nachteilige Folgen für die Leistungsfähigkeit des Systems. Der Warenfetischismus wird fadenscheinig: hinter der angeblichen Technokratie und ihren Segnungen erkennen die Menschen die Machtstruktur. Zwar ist dieses Bewusstsein außer bei kleinen radikalen Minderheiten noch immer unpolitisch, spontan; es wird immer wieder unterdrückt; es ist »ideologisch« – aber es findet gleichwohl seinen Ausdruck auch an der Basis der Gesellschaft. Die Ausbreitung wilder Streiks, die militante Strategie der Fabrikbesetzungen, die Haltung und die Forderungen der Jungarbeiter sind Anzeichen einer Rebellion gegen das *Ganze* [Hervorhebung im Original, C.J.] der aufgezwungenen Arbeitsbedingungen, gegen das Leistungssystem *als solches* [Hervorhebung im Original, C.J.]." (Ebd.: 29)

Nur in einer Zusammenkunft der verschiedenen gesellschaftlichen Gruppen kann eine große Weigerung stattfinden. Die einen können ohne die anderen nicht effektiv stören und wandeln, was Marcuse im Fazit seiner Ausführungen zur *Kunst und Revolution* deutlich macht:

„Das befreiende Gelächter der Yippies, ihre Unfähigkeit, das blutige Spiel der »Justiz« von »law and order« ernst zu nehmen, mag helfen, den ideologischen Schleier zu zerreißen – die Struktur hinter dem Schleier lassen sie unberührt. Diese kann nur von denen verändert werden, die noch immer den Arbeitsprozess aufrechterhalten, seine menschliche Basis bilden und seine Profite und Macht reproduzieren. Zu ihnen gehört ein immer größer werdender Sektor der Mittelschichten und der Intelligenz. Gegenwärtig ist sich nur ein kleiner Teil dieser riesigen, wahrhaft unterworfenen Bevölkerung der Lage bewusst und politisch aktiv. Dieses Bewusstsein, diese Aktivität zu verstärken, ist die Aufgabe der noch isolierten radikalen Gruppen." (Ebd.: 152)

In seinen Überlegungen konzentriert sich Marcuse daran anschließend auf das Feld der Kunst, da ihm dieses als Ort der Alternativen, der Ideen und vor allem der Umstürze gilt. Dieses Feld der Kunst hat in der schon diskutierten affirmativen Kultur seine Kraft zur Subversivität vollkommen eingebüßt, hier dient die (affirmative) Kunst[65] sogar der Rechtfertigung und Verherrlichung der bestehenden Ordnung bürgerlicher Kultur. „Es handelt sich hier um nicht-verhaltensmäßige, nicht-operationale Kunst: sie »aktiviert« nichts außer Reflexion und Erinnerung – das Versprechen des Traums." (Ebd.: 121) Und dieser Traum narkotisiert jegliche Möglichkeit des Aufbe-

65 Marcuse vermengt die Begriffe affirmative Kultur und affirmative Kunst, die Unterscheidung zwischen Kultur und Kunst und auch deren Definitionen erläutert er an dieser Stelle nicht explizit (vgl. dazu vor allem Marcuse 1973).

gehrens. Dementsprechend fordert Marcuse eine Avantgarde als Kunst in der alltäglichen Lebenspraxis, die sich subversiv im Kulturbetrieb gibt. Es müsste also auch der eigenen Praxis eine Brechung gegenübergestellt werden:

„[D]ie Politik der Verweigerung kann unter Umständen erfordern, auf die eigene Praxis mit Verweigerung, mit Irritation und offener Verunsicherung zu reagieren. Das ist dann Subversion: die aus dem Surrealismus entwickelte situationistische Praxis ist von solcher Subversion inspiriert." (Behrens 2000: 154-155)

Behrens verweist hier auf künstlerische Traditionen, die in popkulturellen Diskussionen immer wieder erwähnt und in Zusammenhang mit neuen Formen von Kunst und auch Kritik gebracht wird: Dada, Situationismus, Punk (vgl. dazu statt anderer Behrens 2000, Marcus 1993, 1994, Schlichting 1990 und Stange 2003). Allerdings sieht Marcuse in der Wandlung der Kunst ja eben gerade den Boden für ihre Entkräftung: Das alte Kunstideal griechisch-antiker Prägung wird aufgelöst (Hegels Ende der Kunst), sie wird zur Ware in der Massenkultur und bloß noch affirmativ, nicht mehr alternativ oder subversiv.[66] Der Verzicht auf ästhetische Radikalität in der kapitalistischen Gesellschaft, so schließt Behrens an Marcuse an, entwertet die Kunst. Diese Radikalität taucht in den Angeboten der Kulturindustrie als Appetizer oder Spektakel für das Bürgertum wieder auf, kann aber Bestehendes nicht praxisrelevant in Frage stellen oder gar angreifen. Als Kunst noch Ideale und Utopien skizzierte, zeigte sie eine subversive Wahrheit, ohne diese explizit zu benennen: „[D]ie Wirklichkeit selbst ist Illusion – nicht das Kunstwerk. Dieses ist seiner ganzen Struktur nach Rebellion – mit der Welt, die es schildert, ist eine Versöhnung undenkbar." (Marcuse 1973: 120) Selbst der Begriff der Revolution wird umgewälzt und muss neu definiert werden, weshalb Marcuse auch zukünftig von Revolte schreibt. Auch scheint Behrens Marcuses Überlegungen zu aktualisieren, wenn er fordert:

„Eine Annäherung zwischen der ästhetischen und der politischen Avantgarde ist nicht möglich, wenn es sich bloß um eine Allianz handelt, um einen Vertrag um dieselbe Sache; stattdessen muss die politische Avantgarde selbst ästhetisch werden – und umgekehrt." (Behrens 2000: 151-152)

Zwei Aspekte von Marcuses Argumentationen erscheinen für Überlegungen zum gesellschaftlichen Wandel durch Kunst und in Kultur bemerkenswert:

66 Allerdings darf hier nicht übersehen werden, dass über die *Kunst nach dem Ende der Kunst* – so auch ein Titel des amerikanischen Kunsttheoretikers und Philosophen Arthur C. Danto (1996) – und deren kritische und affirmative Möglichkeiten des Einflusses auf die Gesellschaft ausgiebig diskutiert wird. Dies reicht vom *Ausstieg der Kunst als höchste Form der Kunst* (Weibel 1989) bis zum *Zurück in die Kunst* (Stange 2003), von der gegenseitigen Kreuzung von ökonomischer Gleichheit und kultureller Anerkennung geistigen Eigentums (Bunz 2003b) bis zur Forderung der Hinwendung auf das Kryptische in der Kunst (Perniola 2003).

1. „Marcuse bietet sich auch deshalb [für eine gesellschaftstheoretische Analyse und Kritik von Kultur und Konsum und somit kultureller Ebenen, C.J.] an, weil er nicht nur eine warenkritische Terminologie gegen den Konsumismus entwickelte, sondern ebenfalls – auf der Folie dieser Gesellschaftskritik – an der Möglichkeit festhielt, Kunst und Leben doch noch in produktiv-emanzipativer Weise zu verbinden, also das revoltierende Leben zum künstlerischen Ereignis zu machen und Ästhetik in eine neue Sensibilität der Menschen zu übersetzen." (Ebd.: 11)

2. In seinen Beobachtungen zum Zusammenspiel von Kunst und Revolution glaubt Marcuse zwar an diese Chance des Wandels, spricht aber Formen von Popkultur (= Massenkultur = *Main*) diese Position gänzlich ab: „Zweifellos gibt es Rebellion im Guerilla-Theater, in den Dichtungen der ›free press‹, in der Rock-Musik – aber sie bleibt künstlerisch ohne negierende Kraft von Kunst. In dem Maße, wie sie sich zum Teil des wirklichen Lebens macht, verliert sie die Transzendenz, kraft derer Kunst der etablierten Ordnung entgegengesetzt ist – sie bleibt dieser Ordnung immanent, eindimensional und unterliegt so dieser Ordnung." (Marcuse 1973: 120) Diese Arten von Popkultur also unterstützen das System, sind meistenteils sogar von der Massenkultur (*Main*) programmiert: „der weiße »Rock« ist, was sein schwarzes Vorbild nicht [Hervorhebung aufgehoben, C.J.] ist, nämlich Veranstaltung [Hervorhebung aufgehoben, C.J.]. Es ist, als finde das Schreien und Rufen, das Springen und Spielen jetzt in einem künstlichen, organisierten Rahmen statt; es richtet sich an eine (wohlwollende) Zuhörerschaft [Hervorhebung aufgehoben, C.J.]." (Ebd.: 134) Inwiefern Marcuse hier von authentischer und inszenierter Rockmusik spricht, bleibt unklar, auch die Einteilung weiß = kulturindustriell-veranstaltet bzw. schwarz = authentisch-spontan erscheint sehr problematisch. Kriterien für diese Gruppierungen nennt Marcuse nicht. Marcuse unterscheidet eben doch zwischen der gesamtgesellschaftlichen und der pubertären Rebellion. Letzterer spricht er lediglich Kurzlebigkeit, Kindisches und Clowneskes zu.

Was also tragen Marcuses oft widersprüchliche Gedankengänge zu einer Diskussion der Kulturebenen *Main* und *Sub* bei? Ein weiteres Zitat Marcuses fasst dessen wichtigsten Gedanken zur innerkulturellen Revolution zusammen:

„»Außerhalb« der Machtstruktur stehend, mitreden zu wollen, ist eine naive Vorstellung. Man wird nur dort zuhören, wo es um Wählerstimmen geht, die vielleicht eine neue Clique der gleichen Machtstruktur mit den letztlich gleichen Interessen an die Macht bringt. [...] Und ist das Wort, mit dem die Inhaber dieser Macht angeklagt werden, nicht das gleiche, mit dem sie ihre Macht verteidigen?" (Ebd.: 153-154)

Es gibt für Marcuse verschiedene Ebenen von Kultur und auch von Kunst. Nur innerhalb dieser und zwischen diesen Ebenen, die wiederum in eine Gesamtgesellschaft eingebettet sind, kann ein Austausch, können sowohl Affirmation als auch Kritik und Wandel bis hin zum Umsturz führen. Allerdings sollte mit der Revolte gehaushaltet werden, ein überstürztes und unüberlegtes Revoltieren könnte den großen Umschwung verhindern, da die am Bestehen der bis dato etablierten, gesellschaftlichen Hierarchien interessierten Gruppen frühgewarnt wären und in Form von Konterrevolutionen nur um so schneller und effektiver die ‚gegnerischen' Gruppen aushebeln könnten. Offensichtlich will Marcuse immer wieder auf die Möglichkeiten von Revolte verweisen. Um noch einmal den Marcuse-Forscher Behrens zu bemühen:

„Alles, was den Menschen scheinbar unabänderlich, wesenhaft prägt, ist als soziale Konstruktion (früher hätte man Ideologie gesagt) kritisierbar und vor allem veränderbar. [...] Marcuse hatte die Aktionen der Revolte vor Augen, die sich gegen die scheinbar unabänderlichen Grundfesten der Gesellschaft richteten: Konsum, Geld, Arbeit." (Behrens 2000: 155-156)

Walter Benjamin

An diesen emanzipatorischen Chancen setzen auch Walter Benjamins Überlegungen ein, die für die Diskussion einer *Sub*(kultur)-Ebene in der Gesamtkultur gegenüber sowie in der *Main*-Kultur nutzbar gemacht werden können. Allerdings spricht Benjamin nicht von einer großen Weigerung wie Marcuse, sondern konzentriert seine Beobachtungen auf neue Medientechnologien und deren Potenzaile und Funktionen für Kunst und Gesellschaft.

Der in Kapitel 2.1.1 bereits erwähnte Funktionswandel in der Kunst bezieht sich auf die Säkularisierung der Kunst: „The focus of artistic attention began to shift from religious to secular subjects." (Strinati 1995: 82) Während die utopische, echte Kunst in religiöse und vor allem rituelle Kontexte integriert worden war und gerade dadurch eine (eben religionsartige) Aura der Einzigartigkeit und Autorität erhalten hatte, verlagert sich im Zuge der Entideologisierung und Entmystifizierung der Kunst ihre Funktion weg von utopischen Entwürfen und gesellschaftlich integrierten Bestätigungen der etablierten Ordnungen hin zu alternativen, irritierenden Konzepten.

„These notions attained their most extreme manifestation in the ‚art for art's sake' movement in the mid- to late nineteenth century. This was a reaction to the emergence of capitalist industrialisation and the commercialisation of culture, and the threats they posed to the aura of the work of art." (Ebd.)

Benjamin sieht in solchen Phänomenen die Chance, technologischen Fortschritt als Mittel gesellschaftlicher Aufklärung auch im Rahmen der Kunst zu nutzen und dadurch auch politisch zu mobilisieren. Er betont folglich die positiven Aspekte von Industrialisierung und Kommerzialisierung und ver-

wehrt sich gegen totale Ablehnung ihrer technischen Möglichkeiten für Individuum und Gesellschaft.

Die Kunst kann sich der neuen Reproduktionstechniken annehmen und mit ihrer Hilfe nicht nur erreichbarer, sondern auch effektiver in ihrer Rolle als Widerstandkraft und Gesellschaftskritik werden. Offenbar erkennt Benjamin diesen Wandel deutlicher als Horkheimer und Adorno und weiß ihn in seinem Nutzen für eine solche Form der Kritik besser einzuschätzen. „Im Grunde hatten sie [Heidegger, Marcuse, aber auch Horkheimer und Adorno, C.J.] immer griechische Kunst vor Augen und mussten sich deswegen gegen Happenings und andere Avantgardekunst aussprechen, obgleich das die eigentlichen Verbündeten gewesen wären." (Weibel 1989: 62) Benjamin hingegen versprach sich – ganz prägend für spätere Überlegungen Brechts und vor allem Enzensbergers – eine Demokratisierung der Kunst und somit auch eine Erhöhung der Wahrscheinlichkeit gesellschaftlicher Protestformen gegen den beherrschenden Kapitalismus.[67] Diese können – ob nun im Rahmen der Massenkunst oder auch der schlichten Massenmediennutzung – nur über diesen quantitativen Umweg und mit Hilfe dieser Technologien für (radikale) gesellschaftliche Veränderungen sorgen. Es gibt also weder Grund zur Resignation (Horkheimer und Adorno), noch Grund zur Verdammung und Verteufelung (medien)technologischer Entwicklung, sondern die Chance auf Protest.

Demokratisierung von Kunst und Kritik bedeutet mit Benjamin die Möglichkeit gesellschaftsinterner Emanzipation und Kritik von allen Seiten und auf allen Ebenen. Dazu müssen freilich gewisse gesellschaftliche Gruppen die Möglichkeit der Nutzung und Instrumentalisierung der Kommunikations- bzw. Verbreitungstechniken haben. Dieser Aspekt wird in der Folge von Brechts Radiotheorie über Debatten um bundesdeutsches Lokalradio und -fernsehen bis hin zu den Überlegungen zum globalen Dorf im Internet diskutiert.[68] Was haben die Menschen von der Handhabe, sich mittels massenmedialer Technologie zu artikulieren, zu positionieren und sogar gesellschaftliche Verhältnisse zu revolutionieren, wenn sie jedoch entweder gar nicht die Möglichkeit zur Möglichkeit bekommen (z.B. weil ihnen das technologische Rüstzeug oder die journalistische Ausbildung fehlt) oder aber in ihrer Möglichkeit keine Chance auf Effektivität besitzen (z.B. durch Verdrängung auf Randplätze im Programm)? Diese Fragen erscheinen hier vielleicht zunächst etwas ostentativ ausgewählt, zeigen aber letztlich die Aktualität der Diskussionen um Brecht und Benjamin. Denn bereits dort wurde

67 Auch hierin erinnern Benjamins Ideen frappierend an solche des klassischen Marxismus in seiner Verkettung von Entwicklung der Produktivkräfte, Motor des sozialen Fortschritts, Widerspruch zu den Produktionsverhältnissen, Krise des Kapitalismus, Umsturz der Verhältnisse durch die Produktivkräfte (vgl. hierzu auch Kellner 1982).

68 Auch der später noch ausführlicher zu behandelnde J. Habermas vertritt diese These: „Während Adorno (mit Löwenthal und Marcuse) den Erfahrungsgehalt der authentischen Kunst dem Kulturkonsum unversöhnlich gegenüberstellt, setzt Benjamin beharrlich seine Hoffnungen auf die profanen Illuminationen, die von einer ihrer Aura entkleideten Massenkunst sollen ausgehen können." (Habermas 1995b: 558)

gestritten, ob die massenmedialen Kommunikationsformen eben demokratisch nutzbar oder doch nur Instrumente der etablierten Ordnung sind. Und genau an dieser Stelle erscheinen Benjamins Überlegungen interessant für eine *Sub*-Ebene von Kultur. Denn Benjamin fordert eine Korrektur der bestehenden Verhältnisse, erhofft sich diese aber über eine große Masse von Menschen, die sich der Massenmedien (z.B. in Form von Massenkunst) bemächtigen. Dies wurde erst durch die modernen Vervielfältigungstechniken und damit einhergehend die Dislozierung (sensu P.Weibel 1989), die Trennung des Produkts von der Produktion der Kunst (z.B. Foto, Film, Video, File), möglich. Benjamin scheint nach Weibel somit wesentlich offener für eine Verbindung kritischer Theoriegebäude und neuer Kunstformen zu sein: „Schon Benjamin war deswegen gegen die Kunstfotografie, weil die Fotografie nicht den Thron der Kunst hätte einnehmen, sondern sie vom Thron stoßen sollen." (Ebd.: 69) Die neuen Technologien sollen also genutzt werden, um eine Art Gegen-Kunst als *Sub* zu entwerfen, um die etablierte Kunst zu irritieren und um Kunst somit eben auch für neue Interessenten-Kreise attraktiv zu machen.[69] Die Einschätzungen Benjamins finden sich vor allem in Überlegungen der *Cultural Studies* wieder:

„Benjamin's celebration of the positive potential of ‚mechanical reproduction', his view that it begins the process of a move from an ‚auratic' culture to a ‚democratic' culture in which meaning is no longer seen as unique, but open to question, open to use and mobilization, has had a profound (if often unacknowledged) influence on cultural theory and popular culture." (Storey 2001: 94)

Benjamin ist in seinen Überlegungen prägend für einen späteren Paradigmenwechsel vom passiven zum aktiven Rezipienten, wie ihn insbesondere die Kommunikationswissenschaft beobachtet hat (vgl. Schmidt/Zurstiege 2000a: 67-138) und wie er für eher kulturoptimistische Perspektiven zur Popkultur typisch erscheint. Die Bedeutung eines Kunstwerks der und für die Massen wird nicht originär und auratisch durch das Produkt klar- und somit beim Rezipienten eingestellt, sondern bleibt vervielfältigt offen, kann durchaus irritieren: „No longer embedded in tradition, significance is now open to dispute; meaning becomes a question of consumption, an active (political) rather than a passive (for Adorno: psychological) event." (Storey 2001: 93) Storey geht sogar noch einen Schritt weiter – einen Schritt, den Benjamin wohl begrüßt hätte, Horkheimer und Adorno hingegen wohl eher kopfschüttelnd abgelehnt hätten: „Culture may have become mass culture, but consumption has not become mass consumption." (Ebd.: 93) Entgegen der Manipulationsunterstellungen von Marcuse, Löwenthal bzw. Horkheimer und Adorno verlagert Benjamin zumindest als Appell die Bedeutungs-

69 Wobei Marcuse den Sammler von Kunst dabei als Distributor und somit Instanz der Demokratisierung von Kunst bewertet, während Weibel in der Saturiertheit von Sammlern wohl eher das Ende der Irritation und der Flüchtigkeit avantgardistischer Kunst sieht.

zuschreibung und Interpretationshoheit ganz deutlich auf die Seite des Rezipienten. Das Augenmerk wechselt vom Produkt des kulturellen Textes und seiner Bedingtheit durch die Produktionskontexte zur Herstellung des kulturellen Textes durch den Akt der Konsumtion und Rezeption und deren Bedingtheit durch die konsumtionalen und rezeptionalen Kontexte.[70] An diesem Punkt knüpft auch der Soziologe S. Frith an, der ebenfalls Adornos und Benjamins Überlegungen gegenüberstellt und auf popkulturelle Kontexte zu übertragen versucht:

„Out of Adorno have come analyses of the economics of entertainment in which the ideological effects of commercial music-making – the transformation of a creative people into a passive mass – are taken for granted [...]. From Benjamin have come subcultural theories, descriptions of the struggle for the sign: youth subcultures are said to make their own meanings, to *create* cultures in their acts of consumption." (Frith 1983: 57)

In der Betonung der Bedeutungszuschreibung durch den konsumierenden Aktanten ist Friths Überlegung absolut nachzuvollziehen. Benjamin hat sicherlich zahlreiche Überlegungen zur gesellschaftlichen Rolle und Funktion von Medien und Kunst, insbesondere in deren vermasster Version (im *Main*), formuliert und Ansätze zu Theorien von Subkulturen beeinflusst. Spätere Wissenschaftler haben sich dementsprechend die Benjaminschen Überlegungen zur Hand genommen, um subkulturelle Phänomene besser analysieren und aus einer kulturkritischen Perspektive heraus unverkrampfter beurteilen zu können: „Die technische Reproduzierbarkeit des Kunstwerks verändert das Verhältnis der Masse zur Kunst. Aus dem rückständigsten, z.B. einem Picasso gegenüber, schlägt es in das fortschrittlichste, z.B. angesichts eines Chaplin, um." (Benjamin 1977a: 32-33)

Trotzdem darf nicht vergessen werden, dass sich Benjamin sehr wohl auch Gedanken um die Schattenseiten der von ihm als Kollektivrezeption bezeichneten Vermassung gemacht hat.[71] So beklagt er prinzipiell ja auch zunächst den Auraverlust des Kunstwerks und die zerstörerische Kraft der neuen Techniken jenseits solcher des Verkehrs und der Vervielfältigung von Schrift und Wort (vgl. Benjamin 1977b: 77). Es bleibt die Frage, unter welchen gesellschaftlichen Verhältnissen die unterschiedlichen Rezipientenkreise etwas daraus machen[72] und ob es neue Formen etwa nicht-

70 Storey beobachtet zudem einen Wechsel vom Zustand der Produktion (*mode of production*) zum Prozess der Konsumtion (*process of consumption*) vgl. Storey 2001: 94. Im Übrigen kann dieser Perspektivenwechsel von Zustand zu Prozess und von Produktion zu Rezeption/Konsumtion sogar dazu führen, dass sich die Produktionen von Kunstwerken wiederum daran orientieren: „Das reproduzierte Kunstwerk wird in immer steigendem Maße die Reproduktion eines auf Reproduzierbarkeit angelegten Kunstwerks." (Benjamin 1977a: 17)

71 Benjamin liefert das Beispiel der kollektiven und zerstreuten Rezeption von Architektur: „Das Publikum ist ein Examinator, jedoch ein zerstreuter." (Benjamin 1977a: 41)

72 Speziell der wissenschaftlichen Analyse von Kunst widmete Benjamin seine Überlegungen (vgl. Benjamin 1977a: 34-39).

auratischer Kunst zwischen hoher Kunst und Massenkultur gibt.[73] An Stellen der Ausweglosigkeit bei Horkheimer und Adorno fragt Benjamin nach dem alternativen Weiter: „Betont Walter Benjamin die mögliche Rettung der kulturindustriellen Produktion, ihrer Verhaltensweisen, unterstreicht Adorno dagegen schonungslos die Problematik dieser Bereiche." (Paetzel 2001: 75)[74] Diese Rettung, dieses Weiter, kann es nur aus einer Aufklärung aus gesellschaftlichen Teilkulturen heraus geben, z.B. aus der Kunst oder auch aus einer Verwebung von Kunst und Wissenschaft.[75] Wie aber genau diese Teile strukturiert sind, wie Teilgebiete der Kultur und Kunst sich zueinander verhalten, wie sich etwa eine Degeneration der Kunst zur propagandistischen Massenkunst und kommerzialisierten Massenkultur (Marcuse) gegenüber einer Massenkunst als Chance und kommerzialisierten Massenkultur als Mittel der Aufklärung (Benjamin, Brecht) umfunktionieren und gegenüberstellen lassen, lässt auch Benjamin offen.

Vorläufiges Fazit klassische Kritische Theorie und Sub

In nahezu allen Argumentationen der klassischen Kritischen Theorie wird die Kulturindustrie bzw. Massenkultur bzw. *Main*-Ebene als hermetisch in sich abgeschlossener Bereich beschrieben, der derart von der Industrie durchorganisiert und geplant ist, so dass den Aktanten keine andere Wahl bleibt, als sich selbst mit vermeintlicher Freiheit zu betrügen. Jegliche Möglichkeit zur Kritik, zum Protest, zur Alternative oder gar zur Revolution lagert außerhalb der Kulturindustrie in der Kunst oder auch in anderen Protestbewegungen. Hier situieren zumindest Horkheimer, Adorno, Löwenthal und Marcuse so etwas wie *Subs*, und von hier aus kann es Revolution und Veränderung nur im Totalen geben. Einzig Bejamin erkannte in der Massenkulturtechnologie erste Demokratisierungspotenziale. Diese allerdings müssen sorgfältig beobachtet und emanzipativ an die Aktanten der *Main*-Ebene gereicht oder von alternativen Aktanten (*Subs*) genutzt werden.

2.1.3 Vorläufiges Fazit klassische Kritische Theorie

Da die einzelenen Ergebnisse bereits an den Enden der Unterkapitel skizziert worden sind, soll hier noch einmal in aller Kürze zusammengefasst werden, was anhand des Re-Readings der Texte klassischer Kritischer Theorie für das eigene Beobachtungsraster von *Main* und *Subs* in Kultur geschlussfolgert werden kann:

---

73 Ähnliche Überlegungen stellte Löwenthal an, der sich ebenfalls für eine neue Form der Kunst zwischen bisherigen Kategorien und im Zuge des verstärkten Aufkommens der Massenmedien aussprach und deswegen auch – wie Benjamin – gegen einen statischen Kanon hoher Kunstwerke argumentierte (vgl. Kausch 1988: 113).

74 Paetzel liefert als Beispiel die Diskussionen um Jazz als Form von Massenkultur (vgl. Paetzel 2001: 75-80).

75 Dieser Gedankengang Benjamins ähnelt der Forderung nach einer großen Weigerung aus gesellschaftlichen Randgebieten wie Wissenschaft bzw. Universität und Kunst bei Marcuse.

- *Main* kann mit Kulturindustrie und Massenkultur gleichgesetzt werden und bildet einen von Industrien durchorganisierten und geplanten Bereich der Vergnügungskommerzialisierung.
- *Main* wird von den Theoretikern der *Frankfurter Schule* ausführlich und weitgehend zum Zwecke der Aufklärung über die Gefahren der Massenkultur thematisiert.
- *Main* ist hermetisch abgeschlossen und kann offensichtlich nur durch ein utopisches Gegenüber (die hohe Kunst) oder eine große Weigerung von außerhalb überwunden werden. Insofern ist Kunst eine Art von *Sub* von außerhalb.
- *Subs* sind in den Überlegungen der klassischen Kritischen Theorie nicht innerhalb der Massenkultur zu beobachten. W. Benjamins Argumentationen bilden hier die Ausnahme: Benjamin erkennt zumindest Potenziale zur Emanzipation in den Technologien der Massenkultur.
- *Subs* als Ebenen von Kritik, Protest oder Revolution lagern demenstprechend außerhalb der Massenkultur, des *Main*.

Der Ausweg aus der Ausweglosgkeit der hermetisch-totalen Kulturindustrie(these) scheint demnach vor allem laut Horkheimer, Adorno und Marcuse keinesfalls nicht zu existieren, sondern vielmehr nur in einem großen Umsturz umsetzbar zu sein.[76]

2.2 Moderne Kritische Theorie

Heute, mehr als ein halbes Jahrhundert später, haben sich die Kulturebenen längst zunehmend aus- und entdifferenziert. Was also schreiben Folge-Kulturkritiker in der Tradition der *Frankfurter Schule*, mit dem Wissen und der persönlichen Erfahrung einer Mediengesellschaft über Kunst, Massenkultur und speziell über Alternativen dazu? Dies soll der zweite Schritt innerhalb dieses Hauptkapitels sein, bevor im Fazit (Kapitel 2.3) noch einmal resümierend dargelegt werden soll, welche Argumente nun Ansätze der alten und neuen Kritischen Theorie für eine Analyse von popkulturellen Phänomenen bergen.

Nachdem zuvor genauer analysiert wurde, inwiefern sich Kritische Theoretiker der ersten Generation mit massenkulturellen und massenmedialen Phänomenen auseinandergesetzt und Beobachtungen verschiedener Kultur-Ebenen geleistet haben, die sich auf das eigene Beobachtungsraster *Main* und *Subs* beziehen lassen, sollte klar geworden sein, dass diese Gruppe von Forschern zwar äußerst heterogene Standpunkte eingenommen hat, sich jedoch in einem Gegenüber von Kunst und Massenkultur weitgehend

76 Zu einer knappen Übersicht über die Zuschreibungsmöglichkeiten der klassischen Kritischen Theorie auf die Ebenen des Beobachtungsrasters *Main/Sub* und den Kulturbegriff im Allgemeinen vgl. auch die Tabellen 1 und 2 im Konnex: 268 und 269.

einig schien. Da aber diese Dichotomie selten präzise und gleichberechtigt skizziert wurde und da sich eine Massenkultur und die damit zusammenhängende Mediatisierung der Gesellschaft erst im Verlaufe des späten 20. Jahrhunderts als immer alltagsprägender erwies, stellen sich nun folgende Fragen:

1. Können die originären Vorstellungen der Denker Kritischer Theorie weitergeführt werden bzw. (von wem) wurde an diese bereits angeknüpft?
2. Sofern dies nicht der Fall ist: Inwiefern lassen sich gewisse Aspekte dieser Ideen für eine Analyse von *Main-* und *Sub*-Ebenen von Medienkultur überhaupt ergiebig machen?

Als Hypothese zu diesen Fragen lässt sich aufstellen: Begreift man die Gedanken Adornos bzw. Horkheimers und Adornos als in sich abgeschlossene Argumentationen, kann es keine Weiterführung oder Modifikation im konsequenten Sinn geben. Denn die Totalität der Überlegungen und der beschriebenen Gesellschaft lässt – ungeachtet dessen, dass insbesondere Horkheimers und Adornos Thesen als Provokation gedacht gewesen sein könnten – keine andere Sichtweise zu als diese einhundertprozentig zu übernehmen und bestenfalls auf die heutigen Verhältnisse zu übertragen. Dies mündet aber in unfruchtbaren Vermutungen, was diese Autoren zu der bestimmenden Rolle von Massenmedienkultur im 21. Jahrhundert sagen würden. Interessanter erscheint deswegen die Überlegung, inwiefern inkonsequent mit den Gedanken Horkheimers und Adornos bzw. konsequent im Rahmen von medienkulturtheoretischen Argumentationen mit den eher unabgeschlossenen bzw. teilweise inkohärenten Ansätzen von Löwenthal, Marcuse und auch Benjamin umgegangen wird. Dazu also im Folgenden mehr.

Was ist aus der klassischen Kritischen Theorie geworden? In den vorangegangenen Ausführungen klangen bereits wiederholt Überlegungen zu den ‚Originalen' vonseiten etwa H. Dubiels, H. Steinerts, D. Kellners oder R. Behrens' an. Nun sollen drei Wissenschaftler noch einmal eingehender beleuchtet werden, die sich auf unterschiedlichen Stufen um eine Fortführung der oben ausführlich dargestellten Betrachtungen bemüht haben: J. Habermas, D. Prokop und R. Behrens.[77]

77 Zu zusammenfassenden Überblicken der jeweiligen Aktualität und Aktualisierung Kritischer Theorie vgl. statt anderer Behrens 2002b, Bonß/Honneth 1982, Füllsack 1997, Honneth 1982, Kellner 1982, Paetzel 2001 und die Beiträge in Testcard (1997). Bei den folgenden Überlegungen konzentriere ich mich auf drei Autoren mit westdeutscher Sozialisation, weil in diesem Teil Deutschlands die Demokratisierung, Amerikanisierung und Mediatisierung klarer abzulesen sind als in der (ehemaligen) DDR. Im Rahmen von Betrachtungen zur Theorie des sozialistischen Realismus und der klasseneigenen Kunst der marxistisch-leninistischen Arbeiterbewegung fanden sehr wohl auch in der DDR gesellschaftsanalytische Beobachtungen zur Popkultur statt. Pracht et al (1975) etwa beschäftigen sich im Zusammenhang mit Kunst und Kultur – allerdings eher warnend – mit Autoren wie Leslie A. Fiedler und

Warum wurden diese drei Forscher aus dem weiten Feld der Reflexionen von Kritischer Theorie ausgewählt? Jürgen Habermas fällt unweigerlich ins Auge, weil er der bekannteste Nachfolger der ersten Generation Kritischer Theoretiker ist und sich gleichzeitig von diesen doch auch deutlich abgesetzt hat.[78] Für die Kommunikations- und Medienwissenschaft ist er auch deswegen von besonderem Interesse, weil er sich um die Entwicklung einer (handlungstheoretischen) Kommunikationstheorie bemüht und dabei die Aspekte Öffentlichkeit und Massenmedien intensiv beforscht hat. Dieter Prokop hat sich seit den 1970er Jahren als Medienforscher besonders kritisch mit den gesellschaftlichen Folgen der Massenmedien auseinandergesetzt; jüngst publiziert er wieder verstärkt und scheint sich an einer Renaissance der Kritischen Theoretiker zu beteiligen. Der Philosoph und Musiktheoretiker Roger Behrens bemüht sich seit einiger Zeit um die Aufarbeitung kritischtheoretischer Überlegungen in Kontexten der Popmusik und allgemeiner Popkultur des Jahrtausendwechsels und ist damit einer der wenigen Forscher, die sich nicht nur um eine erneute Präsentation der Gedanken Kritischer Theorie verdient machen, sondern die ursprünglichen Ideen modernisieren und mit neuen Inhalten (Jazz, Popmusik etc.) auffüllen. Im Übrigen erscheinen bei allen drei Autoren, die sich eher wenig aufeinander beziehen und unterschiedlichen Generationen angehören, mannigfaltige Verweise und Verbindungen zu den unter Kapitel 3 erläuterten Ansätzen der *Cultural Studies*. Da Habermas, Prokop und Behrens unterschiedlichen Alters sind, aus unterschiedlichen Disziplinen stammen und nicht zusammengearbeitet haben, also von vornherein auch keinerlei Schulenbildung unterliegen, sollen die Kultur-Ebenen *Main* und *Sub* im Folgenden im Gegensatz zum Vorgehen bei der klasischen Kritischen Theorie (Kapitel 2.1) nicht mehr autorenübergreifend, sondern anhand der Literatur der einzelnen Autoren abgeprüft werden.

---

dessen Überlegungen zur Pop-Literatur. Auch nehmen sie Bezug auf die Veröffentlichungen von Dieter Baacke. Letztlich bleibt aber ein ähnlicher Beigeschmack wie bei der Kulturindustriethese von Horkheimer und Adorno. Die „Theoretiker der Pop-Kultur" (Pracht et al 1975: 44) werden zwar in Betracht gezogen, allerdings eher, um die Wirkungslosigkeit popkulturellen Scheinprotests aufzuzeigen: „Pop-Kultur ist selbst – von ganz wenigen Ausnahmen abgesehen – Bestandteil imperialistischer Massenkultur." (Ebd.: 46) Eine detaillierte Aufarbeitung der Stränge von Popkulturforschung in der DDR ist erst noch zu leisten. Ansatzweise und konzentriert auf Pop- und Rockmusik haben dies P. Wicke (1989, 1997, 1998 und 2001) und neuerdings S. Schäfer (2003) getan.

78 Oy bezeichnet Habermas als den bekanntesten Theoretiker der zweiten Generation Kritischer Theorie (vgl. Oy 2001: 31). Böhme/Matussek/Müller (2002: 100-103) benutzen eine alternative Einteilung: 1. Generation: Empirische Sozialforschung des *IfS* in Frankfurt und den USA; 2. Generation: aphorismenreiche, philosophische Phase der Nachkriegszeit mit Schwerpunkt auf dem Verfahren der immanenten Kritik; 3. Generation: der kommunikations- und diskurstheoretische Habermas, der verstärkt sprachanalytische und -pragmatische Modelle u.a. von Wittgenstein, Searle, Austin und Apel berücksichtigt; neuere Ansätze: Poststrukturalismen, *Cultural Studies*.

2.2.1 Theorie der kritischen Öffentlichkeit: Jürgen Habermas

Beginnen wir also mit Habermas und seinen Überlegungen zu unterschiedlichen Kulturebenen: Zunächst einmal scheint naheliegend, dass Habermas nicht die negative Geschichtsphilosophie der ersten Generation fortschreiben wollte, sondern offensichtlich ein vorrangig politisches und demokratietheoretisches Interesse daran hatte, inwiefern Partizipations- aber auch Protestmöglichkeiten für unterschiedliche Gruppierungen der Gesellschaft bestehen und inwiefern einer massenmedialen Ermächtigung der Öffentlichkeit als demokratisch zentralem Ort entgegenzuwirken ist.[79]

2.2.1.1 Habermas' Main*: Öffentlichkeit als Diskursgeflecht*

Während sich die klassische Kritische Theorie auf *die* Kulturindustrie konzentrierte und eben beschränkte, bemüht sich Habermas um den Einbezug verschiedener Ebenen einer ausdifferenzierten Gesellschaft bzw. in ausdifferenzierten Gesellschaft*en*. Dazu gehört die Berücksichtigung verschiedener Kulturindustrien nach dem Zweiten Weltkrieg, wobei sich hier aus heutiger Sicht die Frage stellt, ob es im Zeitalter zunehmender Monopolisierungs- und Globalisierungsphänomene in Wirtschaft und Kultur nicht doch *die eine weltweite* Kulturindustrie gibt.[80] Habermas setzt am Manko der Vernachlässigung divergierender Typen von Kulturindustrie(n) an, wobei er den Begriff der Kulturindustrie nie explizit benutzt, es sei denn in ausdrücklichem Bezug auf Horkheimer und/oder Adorno (vgl. Paetzel 2001: 176-190). Ferner haben die Ansätze klassischer Kritischer Theorie laut Habermas intragesellschaftliche Differenzierungen in unterschiedliche Rezipienten- bzw. Konsumentengruppen ignoriert. Ein genauerer Blick auf solche Unterteilungen hilft, sozialen Wandel durch Kritik in und aus der Öffentlichkeit zu erklären. In einem seiner zentralen Texte, dem *Strukturwandel der Öffentlichkeit* (1990 [1962]), beschreibt Habermas in einer historischen Analyse den Übergang von einer Art des liberalen Kapitalismus, der an eine demokratische Öffentlichkeit (öffentliche Meinung durch Diskussionen und Konsensbildungen, kulturelle gebildetes Publikum diskutiert neue kulturelle Phänomene kritisch) gekoppelt ist, zu einer Art von Monopolkapitalismus, der mit einer veröffentlichten Meinung einhergeht. Diese wird durch die Massenmedien konstituiert und von den Abnehmern der Kulturindustrieangebote passiv konsumiert. Habermas entwirft eine Theorie der Öffentlichkeit, die zwischen Staat und Gesellschaft vermittelt und gezielt normative Begriffe von Kultur und Kommunikation entwickelt, die zur Kritik von Institutionen und Praktiken des Kapitalismus bzw. der Kulturindustrie dienen können. Diese Überlegungen von Habermas erscheinen demnach präziser, historisch

79 Vgl. dazu einführend statt anderer Dubiel 1992: 87-94 und Oy 2001: 31.

80 Zu dieser politischen Diskussion vgl. insbesondere übergreifend Hardt/Negri 2001, 2002, für den Bereich der Werbung vgl. Klein 2002, für den Bereich der Arbeit vgl. Strasser 2001, für den Bereich der Medien vgl. Chomsky 2003 und für das globale Politische vgl. Wallerstein 2002.

und auch empirisch fundierter, um die bürgerliche Gesellschaft zu untersuchen als die seiner kritischen Vorgänger. Ebenso sind seine Überlegungen an eine praxisrelevante Umsetzung gebunden, um Herrschaftsstrukturen und Manipulationsgefahren allgemeiner Kommunikation zu durchleuchten (vgl. Kellner 1982: 510). Unschwer ist demnach zu erkennen, dass es Habermas um eine (neue) Kritische Theorie der Gesellschaft geht, die aber im Gegensatz zu etwa Horkheimer und Adorno eher progressiv operiert (vgl. dazu ausführlich Habermas 1995b: 548-593).

Der Ausgangspunkt beider Generationen von Kritischen Theoretikern bleibt sehr wohl gleich: Sowohl Horkheimer und Adorno – ebenso wie Marcuse, Löwenthal und auch Benjamin – als auch Habermas gehen von der grundsätzlichen Manipulation der Bevölkerung seitens der Massenmedien und der sie beherrschenden Gruppierungen von Staat und Privat-Konzernen aus. Allerdings schließt vor allem Adorno im Gegenüber von massenmedialer Meinung und Rezipientenmeinung den manipulativen Kreis und spricht den Rezipienten schon gar keine Eigenständigkeit mehr zu:

„Je dubioser die Gültigkeit jenes Modells [nicht nur formal freier, sondern auch der eigenen Beschaffenheit nach selbständiger Subjekte, an die von Außen appelliert wird, C.J.], desto überholter auch die Rede von Beeinflussung; die Scheidung von innen und außen wird hinfällig, wo ein Innen gar nicht mehr sich konstituiert. Die Distinktion zwischen der oktroyierten Meinung und der der lebendigen Subjekte verliert ihre Basis. Sie werden durch die zentralisierten Organe der öffentlichen Meinung wahrscheinlich mehr im Durchschnittswert ihrer kurrenten Ansichten bekräftigt, als dass sie diese als ein ihnen selbst Fremdes von jenen Medien empfingen, die denn auch in ihren Plänen auf die Aufnahmebereitschaft der ideologischen Abnehmer stets Rücksicht nehmen. Die ideologischen Prozesse bilden gleich den ökonomischen tendenziell sich zurück zur einfachen Reproduktion." (Adorno 1992: 177)

Im Anschluss beschreibt Adorno nichts anderes als die vorgegebene Schematisierung der Wahrnehmung und Beurteilung von Wirklichkeiten. Selbst wenn also die Medien nicht unbegrenzt Geschmack aufzwingen können, so präformieren sie zumindest – und dies ist eine wesentlich subtilere Beeinflussung – die Kategorien, in die Rezipienten Themen einordnen und diese durchaus mit Bewertungen bewerten. Nach Adorno ist die Kennerschaft der akzeptierten Urteile sogar wichtiger als die der Werke. Um diese Art von sekundärer Bildung zu unterstützen, schalten sich laut Adorno (ebd.: 174-175) Formen der öffentlichen Meinung zwischen die direkte Erfahrung. Anstelle der konkreten, vorbehaltlosen Erfahrung z.B. eines Musikstücks setzt sich nun die ‚Schubladisierung' des Stücks, das quasiautomatische Einordnen in Kategorien und Geschmacksrichtung. Musiker werfen dieses Vorgehen heute immer wieder Musikjournalisten vor.

Wenn sich Habermas auch später, wie noch zu zeigen sein wird, von einer solch starr-überzeugten Sichtweise verabschiedet,[81] in seinen frühen Betrachtungen sieht auch er die Hauptfunktion der Massenmedien in der manipulativen Reproduktion herrschender Ideologien und „liefert damit kein besonders brauchbares Programm kultureller Analyse und Interpretation für die Diskussion der »popular culture«." (Kellner 1982: 511) Offensichtlich hat Habermas diesen Mangel der Argumentationen der ersten Generation, diese Reduktion der Menschheitsgeschichte auf die Kausalität Naturbeherrschung = Menschheitsbeherrschung, erkannt und als wenig befriedigend für eine gesellschaftliche Analyse mit dem Ziel der Veränderung von bestehenden Verhältnissen bewertet. In seiner Diskussion des Habermasschen Schwerpunktwechsels hin zur Sprach- und Kommunikationstheorie bezeichnet Poster den wissenschaftstheoretischen Standpunkt von Horkheimers und Adorno treffend: „[S]cientific rationality was a means of dominating nature that had also become a means of dominating men." (Poster 1994: 72) Honneth pointiert deren Perspektive noch stärker: „Die Desozialisierung der Natur zieht die Desozialisierung der Gesellschaft nach sich." (Honneth 1982: 95) Während Vernunft und Natur bei Horkheimer und Adorno zentrale Kategorien darstellen, sind dies bei Habermas Gewalt und Kommunikation. Habermas schaltet folglich von Utopie auf konkrete Praxis um.

Habermas lehnt vor allem in seinen Hauptwerken (1990, 1995a, 1995b) die von Marcuse geforderte große Weigerung[82] ebenso wie die von Horkheimer und Adorno beschriebene Negation ab. Sein Fokus liegt auf der Vermittlung, auf dem Diskurs zwischen unterschiedlichen gesellschaftlichen Gruppierungen. So stellt Habermas etwa im Zuge einer Rede anlässlich des Studenten- und Schülerkongresses 1969 in Frankfurt am Main fünf Thesen zum jugendlichen Protest auf,[83] die seine gemäßigten, eher auf Verständigung abzielenden Überlegungen zusammenfassen:

„1. Das unmittelbare Ziel des Studenten- und Schülerprotestes ist die Politisierung der Öffentlichkeit. [...]
2. Die Studenten- und Schülerbewegung verdankt ihre Erfolge der phantasiereichen Erfindung neuer Demonstrationstechniken. [...]
3. Die Studenten- und Schülerbewegung geht aus einem Potential hervor, das keine ökonomische, sondern eine sozialpsychologische Erklärung verlangt. [...]
4. Die Studenten- und Schülerproteste folgen vielfach Interpretationen, die entweder ungewiss oder nachweislich falsch, in jedem Fall aber unbrauchbar sind, um Handlungsmaximen daraus abzuleiten. [...]

81 Zu einer Übersicht der Habermasschen Entwicklungen aus seiner eigenen Perspektive vgl. Habermas 1985.

82 Wobei Habermas Marcuses Rolle als Philosoph der Jugendrevolte für die studentischen Proteste durchaus bescheinigt, in diesem Zusammenhang aber ein Problem mit der Gewaltanwendung aus der gesellschaftlichen Opposition signalisiert (vgl. Behrens 2000: 120).

83 Die sechste These ergab sich aus nachträglichen Diskussionen (vgl. Habermas 1969: 5).

5. Aus der falschen Einschätzung der Situation folgt eine verhängnisvolle Strategie, welche nicht nur Studenten und Schüler auf die Dauer isolieren, sondern alle auf Demokratisierung drängenden gesellschaftlichen und politischen Kräfte schwächen muss. [...]
6. Die Taktik der Scheinrevolution muss einer langfristigen Strategie der massenhaften Aufklärung weichen." (Habermas 1969: 5-14)

Habermas lenkt ab von den seiner Meinung nach festgefahrenen Klassengegensätzen, er scheint nicht mehr an eine marxistische Revolution aus dem Arbeitertum heraus zu glauben:

„Wie kritische Theorie sich aus ihrer defensiven Haltung lösen kann, ohne doch den für deren frühe Fassung zentralen Bezug auf eine proletarische Massenbewegung noch theoretisch in Anspruch nehmen zu können, ist die Leitfrage der Habermasschen Auseinandersetzung mit der »Kritischen Theorie«." (Honneth 1982: 88)

Fazit: Die *Main*-Ebene wird bei Habermas nicht direkt skizziert. Er spricht nicht mehr von der Kulturindustrie, überträgt deren Gefahren aber sehr wohl auf den Bereich der Massenmedien, die manipulationsgefährdet sind und gegen deren oftmalige Einheitlichkeit veröffentlichter Meinung die Öffentlichkeiten aufzuklären sind. Der Monopolkapitalismus birgt die Drangsal der Monopolmeinung, die wiederum durch die Massenmedien(industrie) vorgeformt ist. *Main* wäre bei Habermas also am ehesten mit der Massenmedienindustrie und ihren kritiklosen Produzenten und Publika gleichzusetzen.

2.2.1.2 *Habermas'* Sub*: Protest als Partizipation*

Spontane und kurzfristige Gewaltaktionen eben jener Studentenrevolten gegen das Establishment oder die Massenmedien erscheinen Habermas als ebenso wenig sinnvoll. Ihm geht es um die eher mittel- bis langfristige Aufklärung und (Re)Politisierung[84] der Öffentlichkeit durch – allerdings von ihm nicht genauer definierte – soziale Bewegungen, um die Öffentlichkeit von ihrer Betäubung durch die Massenmedien, durch „publizistische Großunternehmen" (Habermas 1969: 6), zu befreien bzw. sich selbst befreien zu lassen – hier zeigt sich der frühe Habermas. Als Indikatoren der von Habermas an dieser Stelle vorausgesetzten Entpolitisierung der Öffentlichkeit sieht er die Personalisierung und Entinhaltlichung des eigentlichen Wahlvorgangs und die massenmediale Personalisierung der politischen Berichterstattung (vgl. Habermas 1968). Dies sind Bereiche, die bis heute in jedem Wahlkampf und bei Studien zur politischen Konstitution der deutschen Gesellschaft etwa weiterhin diskutiert werden. Im Rahmen dieser Befreiung von massenmedialer Narkotisierung kann mit Habermas durchaus auf Pro-

84 Zur Personalisierung und Mediatisierung von politischem und auch wirtschaftlichem System im Zuge eines neuerlichen Strukturwandels von Öffentlichkeit vgl. Imhof 2003.

test zurück gegriffen werden. Doch anstelle sich antiquierter und unaufgeklärter Gewalt zu bedienen, verlangt Habermas – ähnlich wie wenig später Enzensberger – neue Formen der Opposition:

„Die neuen Techniken der begrenzten Regelverletzung stammen aus dem Repertoire des gewaltlosen Widerstandes, das während der letzten Jahre in der amerikanischen Bürgerrechtsbewegung erprobt und erweitert worden ist. Diese Techniken gewinnen gegenüber einem bürokratisierten Herrschaftsapparat und angesichts eines publizistischen Bereichs kommerzieller Massenbeeinflussung einen neuen Stellenwert: sie dringen in die Nischen eines frontal unangreifbaren Systems ein. Sie erzielen mit relativ geringem Aufwand überproportionale Wirkungen, weil sie auf Störstellen komplexer und darum anfälliger Kommunikationsnetze gerichtet sind." (Habermas 1969: 7)

Für Habermas verlagert sich die Umsetzung Kritischer Theorie in der Praxis auf die permanente gegenseitige Ko-Interpretation emanzipierter Individuen, und zwar durch alle Gesellschaftsschichten und -formationen hindurch. Dies kann freilich nur auf der Folie von allgemein anerkannten Normen und Werten geschehen. Darauf aufbauend bilden sich qua kommunikativem Handeln Orientierungen und Deutungen heraus, die kollektive Sozialkritik anstoßen, politisierende Nischen organisieren und somit gesellschaftskritische Reproduktion leisten können. Die Folie also bilden Werte und Normen, der Rahmen wird durch symbolisch vermittelte Interaktion konstituiert, Systemopposition wird im Habermasschen Sinne zu einem Prozess nicht nur der Emanzipation, sondern des kooperativen Lernens.[85] Die Handlungskoordination dieser Lebensbereiche kultureller Reproduktion basiert laut Habermas auf interpersonaler Kommunikation. Hier setzt seine Kritik an einer Medieneuphorie an: Verständigung kann zwar durch moderne Kommunikationstechnologien organisiert und erleichtert werden, mediengesteuerte Interaktion kann kommunikatives Handeln entlasten, jedoch nicht ersetzen. Im Gegenteil, eine Überbürokratisierung und Monetarisierung dieser lebensweltlichen[86] Bereiche der Kommunikation und privaten Lebensführung – und nicht etwa, wie oft proklamiert, divergierende Wertsphären und Lebensordnungen (*clash of civilizations* bzw. *clashs of civilization*) – sorgen laut Habermas (1995b: 477-481 und 516-522) sogar für monotone Lebensstile und unabgegoltene Selbstbehauptungsbedürfnisse.

„Es gehe nun darum, Lebensbereiche, die funktional notwendig auf eine soziale Integration über Werte, Normen und Verständigungsprozesse angewiesen sei-

85 Vgl. dazu ausgiebig Honneth 1982: 114-116 und im Übrigen auch einen der ‚Gründerväter' der Cultural Studies: Thompson 1987a, 1987b.

86 Analytisch differenziert Habermas in seiner Theorie des kommunikativen Handelns Gesellschaft in Verwaltung/Staat/Bürokratie und Wirtschaft als Subsysteme des institutionellen Rahmens oder besser Systems bzw. Privatsphäre und Öffentlichkeit als konstituierende Elemente der Lebenswelt. Dabei dient Öffentlichkeit als intermediäre Kopplungsstelle, die zwischen dem politischen System und den privaten Sektoren der Lebenswelten vermittelt (vgl. Habermas 1995a und 1995b).

en, davor zu bewahren, den Systemimperativen der eigendynamisch wachsenden *Sub*systeme Wirtschaft und Verwaltung zu verfallen und über das Steuerungsmedium Recht auf ein Prinzip der Vergesellschaftung umgestellt zu werden, das für sie dysfunktional sei." (Paetzel 2001: 158)

Habermas konstatiert allerdings, dass dieses Bewahren immer weniger gewährleistet sei und schließt durchaus pessimistische Überlegungen zur gesellschaftlichen Entwicklung in Moderne und Postmoderne unter Berücksichtigung der Ausdifferenzierung der Wertsphären Recht, Moral und Kunst an (vgl. Habermas 1995b: 539-547).

Offensichtlich unter dem Eindruck der Phänomene amerikanischer und auch in der Bundesrepublik Deutschland entstehender Popkultur und -kunst diskutiert Habermas die Möglichkeiten (und Gefahren) neuer Technologien und vor allem Taktiken: „Aus der Pop-Kultur stammen jene lebendigen Gegenbilder einer dehumanisierten Welt, welche die ins Halbbewusste abgeglittenen Alltagslegitimationen durch ironische Verdoppelung der Lächerlichkeit preisgeben." (Habermas 1969: 7) Erstaunlich früh hat Habermas demnach Ideen entwickelt, wie die gesellschaftliche Opposition die die Öffentlichkeiten prägenden und entpolitisierenden ‚Gegner' entwaffnen oder zumindest irritieren kann:

„Wenn sich die neuen Techniken zureichend als im Prinzip gewaltlose, symbolisch gemeinte und altersspezifisch anwendbare Techniken des Widerstandes begreifen lassen, dann kann über ihre Funktion kein Zweifel sein. Sie sind vorzüglich geeignet, aber auch nur geeignet, um Publizitätsbarrieren zu beseitigen und Aufklärungsprozesse, massenhafte Aufklärungsprozesse, in Gang zu setzen. Die neuen Demonstrationstechniken treffen die einzige schwache Stelle des legitimationsbedürftigen Herrschaftssystems, nämlich die funktionsnotwendige Entpolitisierung breiter Bevölkerungsschichten." (Ebd.: 8)

Habermas legt immer wieder Wert auf die Demokratisierung der Gesellschaft, er warnt auch in der hier ausgiebig vorgestellten Rede eindringlich vor der überschätzten Reichweite jugendrevolutionärer Aktionen und der damit oft einhergehenden Verwechslung von (revolutionären) Symbolen und Wirklichkeiten durch falsch eingeschätzte Situationen. Wer die Protestpsychologie der Jugendlichen nicht in ihrer Virtualität von Scheinprotest beurteilt, der im Übrigen der Scheinrevolution bei Marcuse und auch Horkheimer und Adorno ähnelt, und sie als Erwachsener ernst nimmt, verfällt dem Irrglauben ihrer gesamtgesellschaftlichen Reichweite. Statt massenhafter Aufklärung kann dies zur isolierten, so genannten Scheinrevolution und somit einem Ersatzprotestschauplatz werden. Habermas plädiert deshalb für die Koalition mit bereits etablierten gesellschaftlichen Gruppen, spricht für Provokation, lehnt aber jegliche Gewaltanwendung ab. Ansonsten sieht er diese Verlagerung auf scheinrevolutionäre Schauplätze – Habermas spricht vom „kulturelle[n] Substrat staatsbürgerlicher Solidarität" (Habermas 1998: 110) – lediglich als weiteren Grund für das zunehmende Demokratiedefizit

von Nationalstaaten. Die Begeisterung für popkulturelle Phänomene erscheint bei ihm knapp dreißig Jahre später wesentlich abgeklungen:

„Globale Märkte sowie Massenkonsum, Massenkommunikation und Massentourismus sorgen für die weltweite Diffusion von oder Bekanntschaft mit standardisierten Erzeugnissen einer (überwiegend von den USA geprägten) Massenkultur. Dieselben Konsumgüter und Konsumstile, dieselben Filme, Fernsehprogramme und Schlager breiten sich über den Erdball aus; dieselben Pop-, Techno- oder Jeansmoden erfassen und prägen die Mentalität der Jugend noch in den entferntesten Regionen; dieselbe Sprache, ein jeweils assimiliertes Englisch, dient als Medium der Verständigung zwischen den entlegensten Dialekten. Die Uhren der westlichen Zivilisation geben für die erzwungene Gleichzeitigkeit des Ungleichzeitigen den Takt an. Der Firnis einer kommodifizierten Einheitskultur legt sich nicht nur auf fremde Erdteile. Er scheint auch im Westen selbst die nationalen Unterschiede zu nivellieren, so dass die Profile der starken einheimischen Traditionen immer mehr verschwimmen." (Ebd.: 114-115)

Allerdings räumt Habermas anschließend durchaus ein, dass Prozesse popkultureller Produktion, Distribution, Rezeption und Weiterverarbeitung nicht nur zur Einebnung, sondern auch zur Schaffung von Kreativität motivieren können, wenngleich Paetzel ihm im Fazit zu Habermas' Überlegungen zur Kulturindustrie eine doch sehr düstere Sichtweise unterstellt, die stark an Adorno erinnert. Habermas hat die Potenziale der Popkultur deutlicher als Adorno erkannt, fordert mit seinen Ausführungen deren oppositionelle Nutzung und warnt vor der Ermächtigung seitens der Massenmedien durch die Fragmentierung der einen, großen Öffentlichkeit: „Das fragmentierte Alltagsbewusstsein verhindere eine Ideologiebildung der klassischen Art – und sei selbst zur herrschenden Form der Ideologie geworden." (Paetzel 2001: 184) Gegen diese Fragmentierung durch die Massenmedien und für eine neue Kritik vonseiten großer Öffentlichkeiten, für die Befreiung der Menschen von unnötiger und ungerechter Herrschaft bzw. deren grundlegendes Verhindern argumentiert Habermas. Die große, aufgeklärte Öffentlichkeit könnte mit ihrer gebildeten Kritik dann zur großen Weigerung im Sinne Marcuses führen.

In diesem Zusammenhang erscheint Habermas der Zugang zu den Massenmedien als Grundvoraussetzung gesellschaftlicher Veränderung. Die Massenmedien dienen der von Habermas genau analysierten bürgerlichen Öffentlichkeit gewissermaßen als Institution der Meinungsverbreitung (vgl. Habermas 1990). Damit einher geht ein Strukturwandel der Öffentlichkeit. Die öffentliche Meinung wird zunehmend nicht mehr von einem Kollektiv individueller Meinungen bestimmt, sondern qua massenmedialer Veröffentlichung von einer veröffentlichten Meinung einiger medialer Organisationen. Da Habermas die Gefahr der Meinungsmonopolisierung heranziehen sieht und daher in diesem Sinn Massenmedien mit Kulturindustrie gleichsetzt, plädiert er – ganz konform mit Ideen Benjamins, Brechts und Enzensbergers – für die Mitsprache und somit Autonomisierung der Bevölkerung

mit Hilfe der Medien(technologien). Dieses Prinzip der grundsätzlichen Zugänglichkeit der Publizität von Meinungen wird aber bedroht:

„Mit der Kommerzialisierung und der Verdichtung des Kommunikationsnetzes, mit dem wachsenden Kapitalaufwand für und dem steigenden Organisationsgrad von publizistischen Einrichtungen wurden die Kommunikationswege stärker kanalisiert und die Zugangschancen zur öffentlichen Kommunikation immer stärkerem Selektionsdruck ausgesetzt. [...] Die durch Massenmedien zugleich vorstrukturierte und beherrschte Öffentlichkeit wuchs sich zu einer vermachteten Arena aus, in der mit Themen und Beiträgen nicht nur um Einfluss, sondern um eine in ihren strategischen Intentionen möglichst verborgene Steuerung verhaltenswirksamer Kommunikationsflüsse gerungen wird." (Ebd.: 27-28)

Habermas differenziert deshalb zwischen öffentlicher Einflussnahme von Seiten der Medien und Konzerne, um Einwilligung und letztlich Kaufbereitschaft zu erzeugen (vertikal) und den eher kritischen Diskursen selbstgesteuerter, schwächerer Institutionen (horizontal). Er erkennt demnach das ambivalente Potenzial der Massenmedien, während Horkheimer und Adorno die Kulturindustrie als den lähmenden Kitt des Kleinbürgers aburteilten. Diese Argumentation benötigen Horkheimer und Adorno, um die soziale Integration des Bewusstseins auf verschiedenen Ebenen (Profitinteressen, Großkonzerne, Massenmedien, Medienproduktionen, Techniken, Verwaltungen) und deren Folge für das Subjekt (umgekehrte Psychoanalyse) zu erläutern und begründen, so konzentriert sich Habermas auf die Analyse der Massenmedien als ambivalente generalisierte Form der Kommunikation (vgl. Paetzel 2001: 183). Ein besonderes Augenmerk gilt Habermas dabei der Werbung und der Werbeöffentlichkeit, wie G. Zurstiege ausführt (vgl. Zurstiege 2003b: 44-52). Habermas sieht nach Zurstiege aufseiten der Medien die Gefahr der gesellschaftsweiten Verbreitung einer ‚Integrationskultur', die den ehemals freien Meinungsaustausch des Publikums auf Konsumartikel abrichtet und ihn so zu einem kontinuierlichen Konsumtraining degenerieren lässt (vgl. Habermas 1990: 275-292 und Zurstiege 2003b: 46-48).

Der Wandel von bürgerlicher Öffentlichkeit zu refeudalisierter Werbeöffentlichkeit bei Habermas erinnert stark an den Wechsel der Bedeutung von Kunst zur Massenkunst bei Marcuse. Dadurch verliert die Öffentlichkeit wie auch die Kunst ihre aufklärerische und auch gegenkontrollierende Funktion, wobei Habermas durchaus die beiden Gruppen manipulierter und kritischer Öffentlichkeit beachtet. Überhaupt fragt man sich, warum Habermas zwar Kunst als einen der Bereiche gesellschaftlicher Kritik und Reproduktion benennt, diesen aber offensichtlich nicht weiter analysiert. Habermas erkennt und akzeptiert die gesellschaftliche Beobachtung von Kunst als nunmehr Institution und Kritikplattform gegenüber der Adornoschen Version von Kunst als Schönem, Wahren und vor allem als autonomen Werk. Kunst und vor allem deren Avantgarde hat sich laut Habermas seit des

Wechsels vom 19. zum 20. Jahrhundert als gesellschaftliche Sollbruchstelle und somit Steinbruch für Kritikansätze etabliert:

„Dieser Eigensinn des Ästhetischen, also das Objektivwerden der dezentrierten, sich selbst erfahrenden Subjektivität, das Ausscheren aus den Zeit- und Raumstrukturen des Alltags, der Bruch mit den Konventionen der Wahrnehmung und der Zwecktätigkeit, die Dialektik von Enthüllung und Schock, konnte erst mit der Geste des Modernismus als Bewusstsein der Moderne hervortreten, nachdem zwei [...] Bedingungen erfüllt waren. Das ist einmal die Institutionalisierung einer vom Markt abhängigen Kunstproduktion und eines durch Kritik vermittelten, zweckfreien Kunstgenusses; und zum anderen ein ästhetizistisches Selbstverständnis der Künstler, auch der Kritiker, die sich weniger als Anwalt des Publikums verstehen, sondern als Interpreten, die zum Prozess der Kunstproduktion selbst gehören. [...] [D]ie Medien der Darstellung und die Technik der Herstellung avancieren selbst zum ästhetischen Gegenstand." (Habermas 1994: 45)

Habermas setzt also ein neu entstandenes autonomes Kunstsystem (und nochmal: Kunst als gesellschaftliche Institution) voraus, lässt seinen Beobachtungen hingegen keine genaueren Analysen dieses Bereichs folgen und warnt schließlich sogar vor überzogenen Ansprüchen an die Kunst:

„[D]ie Versuche, alles als Kunst und jeden als Künstler zu deklarieren; alle Maßstäbe einzubeziehen, ästhetische Urteile an die Äußerung subjektiver Erlebnisse anzugleichen – diese inzwischen gut analysierten Unternehmungen lassen sich heute als Nonsens-Experimente verstehen [...]. Der radikale Versuch der Aufhebung der Kunst setzt ironisch jene Kategorien ins Recht, mit denen die klassische Ästhetik ihren Gegenstandsbereich eingekreist hatte; [...] Das Scheitern der surrealistischen Revolte besiegelt den doppelten Irrtum einer falschen Aufhebung." (Ebd.: 46-47)

An diesem Punkt erscheint Habermas daher wenig präzise, im Zuge einer allgemeinen Entdifferenzierung und dem damit zusammenhängenden Funktionswandel verschwimmen die Grenzen zwischen Kunst und Nicht-Kunst (1.), ebenso zwischen Kulturindustrie und Kunst (2.) sowie zwischen Kulturindustrie und Massenmedien (3.). Diese drei Hybridisierungen im Sinne von Habermas können kurz zusammengefasst werden:

1. Kunst wird in der spätkapitalistischen Gesellschaft als Bereich kultureller Werte neutralisiert. Wenn nicht mehr über Normativität definiert wird, was Schön-, was Künstlerisch-Sein bedeutet, stellt Kunst auch keine Wertsphäre mehr dar. Was aber ist dann die Funktion der Kunst?[87]

87 Eine ausführliche Diskussion der Unterscheidung Kunst/Nicht-Kunst bzw. der Funktion der Kunst kann hier nicht geleistet werden. Sicherlich kann aber Luhmann zugestimmt werden, dass Kunst gewissermaßen umgeschaltet wurde von Konstituierung des Schönen auf Thematisierung und Brechung von Wahrnehmungsmodi anderer Bereiche unter Einführung dieser Brechung in die Wahrnehmungsmodi selbst (angelehnt an einen Wechsel vom *Was* zum *Wie* der Kunst) Vgl. Luhmann 1990 bzw.

2. Kunst wird kommerzialisiert und somit vom ökonomischen System kolonialisiert. Auf dem Markt sind alle Produkte gleich, einerlei aus welchem anderen System sie herrühren: Es gilt, verkauft zu werden.
3. Die Kommerzialisierung des Kunstbereichs lässt sich über dessen Mediatisierung beobachten, wobei auch diese wieder kommerzialisiert wird. Demzufolge ist bei Habermas von Massenmedien im Sinne der Kulturindustrie die Rede und wird diese Gleichstellung von ihm nicht näher erläutert. Ferner vermeidet Habermas, den Kulturindustrie-Begriff der klassischen Kritischen Theorie weiter zu verwenden.

Genau in diesen Punkten, die für eine Betrachtung von Medien, Massenkultur (*Main*) und Subkultur (*Sub*) fundamental erscheinen, bleibt Habermas also erstaunlich vage.

Es darf freilich nicht vergessen werden, dass Habermas z.B. im Vorwort zur Neuauflage seines *Strukturwandel der Öffentlichkeit* 1990 (in der ersten Fassung 1962) Revisionen und Ausdifferenzierungen des Originals vorschlägt, um aktuellen Entwicklungen gerecht zu werden:

„Kurzum, meine Diagnose einer geradlinigen Entwicklung vom politisch aktiven zum privatistischen, »vom kulturräsonierenden zum kulturkonsumierenden Publikum« greift zu kurz. Die Resistenzfähigkeit und vor allem das kritische Potential eines in seinen kulturellen Gewohnheiten aus Klassenschranken hervortretenden, pluralistischen, nach innen weit differenzierten Massenpublikums habe ich seinerzeit zu pessimistisch beurteilt. Mit dem ambivalenten Durchlässigwerden der Grenzen zwischen Trivial- und Hochkultur und einer »neuen Intimität zwischen Kultur und Politik«, die ebenso zweideutig ist und Information an Unterhaltung nicht bloß assimiliert, haben sich auch die Maßstäbe der Beurteilung selber verändert." (Habermas 1990: 30)

In dieser Überarbeitung der ursprünglichen Überlegungen deutet sich eine Transformationsmöglichkeit für Forschungen zu Kulturebenen in der Mediengesellschaft und auch zu popkulturellen Protestformen bzw. -potenziale in Gestalt von *Subs* an. Habermas geht somit nicht nur auf die Ausdifferenzierung der Produktion, Distribution und vor allem der Rezeption und Weiterverarbeitung in der Mediengesellschaft ein.[88] Er konstatiert auch die gesamtgesellschaftlichen Diffusionen und Aufweichungen von (Klassen)Grenzen, von traditionellen Verbindlichkeiten und übergreifenden Normen und Werten.[89]

1997b: 215-300 und zur Unterscheidung Kunst/Nicht-Kunst bzw. Kunst/Gegen-Kunst die schon erwähnten Weibel 1989, Danto 1996 sowie Diederichsen 2000, Schmidt 1971, 1987b, 1999b, Sontag 1999, Weber 1999.

88 „Die Tatsache, dass in den sozialstaatlichen Massendemokratien der Klassenkonflikt, der die kapitalistischen Gesellschaften in der Phase ihrer Entstehung geprägt hat, institutionalisiert und damit stillgelegt worden ist, bedeutet nicht die Stillstellung von Protestpotentialen überhaupt." (Habermas 1995b: 576)

89 Zu einer ausführlichen Darstellung der Wandlungen von durch Kirche und Adel geprägten, ständischen zu funktional differenzierten und säkularisierten Gesellschaften

„Wenn aber die Sozialisationsbedingungen der Familie auf die Mitgliedschaftsbedingungen der Organisationen, denen die Heranwachsenden eines Tages genügen sollen, funktional nicht mehr abgestimmt sind, werden die Probleme, die der Jugendliche in der Adoleszenz lösen muss, für immer mehr Jugendliche unlösbar. Ein Anzeichen dafür ist die gesellschaftliche und sogar politische Bedeutung, die jugendliche Protest- und Aussteigerkulturen seit dem Ende der 60er Jahre gewonnen haben." (Habermas 1995b: 570)

Erst dadurch und durch die Kommerzialisierung der Kommunikation und Massenmedien wird demzufolge ein Fundament für mögliche *Re*aktionen in Form von *Subs* gelegt. Diese allerdings wirken laut Habermas zunächst eher unbeholfen und wenig effektiv: „Die subkulturellen Spiegelungen, in denen die Sozialpathologien der Moderne gebrochen und zurückgeworfen werden, behalten deshalb die Subjektivität und Zufälligkeit *unbegriffener* [Hervorhebung im Original, C.J.] Ereignisse." (Ebd.: 553)

Kein Wunder also, dass Habermas eher selten im Zusammenhang mit den studentischen Protesten der 1960er Jahre genannt wird und seinerzeit auf großen Widerspruch seitens oppositioneller Gruppen stieß, obwohl er sich mit solchen Phänomenen sehr wohl auseinander setzte.[90] Dabei wird oft übersehen, dass Habermas immer wieder von einer Wechselseitigkeit der Möglichkeiten zur Artikulation und Einflussnahme spricht, letztlich aber diese Artikulationsmöglichkeiten durch kommerzialisierte Massenmedien gefährdet sieht, da diese den bei Marcuse repressive Toleranz genannten Mechanismus bereits eingebaut hätten: „Die Ausschöpfung dieses autoritären Potentials bleibt aber stets prekär, weil in die Kommunikationsstrukturen selber das Gegengewicht eines *emanzipatorischen Potentials* [Hervorhebung im Original, C.J.] eingebaut ist." (Ebd.: 573) Im Grunde erscheint Habermas in seiner abwägenden Position sogar weitaus anwendbarer für eine Diskussion gesamtkultureller Phänomene als etwa Adornos Kulturkritik. Auch triviale Formen populärer Unterhaltung können laut Habermas sehr wohl kritische Botschaften enthalten. Kellner, der sich hier auf Habermas bezieht, formuliert pointiert: „Popular Culture as Popular Revenge" (Kellner 1979: 35).[91] Ebenso können die vorgeformten, ideologischen Botschaften der Massenkultur ihre Adressaten verfehlen oder zumindest nicht derart manipulieren wie dies noch die erste Generation der Kritischen Theorie vorausgesetzt hatte, weil die intendierte Bedeutung unter Rezeptionsbedingungen eines bestimmten subkulturellen Hintergrundes in ihr Gegenteil verkehrt werden kann. Diese Argumentationen Habermas' rühren sicherlich

und der damit verbundenen Möglichkeiten und Risiken individueller Freiheiten und Erfahrungen vgl. statt anderer Habermas 1990, Schmidt 1989 und Zurstiege 2003b.

90 Vgl. zu dieser Diskussion den von Oskar Negt (1969) herausgebrachten Sammelband mit Antworten linker Denker auf Habermas' genannte Ausführungen zu studentischen Revolutionsbestrebungen.

91 Im Zusammenhang mit seinen Ausführungen zu (jugend- und sub-)kulturellem Protest bezieht sich Habermas immer wieder auf die hier bereits mannigfaltig erwähnten Überlegungen D. Kellners, der ja selbst eine Zeit lang in Deutschland Kritische Theorie studiert hat und diese Erfahrungen später in den USA. modifiziert gelehrt hat.

auch daher, dass sich die klassenspezifischen Konflikte hin zu Konflikten quer durch die traditierten Schichten hindurch verschoben haben:

„Es geht nicht primär um Entschädigungen, die der Sozialstaat gewähren kann, sondern um Verteidigung und Restituierung gefährdeter, oder um die Durchsetzung reformierter Lebensweisen. Kurz, die neuen Konflikte entzünden sich nicht an *Verteilungsproblemen* [Hervorhebung im Original, C.J.], sondern an Fragen der *Grammatik von Lebensformen* [Hervorhebung im Original, C.J.]." (Habermas 1995b: 576)

Neben den verbliebenen Fragen um ökonomische Parzellierungen des kapitalistischen Wachstums geht es vielen, vollkommen unterschiedlichen Protest-Gruppen um höchst unterschiedliche Motive. Habermas spricht von einer „bunt zusammengewürfelten Peripherie." (Ebd.: 577) Genau an dieser Stelle setzen auch die Probleme heutiger Popkultur-forschung ein. Denn eine pauschale Analyse und Bewertung solcher Protestphänomene aus den *Subs* ist in Folge ständig emergierender, verschwindender bzw. allgemein wechselnder Szenen, Gruppen und deren Themen äußerst schwierig – dies hat auch Habermas erkannt.

Interessant für Analysen zu den *Subs* von Kultur erscheint Habermas' Einteilung protestierender Gruppen in aktiv-produktive Emanzipationsbewegungen versus eher destruktiv-passive Widerstands- und Rückzugspotenziale.[92] Habermas differenziert also auch innerhalb der *Sub*-Ebenen von Kultur nochmals. Während erstere sich um die Eroberung neuer Territorien innerhalb der Gesamtgesellschaft bemühen, versuchen letztere stark formalisierte, vororganisierte Handlungsbereiche in kommunikativ-strukturierte umzuwandeln. Habermas nennt als allgemeingültige gemeinsame Problemlagen dieser Bewegungen Umweltprobleme, Überkomplexitätsprobleme der Kontingenzspielräume und Überlastungen der kommunikativen Infrastruktur. Im Zusammenhang mit letzterem Problem sieht Habermas das Leiden an kulturellen Entzugserscheinungen einer in dieser Hinsicht verarmten Alltagspraxis. Müssten aber in diesem Fall nicht etwa Institutionen wie Museen oder Theater (um diese traditionell-hochkulturellen Themen scheint es Habermas denn doch wieder zu gehen) ständig überlaufen sein? Der Schwerpunkt dieser Beobachtungen ruht daher auf politischen Protesten, aber Habermas weiß, wie schon erwähnt, um die Bedeutung jugend- bzw. subkultureller Protestformen:

„Schließlich negieren jene Formen des Protestes, die von der ungerichteten Explosion der Jugendkrawalle (»Züri brännt«) über kalkulierte oder surrealistische Regelverletzungen (im Stil der amerikanischen Bürgerrechtsbewegung und des Studentenprotestes) bis zu gewaltsamen Provokationen und Ein-

92 Diese Einteilung erinnert stark an Schwendters Modell regressiver und progressiver Subkulturen (vgl. Schwendter 1993: 37-59).

schüchterungen reichen, die Definitionen der Staatsbürgerrolle und die Routinen einer zweckrationalen Durchsetzung von Interessen." (Ebd.: 581-582)

Die Verquickung der einzelnen Phänomene unter dem Label gesellschaftlicher Irritationen erscheint typisch. Die konkreten Schlussfolgerungen und Konsequenzen für die Kulturindustrie und vor allem deren Rezipienten behandelt Habermas allerdings meist nur peripher oder gelangt zu heutzutage seltsam anachronistisch anmutenden Forderungen nach Gegeninstitutionen:

„Die Aufwertung des Partikularen, Gewachsenen, Provinziellen, der überschaubaren sozialen Räume, der dezentralisierten Verkehrsformen und entspezialisierten Tätigkeiten, der segmentierten Kneipen, der einfachen Interaktionen und entdifferenzierten Öffentlichkeiten soll die Revitalisierung verschütteter Ausdrucks- und Kommunikationsmöglichkeiten fördern." (Ebd.: 581)

Habermas' Vorstellung einer kritischen bürgerlichen Öffentlichkeit, die vermittelt, überwacht und Herrschaftsmonopole eindämmt, erscheint idealtypisch und lediglich wünschenswert.[93] Und auch seine Einschätzung von Kunst und Kunstkritik als Organisationsmöglichkeit mündiger Publika mutet etwas demokratisch-gutgläubig an. Wenn auch später Vertreter der *Cultural Studies* auf solche Aspekte zurückkommen und ausgiebig die Rede von Medienaneignung sein wird, so überschätzt Habermas doch die kritischen Potenziale von Philosophie, Literatur und Kunst. Dem kritischen Soziologen G. Oy, der sich mit den Kritikmodellen Habermas beschäftigt, ist insofern zuzustimmen, als dieser hier nicht vom (von Habermas ersehnten) Abbau von Macht durch Kritik, sondern lediglich von der Einführung neuer Formen von Macht-, Herrschafts- und Gewaltverhältnissen redet.

„[I]n dem Maße, in dem nichtbürgerliche Schichten in die politische Öffentlichkeit eindringen und sich in den Besitz ihrer Institutionen setzen, an Presse, Parteien und Parlament teilhaben, wendet sich die vom Bürgertum geschmiedete Waffe der Publizität mit der Spitze gegen es selbst." (Habermas 1990: 205)

Wie wenig die Spitze gedreht wurde, zeigen die Schwierigkeiten der Partizipation am massenmedialen Diskurs und darüber hinaus die Effektivität der Diskurse, sofern der Zugang überhaupt erst einmal erreicht bzw. in der Regel gewährt wurde. Der Diskurs als Auseinandersetzung von Individuen mit erkennbaren Sachverhalten und Diskussion als Abwägen des Für und Wider finden offensichtlich kaum statt:

93 Einen Schritt weiter geht z.B. der sich mit Habermas auseinander setzende Kommunikationswissenschaftler G. Zurstiege, der im produktiven Gegensatz zu Habermas und mit Luhmann von der Erosion der politischen Autorität spricht und somit Dissens als gesellschaftliches Produkt neuer Formen mediatisierter Öffentlichkeiten sieht und nicht Konsens, auf den im Wesentlichen alle Beobachtungen von Habermas abzielen (vgl. Zurstiege 2003b: 45).

„Öffentliche Meinung werde ersetzt durch bloße Addition von Einzelmeinungen, der Bürger werde somit als Publikum desintegriert, vereinzelt. Zu keiner rationalen Entscheidung mehr fähig, werde der einstige räsonierende Bürger zur bloßen Manövriermasse von Parteien, Behörden und Unternehmen." (Oy 2001: 34)

Fazit: Habermas sieht Möglichkeiten des Protests in der großen Öffentlichkeit. Zu diesem, insbesondere wenn er gewaltfrei und intellektuell ablaufen soll, muss erzogen werden. Diese Potenziale lagern laut Habermas in der Öffentlichkeit, welche sich aber der Mittel der Massenmedien zur Artikulation bedienen müsste. Da bei Habermas, wie oben beschrieben, *Main* am ehesten in Form von Massenmedienindustrie zu verstehen ist, können von dort ausgehend auch Protestbewegungen als *Subs* starten. Diese operieren laut Habermas über Diskurse und nicht so sehr über Aktionen.

2.2.1.3 *Fazit Habermas: Öffentlichkeiten als Verortungen der Kultur-Ebenen*

Was also kann gegenüber der ersten Generation Kritischer Theorie von Habermas zusammenfassend für die vorliegende Analyse genutzt werden? Letztlich bleibt eine generelle Betrachtung von Öffentlichkeiten und Gegenöffentlichkeiten[94], die sich zunehmend über Massenmedien (*Main*) in Kulturen artikulieren. Ferner erscheinen die gegenüber klassischer Kritischer Theorie ausdifferenzierten Überlegungen zu sozialen Bewegungen und deren Formen von Protest (*Subs*) hilfreich, weil sie die Kulturbegrifflichkeit erweitern. Es fehlen konkrete Schlussfolgerungen oder Anwendungen für zeitgemäße medienkulturelle Forschungen. Habermas steht, wie oben bereits erwähnt, sehr unter dem Eindruck des politischen Motivs der Verständigung und der kommunikativen Vermittlung. Längst dürfte nachgewiesen worden sein, dass das Herausbilden – wie Habermas auch im Vorwort zur Neuauflage des *Strukturwandel* selbst bemerkt – veröffentlichter Meinungen keineswegs zu einer Demokratisierung der Gesellschaft führen muss. Zunächst bilden sich ganz im Gegenteil neue Hürden und Selektionsstufen heraus. Wie aber damit im Mediengebrauch umgegangen werden kann, wie eventuell dagegen protestiert werden kann, um im Sinne einst bürgerlicher, dann subjektiver, schließlich der Meinungs-Freiheit Einfluss auf das politische Geschehen auszuüben und im Sinne Zurstieges[95] den Wi-

94 Zur Genese politisch motivierter Gegenöffentlichkeiten bzw. zur Dialektik zwischen bürgerlicher und proletarischer Öffentlichkeit vgl. grundlegend und in Reaktion auf Kritische Theorie Negt/Kluge 1972, 2001a, 2001b. In einer an Gramscis Thesen einer Hegemonie von Kultur erinnernden Schichtung von Kulturebenen lagert die proletarische Kultur laut Negt/Kluge unterhalb der bürgerlichen Kultur. Letztere gerät in Krisensituationen, wodurch die proletarische Kultur ausbricht und sich artikulieren kann (vgl. Negt/Kluge 1972: 8). Behrens (2000: 120) spricht in diesem Zusammenhang kritisch vom verklärten Bild und der Illusion einer sich selbst aufklärenden Masse.

95 „Die sekundäre, mediatisierte, manipulierte Öffentlichkeit, so lässt sich diese Beobachtung theoretisch weiter zuspitzen, geht der ‚eigentlichen', höherwertigeren bürgerlichen Öffentlichkeit genau so voraus, wie etwa die Kultur der Natur [.]" (Zurstiege 2003b: 51) Vgl. zum derartigen Beobachtungsverfahren ex negativo auch Bertemes

derspruch von Freiheit (der Meinung) gegenüber Ausschluss (unterprivilegierter Gruppen) aufzulösen, das deutet Habermas zumeist nur an,[96] Aspekte von (ökonomischer) Medientheorie und (politische) Überlegungen zur Popkultur nimmt Habermas nicht weiterführend in seine Entwürfe auf (vgl. auch Suchsland 2000). *Main* lagert bei Habermas auf der Ebene von Massmedienindustrien und deren unreflektierter Akzeptanz großer Öffentlichkeiten, *Subs* sind in Gegenöffentlichkeiten zu finden, die sich aus den Nischen der Massenmedienindustrie artikulieren. Ganz klar wird bei Habermas demnach nicht, ob die *Subs* im *Main* lagern oder von außen eindringen.

2.2.2 Kritische Medienforschung: Dieter Prokop

Während also Habermas die Rolle und Strukturierung der Medien zwar in ihrer politischen Bedeutsamkeit interessieren, beleuchtet er die Machtpotenziale und -gefälle zwischen Produktions- und Rezeptionsseite eher weniger. Schauen wir deswegen auf den Frankfurter Mediensoziologen Dieter Prokop, der sich seit den 1970er Jahren intensiv mit dem Zusammenhang zwischen Medien und Macht beschäftigt. Prokop bezeichnet sich selbst als kritischen Medienforscher[97] und kann als nahezu einziger genuiner Medienforscher der Kritischen Theorie moderner Prägung bzw. zweiter Generation bezeichnet werden.

Prokop gab im Laufe der 1970er Jahre neben zwei Monographien (1974, 1979) drei viel zitierte Sammelbände zur *Massenkommunikationsforschung* (1972, 1973, 1977) heraus, welche dann in den 1980er Jahren überarbeitet und unter dem neuen Titel *Medienforschung* wiederveröffentlicht wurden (1985a, 1985b, 1986).[98] Anfang des neuen Jahrtausends sind nun erneut einige Bände – diesmal Monographien – von Prokop kurz aufeinander folgend publiziert worden (2000, 2001, 2002b, 2003). Mit diesen Publikationswellen geht es Prokop offensichtlich um eine Intensivierung eines kritischen, wissenschaftlichen Nachdenkens über die Medien, weil die eher institutionellen Ansätze der Gesellschaftsforschung über all die Jahrzehnte hinweg weder Macht- noch Herrschaftsverhältnisse präzise genug erfasst und kritisiert hätten (vgl. bereits Prokop 1974: 8).

Bevor Prokops Vorschläge genauer vorgestellt und beleuchtet werden sollen, kann zum Start konstatiert werden: Prokop verortet sich als Kritischer Theoretiker auf Basis und doch auch jenseits der ersten Generation der

2001 bzw. Jacke/Zurstiege (2003b) sowie vor allem die Beiträge in Jacke/Zurstiege (Hg.) (2003).

96 So etwa bindet er erst in seinen Revisionen zum *Strukturwandel* Perspektiven aktiver und auch kontrastierender Medienrezeption von St. Hall und R. Williams ein und rückt ab von Modellen linear-kausaler Medienwirkungen (vgl. Habermas 1990: 21-33 und in Reaktion Oy 2001: 31-35, der von gefährdeter Öffentlichkeit schreibt).

97 Vgl. http://www.gesellschaftswissenschaften.uni-frankfurt.de/dprokop (Stand: 24.07.2004).

98 Vgl. zum Begriffswandel Prokop 2003: 40-41. Im Grunde wünscht sich Prokop mittlerweile den ursprünglichen Titel zurück, da der Begriff *Massenkommunikation* kritisch-dialektischer als der der *Medien* sei.

Kritischen Theorie und zugleich auch auf Distanz zu Habermas' (und auch B. Brechts) Perspektive und Hoffnung auf eine diskurs- und vernunftorientierte (Medien)Gesellschaft: „Tatsächlich sind die Massenmedien in der bestehenden gesellschaftlichen Situation keine »*Kommunikationsapparate*« [Hervorhebung im Original, C.J.]: keine Apparate zur folgenreichen Kommunikation über gesellschaftsrelevante Fragen." (Ebd.) Stattdessen erscheinen die Massenmedien Prokop zufolge als institutionalisierte Bestandteile der Produktionsverhältnisse und somit Machtpotenziale. Um deren Bedeutung für eine Gesellschaft deutlicher herauszuarbeiten, bedarf es laut Prokop einer neuen Kritischen Theorie:

„Die heutige Beschäftigung mit den Medien braucht die kritische Theorie Adornos und Horkheimers, weil jene Dimensionen der Analyse und der Kritik entwickelte, die tiefer gehen als heutige »Ansätze«, die sich meist um nichts anderes sorgen als um Integration, Anschluss und irrationales Re-Embedding der Menschen." (Prokop 2003: 9)

Bevor auf Prokops genauere Vorstellung von einer neuen kritischen Medienforschung eingegangen wird (vgl. Kapitel 2.2.2.1 bis 2.2.2.3), sollen zunächst seine Hauptkritikpunkte an anderen, für die 1980er, 1990er Jahre und bis heute typischen Ansätzen der Medienforschung wiedergegeben werden. Diese machen nicht nur Prokops eigenen Standpunkt klarer, sondern erscheinen überdies in der Stoßrichtung recht typisch für eine Kritik an ‚neueren' kommunikations-, medien- und kulturwissenschaftlichen Paradigmen wie Systemtheorien, Konstruktivismen, *Cultural Studies* oder Poststrukturalismen/Postmodernismen.

Prokop kritisiert bereits seit den 1970er Jahren die von ihm so genannte positivistische Massenkommunikations- bzw. Medienforschung.[99] Am Beispiel der über die Kommunikations- und Medienwissenschaft hinaus bekannt gewordenen Lasswell-Formel „Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?" (Lasswell 1948: 37) baut Prokop seine fundamentale Kritik an strukturell-funktionalen Ansätzen auf:

„Die Dauerhaftigkeit der Lasswell-Formel hat ihren Grund in der in ihr selbst sich ausdrückenden theorielosen, mechanistischen Betrachtungsweise der positivistischen Massenkommunikationsforschung. Diese wiederum korrespondiert dem Interesse der die Forschung finanzierenden Konzerne, denen vor allem die

99 Mit diesen Begriffen, die sich parallel zu Prokops eigenem Ansatz einer neuen kritischen Massenkommunikations- bzw. später Medienforschung entwickelten, verbindet Prokop im Deutschsprachigen vor allem Publizistikwissenschaftler wie K. Renckstorf oder F. Ronneberger und später vor allem den Soziologen N. Luhmann, systemtheoretisch-konstruktivistische Medienwissenschaftler wie S.J. Schmidt oder N. Werber und Wissenschaftler im Umfeld der *Cultural Studies* wie L. Mikos oder R. Winter. Demgegenüber stellt Prokop die abstrakt-kritische Massenkommunikations- bzw. Medienforschung, welche Medienangebote ebenso als „Entsprechung der Bedürfnisse und Bewusstseinsstrukturen – hier jedoch: »falscher« [...] betrachtet." (Prokop 1974: 128)

Kenntnis unmittelbarer »Effekte« für den kurzen Zeitraum, mit dem sie kalkulieren, einigermaßen sichere Investitionen gewährleistet." (Prokop 1974: 119)

Dementsprechend liege das Hauptinteresse der positivistischen Ansätze darin, „dass alles, gleichwie, »funktioniert«" (ebd.: 120), Funktionaliät aber noch keine Qualität im Sinne einer Leitlinie für ein richtiges Leben bedeutet. Prokop genügen die Analysen der Strukturen nicht, denn er versteht eine kritische Wissenschaft als reale Opposition zum Bestehenden. Ihm fehlt an den erwähnten Ansätzen überdies das kritische Moment des *Warum* (vgl. ebd.: 118). Dass Kommunikationswissenschaftler wie K. Merten (1974) oder später – wiederum ergänzt um eine Kritik auch an Merten – Schmidt/Zurstiege (2000a: 58-63) längst eine Erweiterung der statischen Lasswell-Formel gefordert und nach dem *Why* gefragt haben, übersieht Prokop offenbar bis heute.[100]

Die bei Prokop immer wieder in Ungnade fallenden, genannten Ansätze sind dem kritischen Medienforscher zu devot und opportunistisch (vgl. jüngst Prokop 2002a: 403-405 und Prokop 2003: 9). Die nicht ganz unberechtigte Frage nach Aspekten der Möglichkeit einer gesellschaftlichen Kritik an den Medien seitens systemtheoretisch-konstruktivistischer Überlegungen[101] ist bei Prokop allerdings von Missverständnissen und Übertreibungen gekennzeichnet, beispielsweise wenn er den Paradigmenwechsel in der Medienwirkungsforschung und aktantenbezogenen Rezeptionsforschung pauschalisiert:

„Die Postmodernen und Konstruktivisten postulieren am Subjekt, dass der »aktive Mensch« im Mittelpunkt stehe, ein anthropologisch neuer Menschentyp, der, wie schon angedeutet, alles unterschiedslos konsumiert, weil er Qualitätsurteile für politisch unkorrekt hält." (Prokop 2003: 13)

In beiden Forschungsrichtungen geht es aber gerade um eine aktive und somit individuell heterogene Rezeption und Nutzung von Medienangeboten. Ferner geht es diesen Überlegungen keinesfalls um einen neuen Menschen-

100 Eine gewisse Art von Kritik aus Ignoranz heraus begegnet insbesondere Konstruktivisten und Postmodernisten in der Kommunikations-, Medien- und Kulturwissenschaft auffallend häufig: So diskreditiert der namhafte Publizistikwissenschaftler U. Saxer radikale Konstruktivisten und Postmodernisten gleichsam in deren Rolle für eine Wissenschaft der öffentlichen Kommunikation als „Bündel von Assoziationen" (Saxer 2000: 89) und bescheinigt diesen, (Kommunikations)Wissenschaft in die Irre geführt zu haben (vgl. in Replik aus nicht nur konstruktivistischer bzw. postmodernistischer Perspektive Schmidt/Westerbarkey 2000). In dieselbe, offensichtlich ähnlich schlecht informierte Stoßrichtung – Saxer etwa schreibt den Namen des französischen Denkers Jean Baudrillard in seinem Text permanent falsch – verlaufen neuerdings harte Vorwürfe des Medienkulturwissenschaftlers W. Faulstich, der ‚radikale Konstruktivisten' und ‚Mythologen' (V. Flusser, P. Virilio, N. Bolz) als für eine Medienwissenschaft kontraproduktive Pseudo-Medientheoretiker und deren vermeintliche Pseudo-Medientheorien wiederum als „unwissenschaftliche Welt-Erklärungsmodelle mit theologischem Grundzug" (Faulstich 2002: 32) bezeichnet.

101 Vgl. aus deren Perspektive z.B. Weber 2001.

typ, sondern um die Berücksichtigung der Rezeptionskontexte *auch in Abhängigkeit der medialen Bedingungen* und somit um die Wiederberücksichtigung des Körpers zunächst in der Bewusstlosigkeit, dann aber auch im bewussten Umgang mit Medientechnologien und -angeboten. Ferner gibt selbst der postmodern trash-ästhetische Rezipient (alles, was schlecht ist, ist gut) ein Qualitätsurteil zu Medienangeboten ab, von einem politisch korrekten Nicht-Beurteiler ist in der Kommunikations- und Medienwissenschaft der genannten Sorte wohl kaum die Rede. Wenn überhaupt einmal ein solcher Typus von Rezipient auftaucht, dann geht es um verschiedene Arten von Rezipienten, die sich unterschiedlich gegenüber diversen Medienangeboten verhalten.[102]

Ebenso pauschal und fehlerhaft urteilt Prokop immer wieder die Ansätze der *Cultural Studies* ab, tituliert diese, zwar charmant-ironisch, aber äußerst unsachlich als „Vergnügenswissenschaft" (Prokop 2002a: 417; vgl. auch Prokop 2003: 19-20) und moniert gerade bei diesen Ansätzen die nicht berücksichtigten Kontexte: „In der Soziologie werden die materiellen Rahmenstrukturen oft ignoriert, vor allem von den Positivisten. [...] Heute gehören dazu auch Konstruktivismus, Systemtheorie und Cultural Studies." (Prokop 2003: 20-21) Die von Prokop selbst zuvor noch beklagte Affinität der Systemtheorien und Konstruktivismen in Richtung struktureller Zustände scheint vergessen, die permanente Einforderung der (teilweise sogar radikalen) Kontextualisierung von Medienkommunikationsprozessen seitens der *Cultural Studies* scheint schlichtweg übersehen worden zu sein.[103]

Auch übersieht Prokop die u.a. von Habermas berücksichtigten verschiedenen Lesarten sensu St. Hall (1999b), die divergierende Rezipientengruppen und deren Umgang mit medialen Angeboten ausführlich – wenn auch nicht unumstritten – behandeln, wenn er schreibt:

„Die Cultural Studies-Wissenschaftler ignorieren mit ihren formalistischen Kategorien, dass eine autonome Persönlichkeitsstruktur – »das Subjekt« – sich von einer autoritären – oder narzisstischen – Person unterscheidet, die im Kollektiv mittels »Ermächtigung« und Abgrenzung ihr Vergnügen findet. [...] Der Identitätsbegriff der Cultural Studies beschönigt den Konformismus." (Prokop 2003: 53-54)

Der Vorwurf des Konformismus erscheint mit Bezug auf die *Cultural Studies* eher ungewöhnlich, wird diesen Ansätzen doch ansonsten eher ein Relativismus und eine eher überzogene Berücksichtigung von Einzelfällen vorgehalten.[104] Wenn Prokop später vom fehlenden Zusammenhang zwi-

102 Vgl. exemplarisch zur Diskussion verschiedener Wahrnehmungsweisen der Fernsehstaffel *Big Brother* Jacke 2000.

103 Vgl. einführend zum Kontextualismus der *Cultural Studies* statt anderer Ang 1999, Grossberg 1999a, Hall 1999a und 2000.

104 Prokop selbst konstatiert „Meinungspluralismus ist die Voraussetzung aller Demokratie. Allerdings wird Toleranz oft mit einem Relativismus verwechselt, der sich aus allem raushält. Wer allem und jedem relativistisch gegenübersteht, kann das

schen Gattungsart und Gattungsbedeutung (etwa in den Medien) sensu Horkheimer/Adorno (2000) schreibt und dementsprechend eine Relativierung der wissenschaftlichen Bedeutung statischer Kategorien und Typenbildungen fordert, da diese weder die lebendige Varianz von Tatbeständen noch die mit ihnen konnotierten Spannungsfelder und diese umgebenden Begriffskonstellationen beachteten (vgl. Prokop 2003: 108), meint man geradezu einen typischen Vertreter der *Cultural Studies* zu lesen.

Das Problem der harschen und repetitiven Kritik von Prokop ist weniger deren Positionierung zwischen klassischer Kritischer Theorie und pragmatischeren Ansätzen der Systemtheorien, Konstruktivismen, Postmodernismen und *Cultural Studies*,[105] sondern eher die damit einhergehende Vernachlässigung wichtiger Aspekte dieser Ansätze, die für Prokops eigene Überlegungen teilweise sogar ergiebig erscheinen.

Prokops prinzipiell interessante ‚Zwischenposition' in Anbindung an die klassische Kritische Theorie wird ebenso deutlich, wenn man sich seine Ausführungen zu kulturellen Ebenen von Mediengesellschaften und seine eigene, neue Dialektik der Kulturindustrie ansieht. Dies soll im Folgenden und umfassend geschehen, um Prokops ganzheitlichem Ansatz[106] entgegen zu kommen und für das eigene Beobachtungsraster von *Main* und *Subs* in Kultur zu verwerten.

2.2.2.1 *Prokops* Main*: Massenkultur und Kulturindustrie*

Anbindend an seine generelle Kritik der (amerikanischen) positivistischen Massenkommunikations- bzw. Medienforschung bemängelt Prokop vor allem die beiden Extrempositionen der Beurteilung der Masse als Rezeptionsgruppe isolierter, unabhängiger Individuen versus der Beschreibung als träge, einheitliche Gruppe:

„Die amerikanische Theorie der »Massengesellschaft« hat den Zusammenhang des praktischen Solipsismus insofern falsch verstanden, als sie den Begriff der »Massengesellschaft« stets auf das Phänomen einer *atomisierten* Masse vollständig isolierter Individuen reduzierte." (Prokop 1974: 121)

Offensichtlich sucht Prokop auch hier ein Dazwischen, eine zu diskutierende Mittelposition, in dem er Verabsolutierungen und Entitäten wie soziale

Unvernünftige nicht vom Vernünftigen, das Verrückte nicht vom Angemessenen unterscheiden." (Prokop 2003: 115-116)

105 Wenn Prokop sich zwischen diesen Ansätzen positioniert, erscheint das zumeist plausibel: „Musik, die zu befreienden Lebensgefühlen verhilft, ist nicht nur »standardisierte Musikware«, sie enthält innermusikalisch befreiende Momente. Man muss nicht bloß Konformismus vermuten, wenn Menschen sich für etwas begeistern, das nicht Alban Berg ist. Adornos Thesen sind die eine Seite der Medaille – wobei es ebenso falsch wäre, nur die andere Seite – kulturindustrielle Freiheit – zu sehen und alles als »Vergnügen«, die »Selbst-Ermächtigung« von Fan-Gemeinden, siehe Cultural Studies, zu idealisieren." (Prokop 2003: 107)

106 „Es geht immer um das Ganze der Medien und der Gesellschaft." (Prokop 2003: 15)

Gruppen oder Opinion Leader ablehnt und stattdessen auf die Dynamik und den Wandel von Gesellschaft hinweist, der sich für ihn erst seit den 1960er Jahren auch in der Sozialwissenschaft niedergeschlagen hat und bei so unterschiedlichen Autoren wie D. Riesman (1958), C.W. Mills (1962) oder eben J. Habermas (1990) aufgenommen wird.[107]

Wenn Prokop von Masse spricht, geschieht dies stets in Verbindung mit dem gesellschaftlichen *Mainstream* und somit dem *Main*. Prokops Definition liegt folglich nah an den bisher erwähnten Termini der Kritischen Theorie und im Besonderen dem Begriff der Horkheimer- und Adornoschen Kulturindustrie: „»Kulturindustrie«, das sind die Mainstream-Medien [Hervorhebung aufgehoben, C.J.]" (Prokop 2003: 14) und weiter „Es gibt Kulturindustrie, solange es den Mainstream gibt." (Ebd.) Allerdings konnotiert Prokop den Begriff der Masse nicht negativ, den des *Mainstreams* hingegen schon. Worin liegt also der Unterschied? Masse ist für Prokop eine heterogene Ansammlung von Individuen, die Medienangebote rezipieren, und zwar auf unterschiedliche Weise, aber durchaus manipulierbar und in gewissen Quantitäten ähnlich. *Mainstream* bedeutet für Prokop die Mehrzahl uninnovativer Medien-Produktionen bzw. -Produkte. Beides kann kritisiert und verurteilt werden: auf der Produktionsseite betrifft das die Gleichheit und Voraussagbarkeit der *Mainstream*-Medienprodukte, auf der Rezeptionsseite betrifft das die Bequemlichkeit und Manipulierbarkeit großer Rezipientenanteile. „Wer »kollektive Ausrichtung« als etwas Positives darstellt, ist entweder naiv oder bewusst demokratiefeindlich." (Ebd.: 22) Und der Terminus der Kulturindustrie? Dies ist der veraltete Überbegriff für beiderlei Seiten des Kommunikationsprozesses und meint jede Form kommerzialisierter Kultur.[108]

Beide Begriffe, *Mainstream* sowie Kulturindustrie, sollen laut Prokop unter dem Terminus Massenkultur (*Main*) gefasst werden, da vor allem der Begriff der Kulturindustrie durch seine unpolemische Nutzung seitens der bereits erwähnten, amerikanischen Massenkommunikationsforschung zu einer unkritischen Kategorie für kommerzielle Kulturprodukte abgewertet wurde.[109] Ob nun Kulturindustrie, *Mainstream* oder Massenkultur: Was genau ist für Prokop das damit negativ Konnotierte? Als kritischer Medienfor-

107 Prokops Perspektivenwechsel von starren Differenzseiten zu dynamischem Dazwischen, die eben ähnlich und verschieden gleichzeitig sein können, erinnert stark an den Kulturbegriff des indischen Literaturwissenschaftlers Homi K. Bhabha, der von *Culture's In-Between* als drittem Raum spricht (vgl. Bhabha 1996 und 2000). Dadurch wird ein spielerischer Umgang mit Kontingenz-Overloads und kulminierenden Widersprüchlichkeiten möglich, welcher nach Kohärenz, Simplizität und Transparenz strebenden Menschen allerdings auf der anderen Seite den Weg in radikale Fundamentalismen ebnen kann (vgl. Bronfen 2000, Jacke 2000 und Schmidt 1998c).

108 Hier schließt sich Prokop den Überlegungen des kritischen Soziologen H. Steinert (1998) an.

109 In der Entpolitisierung solcher Schlüsselbegriffe spiegelt sich gewissermaßen die von Habermas ebenfalls bereits beobachtete Entpolitisierung der Massen wider. Prokop befürchtet damit einhergehend eine Konzentration der kritischen Potenziale auf technische Probleme und Fragestellungen (vgl. Prokop 1974: 44).

scher möchte er den Blick auf das Dahinter, das unter den offensichtlichen Strukturen Beobachtbare, werfen. Dies sind im Falle von Massenkultur und Massenmedien zunächst mal die Produzenten und die zugrundeliegenden Märkte. Je mehr Rezipienten diese erreichen können, desto einflussreicher und mächtiger können die dahinter stehenden Akteure und Verbünde werden:

„Je mehr die Massenmärkte – in der Politik, im Konsum wie in der Massenkommunikation – von Monopolisten oder wenigen Oligopolisten durchorganisiert sind, desto weniger stehen der Spontaneität der Gesellschaftsmitglieder produktive Kanäle – Möglichkeiten realen politischen Einflusses, unmittelbare Einflusschancen der Konsumenten auf die Produktion, ästhetische Ausdrucksmöglichkeiten – zur Verfügung." (Prokop 1974: 46)

Deshalb fordert Prokop immer wieder eine Analyse der ökonomisch-politischen Rahmen der monopolistisch oder oligopolistisch organisierten Massenmärkte, um überhaupt erst einmal das Zustandekommen massenkultureller Produkte zu begreifen.[110] Denn das daraus resultierende Angebot von massenmedialen, aber auch allgemein massenkulturellen Produkten ist schließlich wiederum begrenzt, wird aber gerne als freiheitliche Auswahl oder Massenangelegenheit suggeriert,[111] die nur das wertfreie Sammeln von Informationsbruchstücken zulasse, aber keine Reflexion. Prokop begründet in diesem Kontext den Eindruck wahlfreier Rezipienten, weil der gesellschaftliche Gesamtzusammenhang in einzelne, soziale, ökonomische und politische Systeme zerlegt wird, in denen Konsumenten jeweils als mit bestimmten Präferenzen und Bedürfnissen ausgestattete Aktanten erscheinen. Auf deren Präferenzstrukturen müssen die Anbieter (Politiker, Produzenten etc.) eingehen, wollen sie ökonomisch überleben. Sollen besonders große Zahlen von Rezipienten erreicht werden, müssen sich folglich deren Präferenzen an das gesamtgesellschaftliche Normsystem anpassen.

„Umgekehrt erscheint das *Sozialsystem* [Hervorhebung im Original, C.J.] als »institutionalisiertes Wert- und Normsystem« (Parsons), d. h. als in Handlungsmustern sich niederschlagende gesellschaftliche und individuelle Wert- und Normstruktur. Das *Angebot* [Hervorhebung im Original, C.J.] scheint sich mit der vorhandenen pluralen Präferenzstruktur sowie mit der gesellschaftlichen Wert- und Normstruktur zu decken, wobei das schlichte Vorhandensein unterschiedlicher Produkte – z.B. des Monumentalfilms wie des Undergroundfilms, des Bil-

110 Prokop bezieht sich an dieser Stelle auf W. Haugs *Kritik der Warenästhetik* (1971), indem er der Ware keinerlei Aspekte der Spontaneität oder Emanzipation zuschreibt und sogar auf die Tauschwertverkleidung bei Haug verweist.

111 Der Aspekt der präproduktiven Selektion wird interessanterweise seitens der kommunikationswissenschaftlichen Nachrichtenwertforschung auf Informationsangebote übertragen – sicherlich auch, weil der Nachrichtenjournalismus an sich Objektivität und Wahrheit als Anspruch an die Berichterstattung stellt. Im Grunde treffen solche Selektionsmechanismen laut Prokop aber auf jegliche massenkulturellen Produkte (und nichts anderes sind *Mainstream*-Medien-Angebote) zu.

dungsfilms wie des Sexfilms, des brutalen wie des romantischen Films, etc. – bereits hinreichendes Indiz für die Realisierung freier Kommunikation, für die Aufnahme der Spontaneität der Massen ist [.]" (Prokop 1974: 48)

Dieses Angebot lässt zwar rezeptiv divergierende Haltungen zu, muss aber eben auch in seiner Produktion und in seiner gesellschaftlichen Bedeutung untersucht werden.

„Das Standardproblem der Massenkommunikationsforschung: die Frage, warum die Rezipienten den Botschaften, auch den noch so gut gemeinten, nicht folgen; statt Politik und Aufklärung lieber Unterhaltung, statt Kunst lieber Mittelmäßiges konsumieren – obwohl derartige Dichotomien sich weder theoretisch noch empirisch so einfach darstellen –, beantwortet sich nicht, wenn man die Konsumenten, ihr Handeln und ihr Bewusstsein, mechanistisch als Produkt je einzelner Strukturen, vor allem des Systems der Arbeit, betrachtet; sie löst sich erst, wenn die Art der Beziehungen zur Sprache kommt, die die Individuen – »Rezipienten« wie »Kommunikatoren« – auf monopolistischen Massenmärkten eingehen." (Ebd.: 103-104)

Auch in dieser Perspektive auf wissenschaftliche Beobachtungen wird Prokops Zwischenposition deutlich. Weder eine manipulierende Medienproduktion noch ein vollkommen autonomer Rezipient, sondern beide Seiten in beiden Ausprägungen sind zu untersuchen. Die Bedürfnisse der potenziellen Rezipienten werden sehr wohl von den *Mainstream*-Medien-Produzenten berücksichtigt, weswegen wiederum die Rezipienten sich keinem Zwang ausgesetzt sehen, sondern Medienprodukte durchaus freiwillig nutzen und sogar von ihnen fasziniert sein können: „Wenn man von etwas fasziniert ist, wird man vom betreffenden Gegenstand nicht vollständig manipuliert. Die Aufmerksamkeit ist fixiert, aber bei wachem Ich." (Prokop 1979: 1)[112] Im Rahmen dieser Faszination gegenüber massenmedialen Angeboten laufen die Rezipienten Gefahr, sich einem Trend-Druck und der damit ausgesendeten impliziten gesellschaftlichen Normen auszuliefern. In die Routine dieser Jagd nach Orientierung und Bestätigung wiederum kann dann die konkrete Emotionalität eingehen und zum entspannten Gefühlsrausch werden. Dieser kann zwar erleichtern, wirkt aber gegenüber den lebensweltlichen, alltäglichen Emotionen sekundär. Prokop stellt die These auf, dass, wer in seinem Alltag (nicht nur in der Freizeit) heftige Gefühle hat, kaum der Massenmedien und ihrer durchaus möglichen Faszination bedarf (vgl. ebd.: 3) – eine These, die wohl jede(r) nachempfinden, die allerdings hier nicht weiter belegt werden kann – auch und vor allem nicht von Prokop.

112 Dahingegen geht N. Bolz einen Schritt weiter und spricht der Kulturindustrie und eben den Massenmedien das Verhindern extremster Gefühle (Fanatismus und Fundamentalismus) durch (globalen) Konsumismus als Immunsystem der Weltgesellschaft zu (vgl. Bolz 2002). Eine Gegenüberstellung der beiden in der Anlage (Anerkennung einer gesellschaftsweiten Wirkung der Kulturindustrie) gleichen, in der Bewertung unterschiedlichen (Kulturindustrie als Emotionalität *light* versus Kulturindustrie als Ersatzreligion) Positionen wäre vielversprechend.

Die Wünsche und Einstellungen der Rezipienten werden von der Produktionsseite nicht eins-zu-eins übernommen. In den Medienprodukten bzw. -produktionen zeigt sich laut Prokop der Kampf zwischen bestehendem Herrschaftssystem und auf Emanzipation drängenden Wünschen ab. Letztere werden „auf subtile Weise respektiert und *zugleich* [Hervorhebung im Original, C.J.] unterdrückt" (Prokop 1974: 57). An dieser Stelle täuscht der Eindruck, dass Produktion grundsätzlich mit *Main* und Rezeption mit *Sub* gleichzusetzen wäre. Auf beiden Ebenen gibt es Potenziale für *Main* und *Subs*.

„Dennoch ist das, was in den Köpfen der Individuen den Großkonzernen die Möglichkeit universaler Amortisation ihrer hohen Investitionen gestattet, sind die abstrakten, generalisierten Momente im Bewusstsein der Massen nicht ein Produkt der einfachen Summe dieser Strukturmomente, sondern Ergebnis der Einbettung dieser Strukturen in die monopolistische Organisation: Was in der Massenkultur unter monopolistischen Bedingungen an Bewusstseinsformen aufgenommen wird, verselbständigt sich aufgrund der Mechanismen des Tauschs zu generell befolgten, fetischartig undurchschauten und ritualisierten Kulturmustern (z.B. Arten der »Unterhaltung«, Weisen der Beschaffung und Darstellung von »Nachrichten« etc.) und den Handelnden selbst nicht mehr erklärbaren – wenn auch mit gewisser Aggressivität für natürlich erachteten – Verhaltensmustern, Bedürfnissen und »Präferenzen«." (Ebd.: 103)

Also landet Prokop zunächst – ganz in der Tradition klassischer Kritischer Theorie – immer wieder beim Aspekt der Täuschung durch massenmediale Produktionen. Allerdings scheint er damit die zunächst die Macht der Massenmedien und der Massenkultur verdeutlichen zu wollen. In einem nächsten Schritt leugnet er ebenso wenig die Möglichkeiten der Massenmedien als Plattform für die Öffentlichkeit im Sinne von Habermas, schränkt aber ein:

„Es kommt jedoch nicht auf die bloße Zahl der einbezogenen Individuen an, sondern auf die Qualität und reale Konsequenz von öffentlichem Raisonnement und rationaler Kommunikation über gesellschaftliche Ziele. Diese ging auf die Massenkultur nicht über." (Ebd.: 104)

In den Medienproduktionen können sich zwei Arten des Umgangs mit Medienangeboten herauskristallisieren, die theoretische Erkenntnis als Erfahrung der Massen unmöglich bzw. möglich machen: abstrakte, regredient organisierte, regressive Phantasie bzw. progredient organisierte, produktive Spontaneität, wobei Spontaneität Unvoraussagbarkeit impliziert und in dem Moment emanzipatorisch und erkenntnisreich werden kann, in dem sie ein theoretisches Durchschauen der gesellschaftlichen und ökonomischen Marktmechanismen nach sich zieht; und dies laut Prokop „nicht im Sinne wertfreier Wissenschaft, sondern parteilicher Erfahrung des Gesamtsys-

tems." (Ebd.: 96) Es gibt demnach Möglichkeiten produktiv-progressiver Konsumtion massenkultureller und massenmedialer Produkte (*Main*):

„Die aus einer abstrakten Sinnlichkeit in eine reiche Sinnlichkeit verwandelte Erfahrung des Subjekts ist in der Lage, in der Arbeit am Objekt (in der Produktion oder Rezeption) an eigene Erfahrung, an konkrete Praxis anzuknüpfen. Dies ist die Vorbedingung für die Reflexion der abstraktifizierten Momente der Massenkultur. Produktives Konsumtionsbewusstsein beharrt auf reichhaltiger sinnlicher Erfahrung. Aufhebung der Unterhaltung (als abstrakter Institution) impliziert gerade das *Aufgreifen* [Hervorhebung im Original, C.J.] und progrediente Weiterentwickeln der Erfahrungen und Wünsche der Gesellschaftsmitglieder unter Einbeziehung aller spielerischen, amüsementhaften, karnevalistischen Momente der jeweilig gegebenen Kulturen. (Dieses Aufgreifen und Weiterentwickeln wird von den bestehenden monopolistischen Produktions- und Marktbedingungen verhindert [...] und ließe sich dauerhaft nur durch Institutionalisierung neuer Produktions- und Vertriebsmechanismen sichern.)" (Ebd.: 100)

Allerdings sieht Prokop bereits 1974 die Gefahr der Vereinnahmung von Themen seitens einiger weniger (Medien)Großkonzerne und vergleicht Medienindustrie immer wieder mit Industrie allgemein. Wo der Markt von wenigen global operierenden Konzernen geprägt wird, tun dies einige wenige Massenmedien für die Öffentlichkeit und tragen somit zur bereits bei Habermas viel diskutierten Refeudalisierung der Öffentlichkeit und zu deren Abwertung zur reinen Machtrepräsentationsfolie bei:

„Der rational öffentliche Diskurs und der freie Markt beruhten auf denselben Prinzipien: von Fragen der Herkunft und des Status abzusehen und allein die präsentierten Argumente und Waren gelten zu lassen, deren Qualität sich in freier Konkurrenz auf dem Markt praktisch erweisen kann." (Prokop 1995: 316)

Bevor Prokop Möglichkeiten alternativer Medienproduktion und -rezeption (*Subs*) aufzeigt, gibt er zu bedenken, dass sich die Monopolisten und Oligopolisten auf der einen Seite durch bestimmt Taktiken unangreifbar machen, die Rezipienten auf der anderen Seite oftmals aber auch gar kein Interesse an effektivem Protest oder produktiven Gegenentwürfen hegen. Das Dilemma einer möglichen Medienkritik ist, dass sie Mehrheiten benötigt, die sie offensichtlich niemals bekommen wird:

„Mit zwei Tatsachen wird die idealisierende Medienkritik nicht fertig: Es gibt das Interesse der Großfirmen, ein möglichst großes Publikum zu erreichen. Das ist ein legitimes Interesse. Und es gibt das Interesse des Publikums, ein mühelos zu konsumierendes Medienangebot zu erhalten. Das ist ebenfalls ein legitimes Interesse." (Ebd.: 317)

Schon 1974 hatte Prokop diesen Mangel seitens der abstrakt-moralisierenden Kritik erkannt und deren Forderung nach Veränderungen der Produktionsweisen durch Protagonisten einer intellektuellen Parteielite

als gescheitert erklärt, alleine schon wegen des offensichtlichen Desinteresses der breiten Masse (*Main*). Um die Neugierde der Masse zu erhalten, müsste man bei deren Bedürfnissen ansetzen. In den massenmedialen Angeboten gelte es, „die Möglichkeiten von Erkenntnis, Amüsement und produktiver Spontaneität von den regressiven, sadomasochistischen, destruktiven, verdummenden Dimensionen präzise analysierend" (Prokop 1974: 30) zu unterscheiden. Diesen Mangel mache sich die Medienindustrie sogar noch zu Nutze und schalte so Kritikpotenziale (*Subs*) aus, indem sie eine gewisse Mitsprache kooperativ suggeriere:

„Das Eingehen auf die »Bedürfnisse« ist also in Wirklichkeit ein selektives Stärken der *herrschaftskonformen Komponenten* [Hervorhebung im Original, C.J.] [...] des Realitätsprinzips seiner Konsumenten, das sich in permanenter Auseinandersetzung mit den Wünschen befindet. Die Bilder der Kulturindustrie im Monopol sind nicht nur Zeichen der Wünsche, sondern zugleich Anzeichen der *Perhorreszierung* [Hervorhebung im Original, C.J.] jener Wünsche, die dem Realitätsprinzip (als Leistungsprinzip) nicht genügen. So manifestieren sich in Form und Inhalt des Films nicht nur die Kalkulationen auf den Attraktionswert bei den weltweit potentiellen Konsumenten, sondern auch die *Anpassungsmechanismen* [Hervorhebung im Original, C.J.] an Herrschaft." (Ebd.: 68)

Indem die Ablehnung gesellschaftlicher Werte thematisiert und ordinarisiert wird, wird gleichzeitig deren Kraftpotenzial verringert und im Idealfall für die Produktionsseite sogar gewinn bringend eingesetzt. Mit dieser Entkräftung geht zudem ein Versprechen einher, welches ebenfalls möglichen Protest entschärft oder gar nicht erst entstehen lässt:

„Die Integration der Gesellschaftsmitglieder und ihrer Bedürfnisse erfolgt in den hochindustrialisierten Ländern über die Garantie von Wohlfahrtsminima: Die Garantie von Vollbeschäftigung und eines bestimmten Konsumniveaus durch staatliche Intervention sichert von seiten der Gesellschaftsmitglieder eine gewisse »Toleranz« gegenüber den Macht- und Herrschaftsstrukturen, sofern diese sich als »funktionsgerecht« legitimieren können." (Ebd.: 44)

Und auch zwanzig Jahre später wirken Prokops Ausführungen zur Konzentration von Macht aufseiten der Großindustrie ähnlich prägnant und ganz nah an Horkheimers und Adornos Vorstellungen von Manipulation und Verblendung sowie Marcuses Überlegungen zur repressiven Toleranz:

„Seit die Massenmedien Bestandteil des Alltags sind, seit den 30er Jahren, gibt es [...] viel weniger Menschen, die einer Meinung Ausdruck geben als Menschen, die eine fertige Meinung beziehen. Die vorherrschenden Kommunikationsmittel sind so organisiert, dass es dem einzelnen unmöglich wird, unmittelbar und wirksam zu widersprechen. Die Umsetzbarkeit von Meinung in Aktion wird von Staat und Verbänden kontrolliert. Publizität wird auf die Funktion beschränkt, Unterstützung und Legitimität einzuholen." (Prokop 1995: 315)

Anhand des Vergleichs kultureller Hoheit mit sprachlicher Hoheit versinnbildlicht Prokop die Macht der Medien. Die von autonomen Künstlern vorgetragenen konkreten Bedürfnisse und deren Sprachen sind Randgebiete, werden kaum gesprochen oder erhört, denn es herrscht ganz klar die stereotypisierte, standardisierte Mediensprache im *Main* vor. Konkrete, diffuse oder – wie Prokop es bezeichnet – entfesselte Sprachen in *Subs*, die individuelle und gruppenspezifische Erfahrungen thematisieren könnten, sind nur unter freieren Bedingungen von Produktion und Konsumtion möglich.

„Unter monopolistischen Bedingungen dagegen befindet sich die Kontrolle der Mediensprache in der Hand von Großkonzernen, die bereits bei der Herstellung ihrer hochstandardisierten Produkte mittels bürokratischer Kontrolle und hoher Investitionen in Technik und Ausstattung für eine effektive Stabilisierung und Kalkulierbarkeit der universal verwertbaren Präferenzen im Publikum sorgen. Die vereinzelten Individuen und Gruppen, die sich mit den Medienproduzenten in Tauschbeziehung befinden, haben keine Möglichkeit mehr, in der nun institutionalisierten Mediensprache ihre konkreten Erfahrungen, Wünsche und Vorstellungen zu artikulieren und weiterzuentwickeln." (Prokop 1974: 106)

Trotzdem sieht Prokop durchaus Möglichkeiten von *Subs*, eine eigene Sprache zu entwickeln und auch für den *Mainstream* (*Main*) unüberhörbar zu positionieren. Im Gegensatz zur klassischen Kritischen Theorie – und dort vor allem zu den Ausführungen Horkheimers und Adornos – glaubt Prokop an gegenöffentliche Spontaneität und Artikulation, und zwar sowohl 1974[113] als auch knapp dreißig Jahre später im Rahmen der von ihm entwickelten neuen kritischen Medienforschung.

Entscheidend bleibt für Prokop die Möglichkeit des alternativen Entwurfs *innerhalb* der (demokratischen) Massenkultur anstelle der großen, gesamtgesellschaftlichen Veränderungen durch z.B. Kunst oder von außen stattfindenden Protest einer Elite:

„Dass sich weltweit die Unabhängigkeit des Subjekts – die produktive, ichstarke Negation des eigenen Geprägt-Seins – nicht anhand politischer oder soziologischer Aufklärung herstellt, sondern im Mit-Leiden mit dem Schicksal einer Prinzessin oder eines Fußballstars; im formalsten Spiel eines Actionfilms oder einer Gameshow – damit muss die Kritik eben fertig werden." (Prokop 2000: 294)

Prokop verlagert also den Beobachtungsfokus vom ehemaligen *high* der Kunst von außen auf das ehemalige *low* der Massenkultur von innen und sucht dort nach Gegentendenzen und nach alternativen Entwürfen (*Subs* im

113 Mitte der 1970er befand sich Prokop in argumentativer Nähe zu Brechts Forderung eines wechselseitigen Massenkommunikationsapparats (bei Aufhebung des Unterschieds zwischen Produktion und Konsumtion) und Enzensbergers Vorstellung einer Partizipation an massenmedialen Möglichkeiten. Diese Aufklärung in der Massenkultur klingt insbesondere in Prokops Beschreibung des idealen Schlagerstars an: „Der perfekte Star praktiziert emanzipatorische Mittel." (Prokop 1974: 43)

Main). Im Übrigen erkennt Prokop selbst keine normative Bevorzugung der Hochkultur bzw. Kunst durch Horkheimer und Adorno, sondern ist der Auffassung, dass diese auf einen sich ausbreitenden kulturellen Verfall aufmerksam machen wollten:

„Es ging Horkheimer und Adorno nicht darum, die hohe bürgerliche Kultur zu retten, sondern – in *Dialektik der Aufklärung* [Hervorhebung im Original, C.J.] – um die These, dass die Kulturindustrie, mit ihrer klassifikatorischen Anhäufung von Verkaufswerten, die *Fortsetzung* [Hervorhebung im Original, C.J.] der schlechten Tendenzen der »hohen«, bürgerlichen Kultur ist." (Prokop 2003: 16)

Aus Prokops Perspektive liefern sowohl Horkheimer als auch Adorno einige viel zu pauschale Urteile über die Gesamtheit der Massenkultur ab, schauen zu ungenau auf deren Strukturen und Möglichkeiten, insbesondere wenn sie kulturindustrielle Mechanismen mit denen des Faschismus vergleichen und etwa Adorno zu dem Fazit gelangt, dass die „Subjektlosen, kulturell Enterbten [...] die echten Erben der Kultur" (Adorno 1969: 195) seien, die nach den Erfahrungen mit dem Faschismus nun wiederum seit 25 Jahren widerstandslos der Kulturindustrie hinterher liefen.

Entgegen anderen Kritikern der Kritischen Theorie bemüht sich Prokop aber, deren selbst vorbereitete Potenziale für eine Analyse massenkultureller Phänomene zu nutzen und behauptet sogar, Horkheimer und Adorno hätten keinesfalls kultur-elitistisch argumentiert, sondern ihnen sei es lediglich um eine Bewertung kultureller Produkte gegangen, und die gäbe es nun mal sowohl in der Kunst als auch in der Massenkultur:

„Also doch ein »Elite-Theorem«? Nein, deshalb nicht, weil es dabei nicht um den Gegensatz von hoher und niederer Kultur geht, sondern um den von guter und schlechter Qualität. Schlechte Qualität gibt es in der hohen wie in der niederen Kultur." (Prokop 2003: 17)

Der Beobachtung Prokops, dass es unterschiedliche Qualitäten auf den verschiedenen Kulturebenen bzw. der verschiedenen Kulturebenen gibt, ist durchaus zuzustimmen. Daraus ließe sich an dieser Stelle bereits folgern, was im Weiteren für die eigenen Formulierungen noch ganz zentral werden soll: Offensichtlich laufen sowohl auf *Main*- als auch auf *Sub*-Ebene Bewertungen seitens der Akteure ab, d. h., es gibt ein *high* und *low*, ein Gut und Schlecht von sowohl *Main* als auch von *Sub*.

„Selbst wenn es richtig ist, dass Qualität nicht allen zugänglich sein kann – wobei man dieses »kann« in Frage stellen muss –, enthält der Begriff auch die Tatsache bzw. Möglichkeit, dass auch Bevölkerungsmehrheiten erfahren, erkennen und darüber debattieren können, was gut oder schlecht ist, richtig oder falsch." (Ebd.: 18)

Prokop verharmlost allerdings das Horkheimersche und Adornosche Aberkennen der Fähigkeit zu Geschmacksurteilen durch die Massenkulturrezipienten. Zu sehr lesen sich Prokops Ansätze, als hätten die beiden klassischen Kritischen Theoretiker eine Analyse der massenkulturellen Ebene *Main* schlichtweg vergessen. Das haben sie keinesfalls, wie hier schon ausführlich dargestellt wurde (vgl. Kapitel 2.1). Unterschiedliche Bewertungen der Kultur-Ebenen *Main* und *Sub* hingegen sind bei ihnen selten zu erkennen.

Auch wenn also Prokops Ausführungen an dieser Stelle seltsam unkritisch gegenüber der durchaus elitären Sichtweise der ersten Generation Kritischer Theoretiker (klassisch) erscheint, so verbirgt sich dahinter eine wichtige Erkenntnis für kulturtheoretische Überlegungen heutiger Zeit: Geschmackspluralismus ist auch in der Massenkultur möglich (vgl. Prokop 1974: 21). Massenkulturelle Produkte können als gut *und* als schlecht bewertet werden, und zwar aus der Massenkultur heraus. Das emanzipatorische, aufklärerische Moment wird von der hochkulturellen Elite in die Masse selbst verschoben und ähnelt denn doch wieder der Hoffnung auf eine diskursive Vernunft der Öffentlichkeit bei Habermas.

Fazit: Prokop setzt sich mit Produktion sowie Rezeption in der Massenkultur auseinander. Unter Massenkultur versteht er offensichtlich dasselbe, was klassische Kritische Theoretiker mit Kulturindustrie bezeichneten. Demenstprechend befindet sich die Massenkultur auf der Ebene von *Main*.

2.2.2.2 *Prokops* Sub*: alternative Bedürfnisse und entfesselte Produktivkräfte*

An dieser Stelle setzen Prokops mannigfaltige Überlegungen und Vorschläge zu möglichen Alternativen in der Massenkultur ein (*Subs* in *Main*). Genau diejenigen massenkulturellen Themen, die von der elititären Kritischen Theorie – oder, wie Prokop es nennt: von der abstrakt-kritischen Massenkommunikationsforschung – verurteilt wurden[114], wie etwa Unterhaltung, heile Welt, Ermutigung, Personalisierung, Intimisierung, Traumwelt, Brutalität etc. können Hinweise auf eine emanzipatorische Kulturproduktion liefern und unmittelbar für diese genutzt werden:

„In inhaltlich-konkret arbeitenden, kooperativen Projektgruppen, die diskutieren, reflektieren und folgenreich produzieren, ist es jedoch möglich, sowohl jene lebendigen Momente an den vermittelnden Institutionen der Massenkultur zu spezifizieren, zu konkretisieren, weiterzuentwickeln und *zugleich* [Hervorhebung im Original, C.J.] – zumindest bei strukturell vorbereiteten Gruppen – die durch Re-

114 „[D]ie unterhaltenden Elemente schleppen genau die Stereotypen, Irrationalitäten und Ideologien, Ängste und Unsicherheiten, Frustrationen und Aggressionen wieder ein, die abzubauen die informierenden, kommentierenden, kritisierenden und kontrollierenden Beiträge gerade zur Aufgabe haben sollen." (Holzer zitiert bei Prokop 1974: 22) Prokop zweifelt bereits 1974 Holzers Gegenüberstellung von Unterhaltung und Information in deren Trennschärfe an.

flexion, Kunst, Diskussion etc. einsetzende Angst zu thematisieren." (Prokop 1974: 133)

Prokop möchte also eine Veränderung aus der Massenkultur, aus dem *Main* heraus bewirken und verweist des öfteren auf Arbeitsgruppen und Interessenvertretungen für das Publikum, um diesem gewerkschaftsartig einen Agenten der Mitsprache zur Seite zu stellen. Fast scheint es, dass Prokop den Einzelnen, Unorganisierten keine Effektivität zuspricht. Stattdessen sollen Gegen-Institutionen (Institutionen der *Subs*) die Massenmärkte demokratisch kontrollieren und durchschaubar bzw. gegebenenfalls veränderbar machen.

„Emanzipative Kulturproduktion kann aber nicht eine naturgesetzlich ablaufende »objektive Realität« *abbilden* [Hervorhebung im Original, C.J.], sondern sie muss die spontanen Bedürfnisse, Interessen und Erkenntnisse der Massen – das bedeutet: strukturell auch vorbereiteter Gruppen – in reichhaltige, mehrdeutige Bilder, in symbolisch verschlüsselte Chiffren *übersetzen* [Hervorhebung im Original, C.J.] und damit erst thematisieren; sie muss die Erfahrungen der Massen artikulieren und sie durch Phantastik, Melodramatik und Theatralik – nicht durch Identifikationsdramatik, sondern durch die des epischen Theaters –, durch Provokation von Erkenntnis vom Detail her zur Theorie vermitteln: über die Bilder, die in den Individuen, sei es im Traum oder im Vorbewussten, – unaufgegriffen von den Institutionen – die Erinnerung an Glück und freies Leben bewahren." (Ebd.: 25)

Auch diese Überlegungen klingen stark nach den Brechtschen und Enzensbergerschen Überlegungen. Wenn Prokop solche Verhaltensweisen fordert, scheint er denn doch von einer gelähmten Öffentlichkeit auszugehen, die erst eines Anstoßes zum Nachdenken und zur Kreativität bedarf. Diesen Anstoß könnten nach seiner Auffassung die entfesselten Produktivkräfte geben.[115] Diese wiederum befinden sich allerdings laut Prokop durch die Kulturindustrie in Nischen und Reservaten gebunden und müssen eben erst befreit werden. Auf den Massenmärkten sind diese Kräfte nahezu unbemerkt gebunden und angesiedelt in von traditioneller Herrschaft bestimmten Gruppen (*Main*) und isolierten Subkulturen (*Subs*). In ihnen zeigt sich charakteristisch Schwäche und Ohnmacht der Bedürfnisse.

Was genau versteht Prokop an dieser Stelle unter Subkulturen? Er zählt historisch gewachsene Subkulturen wie Amüsement, Tanz, Öffentlichkeit, Spiel und reale emanzipatorische Bewegungen (z.B. Redaktionsstatuten-Bewegungen, Teile der journalistischen Kritik, Vereinigungen zur Sicherung und Förderung künstlerischer Gestaltungsfreiheit, politische Filmemacher, Publikumsinitiativen, Basisgruppen) auf, belässt es aber dabei, ohne

115 P. Bourdieu (vgl. 1998: 50) spricht in seiner Medienkritik ganz ähnlich vom Fernsehen als nur scheinbar *ent*fesseltem, tatsächlich aber *ge*fesseltem Kommunikationsinstrument. Produktivkräfte sind hier zusammengesetzte Einzelkräfte, deren Wirkung aber größer als die der Summe der Einzelteile ist.

deren Abgrenzungen und Funktionen genauer zu überprüfen (vgl. ebd.: 106-107 und 157). Offensichtlich meint Prokop in diesem Zusammenhang durchaus gewachsene Teilkulturen, die sich eher quantitativ minoritären Bereichen der Gesellschaft zuordnen lassen.[116] Zumal er anschließend noch einen Schritt weiter geht und der Massenkultur bescheinigt, dass diese gerade ein Interesse an einem möglichst diversifizierten Publikum und an möglichst unterschiedlichen Subkulturen haben müsse, um möglichst unterschiedliche Verwertungszusammenhänge von der Produktionsseite her zu sichern. Subkulturaktanten werden so laut Prokop zu Konsumpionieren.

„Die traditionellen Gruppen werden ja – wie im Zusammenhang gezeigt wurde – im Rahmen der monopolistischen Durchstrukturierung der Gesamtgesellschaft nicht etwa aufgelöst (da[s, sic! C.J.] ist nämlich unmöglich, da die Subkulturen sich zugleich mit Einkommensgruppen überschneiden). Vielmehr werden die Subkulturen zur Grundlage der Absatzstrategie der Großkonzerne, denen es gerade darum geht, künstliche Verfestigungen und Differenzierungen an den Gebrauch von Markenartikeln zu binden." (Ebd.: 122)

Prokop sieht also Subkulturen (*Subs*) als potentiell innovative/produktive Teilbereiche der Gesellschaft und nicht als zwingend gegen den gesellschaftlichen *Mainstream* (*Main*) kämpfende Oppositionen. Und auch wenn er von Produktivkräften spricht, scheint er nicht bindend gesellschaftliche Verweigerer, Künstler oder jugendkulturelle Gegen-Akteure im Sinn zu haben, sondern schlichtweg Aktanten und Gruppen zu bezeichnen, die in verschiedenen kulturellen Bereichen aktiv sind. Dadurch sind sie eben gebunden und kommen kaum in die Verlegenheit, sich zu organisieren und zu entfesseln.

Man meint Horkheimer und Adorno und deren narkotisierte Massen gewissermaßen durch die Hintertür zu vernehmen, wenn Prokop von hinter dem Rücken verflochtenen Menschen spricht, die nicht von herrschenden Eliten direkt beeinflusst werden, sondern sich einem massenkulturellen zwanglosen Zwang[117] vom System ausgesetzt sehen und dadurch selbst Journalisten, Künstler und Techniker vermeintlich freiwillig das herrschende System unterstützen.

„Die Anpassung der so genannten Kommunikatoren an die Konzernpolitik bedeutet aber zugleich eine weitgehende Internalisierung der regressiven Momente des Publikumsbewusstseins, die in den Institutionen der Massenkultur präsent sind." (Ebd.: 14)

116 Für dieses Verständnis von Subkultur spricht auch Prokops Beschreibung der Assimilation von traditionellen, subkulturellen Gruppen in der Massenkultur und seine exemplarische Erwähnung der Studien von R. Hoggart (1957) zur Veränderung der Arbeitersubkultur durch die Massenmedien in England.

117 Dieser Ausdruck ist bei Marcinkowski (1993: 57) entliehen.

Offensichtlich zeigt sich hier Prokop – selbst Journalist – gebrandmarkt durch Entwicklungen der Medienkonzentration in der Bundesrepublik der 1970er Jahre und den damit zusammenhängenden Diskursen um eine Entmachtung großer Konzerne.[118] Denn die so genannten schlechten Produkte der Massenmedien, die Produkte leichter Unterhaltung, die bestimmt sind von einfachen Schemata, bescheidener künstlerischer Umsetzung, Anspruchslosigkeit der Bilder und Rhythmen, hätten lediglich eine Füllsel-Funktion, die dazu dient, den mediengesellschaftlichen status quo zu erhalten, „denn sie dient keinen Zwecken der ›Arbeit‹. Sie gefällt, unterhält und entwirft Moden und Launen. Sie ist rein ästhetisch und amoralisch, aethisch." (W. Stephenson zitiert bei Prokop 1974: 107-108) Etwas überraschend steigert sich Prokop denn doch in einen kulturpessimistischen Duktus, den er später so deutlich nicht mehr an den Tag legen sollte:

„Es sind dies zumeist Programme, deren wichtigste strukturelle Komponente eine latente oder manifeste »Sportlichkeit« ist: die Betonung eines technisch-formalen Ablaufs, der zugleich Dynamik, Belebtheit und Klarheit aufweist. [...] Dies gilt auch für die von Jugendlichen – neben Serienfilmen und Sportprogrammen – bevorzugte Popmusik [...], gerade die von den Mittelschicht-Jugendlichen bevorzugte, raffinierter dynamisierte, »modernere« Underground-Musik [...], obwohl hier der Nachweis des technisch-formalen, des Action-Charakters schwieriger, prinzipiell aber möglich ist." (Prokop 1974: 111)

Und weiter:

„Was dem Rezipienten durch den abstrakten und formalisierten Charakter der Produkte der Massenkultur erspart wird, ist die stets mit Angst und Leid verbundene (bewusste) Verarbeitung *konkreter* [Hervorhebung im Original, C.J.] Erfahrungen, Bedürfnisse und Interessen. [...] In der monopolistischen Massenkultur besteht ein enger Zusammenhang zwischen formaler Betriebsamkeit und *Sadomasochismus* [Hervorhebung im Original, C.J.]: Inhaltlich auf ein prekäres Gleichgewicht festgelegt, das Verdrängung und Erkenntnisabwehr ermöglicht, muss der Medien- und Konsumaktive zugleich ständig nach neuen »Reizen« suchen. Er kann keine Entspannung dulden, weil er keine Erfüllung kennt." (Ebd.: 115-116)

Sobald also massenkulturelle Produkte reglementiert und vorhersehbar sind oder – mit Prokop gesprochen – den wettbewerblichen Aspekt der Sportlichkeit aufweisen, scheinen sie in seinen Augen lediglich einem Spiel zum

118 Auch an dieser Stelle beklagt Prokop die Versäumnisse insbesondere der positivistischen Massenkommunikationsforschung: fehlende Einbindung von individuellen wie auch sozialen Kontexten und dadurch Vernachlässigung möglicher Dimensionen produktiver Spontaneität, die historisch auf den Massenmärkten unterdrückt wird, sowie fehlende Kriterien zur theoretischen und praktischen Bewertung massenmedialer Konzentration und die Auflösung des Begriffs gesellschaftlicher Objektivität, wodurch Produkte bestimmten Publika lediglich zugeordnet und nicht hinterfragt werden: „Wer neutral beobachtet, hat einen Beobachterstandpunkts [sic! C.J.] aus Sicht der Macht." (Prokop 2003: 31)

Ausfüllen der von der Arbeit strikt getrennten Freizeitsituation zu dienen. Zudem werden die bei ihm Subkulturen genannten sozialen Ereignisse (Amüsement, Tanz, Öffentlichkeit, Spiel etc.) in den Medienangeboten Nachrichten, Unterhaltung und Sport auf abstraktifizierte, formalisierte, quantifizierte Momente reduziert. Durch die Art von sportlichem Wettbewerb ergibt sich bei den Rezipienten eine formalisierte Spielhaltung, die zu einer Freizeit-Jagd nach dem Neuesten, Aktuellsten und Modernsten generieren kann.

„Einerseits sind sie durch formalistisch reduzierte Art der Darstellung von vornherein in ihrem Erlebniswert festgelegt und wenden damit die schmerzhafte Erkenntnis der eigenen strukturellen Lage und Benachteiligung ab, die aus unstrukturierten Inhalten und Situationen – dem beim Publikum unbeliebten »Gerede«, dem »Elend«, der »Tristheit«, den drohenden Missverständnissen, dem surrealen Schock – droht. Andererseits bieten sie doch der durch Anpassungsforderungen angestrengten und ermatteten Psyche durch formale Vielfalt der Inhalte und Formen die Möglichkeit der Dynamisierung." (Prokop 1985: 515)

Neben der Erwähnung von Adornos diesbezüglicher Bezeichnung der kulturindustriellen Musik als Musiksport (vgl. Prokop 2003: 102) liefert Prokop dazu an anderer Stelle (1995) das Beispiel der Disney-Vergnügungswelten, die letztlich so stark reglementiert sind, dass sie kaum Spielraum für wirklich innovatives, weil reflexives Spiel zulassen.[119]

Demgegenüber sieht Prokop die so genannten spontanen (Gegen-) Öffentlichkeiten, die emanzipatorisch mit massenkulturellen Angeboten umgehen und von denen folgende gesellschaftliche Forderungen nach Strukturmaßnahmen an den Staat und die Mediengroßkonzerne gegenüber ausgehen:

- Staat: Dezentralisierung der Staatsmacht, Selbstverwaltung in den Betrieben bei demokratischer Planung des Wirtschaftsprozesses;
- Mediengroßkonzerne: Loslösung der Transportmittel öffentlicher Kommunikation von privaten Kapital-Interessen[120], effektive Mitbestimmung in allen wichtigen Angelegenheiten, Zugang der Bevölkerungsmehrheit zu den Medienanstalten, Organisation aller Lohnabhängigen in einer Mediengewerkschaft (vgl. Prokop 1974: 171 und Prokop 1995: 318).

Diese Forderungen wiederum sollen keinen Anlass zum Verstummen geben, sondern bedürfen ständiger Aktualisierung, wie sich unschwer aus heutiger Perspektive bestätigen lässt – da es längst gewerkschaftliche Absicherungen von Medienberufen gibt, andere und neue, über Prokops Kataloge hinausreichende Aspekte hingegen zu diskutieren bzw. überhaupt erst auf die Agenda zu bringen sind. Wenn die Forderungen seitens der spontanen Gegen-

119 Zur inszenierten Authentizität und Fälschung der Kauflust durch die Disney-Welten vgl. auch Eco 2000: 78-88 und Legnaro 2000.

120 Im Speziellen meint Prokop (vgl. 1974: 154) hier die Abhängigkeiten von Massenmedien und Werbewirtschaft.

öffentlichkeiten nicht weiter aufgegriffen werden, besteht laut Prokop die Gefahr purer Repräsentation und Vertretung von bestimmten Bevölkerungsschichten in den Gremien.

Prokop unterteilt also die Gesellschaft in die dominierenden Parteien, Verbände, Medien und Großkonzerne und die damit verbundenen Öffentlichkeiten (*Mains*) auf der einen Seite und die spontanen Gegenöffentlichkeiten (*Subs*) auf der anderen Seite. Interessanterweise durchbricht er damit Schemata, die klassenspezifisch oder an Generationen orientiert sind. Wie aber hängen die beiden Gruppierungen zusammen und wie interagieren sie? Ein kurzes Zitat verbildlicht den Zusammenhang aus Prokops Sicht pointiert: „Der Urwald wird immer nur dann gezeigt, wenn eine Autostraße hindurchgeschlagen wird." (Prokop 1979: 6) Wenn der Urwald für Exotik, in diesem Fall für das Unwägbare, Unzugängliche, eben das Subkulturelle (*Sub*) steht, so wird dieses eben für den *Mainstream* – und mit ihm die *Mainstream*-Medien (*Main*) – erst interessant, wenn es durch eine Autostraße des *Mainstreams* lesbar wird. Diese Kooperation allerdings kann auch produktiv eingeschätzt werden: ohne Urwald keine zusätzliche Aufmerksamkeit für die Autostraße, ohne Autostraße keine allgemeinere Lesbarkeit des Urwalds. Erfasst die Straße die Unwägbarkeiten des Urwalds, berücksichtigt diese und passt sich ihnen an, und walzt sie den Wald nicht einfach platt, so kann sie als kritisch und wertvoll angesehen werden: ebenso die medienkulturelle Produktion. Deswegen plädiert Prokop auch hier für die Aufhebung der Gleichsetzung von *Main* mit schlecht oder *low* und *Sub* mit gut oder *high* zugunsten einer Bedingung der Bewertungsmöglichkeit auf beiden Ebenen:

> „Es ist falsch, hierbei einen Gegensatz von Kunst und Massenkultur heraufzubeschwören, etwa im Sinne von *highbrow* und *lowbrow culture* [...] oder Qualität zur Frage eines bewussten Konsens zu erklären [...]. Gute Arbeiten gibt es auch in der Massenkultur, allerdings sind es seltener Monopolprodukte, sondern eher frei produzierte (nicht bürokratisch reglementierte, nicht auf Absatzerwägungen hin kalkulierte) Werke [...]. Man hat einem Künstler mehr Freiheit gelassen oder vergessen, das Produkt genau zu kontrollieren." (Ebd.: 7)

Freilich besteht die Gefahr, dass subkulturelle oder auch gegenöffentliche Ideen, insbesondere insofern sie nicht selbständig und institutionalisiert sind, zum einen von den Großkonzernen aufgekauft, verbreitet und per Nachahmung entkräftet werden. Diese Entkräftung findet statt, indem es den Großkonzernen nicht mehr um eine wirklich phantasievolle, unkonventionelle Bearbeitung von konkreten Erfahrungen geht, die dann – hier nennt Prokop die Filme Chaplins und Hitchcocks als Beispiele – qua amüsanter, produktiver Darstellungsformen und Techniken Aufmerksamkeit auch größerer Publika erregen kann. In der Professionalisierung des Innovativen geht es im Gegensatz zu realen Befriedigungen und Phantasiebearbeitungen um

den Verkauf von Phantasiewerten, aus denen wiederum Markenzeichen, Images, Rezeptionsbedürfnisse und Kaufreize entstehen können.

„Hierin besteht, von unterschiedlichen Ausgangspunkten her, eine Interessenidentität von Werbung und Medienkonzernen: Das Interesse der *Werbung* [Hervorhebung im Original, C.J.] ist es, dass ein Produkt gekauft wird – nicht weil man das Produkt braucht, sondern weil jenes einen Phantasiewert darstellt. Das Interesse der *Medienkonzerne* [Hervorhebung im Original, C.J.] ist es, Phantasiewerte *als solche* [Hervorhebung im Original, C.J.] zu verkaufen – was jedoch dasselbe ist, weil der Kaufakt, den die Werbung initiiert, nicht allein dem Produkt gilt, sondern ebenso der Phantasiebildung. Beide, Werbung und Konzerne, beuten beim Konsumenten dieselbe Schwäche aus. Beide leben von der gleichartigen Bearbeitung des Rohstoffes Phantasie. Hierdurch kommt die Identität der Sprachstruktur von Werbung und Medienangeboten, die bestimmte Art der Bildersprache zustande. Stets geht es um die Auswertung von Wünschen, die noch kein Artikulationswort gefunden haben, durch Fixierung dieser unartikulierten Ebene auf bestimmte Worte, Wortsymbole, Bildsymbole." (Ebd.: 49)

Grundsätzlich stellen die spontanen Gegenöffentlichkeiten zunächst dem Interesse der dominierenden Öffentlichkeiten ein nicht zwingend politisches, andersartiges Interesse entgegen. Dieses wird frei artikuliert und verdeutlicht Ereignisse, Erfahrungen, Bedürfnisse und eben Interessen – produziert statt legitimiert. Die Parteien-, Verbands-, Medien- und Produktionsöffentlichkeit reagiert zwar auf diese Artikulationen, verwertet und thematisiert deren Kreativität[121] dann allerdings im Markt-Sinne, lässt sich demnach nicht in ihrer Praxis wirksam beeinflussen.

„Das qualitative Potential der spontanen Gegenöffentlichkeit entfaltet sich durch eine – theoretische wie praktische – Arbeit an den *Institutionen*, die Produkt der Wechselwirkung der Konzerne und Anstalten wie der Parteien und Verbände zu den regressiven Bedürfnissen und Interessen der Massen sind, durch den Versuch der Aufhebung deren generalisierter, entspezifizierter Form zugunsten der hieran gebundenen lebendigen Momente. [...] Eine wirkliche, qualitative Veränderung und Verbesserung der Institutionen, ihres besonderen Gebrauchswerts, wird es nur geben, wenn es gelingt, zu jenen Institutionen, auf die die Massen fixiert sind, qualitative Alternativen zu entwickeln, den in allen diesen Institutionen enthaltenen praktischen Positivismus [...] aufzulösen – wenn es also zum Beispiel gelingt, aus der Analyse und Kritik der bestehenden, positivistisch zerstückelten Art der Nachrichtenübermittlung eine Übermittlung und Verarbeitung von Nachrichten institutionell zu sichern, die nicht abstrakt-wertfreie »Information« bietet [...], sondern wirkliche Geschichte und Subjektivität, die aus ihren Lebenszusammenhängen hervorgehenden Erfahrungen, Bedürfnisse und Interessen der Verarbeitenden selbst miteinbezieht und mitentwickelt; wenn es gelingt, als Alternative zum bestehenden, entspezifizierten Unterhaltungsangebot der Monopolisten Formen des Amüsements auszubilden und institutionell abzusi-

121 Prokop (1995: 320) nennt exemplarisch *Vaudeville*-Theater, *Music Halls*, Film- und Journalistenschulen aus Ausbilder künstlerischer Fähigkeiten auf massenkultureller Basis.

chem, in denen menschliche Fähigkeiten zur Groteske, zur Akrobatik, zum Gesang, Tanz, zum Karneval und zur Zauberei, ihre Interessen an Sensationen, Gerüchten etc. ungestört von einer auf »Wirkung« kalkulierenden Vernunft sich mit fortgeschrittenen Produktionsmitteln entfalten können [.]" (Prokop 1974: 159)

Prokop fordert gerade am Beispiel der sportlichen Ertüchtigung, dass diese nicht zur Disziplinierung des Körpers, sondern zur Artikulation von Erkenntnissen und Fähigkeiten in Form von Tanz, Pantomime oder Akrobatik genutzt wird. In diesem Rahmen können dann durchaus Produktionsmittel vernünftig nach deren eigener Logik entfaltet werden (vgl. ebd.). Solche gesellschaftlichen Alternativen, die eben nicht in Nischen vor sich hin vegetieren und für das gesellschaftliche *Main* keine Rolle spielen, sind laut Prokop aber eben doch immer nur als Randgruppen (Einwanderer, Gastarbeiter, Intellektuelle, Schüler, Studenten, Lehrlinge etc.) mit besonderen Prädispositionen zu identifizieren und „weniger und versteckter aber bei der breiten Mittelschicht vorhanden" (ebd.: 158), weswegen hier insbesondere an Schulen, Universitäten und innerhalb von Publikumsorganisationen anzusetzen wäre, um Bevölkerungsmehrheiten quer zu generations- oder schichtenspezifischen Kategorisierungen dafür zu interessieren.

Deswegen liefert Prokop 1974 (176-182) als Fazit einen Forderungskatalog zur Institutionalisierung dieser *Sub*-Ebenen *innerhalb* des öffentlich-rechtlichen Rundfunks in der Bundesrepublik Deutschland:[122]

- Berücksichtigung praktisch politisch arbeitender Gruppen,
- Aufbau parteiunabhängiger Koordinationsstellen,
- Installation breit angelegter Förderungsmaßnahmen zur Entfaltung des Produktionspotentials spontaner Gegenöffentlichkeit,
- Förderung der massenkulturellen Infrastruktur,
- Abschaffung der Kontrollfunktion des Managements.

Besonders wichtig erscheint Prokop eine dauerhafte transsoziale, also durch alle gesellschaftlichen Gruppierungen hindurch stattfindende Kooperation in Form von Arbeitsprojekten, deren Federführung von qualifizierten Künstlern, Journalisten und Publikums-initiativen übernommen werden soll. Auch hier moniert Prokop wieder die Praxisferne vieler Medienwissenschaftler, die eben nicht Ratschläge aus der Theorie-Ebene geben, sondern über die reale Umsetzung von legitimen Autonomiebestrebungen auf Seiten der Journalisten reflektieren sollten.

Erst mit Hilfe einer Durchorganisation und Auf-Dauer-Stellung der spontanen Gegenöffentlichkeiten lässt sich laut Prokop deren größte Gefährdung, das kalkulierte Verwertungsinteresse durch das massenkulturell in Großkonzernen und auch öffentlich-rechtlichen Anstalten operierende Management, aufhalten:

122 Angelehnt an die Organisationsstruktur des Modells der antizentralistischen Filmfestspiele *Etats Généraux du Cinéma* vom Mai 1968.

„Die Großkonzerne müssen – gerade weil das Verhältnis der Angebote zu den Bedürfnissen der Massen derart prekär ist, gerade weil das Interesse der Massen an den gerade noch vermummten Tauschwerten derart schnell erlahmt – immer neue Bedürfnisse herausfinden, um immer neue Attraktionen und »Wellen« zu produzieren." (Ebd.: 162)

Werden Entfaltungsmöglichkeiten und Spontaneität der Gegenöffentlichkeiten vom Management geplant und dementsprechend deformiert, zerstückelt und – wie man heute schlicht formulieren würde – kommerzialisiert, ist deren Teilnahme am massenmedialen *Main(stream)* laut Prokop nur noch ein kalkuliertes Spiel bzw. eine – wie schon erwähnt – leichte Unterhaltung. Ohne Autonomisierung bei gleichzeitiger und vor allem dem *Main(stream)* gleichwertiger Institutionalisierung verbleiben die Gegenöffentlichkeiten in einer doppelten Kontrollabhängigkeit: Sie werden gesamtgesellschaftlicher Themenfundus der Großkonzerne und innerbetrieblich durch das Management entkräftet.

Hier führt Prokop eine weitere Unterscheidung auf den *Sub*-Ebenen ein. Er differenziert zwischen den institutionalisierten Gegenöffentlichkeiten und den eher zurückgezogenen Subkulturen. Während erstere versuchen, auf ähnlichem Wege wie die dominierenden Öffentlichkeiten Alternativen zu erarbeiten (*Subs* in *Main*), erscheinen Prokop Subkulturen zwar beachtenswert als Mittel der Artikulation von kleinen Gruppierungen (z.B. in Form von Underground-Filmen, Nachrichtenblättern und Kunstgewerbe), jedoch nicht geeignet für eine kollektive, geplante Entfaltung und Absicherung eigener Strategien, die verallgemeinerbar und schließlich sogar zum gesellschaftlichen Leitbild erklärbar sein könnte (*Subs* von außen). Die Subkulturen stellen in dieser Hinsicht laut Prokop sogar einen Rückschritt dar, da sie zumeist mit unterentwickelten Produktionsformen arbeiten und nicht das in spontanen Gegenöffentlichkeiten vorhandene produktive Potenzial entwickeln. Dieses gilt es abzurufen und sich dann von dort aus sehr wohl auf die Bedürfnisse und Interessen der Produzenten einzulassen und auf deren Basis etablierter und formatierter Kulturproduktionen[123] Alternativen bzw. neue Formen zu bilden. Die Forderungen der Gegenöffentlichkeiten bleiben wiederum zumeist unerreicht – so resümiert Prokop zwanzig Jahre später –, da die Gruppen sowohl zu unbeständig als auch selbst wiederum zu zentralistisch, ergo von wenigen machtbesessenen Funktionären bestimmt seien (vgl. Prokop 1995: 319), also genau dem verfallen, gegen das sie ursprünglich angetreten waren, alternative Entwürfe zu erarbeiten.

Offensichtlich unter dem Einfluss der politischen Entwicklungen der 1990er Jahre in der Bundesrepublik formiert Prokop seine neue kritische Medienforschung schließlich Anfang des neuen Jahrtausends noch einmal, ergänzt um eine von ihm entwickelte neue Dialektik, die die Ambivalenz zwischen *Main* und *Sub* besser zu greifen versucht und auf den bereits ge-

123 Prokop (vgl. 1974: 174) nennt die unscharfen Kategorien Unterhaltung, Nachrichtenverarbeitung, Sport, Politik, Sex und Kultur.

nannten Überlegungen beruht, also gewissermaßen ein kompaktes Update bildet. Gegenüber Horkheimers und Adornos *Dialektik der Aufklärung* entwickelt Prokop nun eine Dialektik der Kulturindustrie, er begibt sich also kritisch zusammenfassend ins Feld der Massenkultur, um dort nach Gefahren und Chancen zu suchen:

„Mein Vorwurf der Ontologie des Falschen betrifft die Vernachlässigung der kulturindustriellen Freiheit, des Nichtidentischen, der Produktivkräfte, der reinen Gebrauchswerte und der kreativen Werbestrategien, die es *in der Kulturindustrie* [Hervorhebung im Original, C.J.] gibt. Ignoriert wird das der Ontologie des falschen Zustands Entgegengesetzte, die auch *in der Kulturindustrie* [Hervorhebung im Original, C.J.] präsente Utopie, die man – selbst wenn jene »ineffabile«, unsagbar, nicht ausmalbar ist – als die andere Seite der Medaille analysieren kann." (Prokop 2003: 39)

Prokop orientiert sich an der Dialektik von Rede und Gegenrede im Sinne Platons und verweist auf den Dreischritt von These, Antithese und Synthese bei Schelling, in dem er die Schritte einer Antithesis, dann einer Thesis und schließlich einer übergreifenden Thesis vorstellt (vgl. ebd.: 43-50 und ausführlich 52-312). Wobei Hegels Einteilung in Gegensatz, Aufhebung des Gegensatzes und Umschlag in einen neuen Gegensatz ebenfalls eine Rolle spielt:

„Ausgangspunkt sind der Satz der Identität, A = A, und die dialektische These, dass A auch Nicht-A sein könne. Hegel bestimmt diese dialektische Logik als Logik des Begriffs beziehungsweise der Begriffsdialektik: Es ist die Bewegung des Geistes, die es hier nachzuvollziehen gilt, das prozesshafte Werden des Selbstbewusstseins." (Behrens 2003a: 71)

Antithese, These und übergreifende These zur Dialektik der Kulturindustrie sollen hier im Folgenden kurz skizziert und wiederum in Form eines Fazits zu den Beobachtungen zu Dieter Prokop als kritischem Medienforscher in der Nachfolge der ersten Generation Kritischer Theorie beurteilt werden.

2.2.2.3 Prokops Dialektik der Kulturindustrie

Antithesis der Dialektik der Kulturindustrie

„Antithesis über kulturindustrielle Unfreiheit: In der Kulturindustrie gibt es keine Freiheit. Alles geschieht nach materiellen Gesetzmäßigkeiten der Produktionsverhältnisse; der perfekten Waren-Wertform; der Tauschabstraktion. Sie machen Kulturindustrie zu reiner Identität, indem sie ein Denken in abstrakter Allgemeinheit, einen positivistischen Erfahrungsmodus hervorbringen. [Hervorhebung im Original, C.J.]" (Prokop 2003: 43)

Die Unfreiheit in der Kulturindustrie ergibt sich laut Prokop aus der zunehmenden Durchdringung der Tauschabstraktion aller gesellschaftlichen Be-

reiche im Oligopol-Kapitalismus. Kulturindustrie und Werbung stabilisieren dieses System, indem sie Trends er-schaffen, zu denen durchaus integrierte Gegentendenzen möglich sind. Dieses Durchdringen der Bedeutung kapitalistischer Tauschverhältnisse beeinflusst schließlich das gesamte Leben und Denken, welches hinter dem Rücken der Menschen passiert. Entscheidend geschieht dies durch Werbung und Medien, welche ihrerseits vom Oligopol-Kapitalismus beherrscht und gesteuert sind:

„Neben dem Interesse, Märkte durch Design, Imagewerbung und PR zu segmentieren und wenigstens Awareness zu schaffen, geht es um etwas strategisch ebenso Wichtiges: Es geht um die Schaustellung von Wirtschaftsmacht." (Ebd.: 128)

Unter der Unfreiheit in der Medienrezeption und allgemeiner der Kulturindustrie lagert also basal eine Unfreiheit im Oligopol-Kapitalismus, welcher vorrangig über den Besitzstand des Geldes (Haben/Nicht-Haben) geregelt wird. Diese Unterscheidung wiederum darf laut Prokop nicht rein funktional gesehen werden, sondern muss bewertet werden, da „das Geld – als reine Verkörperung der Wertform der Ware, als deren Symbol oder Zeichen [...] – keine freundliche Kommunikationshilfe ist." (Ebd.: 68) Im Gegenteil, Geld wird hier als Vehikel der Unfreiheit und als Überträger von Machtverhältnissen bezeichnet: „Das Geld sitzt den anderen Waren im Nacken." (Ebd.: 69)

Was bedeutet dieses Virus unter dem Deckmantel des Kommunikationsmittels (des Mediums, wie Parsons sagen würde[124]) nun genau für die Massenmedien? Es bedeutet, dass es um eine besonders gute Tauschbarkeit von Waren und somit auch Medienprodukten oder, wie Prokop sie nennt, tauschabstraktiven medienkulturellen Mustern geht. Diese Tauschbarkeit generiert sich zunächst über Aufmerksamkeitserregung und dann über Kommerzialisierbarkeit, also kulturindustrielle Effektivität. War es 1974 noch das Monopol, das über die Inszenierung von Kommunikation die allgemeine Bereitschaft zum Konsum herstellt und auf Stabilisierung und Kalkulierbarkeit umschaltet und damit in gesellschaftliche Teilbereiche wie Kulturindustrie, Werbung aber auch politisches System zu diffundieren droht, so geht Prokop 2003 (131) einen Schritt weiter, argumentiert also erneut aus einer Art Zwischenposition, und klagt den Oligopol-Kapitalismus an, den Konsumenten die Möglichkeit des Vergnügens zu proliferieren, in-

124 „Trotz aller konservativen Intentionen hat Parsons richtig gesehen, dass sich die Art und Weise der Entfaltung der Bedürfnisse auf den politischen und sozialen Märkten – auch dem der Massenkommunikation – in Analogie zum Geldmechanismus erklärt." (Prokop 1974: 70) Hier lässt sich überraschend gut an die Diskussionen der letzten Jahre um die Ökonomie der Aufmerksamkeit anschließen (vgl. Franck 1998, 2000, 2003 und zu einer kommunikationswissenschaftlichen Diskussion Jacke 2001a, Jünger 2001, Schmidt 2000a, 2001a und Zurstiege 2001a). Allerdings behauptet Prokop (1982: 43), dass zerstreute Rezeption etwa von Filmen keinerlei Aufmerksamkeit bedarf und touchiert damit die heikle Frage der Definition von Aufmerksamkeit.

dem eine gewisse Betriebsamkeit bereits in den Produkten angelegt sei und sich aus dem vom System her verlangten Anpassungsleistungen ein Potenzial für ebenso angepasstes Vergnügen installiert befinde.

Im Fall der Massenmedien scheint sich bei Prokop als Vorstufe der monetären Währung die Unterhaltung bzw. das Vergnügen zu befinden; Prokop (2003) nennt dies auch ‚Freizeitgeld'. Ist dieses von eventueller Kreativität bereinigt und somit entspezialisiert, so funktioniert ein wechselseitiger Mechanismus: Während die Medienproduktionsseite den Rezipienten scheinbar pluralistische kulturelle Inhalte – das vermeintliche Fenster zur Welt – offeriert, ‚schenken' diese den Medienprodukten und somit auch -produzenten ihre Aufmerksamkeit in Form von Rezeptivität. In der Bereitschaft, zu rezipieren, was auf dem Markt angeboten wird, liegt eine solipsistische Stufe des Konsums, die sich darüber gelagert ebenso an der Akzeptanz des Geldes zeigt. Auch hier schließt Prokop an den eher strukturell-funktional denkenden Sozialtheoretiker T. Parsons an:

„Was Parsons im Bereich der *Massenkommunikation* als Tausch von generalisierter Rezeptivität gegen Pluralismus kennzeichnet, erweist sich von den Bedürfnissen her als *Tausch von Bereitschaft zur Abwehr von gleichgewichtsbedrohenden Glücksansprüchen gegen die Garantie formaler Vielfalt bei gleichzeitiger Sicherung der psychischen Stabilität und Disziplin.* [Hervorhebungen im Original, C.J.]" (Prokop 1974: 80)

Neben dieser vermeintlichen kulturindustriellen Freiheit, die letztlich doch in Unfreiheit mündet, erscheint die Bedeutung der Währung Geld primär[125]: Prokop nennt als deren Kriterien eine vielfache Konvertierungsmöglichkeit verschiedener Arten von Geld in einem universellen Geldsystem, eine starke Formalisierung, Abstraktion, Beständigkeit und quantitative Differenzierbarkeit.

„Das *ästhetische Arrangement* [Hervorhebung im Original, C.J.] erhält [...] die Funktion, den bedürfnisbefriedigenden Charakter der generalisierten Medien durch neue Arten von abstrakt-regressiver Phantasie, durch neue Farben, Töne, etc., zu erneuern. In der Kulturindustrie im Monopol erhält die Ästhetik die Funktion, durch periodische Neuinszenierungen des Gebrauchswerts eine ständige Nachfrage zu bewahren: Von Zeit zu Zeit wechseln die Boutiquen, von kreativer Originalität unterstützt, ihr Design; die alten Damen an der Kasse aber bleiben." (Ebd.: 86)[126]

125 Franck (1998: 72-74) hingegen spricht etwa von Aufmerksamkeit als Währung der von Beachtung geprägten Mediengesellschaft, Schmidt (2001a: 183-184) von Aufmerksamkeit als Währung der Medien, als neuartigem Kapital, welches mit Franck keineswegs nur Formen symbolischen Kapitals bedeutet. E. Fromm (2003 [1956]) wies bereits grundsätzlich in seiner *Theorie der Liebe* auf den ‚Wert' und den Regelungscharakter von Aufmerksamkeit und Beachtung in der zwischenmenschlichen Kommunikation hin.

126 Haug nennt dies die permanente Revolutionierung (1971). Der französische Philosoph G. Debord spricht pointiert vom Kampf der Waren gegeneinander um Anerkennung, um das Weltlich-Werden der Ware und das Zur-Ware-Werden der

Der Gebrauchswert und damit auch das Vergnügen am eigentlichen Gebrauch wird aber nicht nur ständig neu inszeniert, sondern auf den Tauschwert verlagert, der schließlich als intrinsischer Fetisch den Gebrauchswert ersetzt. Adorno hatte dies schon wesentlich drastischer formuliert:

„Je unerbittlicher mit dem Verfall der bürgerlichen Wirtschaft das Prinzip des Tauschwerts die Menschen um die Lust an den Gebrauchswerten betrügt, um so dichter vermummt sich der Tauschwert selbst als Gegenstand der Lust. Man hat nach dem Kitt gefragt, der die Warengesellschaft jetzt noch zusammenhält, nachdem sie ökonomisch bereits gerichtet [...] ist. Zur Erklärung mag die Übertragung der Lust vom Gebrauchswert der Konsumgüter auf ihren Tauschwert innerhalb einer Gesamtverfassung beitragen, in der schließlich jeder Genuss, der vom Tauschwert sich emanzipiert, subversive Züge annimmt." (Adorno zitiert bei Prokop 2003: 71)

Und weiter:

„Die Kastration der Wahrnehmung aber durch die Kontrollinstanz, die jegliche begehrende Antizipation ihr verweigert, zwingt sie eben damit ins Schema der ohnmächtigen Wiederholung von je schon Bekanntem. Dass eigentlich nicht mehr gesehen werden darf, läuft aufs Opfer des Intellekts hinaus. Wie unterm losgelösten Primat des Produktionsprozesses das Wozu der Vernunft entschwindet, bis sie auf den Fetischismus ihrer selbst und der auswendigen Macht herunterkommt, so bildet sie sich zugleich selbst als Instrument zurück und gleicht sich ihren Funktionären an, deren Denkapparat nur noch dem Zweck dient, Denken zu verhindern." (Adorno 1969: 159)

Denken wird also in der durchkapitalisierten medienkulturellen Produktion verhindert, Veränderung vermieden, Vergnügen nur nach Spielregeln erlaubt und sinnliche Erfahrung simuliert: Dies ist die Unfreiheit der Kulturindustrie. Prokop räumt ein, dass gesellschaftliche Erfahrung erfolgreich sein *oder* scheitern kann – ganz gleich ob Kulturindustrie- oder Adornorezeption. Das Aushandeln der verschiedenen Positionen in den Interaktionen (Faszination/Langeweile, Innovation/Wiederholung) zwischen Produzenten und Rezipienten nennt Steinert (vgl. 1998: 99-111) Arbeitsbündnis. Diese Unterscheidungen wiederum können verschieden bewertet werden. Die Wiederholung bspw. muss in der Medienrezeption keinesfalls mit Langeweile einhergehen, dies wissen Kinder genauso gut wie mutwillige Konformisten des Nicht-Wissen-Wollens (vgl. Prokop 2003: 100-101).

Welt. Im permanenten Wettbewerb kämpft sich folglich das Besondere der Waren ab und überlässt den Platz der reinen Warenform (vgl. Debord 1996: 53). Dieser vordergründige Kampf samt hintergründiger Etablierung und Verabsolutierung der Warenform (es gibt keine Alternative zu ihr) hypnotisiert die Medien-Zuschauer und verdrängt kritische Momente und Potenziale aus deren Blickfeldern (vgl. Crary 1997: 72).

Woran es der klassischen Kritik der Kulturindustrie laut Prokop immer wieder fehlt, ist deren Umsetzung einer tatsächlich negativen Dialektik, sind empirische Analysen und ist oftmals der Abstand zur puren „Lizenz zum Fluchen" (Prokop 2003: 163-164) Deshalb erweitert Prokop die Dialektik um die eigene Negation der Negation und gelangt somit zu seiner (Anti-Anti-)Thesis der Kulturindustrie.

Thesis der Dialektik der Kulturindustrie

„Thesis über kulturindustrielle Freiheit: In der Kulturindustrie besteht eine gewisse Kausalität durch Freiheit, in den kulturindustriellen Produktivkräften und auch in den unperfekten Waren-Wertformen. Sie sind Elemente des Nichtidentischen, die ein Denken im Widerspruch, einen kritischen Erfahrungsmodus hervorbringen. [Hervorhebung im Original, C.J.]" (Prokop 2003: 43)

Wie schon mannigfaltig angeklungen, sieht Prokop die Funktion einer neuen kritischen Medienforschung vor allem darin, die Kulturindustrie nicht pauschal zu verurteilen (Antithesis), sondern ebenso deren positive und freiheitliche Aspekte herauszuarbeiten (Thesis), den Zusammenhang zwischen Unfreiheit und Freiheit zu skizzieren (übergreifende Thesis) und somit eine negativ-dialektische Fortsetzung der Antithesis zu leisten, da Kulturindustrie offensichtlich heutzutage mehr ist als der Teufelskreis der Unfreiheit: „Adorno ignorierte jedoch das Nichtidentische an der Kulturindustrie. Ausgerechnet in Bezug auf Kulturindustrie hat er das kritische Programm einer negativ-dialektischen Analyse nicht realisiert." (Ebd.: 171) Ebenso birgt Kritische Theorie laut Prokop mehr Potenzial als das pure Feststellen und Aburteilen dieses Zirkels.

Die Thesis über kulturelle Freiheit in der Kulturindustrie – die Negation der Negation – ist auch eine Kritik der Kritik der Kulturindustrie. Im Vorwort seiner negativen Dialektik der Kulturindustrie legt Prokop großen Wert auf die Tatsache, dass dadurch allerdings keinesfalls ein Lob der Kulturindustrie entstünde, sondern die Negation in Form von genauer Beobachtung der Kulturindustrie weiterführen müsse. Erst 160 Seiten später fügt er den entscheidenden Nebensatz hinzu: „mit dem Interesse zu werten." (Ebd.: 170) Kritische Medienforschung soll demnach die Widersprüche der Kulturindustrie analysieren und beurteilen. Erst wenn diese Widersprüchlichkeiten verstanden werden, kann eine Annäherung an die Mechanismen der Kulturindustrie erfolgen.[127]

Was also sind die Möglichkeiten bzw. Freiheiten der Kulturindustrie? Die Möglichkeiten zu Alternativen liegen, so Prokop, einzig und allein in der Kulturindustrie selbst. Es gilt, sie aus den Unfreiheiten selbst herauszukristallisieren. Bestimmt wird die Kulturindustrie von den Produktionsverhältnissen (sozialen Strukturen, faktischen Rechtsverhältnissen und politi-

127 Dies begründet auch das ausführliche Close- und Re-Reading der Texte für die vorliegende Analyse.

schen Kompromissen, die sich historisch etabliert haben), innerhalb derer sich aber auch Produktivkräfte herausbilden können. Produktivkräfte sind zum einen Rahmenbedingungen für künstlerische Kreativität (Techniken, Materialgesetzlichkeiten, Werklogik, Formatlogik etc.), die weiter entwickelt werden können und müssen, und zum anderen alles, was sich in diesen Rahmen gegen jegliche Standardisierungen, Typologisierungen, Schematisierungen und gegen Zwänge der Zielgruppenbedienung wehrt. Darüber hinaus zählt Prokop prinzipiell den Verstand und die Fantasiearbeit des Publikums mitsamt einem ausgeprägten Interesse an Grenzerweiterungen und ferner die Kennerschaft des Publikums dazu. Diese Aspekte einer gewissen Intellektualität des kulturindustriellen Publikums wurden von der klassischen Kritischen Theorie höchstens als Wissen der Menschen darüber, dass sie auch ohne die Kulturindustrie gut leben würden, einbezogen. Stattdessen kann das Publikum bei Prokop sehr wohl differenzieren und beurteilen:

„Das Publikum, das nicht dumm ist, schätzt an den *guten* [Hervorhebung im Original, C.J.] erfolgreichen Kulturwaren stets, dass *beides* [Hervorhebung im Original, C.J.] in ihnen artikuliert ist: die Verkaufbarkeitsform in Perfektion *und* [Hervorhebung im Original, C.J.] die Kreativität, die sich hieran abarbeitet." (Ebd.: 209)

Dies geschieht wiederum nicht rein intuitiv, sondern aufgrund von Vorbildung und Kennerschaft, denn: „Nur wer die Konventionen kennt, kann deren innovative Veränderung erkennen." (Ebd.: 234) Dies kann als das entscheidende Kriterium für eine Produktivkraft, aber auch eine effektive Kritik in der Kulturindustrie an der Kulturindustrie betrachtet werden.[128]

Die potenziellen Produktivkräfte sind nicht nur im Bereich der Kunst, sondern ebenso der Kulturindustrie vorhanden und vielen medienkulturellen Mustern immanent und auch sichtbar, bleiben jedoch oft unterdrückt und müssen erst noch entfesselt werden. Prokop klärt allerdings nicht genau die Unterschiede und Gemeinsamkeiten zwischen Kunst und Kulturindustrie und verschleiert somit definitorische Grundlagen. Er zählt als kreative medienkulturelle Muster Tragik, Geschichte, Leben, Sehnsucht, Suche nach Wahrheit, Qualität, ästhetischen Rang, gutes Leben, Rausch, Askese, befreiendes Lachen und reines Amüsement auf. So verschwommen die Kategorien untereinander sind, so unscharf die Kommunikationsprozess-Ebenen getrennt werden. Es scheint Prokop schlichtweg um Kreativität, Originalität und echte Emotionalität in der Massenproduktion zu gehen. Wenn dies autonom und unter Anstrengung geschieht, spricht Prokop von produktiver Spontaneität. Diese kann nur aus dem Vorgegebenen entstehen, nicht von einem Außerhalb. Die Potenziale zur Vernunft und Spontaneität schwirren

128 Hier ließen sich zahlreiche Beispiele finden, eines soll genügen: Helge Schneider kann nur deswegen hervorragende Jazz-Persiflagen präsentieren, weil er selbst ein sehr guter Jazz-Musiker ist (vgl. zu Schneiders Version des Jazz auch Schnaidt 2003).

nicht irgendwo in den Lebenswelten der Rezipienten herum, sondern sind mit Prokop in der Kulturindustrie vorhanden:

„Das Material ist immer das vorhandene Material, in ihm müssen die Probleme und die Möglichkeiten entfaltet werden. Zum Material gehören auch die vorhandenen Konventionen, die Ansprüche der Auftraggeber oder Käufer oder des Publikums. Die Arbeit am Material muss *zwischen* [Hervorhebung im Original, C.J.] Produktionsverhältnissen und Produktivkräften immer neue Wege suchen. Oft ist das Inkonsequente der kreativere Weg: Heute, da »konsequente« Dissonanz, Askese, Verweigerung zum kommerziellen Kunstbetrieb gehören, muss man fragen, ob das theoretische Interesse am »Genussvollen« nicht dialektischer ist." (Ebd.: 190)

Deswegen beschäftigt sich Prokop nur am Rande mit den gesellschaftlichen Funktionen und Zielen der Avantgarde und Kunst. Längst werden diese ebenso von verkaufssteigernden Interessen durchzogen, weswegen sie laut Prokop auch nicht mehr der Maßstab für eine Kritik der Kulturindustrie sein können.

Produktivkräfte hingegen werden der Kulturindustrie nicht gegenüber gestellt, sie schlummern inmitten dieser und entfesseln sich immer wieder und setzen sich überall dort durch, wo der *Main(stream)*-Betrieb die Suche nach Neuem, Innovativem, Attraktivem notwendig macht, wo strukturelle Voraussetzungen für vor allem künstlerische und journalistische Autonomie existieren und wo eine fortgeschrittene Arbeitsteilung für eine zumindest teilweise Unabhängigkeit von Spezialisten und für deren kreative Kooperation sorgt. Deswegen können Produktivkräfte auch aus Produktionsverhältnissen heraus erwachsen. Global Players z.B. in der Filmwirtschaft sind nicht per se von niedriger Qualität, sie können sehr wohl neue, innovative Technologien (z.B. Digital-Technologien) entwickeln. Ebenso kann laut Prokop das postmoderne Spiel mit Grenzen (z.B. Journalismus/Literatur oder Authentisches/Künstliches) etwas Produktives implizieren, sofern es Etabliertes in Frage stellt.[129] Auch auf dem kulturell kommerzialisierten Gebiet par excellence, der Popmusik, ist eine Entwicklung von Produktivkräften möglich (vgl. Prokop 2000: 300-306).[130] Das stete Ablösen der Stile, das Aufeinanderfolgen von Trends und Wellen beinhaltet automatisch schon eine Garantie für Innovation: „Das Weitertreiben der Grenzen, bei den Machern, den Managern wie beim Publikum – das ist Produktivkraft." (Ebd.: 305) Immer wieder also kehrt Prokop an den Punkt zurück, dass in der Kul-

129 An dieser Stelle kokettiert Prokop mit den von ihm ansonsten oft gescholtenen postmodernen Autoren.

130 Allerdings definiert Prokop im Unterkapitel *Produktivkräfte in Popmusik und Techno* weder den zentralen und schwierigen Terminus der Popmusik, noch differenziert er ihn aus, noch erläutert er die genaueren Zusammenhänge von Popmusik und Techno. Überdies stützt Prokop sich zum Beispiel Techno lediglich auf einen Zeitungsartikel von D. Diederichsen, hat sich dieser doch an mannigfaltigen Stellen ausführlicher dazu geäußert (vgl. etwa Diederichsen 1993 und 1999b).

turindustrie (dem Adornoschen Falschen) durchaus und entgegen Adornos Auffassung etwas Richtiges (die Produktivkräfte) prinzipiell möglich ist:

„Nein, wir müssen analysieren, wo, wie und warum im Falschen das Richtige vorhanden und unterdrückt ist. Wir müssen analysieren, warum wir von dem Richtigen, *das wir da finden* [Hervorhebung im Original, C.J.], nicht *mehr* [Hervorhebung im Original, C.J.] bekommen." (Prokop 2003: 207)

Prokop sucht die Chancen im Jetzt und nicht die Möglichkeiten in der Zukunft bzw. der Utopie. Deswegen versucht er auch, durch eine übergreifende Thesis die beiden ersten Beobachtungen produktiv zu vereinen.[131]

Übergreifende Thesis zur Kulturindustrie

„Übergreifende Thesis über die dialektische Vermittlung von kulturindustrieller Freiheit und Unfreiheit: Das Spannungsfeld zwischen Identischem und Nichtidentischem; Tauschabstraktion und Produktivkräften; positivistischem und kritischem Erfahrungsmodus in der Kulturindustrie ist in der Theorie nicht auflösbar. Es ist aus einer übergreifenden, dialektischen Sicht zu betrachten: Das Nichtidentische der Kulturindustrie – Produktivkräfte, unperfekte Waren-Wertform, kritischer Erfahrungsmodus – verhindert, dass deren Identität in ewiger Wiederholung erstarrt. Umgekehrt ist das Identische der Kulturindustrie – Tauschabstraktion, perfekte Waren-Wertform, positivistischer Erfahrungsmodus – Voraussetzung der Entfaltung eines Nichtidentischen, denn es bietet einfaches, leicht konvertibles Material der Welterfahrung. Erst aus der Zurkenntnisnahme dieser dialektischen Vermittlung ergäbe sich – in der Theorie – eine rationale Identität der Kulturindustrie. [Hervorhebung im Original, C.J.]" (Prokop 2003: 50)

Prokop verlangt vom dialektischen Analytiker also den Blick über die Differenz hinaus. Nach der Adornoschen Unterscheidung in Falsches und Richtiges kommt erneut das Prokopsche Dazwischen, welches die Spuren des Richtigen im Falschen sucht. Ein Zitat Adornos verdeutlicht die auch bei Prokop aufscheinenden Schwierigkeiten für analysierende Beobachter:

„Vom Denkenden heute wird nicht weniger verlangt, als dass er in jedem Augenblick in den Sachen und außer den Sachen sein soll – der Gestus Münchhausens, der sich an dem Zopf aus dem Sumpf zieht, wird zum Schema einer jeden Erkenntnis, die mehr sein will als entweder Feststellung oder Entwurf. Und dann kommen noch die angestellten Philosophen und machen uns zum Vorwurf, dass wir keinen festen Standpunkt hätten." (Adorno 1969: 91)

Diesen festen und zugleich flexiblen Standpunkt sieht Prokop eben in der Zwischenposition einer übergreifenden Thesis, die es ermöglicht, die kulturelle Unterscheidung zwischen *Main* und *Sub* zwar beizubehalten, die Ebene

131 Prokop selbst bemüht sich also, nicht in kulturkritischer Resignation zu verharren, sondern selbst zur wissenschaftlichen Produktivkraft zu werden, indem er Horkheimers und Adornos Dialektik weiter führt.

Main aber zweiwertig (*high* und *low*) zu betrachten und dabei in Abhebung von der klassischen Kritischen Theorie ein besonderes Augenmerk auf das *high* der Kulturindustrie zu legen: „Warum sollte man nicht auch im Schutt der Kulturindustrie nach Wahrheit wühlen?" (Prokop 2003: 269) Die dialektische Vermittlung Prokops versucht eine Brücke zwischen *Main* und *Sub* (und deren Bewertungen als *low* und *high*) und somit zwischen den jeweiligen Tauschabstraktionen und Produktionsverhältnissen (Unfreiheiten, Stagnation, positivistischer Erfahrungsmodus) auf der einen und den Produktivkräften (Freiheiten, Innovation, kritischer Erfahrungsmodus) auf der anderen Seite zu schlagen. Die Dialektik identifiziert Möglichkeiten von *Subs* innerhalb des *Main*. Prokop verfolgt das kritisch-dialektische Denken soweit, dass er auch in den Tauschabstraktionen und Produktionsverhältnissen Freiheiten und Innovationen sucht. Das autonome Subjekt hat auch darin die Möglichkeit, sich zu konstituieren; auch diese Unfreiheiten sind nicht durchweg fatal, böse und verdinglicht.

Inwiefern aber liegen Vernunft- und Erkenntnispotenziale in den Waren der Kulturindustrie? Prokop bedient sich auch hier eines dialektischen Kniffs, indem er Waren dem absolut Identischen, dem Geld, in dem sich Gebrauchs- und Tauschwert komplett überlagern, gegenüberstellt. Dadurch platziert er Waren auf der Seite des Nicht-Identischen, welches wiederum im Anschluss an Adorno Freiheitschancen birgt. Diese Potenziale sind in verschiedenen Taktiken des Erfolgs zu beobachten:

„Die Waren können viele unterschiedliche Strategien entwickeln, um Erfolg zu haben (Der Katalog ist sicherlich nicht vollständig): 1. Die »Ich bin reine Naturalform, mit reinem Gebrauchswert, und sonst gar nichts«-Strategie [...] 2. Die »Ich bin eben wie ich bin«-Strategie [...] 3. Die »Ich bin Trash«-Strategie [...] 4. Die »Ich bin als Ware schön und das ist gut so«-Strategie [...] 5. Die »Marketing ist alles«-Strategie [...] Die Waren können ihre Attraktivität erhöhen, indem sie den Gegensatz von Wertform versus Gebrauchswert und den von Geld-Warenform und Waren-Warenform (reiner versus allgemeiner Äquivalentform), in dem sie leben müssen, *thematisieren* [Hervorhebung im Original, C.J.]. [...] 6. Die »Ich bin die Ware, diese Hure«-Strategie [...] 7. Die »Ich imitiere die Erfolgsware«-Strategie [...] 8. Die »Ich zitierte eine Erfolgsware«-Strategie [...] 9. Die »Ich zeige, dass ich auf besonders attraktive Weise Wertform und zugleich auf besonders attraktive Weise menschlich bin«-Strategie [.]" (Ebd.: 272-276)

Sicherlich kommen einem all diese Strategien aus den Medien und insbesondere der Werbung bekannt vor, die Personalisierung von Waren mutet denn allerdings doch etwas ungewöhnlich an. Sollen die Waren hier gegenüber dem Geld gar vermenschlicht werden? Prokop sieht im Menschlichen der Waren – er spricht von intelligenten, fleißigen, professionellen, bewussten Waren – eine Anbindung an die eigene Wertform, welche der abstrakterstarrten Wertform des Gelds überlegen ist und liefert die Beispiele des Films und der Popmusik (vgl. ebd.: 277-289). Was für Film die Montage, bedeutet in der Popmusik der Pastiche: In beiden Fällen wird zitiert und

verwiesen, es werden Referenzen benutzt. Der Ausbruch aus der authentischen Darstellung kann als Grenzüberschreitung zum Künstlichen, zur Simulation genutzt werden, und somit entwickeln sich im Film und in der Popmusik Produktivkräfte, die Etabliertes anzweifeln und über Trendentwicklungen ablösen oder umwerfen können. Prokop spricht von produktivem Zitieren und schließt damit an Adorno an, der dies jedoch ausschließlich auf die Kunst bezog. Prokop hingegen verweist auf zahlreiche, produktive Quellen in der Kulturindustrie. Dadurch entstünden beispielsweise in der Popmusik wiederum aus Produktionsverhältnissen (der eigenen Pop-Geschichte, Prokop nennt dies den Zitate-Pool) neue Stile. Allerdings erkennt Prokop unter Zuhilfenahme D. Diederichsens (1999a) die Abnutzungsproblematik und die damit zusammenhängende Schwierigkeit der Bildung und vor allem der Durchsetzung neuer Produktivkräfte. In Zeiten, in denen Pop-, Jugend- und Gegenkultur (*Main* und *Subs*) von immergleichen Ideen geprägt sind, werden demnach Innovationspotenziale geringer. Ferner sind die Aktanten in ihren Geschmäckern mittlerweile derart differenzroutiniert, dass alles Neue schneller in deren Differenzsortiment integriert wird als es überhaupt die Chance zur sorgsam entwickelten Eigen-Äußerung hätte. Prokop ergänzt, dass heutezutage Produktivkräfte genauso gut und schnell zu Produktionsverhältnissen werden können wie umgekehrt (vgl. Prokop 2003: 287).

Prokop bringt ein weiteres Beispiel außerhalb von Film und Popmusik, aber innerhalb der Kulturindustrie, in dem er den Trash-Hit *Maschendrahtzaun* (1999) von Stefan Raab als positiv eigensinnig und somit Hoffnung gebend auf Erfolg des Nonkonformen bezeichnet. Zu diesem Song kam es, weil der TV-Moderator und Musikproduzent Stefan Raab Ausschnitte aus der Fernsehserie *Richterin Barbara Salesch* benutzte, in der die Sächsin Regina Zindler in einem Nachbarschaftsstreitfall um eben jenen Maschendrahtzaun dieses Wort gedehnt und mit deutlichem Dialekt ausspricht. Mit diesem in einen Country-Song eingebetteten Sample – begleitet von der deutschen Band *Truck Stop* – hatte Raab in den Charts großen Erfolg. Produktiv war also im Sinne Prokops das Zitieren eines anderen Medienangebots und die damit einhergehende Parodie.[132] Das Schema der Resteverwertung der Medien in den Medien mag innovativ sein – verwunderlich erscheint hingegen, dass der kritische Medienforscher Prokop gerade dieses Beispiel aussucht, parodiert Raab doch kein anderes Fernsehformat per se, sondern den Dialekt und die Aufgeregtheit einer Sächsin, worin, abgesehen von der Aufbereitung der Unvertrautheit des Sprachklangs für Westdeutsche, nichts sonderlich Produktives oder Innovatives liegt.[133] Offensichtlich begibt sich Prokop hier ganz dialektisch in den Schutt der Massenkultur, um selbst dort Reformpotenziale zu finden.

132 Wobei solche Zitate und Bearbeitungen schon Jahre zuvor und auf Kosten von Prominenten und Stars z.B. bei *Kalkofes Mattscheibe* praktiziert wurden.

133 Vgl. zu einer ausführlicheren und empirischen Betrachtung des Medienevents um den *Maschendrahtzaun* Hepp 2002.

Zurück zu den kulturindustriellen Wertformen: Es gibt also Nicht-Identisches gegenüber der reinen Identität des Geldes. Prokop reiht im Zusammenhang mit Nicht-Identischem die Begriffe des Nicht-Akzeptierten und Unvertrauten auf und lehnt sich hier an Adornos Forderung an Kunst[134] und Wissenschaft an, eine Reflexion und Kritik des Vorgegebenen, der Ordnungen, eben des Identischen in der Kulturindustrie zu leisten und somit dem Unerfassten, eben Nicht-Identischen – welches allerdings bei Adorno außerhalb der Kulturindustrie situiert ist – Beachtung zu schenken.

Die Konsumenten haben ein Interesse an einem Mischverhältnis aus Redundanz und Innovation, oder, um es mit Prokop zu formulieren, Identischem und Nicht-Identischem. Sie betreiben anhand der von ihm genannten medienkulturellen Muster ein sicheres Spiel mit dem Unvertrauten. Dieses Spiel deutet auf viele Eigenschaften kulturindustrieller Rezeption hin. Aus der Vertrautheit der eigenen vier Wände lässt es sich schnell einmal ins Unvertraute z.B. ins Internet begeben, solange man jederzeit und sicher wieder zurück kommen kann. Grenzüberschreitungen bleiben zumeist ohne Konsequenz für die reale Positionierung auf der anderen Seite: Massenmedienrezeption dient demnach als Grenzüberschreitungssimulation. Sobald aber das Unvertraute in das Vertraute eingreift – also etwa durch die vom Netz aus automatische, zunächst vielleicht unbemerkte Installation so genannter Dialer-Programme, die die Telefonrechnung durch die horrenden 0190er-Tarife steigen lassen können – ist das Ganze nicht mehr für den Alltag folgenlos und somit auch kein Spiel. Prokop unterscheidet hier vertraute Welten (persönliche Beziehungen, Sexualität, Freizeitverhalten, Spaziergang etc.), unvertraute Welten (das Andere zum Alltag) und populäre Universen (Medien-Welten, die einen Bruch mit dem Alltag ermöglichen, durch den Druck[135] abgebaut wird, ohne den Alltag zu verlassen).[136]

Insbesondere im Bezug auf die populären Universen grenzt sich Prokop auch hier wieder deutlich von den *Cultural Studies* ab, denen er vorwirft, zu behaupteten, der Rezipient fantasiere und bastele sich quasi-referenzfreie Welten zusammen (vgl. Prokop 2003: 295). Abgesehen davon, dass weder die gängigen Vertreter der *Cultural Studies* – nicht einmal John Fiske, über dessen Definition von Vergnügen und Subversivität sicherlich zu diskutieren ist – noch diejenigen systemtheoretischer oder konstruktivistischer Per-

134 Prokop schreibt hier (vgl. 2003: 171) von Kultur, Adorno bezog sich aber in diesem Zusammenhang bereits auf Kunst als hohe Kultur.

135 „Die Tanz-Metapher trifft den Punkt: Es ist ein ständiger Versuch der Produzenten, Regisseure, Drehbuchautoren, in den geheimen Kammern der Fantasien die phobischen Druckpunkte der Konsumenten aufzuspüren. Wer derart sucht, entwickelt bereits – so rudimentär wie auch immer – einen produktiven Erfahrungsmodus." (Prokop 2003: 300) Noch perfider verfährt in dieser Hinsicht sicherlich die Werbung als populäres Universum: Der Konsument wähnt sich auf der richtigen, weil sicheren Seite und bekommt konkrete Lösungsangebote vorgelegt.

136 Allerdings leistet Prokop selbst an keiner Stelle eine eigene empirische Beweisführung für diese Beobachtungen – moniert aber genau diesen Aspekt im Rahmen seiner Kritik der klassischen Kritischen Theorie.

spektiven derartiges behaupten,[137] erläutert Prokop anschließend, dass es beim sicheren Spiel um das gesellschaftliche Aushandeln von Positionen und Mächten zwischen Medienproduktion und Medienrezeption innerhalb von vorgegebenen Mustern gehe. Genau dies ist eine Umschreibung für die eher kontextualisierend arbeitenden Ansätze der *Cultural Studies*. Letztlich klingt selbst der Begriff der populären Universen nach einem Ausdruck, der aus den *Cultural Studies* kommen könnte. Fast meint man, dass Prokop im Sinne Adornos diese Fehler wissentlich einbaut, um Kritik zu provozieren. Aber selbst dann bliebe unklar, warum der neue kritische Medienforscher hier Berührungsängste zeigt, ist doch zum einen seine Idee der neuen Dialektik ein interessantes Update der *Dialektik der Aufklärung* und lassen sich zum anderen mannigfaltige Ideen der noch zu diskutierenden Theorieentwürfe anschließen – aber Anschluss lehnt Prokop als Prämisse des Kommunikationsprozesses bekanntlich ab. Wenn Prokop etwa von identitätsstarken, rollenbewussten, mündigen Welt-Bürgern in der globalen Stadt spricht, erkennt er die Orientierungs- und Identitätsfunktion der ‚Rollenspiele' in der Welt-Medienkultur und den aktiven Rezipienten offensichtlich ganz klar an. Im Zusammenspiel zwischen Produktion und Rezeption wird gemeinsam und komplementär gearbeitet. Diese Kooperation funktioniert aber nur, solange sich Produktivkräfte durchsetzen. Um die Einforderung von deren dauerhafter Emergenz geht es Prokop in seiner Dialektik.

2.2.2.4 Fazit Prokop: Produktivpotenziale in der Massenkultur

Was also bleibt nach der ausführlichen Diskussion der Überlegungen von Prokop für die vorliegende mediensubkulturtheoretische Analyse?

- Als wesentlicher inhaltlicher Aspekt, an den später angeschlossen werden kann, bleibt Prokops neue Dialektik, die aus dem Gerüst und der Erfahrung mit der klassischen Kritischen Theorie vor allem Adornos heraus entwickelt wird, sich von dieser aber insofern emanzipiert, als sie die verschiedenen Bewertungsmöglichkeiten (*high* und *low*) für *Main* und gleichermaßen *Sub* betrachtet bzw. in der jeweiligen Seite der Unterscheidung Produktionsverhältnisse/Produktivkräfte auch das jeweils Andere sucht.
- Kulturindustrie/Massenkultur/Medienkapitalismus werden bei Prokop als *Mainstream* von Kultur und Gesellschaft bezeichnet, verweisen also auf die *Main*-Ebene, wobei er die genauen Abgrenzungen nie definitorisch präzisiert.
- Innerhalb der *Main*-Ebene sind Potenziale für Reform, Innovation, Subversion und produktiven Protest prinzipiell möglich. Innerhalb des *Main* lagern also mannigfaltige *Sub*-Gelegenheiten. Reintegriert man eine normative Normativität und bewertet die einzelnen Ebenen, wie es Pro-

137 Vgl. ausführlich Kapitel 3 und 4 der vorliegenden Arbeit.

kop immer wieder tut, dann lagert selbst noch im Trivialen des Trivialen, im Schutt des *Main*, die Chance auf Neuheit.

Der Charme dieses Versuchs wird zwar durch etliche begriffliche Unschärfen und Fehler getrübt: Neben den bereits genannten Mängeln erscheinen an keiner Stelle präzise Definitionen der Termini Kultur, Subkultur, Kunst, *Mainstream* etc. Doch sollte hier möglichst nahe an Prokops Texten deren Essenz und Innovation herausgearbeitet werden, um schließlich bei der neuen Dialektik zu verharren. Prokop begibt sich in die Massen(kultur), in die *Main*-Ebene, um deren Potenziale zu untersuchen und politisch-pädagogische Aufklärung zu leisten. Er beachtet dabei eigentliche Subkulturen nur am Rande und betont die Bedeutung der Mehrheiten und deren Produktivkräftepotenziale, um sich von Manipulations- und Verblendungstheorien klar abzusetzen: „Statt konformes Verhalten von Bevölkerungsmehrheiten mittels Sadomasochismus zu erklären, sollte man fragen, welchen Interessen das konforme Verhalten entgegenkommt." (Prokop 2003: 153)

2.2.3 Kritische Subkulturtheorie: Roger Behrens

Die bei Prokop zugunsten der Produktivkräfte gewichtete Ebene der *Subs* spielt in den Beobachtungen des Hamburger Philosophen und Kunsttheoretikers Roger Behrens eine noch wesentlichere Rolle, was sicherlich mit dessen Involviertheit in diversen Szenen (Musik, Literatur, Kunst etc.) zusammenhängt. Behrens bemüht sich, auf Basis des Gedankengebäudes der klassischen Kritischen Theorie (hier v. a. von Adorno und Marcuse) eine unverkrampftere, undogmatischere Perspektive im Hinblick auf Kulturindustrie und Pop/Jazz/etc. zu entwickeln.[138]

Wenn Behrens auch die spezifischen Funktionen der Massenmedien mit Bezug auf die Bedeutung von Medienangeboten für die alltägliche Sozialisation vernachlässigt, so fordert er doch nachdrücklich eine Verbindung von Kritischer Theorie der Massenkultur und so genannter Poptheorie, zu der er selbst in zahlreichen Arbeiten beiträgt. Insbesondere, um das selbstmächtige, stilbildende Verhalten der Popkonsumenten zu analysieren, aber auch, um einer Marginalisierung und einer Mutation der Kritischen Theorie zur puren Floskel entgegenzuwirken, sollten laut Behrens über die Kritische Theorie hinaus Ansätze wie Jugendsoziologie (D. Baacke), Musiksoziologie (T. Kneif) oder neuerdings[139] *Cultural Studies* zu Rate gezogen werden.

Behrens' Interesse an popkulturellen Phänomenen richtet sich – ähnlich wie die der vorliegenden Arbeit – auf die Indikatorfunktion der Popkultur für gesamtkulturelle bzw. gesamtgesellschaftliche Entwicklungen:

138 Behrens selbst sieht die Philosophin A. Heller, den Subkulturforscher R. Schwendter, den Soziologen H. Lefebvre und den marxistischen Philosophen Karel Kosik in der Tradition von undogmatischen Kulturkritikern in der Nachfolge bzw. neben der klassischen Kritischen Theorie (vgl. Behrens 1996: 43).

139 Dieses Kriterium gilt für die Texte von Behrens (vgl. Behrens 2003a: 63-67).

„Die als Popkultur gefassten Phänomene und Strukturbeziehungen lassen sich als ein dynamischer Ausdruckszusammenhang beschreiben, in dem sich die bestehende gesellschaftliche Ordnung des Spätkapitalismus in symbolischen Formen des kollektiven wie individuellen Bewusstseins der Menschen manifestiert." (Behrens 2003b: 155)

Diese symbolischen Formen und ihre Beobachtungen und Interpretationen werden auch von Behrens auf mehreren Ebenen festgestellt: denen der Popkulturindustrie und der Subkultur, womit die Etiketten *Main* und *Sub* auch hier greifen. Einleitend sei ferner angemerkt, dass Behrens in seinen Überlegungen zum einen die Kunst nur streift und sich zum anderen auf Pop(ulär)musik als zentrales Medium der Kulturindustrie konzentriert.

Wie Prokop bemängelt auch Behrens, dass insbesondere Adorno der *Main*-Ebene, und hier speziell den kulturindustriellen Produkten, keine Chance auf Produktivkraft bzw. Qualität oder Kritik zugetraut hat und somit den eigens aufgestellten dialektischen Mechanismus hier aussetzen lässt. Dem möchte Behrens offensichtlich eine Theorie entgegen setzen, die weniger normativ mit den Bildern der Popkultur umgeht und zwischen den Ebenen Brücken schlägt:

„Eine Dialektik von Oben und Unten, eine Theorie, die ernste Kunst mit der leichten vermittelt, die beide Entwicklungsstränge nicht länger getrennt betrachtet, die aus mehreren Geschichten eine macht und *dann deren Ungleichzeitigkeit freilegt* [Hervorhebung im Original, C.J.], hat es bisher nicht gegeben." (Behrens 1996: 146)

Behrens erkennt die Ebenen – durch verschiedene Kategorien oder Felder wie Kunst, aber auch Popkultur hindurch – an und sieht Popkultur nicht identisch mit Massenkultur oder Kulturindustrie (*Main*), sondern offensichtlich als isoliertes thematisches Feld mit eigenen Ebenen, weswegen er auch von Popkulturindustrie im Sinne der Massenkultur der Popkultur spricht. Für ihn schließt die Popkultur (Nachkriegszeit bis heute) im Prinzip an die Phase der frühen Massenkulturen (Hollywood, Nazi-Propaganda, Kulturindustrie) an und bildet das Label für eine Epoche, „die mit der Entwicklung und Ausdifferenzierung des modernen oder postmodernen, neoliberalen und globalen Kapitalismus identifiziert werden kann." (Behrens 2001: 6) Diese Epoche lässt sich dann natürlich nicht nur gegenüber anderen abgrenzen, sondern auch intern ausdifferenzieren.[140]

Behrens (1996) untersucht eingehend die Musikkultur. Er schreibt von Musik als Kunstgattung der Kulturindustrie mit ernster Musik (z.B. moderne oder neue Musik) und leichter Musik (populäre Musik) -, aus der sich die

140 Behrens erwähnt an dieser Stelle D. Diederichsens Einteilung der Epoche Pop in Pop I (1960 – 1980, spezifischer Pop) und Pop II (1990er, allgemeiner Pop): „Pop I wurde meist als Gegenbegriff zu einem eher etablierten Kunstbegriff verwendet. Pop II steht dagegen neuerdings im Gegensatz zu Politik, auch wenn sicherlich Öffentlichkeit der produktive Gegenbegriff wäre." (Diederichsen 1999b: 275)

strenge und bis ins 20. Jahrhundert hinein verhärtete Unterscheidung in E- und U-Musik, die ebenso lange Zeit die jeweilige Ausblendung der anderen Seite bedeutete, herausgebildet hatte. Spätestens jedoch durch die massenmediale Verbreitung von populärer Musik – eben die Popularisierung von Musik –, hat sich der gesamte Bereich der Musik dann aber koorientierend im Sinne einer gegenseitigen Beobachtung auf der Suche nach Innovation vergrößert und stilistisch ausdifferenziert.

Einige Beispiele für die Orientierung von E nach U und U nach E:
Die Konzertreihe *Night of the Proms*, bei der Stars der Popmusik mit einem klassischen Orchester auftreten oder die vielfältigen Kooperationen des *London Symphony Orchestra* mit Popmusik-Stars wie Rod Steward oder *Jethro Tull*. Beispiele für die Orientierung von U nach E: Bands des Classic Rock (u.a. *The Nice*, *Emerson, Lake & Palmer*, *Asia*, *Electric Light Orchestra*, *Deep Purple*, *Ekseption*) und Orchestral Pop (*Belle & Sebastian*, Epic Soundtracks, *Rachel's*, *Scenic*, *Godspeed You Black Emperor!*, *Molasses* oder *A Silver Mt. Zion*), die sich zumindest an orchestralen Strukturen und klassischen Instrumentierungen orientieren oder Popsongs, die allgemein bekannte Motive klassischer oder auch oft barocker Musik einbinden. An anderer Stelle positioniert Behrens gegenüber der E-Musik die I-Musik, eine ironische und ironisierende Musik, die es nicht, wie in der U-Musik oftmals der Fall, Ernst mit dem Spaß meint (vgl. Behrens 2002a: 15). In ähnlichem Duktus fordert G. Scheit das Aufbrechen des Fetisch-Systems von E- und U-Musik, von Off-Beat und Beat durch eine neue Musik. Dadurch könne auch das Verlassen des Adornoschen Spannungsverhältnisses von Richtigem und Falschem gelingen (vgl. Scheit 1997).

Anschließend soll nun das Beobachtungsraster der Kultur-Ebenen *Main* und *Sub* auch an Behrens' Überlegungen überprüft werden.

2.2.3.1 Behrens' Main: Popkulturindustrie

Behrens sieht die Zentren der Popkultur des späten 20. und frühen 21. Jahrhunderts als Fortgang der Ideologie und Strukturen der auf Hollywoods Filmindustrie bezogenen Kulturindustrie bzw. Massenkultur bei Horkheimer und Adorno.[141] In diesem Sinne sind popkulturelle Medienangebote massenhaft hergestellte und rezipierte Produkte, und massenhaft bedeutet von den Großteilen der Bevölkerung. Die bei Behrens immer wieder auftauchende Kette Massenkultur → Kulturindustrie → Popkultur kann zum einen zum Begriff Popkulturindustrie verfeinert und zum anderen dieser Terminus auf die kulturelle *Main*-Ebene bezogen werden.

Innerhalb der Popmusik als Paradedimension der Popkultur im Allgemeinen unterscheidet Behrens folglich in die von ihm *Mainstream* genannte Ebene (*Main*) und diverse Pop-Avantgarden (*Subs*): „Neben den Formaten

141 Zur Geschichte der Massenkultur vgl. grundlegend Maase 2003.

des profitablen Mainstream-Pop versuchten und versuchen zahlreiche Musiker unterschiedlichster Stilrichtungen einen experimentellen, nicht marktorientierten Pop zu etablieren." (Behrens 2003a: 179) Profit- und Marktorientierung scheinen also für die *Main*-Ebene charakteristisch, was nicht weiter verwundert, ordnet sich Behrens doch in der Tradition Kritischer Theorie ein, die Kultur ideologisch in der Kulturindustrie von der Warenlogik bzw. Ökonomie im Allgemeinen diktiert sieht: „Unter dem Profitmotiv wird alle Kultur zur Ware" (Behrens 1996: 23), bzw. „[d]ie Direktiven des Konsums und der Leistung haben die Klassenstrukturen überlagert. An den Kassen sind alle Menschen gleich." (Behrens 2000: 31)[142]

Pop bedeutet mit Behrens mehr als Popmusik, bedeutet Pop*kultur* im Ganzen, die sich wiederum unter der ökonomischen Perspektive auf Konsumentenseite nicht mehr in jugendkulturelle Gruppen oder Subkulturen wie Skinheads, Punks, Mods oder Teds einteilen lässt, sondern von nicht immer trennscharfen Konsumentengruppen konstituiert wird. Diese sind nicht klar abzugrenzen, da sich Konsumenten je nach Interesse und oftmals nur punktuell in die eine oder andere Gruppe bewegen. Zusammen mit dem restlichen Komplex der Kulturindustrie (Produktion, Distribution) bilden die Konsumenten einen der wichtigsten ökonomischen Bereiche der Gesellschaft. Deswegen warnt Behrens auch davor, die Kulturindustrie, deren Aktanten und den damit verbundenen Kommerz leichtfertig als böse oder schlecht zu bewerten, wie es ansonsten immer wieder gerne von Vertretern Kritischer Theorie gemacht wird. Zunächst einmal bescheinigt Behrens der Popkultur eine Trend-Seismographen-Funktion für die gesamte Gesellschaft:

„[D]ie Popkultur lässt gleichsam eine Krise [der kapitalistischen Warentauschgesellschaft, C.J.] erahnen und hat sich bis zur Belanglosigkeit und Beliebigkeit ausdifferenziert; ein Mainstream versucht von randständigen Popminderheiten die letzten kreativen Potenziale abzuzweigen, alles muss Pop sein, damit Pop überhaupt noch ist." (Behrens 2001: 9)

Was für einen Kulturbegriff vertritt also Behrens, wenn er von Kultur als Ware, aber auch von der Ausgewogenheit der gesellschaftlichen Vor- und Nachteile durch die Kulturindustrie spricht? Er setzt Kultur in jedem Fall immer in enge Verbindung zu den ökonomischen und gesellschaftlichen Rahmen, weswegen ihm der Kultur-Begriff einiger Vertreter der *Cultural Studies* zu weit und neutral erscheint (vgl. Behrens 2003a: 65). Ausgangspunkt des Kulturbegriffs von Behrens ist das bei den klassischen Kritischen

142 In diesem Zusammenhang wurde insbesondere Adorno immer wieder vorgeworfen, dass er die populäre Musik zu sehr unter die Prämissen des Marktes stellt und ihr die Bedeutung des Körperlichen in Form von Erotik, Genuss und Tanz aberkennt (vgl. Behrens 2003a: 179; vgl. zu Körperlichkeit und Popkultur Klein 1999, Shusterman 1994 und 1998).

Theoretikern eher versteckte Verständnis der Kultur als Gesamtheit des Ausdrucks des Menschen und dessen geistiger Produkte.

„Adorno geht vom »Doppelcharakter der Kultur aus: Einerseits manifestiert sich als Kultur die »Gestaltung des realen Lebens« in der Sphäre des Geistes und der geistigen Werte; als solche bleibt Kultur ohnmächtig gegen die »blind sich bewegenden Verhältnisse«. Sie sollte Barbarei verhindern und hat doch dazu beigetragen, dass der Massenmord von Auschwitz möglich wurde. Andererseits ist Kultur »Anpassung« im Sinne der Psychoanalyse: eine »Bändigung der animalischen Menschen«." (Ebd.)

Die an Horkheimer und Adorno angelehnte Auffassung von Kultur als Geisteskultur bedarf laut Behrens einer Aktualisierung und – in Anlehnung an H. Marcuses Neubestimmung der Kultur und W. I. Lenins Zwei-Kulturen-Theorie – eines Ineinanderschiebens des alten Begriffspaares Kultur und Zivilisation (vgl. Behrens 1996: 43). Dieses kann aber nur unter Berücksichtigung der Machtverhältnisse der einzelnen Gruppen geschehen, womit Behrens an Überlegungen von Habermas (plebejische und bürgerliche Öffentlichkeit), Negt und Kluge (bürgerliche und proletarische Öffentlichkeit) sowie Gramsci (Hegemonie der Kultur) anknüpft. Durch das Verweben der Ebenen ineinander, durch das gegenseitige Bedingen von Kultur und Alltag eröffnet sich bei Behrens ein viel breiterer Zugang zur Kultur im Allgemeinen, aber auch zur Kulturindustrie im Besonderen. Im Anschluss an dieses Verweben erweitert Behrens den Horkheimerschen und Adornoschen Kulturbegriff zudem um die Ebene der Subkultur(en) (vgl. dazu Kapitel 2.2.3.2).

Neben der eigenen Erweiterung des Kulturbegriffs vergleicht Behrens Popkultur = Massenkultur = populäre Kunst = realkapitalistisches Alltagsleben (*Main*) mit einem Mythos und daher mit symbolischer Form bzw. deren mehrschichtiger Überlagerung mit Erfahrungen, Erklärungen, Sprachen und Künsten und wertet die Kulturebene *Main* dadurch auf (vgl. Behrens 2003b: 155-156). Es ist Rezipienten möglich, sich in Gruppen anhand von massenkulturellen Angeboten popkulturelle Mythen zu schaffen. Behrens betont hier im Sinne P. Bourdieus (1999a, 1999b) den von bestimmten konsumierenden Gruppen selbst geschaffenen Mythos im Unterschied zu einer von der herrschenden Klasse vorgegebenen Ideologie. Diese Gewichtung ruft die Argumentationen zum aktiven Rezipienten seitens der meisten Ansätze der *Cultural Studies* in Erinnerung. Wobei Behrens diese Ansätze sogleich abqualifiziert und erstaunlich wenig Bereitschaft signalisiert, im Schutt nach Wahrheit zu wühlen:

„Sich mit Theorien auseinanderzusetzen, die unablässig in die verschiedensten Chimären der Popkultur Sinn hineininterpretieren, ist Zeitverschwendung, weil der Erkenntnisgewinn zumeist die blanke Beschreibung von Tatsachen, bestenfalls korrekt, meistens halbrichtig, nicht überschreitet. (Im Prinzip ist es die Verlängerung des Brechtschen Befunds, dass die massenkulturellen Kommunikati-

onsmöglichkeiten zwar gestatten alles zu sagen, aber niemand etwas zu sagen hat. Mehr Unterhaltungsangebote bedeuten nicht mehr Unterhaltung.) Selbst die verbliebenen profitablen Sektoren der alten Kulturindustrie bauen ihren ökonomischen Erfolg auf Resteverwertung; Popkultur verwaltet die Konkursmasse, die in den letzten Jahrzehnten als kultureller Sondermüll sich angesammelt hat. Sie bekennt offen, dass es nur noch um den letzten Profit geht, der ausgepresst werden soll, bevor die Pforten wahrscheinlich für immer geschlossen werden müssen." (Behrens 2003b: 158)

Behrens integriert seine zuvor geforderte Betonung des Alltäglichen in der Kultur ähnlich kritisch über die Verwendung des Alltags-Mythos-Begriffs von R. Barthes (1964: 88-96), der Mythos als Ausdrucksweise über eine Aussage in Form eines sekundären semiologischen Systems (primär: Objektsprache; sekundär: Metasprache = Mythos) definiert:

„Die Mythen der Popkultur sind in gewisser Hinsicht als Potenzierung dieses Systems [die große, komplexe Erzählung des Systems Pop, C.J.] aufzufassen, sozusagen ein tertiäres semiologisches System. Die formale Struktur der Popkultur bleibt leer, die Bedeutungen haben nur in Bezug zueinander Sinn, außerhalb des Mythos sind sie komplett sinnlos, weil ihnen die Verbindung zur Objektsprache fehlt." (Behrens 2003b: 156)

Die Mythen der Popkultur, die übersprachlichen Aussagen, können also noch einmal potenziert werden, indem laufend wiederum Aussagen über sie getroffen werden. Die Popkultur arbeitet niemals referenzlos, sie zitiert sich ständig selbst und bildet eine dementsprechende Zitat-Maschine.[143] Der Unterschied zu antiken Mythen der Menschheitsgeschichte liegt in der Kurzfristigkeit der Mythen der Popkultur, die eher punktuell bzw. saisonal sein können.[144]

Bedeutender für die Geschichte der Popkultur, wie allgemein für Kulturgeschichte, ist der stete Drang nach Neuheit, das immer neue Präsentieren des Immergleichen: „Das Neue hat Scheincharakter und fällt zusammen mit dem Schein des ewig sich Wiederholenden. Der dialektische Schein des Neuen und immer wieder Gleichen ist die Grundlage der ›Kulturgeschichte‹." (Benjamin 1982b: 1223) Behrens argumentiert hier in Anlehung an

143 Speziell in den Massenmedien (der Popkultur) lassen sich seit geraumer Zeit zunehmend solche Tendenzen der Selbstthematisierung ausmachen. So etwa bezog sich Band 76 des Comics *Lucky Luke* auf die eigene Legendenbildung um den Protagonsiten: *Eine Wildwest Legende* (vgl. zur Selbstthematisierung in Werbung und Musikvideos sowie der anschließenden Reflexion in Medienstudien kritisch Harms/Dickens 1996).

144 Fasst man Mythen als Meta-Aussagen, also als Aufklärungsversuche, so besteht allerdings mit Wimmer die Gefahr, dass diese Aufklärung in einen neuen Mythos umschlagen kann und somit über sich selbst aufgeklärt werden muss (vgl. Wimmer 1989: 230). Diesem Dilemma unterliegt dann nach Wimmer auch eine ästhetische Theorie der Kunst, die die Rätselhaftigkeit der Kunst erklären muss, ohne den Schein des Rätselhaften komplett zu desavouieren. Derselben Problematik, so ließe sich anschließen, unterliegen auch theoretische Überlegungen zum Starkult (vgl. zur Problematik von ästhetischer Theorie grundlegend Brock 1989).

Benjamins *Passagenwerk* (1927-1940), wenn er von der sich im Traumschlaf befindlichen Jugendgeneration redet:

„Das Erwachen als ein stufenweiser Prozess, der im Leben des Einzelnen wie der Generationen sich durchsetzt. Schlaf deren Primärstadium. Die Jugenderfahrung einer Generation hat viel gemein mit der Traumerfahrung. [...] Während aber die Erziehung früherer Generationen in der Tradition, der religiösen Unterweisung ihnen diese Träume gedeutet hat, läuft heutige Erziehung einfach auf die Zerstreuung der Kinder hinaus." (Benjamin 1982a: 490)

Angebote der Popkultur bieten dabei Orientierung in der Zerstreuung und zur Zerstreuung. An dieser Stelle schleichen sich bei Behrens erneut sehr popkulturkritische Überlegungen ein, die zunächst im Rahmen seiner nachvollziehbaren Kulturbegriffserweiterung nicht zu erwarten gewesen wären. Doch blendet man wahrscheinlich in solchen Momenten Behrens' Prämisse aus, dass Kultur in der Popkulturindustrie ausschließlich am Profit orientiert ist. Ganz im Sinne Behrens' sprach dessen hier schon einige Male erwähnter Gewährsmann Deleuze (vgl. 1993: 247) in seinen Ausführungen zur Kontrollgesellschaft von der einzigen universellen Sprache des Kapitalismus: dem Markt. Damit zusammenhängend führt Behrens (vgl. 2000: 138) eine grundsätzliche Kritik an der Popkulturindustrie und der sie bedingenden Gesellschaftsform des Kapitalismus ein, die ähnlich bei allen bisher genannten Forschern der Kritischen Theorie erster und auch zweiter Generation vorkam und benutzt dazu die von Deleuze entwickelten Gedanken zur Kontrollgesellschaft.[145] Deleuze unterscheidet dabei zwischen Disziplinar- und Kontrollgesellschaften. Bestand die bisherige kapitalistische Gesellschaftsform auf einem offenen Zwangssystem äußerer Disziplinierung (körperliche Gewalt, Körperordnungen), ist es im Zuge ökonomischer Flexibilisierungen evident geworden, diese Disziplinierungen zu einer inneren Funktion zu machen und in Selbstkontrolle umzuwandeln. Die Körper ordnen sich selbst. Diese Differenz kann laut Behrens auch für poptheoretische Diskurse nutzbar gemacht werden und erinnert frappierend an den Selbstbetrug der Rezipienten bei Horkheimer und Adorno. Waren die Menschen nach Foucault also im Zeitalter der Industrialisierung zunehmend einschließenden Institutionen[146] unterworfen, die sie disziplinierten, zu Gehorsam erzogen und ständig anfangen ließen (Gefängnis, Krankenhaus, Fabrik, Schule, Familie), so befinden sich genau diese mittlerweile seit geraumer Zeit in der Krise[147] und werden durch metastabile, koexistierende Kontroll-Instanzen abgelöst, die einen nie fertig werden lassen (Unternehmen, Weiterbildung, Dienstleistung): „In einem Kontroll-Regime hat man nie mit irgend etwas abgeschlos-

145 Vgl. zur diskursiven Disziplinierung und Kontrolle Foucault 1999: 31-51 und 2001.
146 Deleuze (vgl. 1993: 261-262) nennt diese sogar Regimes.
147 Siehe etwa jüngst die Krise der deutschen Gewerkschaften (vgl. M. Müller 2003) und damit zusammenhängend die Krise des Selbstbildes der Sozialdemokratie (vgl. Negt 2003), die von Deleuze (1993) für die französische Gesellschaft frühzeitig ganz ähnlich prophezeit wurden.

sen." (Deleuze 1993: 251) Die nur scheinbar offeneren Möglichkeiten der Kontrollgesellschaft bedeuten aber keineswegs persönliche Freiheit:

„[U]m einen vermeintlich regulationsfähigen Kapitalismus gruppieren sich scheinbar flexible soziale Zustände permanenter Dynamik: während Disziplin zur Kontrolle werde, alles im Umbruch begriffen sei (Risiko statt Sicherheit, Cyberspace statt Wirklichkeit, Information statt Wissen, was auch immer), bleiben die angeblichen Grundfesten des Kapitalismus – Geld, Ware, Wert, Tausch, Arbeit – unerschüttert." (Behrens 2000: 139-140)

An diesem Punkt stimmt Behrens nochmals Deleuze zu und mit Prokop überein. Die kapitalistischen Verhältnisse beherrschen – und sei es über den zwanglosen Zwang der Kontrollmöglichkeiten – alle anderen gesellschaftlichen Bereiche: „Sogar die Kunst hat die geschlossenen Milieus verlassen und tritt in die offenen Kreisläufe der Bank ein." (Deleuze 1993: 260) In diesen Kreisläufen befinden sich also sowohl Kunst als auch Massen- bzw. Popkultur, und zwischen ihnen surfen die Mitglieder der Kontrollgesellschaft hindurch[148] (vgl. Behrens 2000: 140). Mit den Kontrollmöglichkeiten haben sich nun auch die Kommunikationsmöglichkeiten erhöht, die Deleuze (vgl. 1993: 250) für die heute wichtigste Machtpraktik hält. Kommunikation wird in der Kontrollgesellschaft hegemonial.

Behrens selbst nimmt diese Gedanken von Deleuze zwar auf, meldet aber Zweifel an einer flüssigen Dynamik von der Disziplinar- zur Kontrollgesellschaft an. Er konstatiert einen gewissen Wandel zu erweiterten Bereichen der Kontrolle der Gesellschaft durch vermeintliche Befreiung (z.B. Internet und elektronische Überwachungssysteme), hält aber zugleich fest, dass solche Verquickungen auch Horkheimer, Adorno und besonders Marcuse bekannt schienen:

„Zwar gibt es Hinweise darauf, dass der Bereich der Kontrolle sich erweitert hat, als Kennzeichen der sozialen Struktur des Spätkapitalismus hat Marcuse bereits in den fünfziger Jahren von »zusätzlicher Kontrollausübungen« [sic! C.J.] gesprochen." (Behrens 2000: 142)

Fazit: Behrens *Main*-Ebene ist also wertneutraler bestimmt als die Kulturindustriethese der klassischen Kritischen Theorie und hier vor allem Horkheimers und Adornos. Ihr Schwerpunkt wird durch die Popkulturindustrie gebildet. Gleichzeitig stellt Behrens die gesamte Ebene sehr wohl kritisch unter das Regime (sensu Deleuze) des Spätkapitalismus.

Wie sieht es daher bei Behrens mit dem Raum für das Andere und Möglichkeiten des Dagegen, kurzum den *Sub*-Ebenen aus und lagern diese innerhalb oder außerhalb des *Main*?

148 Deleuze (vgl. 1993: 258) bezeichnet das Surfen als kontrollgesellschaftliche Sportart, die sich wellenhaft abspielt.

2.2.3.2 Behrens' Sub*: Subkulturtheorie*

Folgt man Behrens, dann hat sich die Popkulturindustrie im Anschluss an die und aus der Massenkultur im Sinne von Kulturindustrie entwickelt. Und sowohl Popkulturindustrie als auch Popkultur im Ganzen lassen sich wiederum in mannigfaltige Unterordnungen ausdifferenzieren, die ihrerseits wieder unterschiedlich getroffen und bewertet werden können. Genau diese Fragmentierung in Kategorien und deren Bewertungen macht laut Behrens ja eben gerade die Popkultur als Epoche aus. Offensichtlich lassen sich dementsprechend innerhalb der Popkultur Gruppierungen finden, die stören, eben *Subs*:[149]

„Ebenso und schließlich haben sich in einhundertundfünfzig Jahren Massenkultur soziale Formen der Subkultur entwickelt, die der Popkultur den entscheidenden Charakter geben, auch mögliche Widerstandspraxis zu sein." (Behrens 2001: 15)

In der jüngeren gesellschaftlichen Praxis sieht Behrens eine Geschichte des Widerstands in direkter Verbindung mit emanzipatorischen Bewegungen, welche politisch wiederum eher dem linken Spektrum zuzuordnen sind: Studentenbewegung, Neue Linke, K-Gruppen, Autonome und postmoderne radikale Linke der Neunziger, Kulturlinke und Poplinke. Diese mögen sich zwar den Widerstand auf ihre Fahnen geschrieben haben, blenden aber aus, dass sie in die Gesellschaft integriert sind und somit laut Behrens im eigentlichen Widerstand scheitern:

„Dass die bürgerliche Gesellschaft in der Totalentfaltung der kapitalistischen Ökonomie Widerstand zunächst nur in einer äußerten [sic! C.J.] Dialektik von Bedingungs- wie Ausweglosigkeit zulässt, scheint auf der Hand zu liegen: Die Integrationsleistung des Kapitalismus basiert eben nicht auf der rein physischen Gewalt, sondern offeriert mit dem Konformismus zugleich Sicherheit und Unterhaltung: die von Adorno und Horkheimer dargestellten Mechanismen einer Kulturindustrie modeln – wie es heißt – die Aufklärung als Massenbetrug um; das erfordert aber weniger die krude Manipulation des Individuums, sondern das Individuum ist schon konstitutiv Teil des kulturellen Ausdruckszusammenhangs des Kapitalismus." (Behrens 2000: 116-117)

149 Störung kann hier sicherlich auf verschiedenen Ebenen verstanden werden: gesellschaftliches Stören, politisches Stören, aber auch Stören im Kleineren bis hin zu popmusikalischen Störgeräuschen des Feedbacks in der Gitarrenmusik von Lou Reed, *Sonic Youth* oder *The Jesus & Mary Chain* (vgl. Schumacher 2003) oder der Störgeräusche in elektronischer und Laptop-Musik z.B. bei *Pole* oder Thomas Fehlmann bzw. solcher elektronischer Musik, die offenhörbar stören will wie *Autechre*, *Aphex Twin* oder *Rechenzentrum* (vgl. Cascone 2003, Harenberg 2003, Ilschner 2003). Egal, auf welcher Ebene, es gilt, und damit dürfte Behrens konform gehen: „Ohne System keine Störung, ohne Störung kein System." (Weber 2003: 34) Dass Störung zu den wichtigsten Leistungen der Kommunikation gehört, zeigt Luhmann (1994: 236-238).

Behrens konstatiert im Anschluss, dass Widerstandsbewegungen als auch die sie umgebenden Bereiche und Praxisfelder lediglich als Surrogat gesellschaftlicher Totalität fungieren. In ihren Autonomiebehauptungen scheitern jegliche Versuche der Revolution oder Revolte, weil die Utopien eben doch nur gut gemeinte Gegenwart sind. Ganz im Sinne der Argumente von Horkheimer, Adorno und auch Marcuse beschreibt Behrens die Sinnlosgkeit der Poplinken, eine bessere Popkultur zu verlangen. Daran anknüpfend werden laut Behrens auch Schnittstellen zwischen bildender Kunst und Popmusik (Pop Art, Bebop, Cool Jazz, Beatgeneration etc.) unter dem Deckmantel des jugendlichen oder politischen Protests oder surrealistischer Wunschlandschaften in ihren Widerstandspotenzialen meist zu hoch eingeschätzt. Sie stellen vielmehr mit Behrens zeitlich begrenzte Aktionsräume von künstlerischem Widerstand im weiten Sinne dar (z.B. Punk, Hardcore, Autonome, *Neue Slowenische Kunst*, Club-Culture, Netzkultur) (vgl. ebd.: 160). Diese Aktionsräume nennt Behrens auch Moden, wodurch deren geringe Wirkung im Sinne von gesamtgesellschaftlicher Veränderung auf den Punkt gebracht wird. Mode bedeutet bei Behrens sowohl einen zeitlich begrenzten Aktionsraum als auch die eigentliche Bekleidungsart, die mit einem solchen meist einhergeht. Neue Moden im weiten Sinne (Aktionsräume) bringen musikalische Ausdrucksweisen und Bekleidungsstile mit sich, aus denen die Großkonzerne Profit machen können (vgl. Behrens 1996: 153). Neben diesem Interesse besteht für die Popkulturindustrie kein anderes Interesse – hier denkt Behrens nahezu klassisch kritischtheoretisch. Musik-Mode, Bekleidungsmode und die damit zusammenhängenden Produktverbünde sind deshalb, ganz im Sinne Adornos, auf allen anderen Ebenen absichtslos: „Die Wahrheit des Neuen, als des nicht bereits Besetzten, hat ihren Ort im Intentionslosen." (Adorno 1973: 47) Das Neue dient den Moden in der Popkultur als Label für Differenz und Innovation. Neuheit entsteht an den Peripherien, in den Subkulturen, auf Ebene der *Subs*.

Behrens plädiert also für eine Anerkennung der Möglichkeiten dieser Räume und Moden, gleichzeitig warnt er jedoch vor der Überbewertung ihrer politischen Reichweiten. Solcherlei modische Weisen des symbolischen Widerstands in der Popkultur entstehen eben aufgrund der kulturindustriellen Rahmenbedingungen und sollten, selbst wenn sie eine gewisse Reichweite und Kontinuität erreichen, nicht als konkrete subversive Praxis im Sinne Marcuses interpretiert werden (vgl. Behrens 2000: 160-161).[150] Behrens bemängelt eine solche Überbewertung etwa bei Fiske und dessen Überlegungen zum Ausbruch der Hausfrauen ins Shopping als subversive Strategie (vgl. Fiske 2000: 26-55) oder Kleins Ausführungen (1999: 76) zum Techno als Revolte. Behrens gibt das Beispiel des Lachens als Subversion bzw. des Humors in der Kulturindustrie, der sich der Schweigsamkeit im Kapitalismus und dessen Disziplinar- bzw. Kontrollgesellschaft entgegen-

150 Zur Effektivität von Groteskem in der Kunst vgl. Falckenberg 2003 und Prange 2003.

setzt: „[D]er verordnete Spaß gehört zur krudesten Ideologie der Kulturindustrie wie das Lachen über sie zum schönsten Widerstand." (Behrens 2002a: 13) Ebenso wird dem Ernst der vermeintlichen Hochkultur widersprochen: „Während sich die Hochkultur des Lachens entsagt, erwächst mit höhnischem Gelächter in ihrem Schatten die Massenkultur." (Ebd.: 8)

Um sich dem Subkulturbegriff von Behrens historisch zu nähern, bietet es sich darüber hinaus an, erneut den Philosophen G. Deleuze zu bemühen. Dieser teilt die jüngste gesellschaftliche Entwicklung, wie bereits angesprochen, in Souveränitäts- (vor dem 18. Jahrhundert), Disziplinar- (18. bis frühes 20. Jahrhundert) und Kontrollgesellschaften (ab dem frühen 20. Jahrhundert) ein. Geht man davon aus, dass die Massenkultur sich vorrangig in den Phasen der letzten beiden Typen von Gesellschaft herausgebildet hat, wird auch schnell klar, dass diese Raum für Gefahren und Gefährdungen bieten. In den Disziplinargesellschaften bestimmen energetische Maschinen das Bild. Diese bergen laut Deleuze die latente Gefahr der Entropie und die aktive Gefahr der Sabotage. In den Kontrollgesellschaften sind Informationsmaschinen und Computer prägend, denen passive Gefahr durch elektronische Störung[151], aktive Gefahr durch Hacker und Viren droht (vgl. Deleuze 1993: 259). Gibt es solche Momente der aktiven Gefahr auch für das popkulturindustrielle Moment der Gesellschaft, für die Massenkultur?

Behrens nähert sich dem Begriff der Subkultur über die Geschichte des vormals potenziellen Ortes der Gefährdung der gesellschaftlichen Ordnung, der „Avantgarde in Reserve" (Hartung 1993: 149): die Jugend. Mit der Wende vom 19. zum 20. Jahrhundert entsteht nicht nur die Massenkultur, sondern auch eine neue Sorte von Konsumenten.[152] Die Jugendlichen suchen das Rebellische und damit einhergehend den Bruch mit der Welt bzw. Kultur der Erwachsenen: „[J]ede Jugend versucht die ihr vorausgegangene mit Zynismus, Lustigkeit, Partystimmung zu überbieten." (Behrens 2002a: 11) Verändert hat sich während des 20. Jahrhunderts und zu Beginn des 21. Jahrhunderts, dass die Jugend zum einen ihre Radikalität in Sachen Provokation, Rebellion und Nonkonformismus abgelegt hat und sogar oft an der gesellschaftlichen Integration interessiert ist. Zum anderen existieren weiterhin, jenseits der Kategorien Jugend und *Main(stream)* und dennoch an sie gekoppelt, Pop-Avantgarden, die an den Peripherien der Popkultur die bestehenden Verhältnisse verändern – und zwar weitgehend generationenunabhängig (vgl. Behrens 2003a: 179). Das Problematische für den wissenschaftlichen Beobachter ist die Überlagerung dieser Strömungen: Populäres, *Mainstream*, Subkultur und Pop-Avantgarde sind immer schwieriger zu unterscheiden. Interessanterweise setzt Behrens genau hier mit seinen begrifflichen Überlegungen zur Subkultur an und benutzt eben gerade nicht den

151 Hier ist Störung als unvorhersehbares technisches Problem definiert. Dass Störung auch geplant und aktiv sein kann, wurde bereist angedeutet (vgl. Fußnote 149).

152 Diederichsen situiert das Konzept Jugend als Markt- und Politiksubjekt erst in den 1950er Jahren (vgl. Diederichsen 1993: 261-262).

Begriff der Jugendkultur, wie z.B. Baacke (1993), sondern den der Subkultur, der *Sub*-Ebenen.[153]

Ausgehend von seiner Erweiterung des allgemeinen Kultur-Begriffs um Phänomene des Alltäglichen, zu denen Behrens Pop- und Medienkonsum zählt, versucht er den Alltag in sein Verständnis von Subkultur zu fügen. Auch auf dieser Ebene möchte Behrens Subkultur und Zivilisation im Sinne Marcuses ineinander schieben, um somit auf kritische und revolutionäre Potenziale seitens subkultureller Aktanten und generell der bei Horkheimer und Adorno „verlorenen kulturellen Dimension" (Marcuse 1967: 159) aufmerksam zu machen. Die von Marcuse erhoffte große Weigerung soll von diesen Potenzialen der *Subs* – Prokop würde von Produktivkräften sprechen – ausgehen und in die Gesamtgesellschaft diffundieren.

Gleichzeitig dehnt Behrens den Subkultur-Begriff von rein geistigen Produkten auf die Lebenspraxis aus, den Ort, an dem die Weigerung umgesetzt werden muss, nachdem sie die Gedankengebäude verlassen hat. Diese Prozesse kultureller Veränderungen gehen vom Alltag aus, betreffen somit alle Mitglieder einer Gesellschaft und sind laut Behrens determiniert von den ökonomischen Verhältnissen – und zum Jahrtausendwechsel noch deutlicher als von klassenspezifischen Differenzen.

Neben dem Alltag liefert die Freizeit (im Gegensatz zur Arbeit) raumzeitliche Möglichkeiten alternativer Lebensentwürfe. Hier setzt Behrens an, indem er das eher homogene Bild der klassischen kulturindustriellen Massenproduktion und -rezeption aufbricht und Platz für Subsphären schafft.[154]

Mit dem hier bereits einige Mal erwähnten Devianzforscher R. Schwendter (1993: 37-59) definiert Behrens Subkulturen als:

„1. Kulturen, die vom herrschenden Wertesystem abweichen, zum Teil mit eigenen Institutionen; 2. progressive Subkulturen, die als Gegenöffentlichkeit zu be-

153 Baacke ersetzt das Präfix Sub- durch Jugend-, weil *Sub* eben nicht ‚unterhalb' der Gesellschaft stattfinde, negative Assoziationen provoziere, zu emphatisch besetzt (vgl. Baacke/Ferchhoff 1995) und nicht klar lokalisierbar sei. Anschließend erscheint sein Ersatz allerdings rein pragmatisch sinnvoll, da es ihm im Weiteren um pädagogisch-politische Vorüberlegungen zur Darstellung und Deutung jugendlichen Alltagslebens geht (vgl. Baacke 1993: 114-146 bzw. allgemein zur Jugendkultur statt anderer Lindner 1996, Luger 1991 und Zinnecker 1987). Weinzierl (2001) rät ebenfalls vom Begriff der Subkultur ab, weil die Formationen unübersichtlich geworden seien. Großegger/Heinzlmaier (2002) und auch Farin (2001) wiederum sprechen von jugendlichen Subkulturen bzw. Jugendsubkulturen. Eine Literaturrecherche via amazon.de ergab am 30.06.2003 157 Einträge zum Begriff Jugendkultur, 75 zum Begriff Subkultur und 2 zum Begriff Jugendsubkultur. Ich hingegen schließe mich Behrens' Argumentation der ansetzenden inhaltlichen Entkopplung von Jugend und Subkultur an und ergänze ihn um die formale Entkopplung von Jugend und Pubertät. Dadurch und durch die gesellschaftsübergreifende Rolle von Medien- und Popkultur erscheint es im Zusammenhang mit einer Medien(sub)kulturtheorie wenig hilfreich, von Jugendkultur zu sprechen (vgl. auch Jacke 1996: 10-17).

154 Auch Behrens verweist auf Ausführungen zur Subkultur von Adorno und Dirks, doch konnte schon in Kapitel 2.1.2 aufgezeigt werden, dass unklar ist, ob die Überlegungen zu Subkultur und Gesellschaft von Adorno selbst geschrieben wurden.

greifen und durch Formen der Selbstorganisation gekennzeichnet sind; 3. Subkulturen, die die herrschende Kultur bedingen und gleichzeitig vor der Anpassung an diese schützen." (Behrens 1996: 45)

Diese drei trennunscharfen Kriterien, die Behrens aus Schwendters Typologie entnimmt, skizzieren also gesellschaftliche Formationen, die sich innerhalb der herrschenden Kultur bilden können.[155] Obwohl Behrens hier die Umschreibung einer zweiten Kultur neben der herrschenden ablehnt, schreibt er anschließend selbst, dass sich ein *Underground* (*Sub*) unter dem Instrumentarium der herrschenden Kultur entwickelt. Nachvollziehbarer als die Präposition unter bzw. deren Konnotation der Unterdrückung erscheint hier der später von Behrens selbst vollzogene Perspektivenwechsel zu Subkulturen als Avantgarde an den Peripherien der Kultur, welche hier wohl am deutlichsten als *Subs* verstanden werden können. Damit distanziert sich Behrens auf der Analyseebene im Zusammenhang mit popkulturellen Phänomenen von überzogenen Bewertungen. Gleichzeitig macht dieses Bild klar, warum beide Ebenen aufeinander angewiesen und keinesfalls unabhängig sind.

Ein solcher Zusammenhang ist laut Behrens sogar notwendig, um nicht außerhalb jeglicher ökonomischer Logik zu stehen und genau deswegen für das ökonomische System interessant zu werden. Aus der Kulturindustrie heraus können sich populäre Künste (vgl. Shusterman 1994) bzw. Aktionsräume in Kenntnis der Mechanismen und Apparaturen der Popkulturindustrie an eine Sprengung des Bannkreises der Kulturwarenlogik machen und zu einer möglichen Befreiung der Individuen und der Gesellschaft beitragen (vgl. Behrens 1996: 149 und 161).[156]

Die Integration – nicht das Verschwinden – der *Sub*- in die *Main*-Ebene und die damit verbundene Kritik aus der Peripherie am Zentrum der Popkultur arbeitet einer Ausgrenzung innovativer und kritischer Ebenen entgegen, wie sie noch im Sinne schwer kommensurabler Kunst als Hochkultur erwartet wurde. Die Kritik findet sich in Form von alltäglichen Widersprüchen eben auch in der Massenkultur wieder:

„Entscheidend ist die Dialektik der Kultur, die sich auch in der modernen, spätkapitalistischen Massenkultur fortsetzt und hier sogar sich polarisiert und kulmi-

155 Behrens erwähnt hier nicht die bei Schwendter ebenfalls genannte Gruppe der regressiven Subkulturen wie etwa Kriminelle und erklärt diese Auslassung auch nicht. Geht es um popkulturell-produktive Überlegungen im Sinne Prokops, dürfte wohl klar sein, dass Aspekte regressiver, sozialer Randgruppen hier nicht weiter beachtet werden können.

156 Beispiele sind etwa die New Yorker No Wave-Band *Sonic Youth*, die sich um ein körperlich intensives Einhämmern der Realität und Durchbrechen medienkultureller Logiken bemühten, indem sie ihre Gitarren mit diversen Werkzeugen auf der Bühne ‚spielen' (vgl. Ammann 1987: 410-412) oder die bereits erwähnten *The Jesus & Mary Chain*, die einen ähnlichen Effekt der Konzentration auf Körperlichkeit durch E-Gitarren-Feedback-Schlaufen erreichten (vgl. Schumacher 2003). Beide Bands erarbeiteten sich *aus der Popkulturindustrie heraus* einen gewissen Status von Autonomie.

niert: Marcuse verortete das subversive Potential verschiedener Popströmungen weniger in plakativer Körperideologie oder der Pseudosinnlichkeit von Popmodern, sondern in den Widersprüchen, den Differenzen und Dichotomien der Massenkultur, die zwischen Versprechen, Schein, Möglichkeit einerseits und Wirklichkeit, tatsächlicher Freiräume und Entscheidungsfreiheiten des individuellen Stils andererseits bestehen." (Behrens 2000: 162-163)

Gegen den Traditionalismus von Kulturindustrie und *Mainstream* (Ideologie) arbeiten in dialektischer Weise kulturrevolutionäre Aktionsräume (Kunst): Subkultur in Form von *Subs* als Antipop (vgl. Büsser 1998), in dessen Reibung mit Pop eben erst ein subversives Potenzial entsteht. Die Wirkung interner Kritik manifestiert sich letztlich natürlich wiederum an den Aktanten der Kultur-Ebenen, wie es schon Marcuse beschrieb, an dessen Schriften sich Behrens oftmals orientiert:

„Aber das bürgerliche Individuum wird nicht dadurch überwunden, dass man gesellschaftliche Anforderungen einfach ignoriert, zum Drop-out wird und seinen eigenen Lebensstil praktiziert. Natürlich gibt es keine Revolution ohne individuelle Befreiung, aber auch keine Befreiung des Individuums ohne die Gesellschaft. Das ist die Dialektik der Befreiung." (Marcuse 1973: 61)

Aus den im Individuum angelegten Widersprüchen können sich störende Bewegungen und dazugehörige Aktionsräume, die *Subs*, entwickeln, die ohne die großen Umstürze auskommen, sondern subtiler vorgehen:

„Widerstand und Subversion sind nicht besondere Mythen der Popkultur, sondern der Ursprungsmythos eines Modells von kultureller Emanzipation innerhalb der bestehenden kulturellen Ordnung, die sich von der gesellschaftlichen Ordnung befreit, ohne diese Ordnung zu verändern: die den affirmativen Charakter der Kultur bestätigt, indem sie transzendierende Elemente des Widerstands und der Subversion von einer kollektiven realen Gewalt zu einer individualisierten symbolischen Gewalt verschiebt – und diese Verschiebung als Transzendenz, als Widerstand mythologisiert. Diese bedeutende Verschiebung ist für den Begriff und das Bild des Widerstands und der Subversion innerhalb der Popmythen konstitutiv: als umfassende Integration. Der Popmythos basiert nicht auf Definition, Abgrenzung, sondern Ausdehnung, Einschluss: Nicht Kritik der kapitalistischen Arbeitsverhältnisse, sondern Integration der Produktion ins kulturelle Feld; nicht Ablehnung des Konsums, sondern Integration des Konsums. Das Wie wird wichtiger als das Was: Kapitalismus wird im Popmythos zur Einstellungssache." (Behrens 2003b: 159)

Fazit: Subkulturelle Bewegungen und Aktionsräume als *Subs* und auch deren Theorien entstehen folglich in den Nischen und an den Rändern der Popkulturindustrie und bedeuten keinesfalls automatisch eine gesellschaftliche Revolution, sondern versorgen das Zentrum mit Innovation. Was diese leisten sollten, ist zumindest ein In-Frage-Stellen grundsätzlicher gesell-

schaftlich etablierter Unterscheidungen.[157] Diese Prozesse und Mechanismen gilt es mit Behrens genauer zu betrachten. In der Betonung dieses Zwischenweges der auf *Main*-Ebene integrierten *Subs* ähneln Behrens' Vorstellungen von Subkulturen durchaus denen Prokops.

2.2.3.3 Fazit Behrens: kritische Subkulturtheorie in der Popkulturindustrie

Behrens' Ansatz beruft sich deutlich auf Positionen der klassischen Kritischen Theorie, aktualisiert sie und korrigiert diese vor allem in Hinsicht auf die theoretische Möglichkeit von Subversion und Widerstand aus der Massen- bzw. Popkultur. Insofern verweist Behrens wie auch Prokop auf Potenziale der Veränderung aus der Gesellschaft an der Gesellschaft. Er führt die negative Totalität der Kritik der Kulturindustrie bei Horkheimer und Adorno nicht konsequent weiter und schafft dadurch Freiräume für ein Dazwischen – auch hier ähnelt sein Ansatz den Überlegungen Benjamins und vor allem Prokops.

Behrens überarbeitet die Begriffe der Kultur bzw. Kulturindustrie, weil er dies durch gesellschaftliche Veränderungen für angebracht hält. Längst etwa hat sich die Demokratisierung und Mediatisierung einer westlichen Gesellschaft wie der Bundesrepublik Deutschland etabliert und ist damit einhergehend die Angst und Skepsis gegenüber der Kulturindustrie → Massenkultur → Popkulturindustrie schwächer geworden.[158] Die Erweiterung des Kultur(industrie)begriffs erfolgt zudem auch aus einem sicherlich alltäglicheren und professionelleren Umgang mit den Massenmedien. Die Möglichkeiten, Massenmedien verschieden zu nutzen, von Zerstreuung über Beschäftigung bis zu Auseinandersetzung, Verfremdung oder (Zer)Störung im Sinne von Weiterverarbeitung sind mit dem klassischen kulturkritischen Blick auf Rezipienten als Konsumenten und Masse nicht zu erfassen. Dies ist der Hauptgrund für Behrens' Erweiterung des klassisch kritischtheoretischen Kulturkonzepts von Horkheimer und Adorno. Durch die Integration von Subkultur (*Sub*) und dementsprechend subkulturellem Mediengebrauch im Alltäglichen ermöglicht Behrens eine vorläufige Entdramatisierung und Entelitisierung des Kultur-als-Hochkultur-Begriffs bei gleichzeitiger Verlagerung gesellschaftlicher Veränderungspotenziale von der Hochkultur (Kunst) auf die Popkultur (Industrie), wobei er die Möglichkeiten in der Popkulturindustrie für begrenzt hält.

„Die Polarisierung von kulturindustriellem Schund auf der einen und avancierten, autonomen Werken der Kunst auf der anderen Seite ist nur möglich, weil bestimmte Kriterien ästhetisch gehaltvoller Produkte aus der materialistischen Ar-

157 Behrens verweist hier auf postmodernen und poststrukturalistischen Zweifel an sozialen Konstruktionen wie Geschlecht, Rasse, Eurozentralität etc.

158 Wobei auch Adorno sehr wohl, so Behrens' Befund, die Chance auf Modifikation des Kulturbegriffs sah. Behrens bescheinigt Adorno, dass dieser auch seinen eigenen Kultur-Begriff im Wandel durch den Einfluss der sich stetig verändernden Kultur sah (vgl. Adorno 1977e: 736-737).

gumentation um die gesamtgesellschaftliche Entwicklung der Produktivkräfte herausgenommen werden; dieses trifft wesentlich den Begriff der Technik und des Materials, verlängert sich aber auch in Überlegungen zur Kunsterfahrung und der sozialen Stellung der Kunstprodukte (als autonome, avancierte und authentische Kunst). Der Kulturindustrie-Begriff kann heute allein Aktualität beanspruchen, wenn die ihm zugrundeliegende Bedeutung von Kultur transformiert wird, um auch die alltägliche Lebenspraxis der Menschen zu erfassen." (Behrens 1996: 148)

Allerdings wird bei Behrens nicht klar genug, welche Rolle genau die Massenmedien unter Einbezug des Alltäglichen in den Kulturbegriff spielen und dass eine Beschäftigung mit Popkulturrezeption im Alltag wiederum nicht die Rezeption von Kunst ausgrenzen und Außeralltäglichkeit bedeuten darf. Rezeption im Alltag beinhaltet jedwede Art von Rezeption jeglicher Angebote. Auch hier müsste gelten: Der sinnvoll erweiterte Kulturbegriff umfasst *Main-* und *Sub*-Ebenen, welche in der wissenschaftlichen Analyse nicht normativ aufgeladen werden sollten. Diese Bewertungen sind erst in der Praxis oder in einer auf Praxis orientierten Kritischen Theorie möglich. *Main-* und *Sub*-Ebenen beinhalten Angebote, die erst anschließend mit *high* oder *low* bewertet werden können.

In Anlehnung an H. Marcuses Forderungen, die Praxis an die Theorie zu koppeln, bleibt auch Behrens also kritisch, wenn er resümiert: „Gegenwärtig gibt es keine emanzipatorische Bewegung, die in der Lage wäre, eine konkrete Widerstandspraxis im Sinne einer Großen Weigerung zu etablieren." (Behrens 2000: 164-165) Die kleinen Weigerungen allerdings sind möglich. Sie geschehen in den Nischen der Popkulturindustrie und tragen zu deren Wandel bei, und zwar sowohl im Wandel der Praktiken als auch der Theorien:

„Mit Blick auf die gegenwärtige Popkultur scheint Marcuses Kulturtheorie sowohl eine Antizipation jener Subversionsmodelle zu bieten, die im Pop verortet werden, als auch eine vorweggenommene Kritik der popkulturellen Subversionshoffnungen. Vor diesem Hintergrund ist vor allem auch nach der politischen Bedeutung von Marcuses Kulturtheorie zu fragen. [...] Hat Marcuse eventuell schon Differenzierungen zwischen der Musik der Straße (auf Demonstrationen, das Klavier auf der Barrikade) und Club-Culture vorgenommen? Sind Aversionen des eigenen Geschmacks eigentlich ausschlaggebend für eine politisch-ästhetische Beurteilung von Massenkultur?" (Ebd.: 146)

Ganz im Sinne seines Orientierungspunkts Marcuse lässt Behrens die politische Praxis in seine Überlegungen einfließen und beobachtet derzeit eher kleine Weigerungen und kulturelle Subversionen. Die Poplinke und Neue Linke sind offensichtlich nicht zu einem Widerstand im Sozialen fähig, aber sie sollen laut Behrens zumindest zum Revolutionär-Werden der Menschen (sensu Deleuze) und einer Reorganisation der Kräfte, Strategien und Ziele

beitragen: „[E]ine Vernetzung könnte zur Widerstandsform werden." (Ebd.: 121)

Behrens verlangt also eine Diffusion kritischer Momente aus der Popkultur – Industrie (*Main*) sowie Nischen (*Subs*) – in andere Bereiche der Gesellschaft. Gleichzeitig darf die Popkultur ihrerseits wiederum nicht zum überhöhten und überbewerteten Paradigma werden, welches alles andere bestimmt. Der Diskurs über Popkultur wird zu oft selbst wieder zum Bestandteil dieser, die Coolness des Dabeiseins besiegt das gute Argument. Während *VIVA*-Chef Dieter Gorny den Slogan ‚Alles ist Pop' wohl eher affirmativ besetzt, wäre diese Entgrenzung für Behrens kritisch-dialektisch zu betrachten. Auch Popkultur wandelt sich über interne und externe Ein- und Abgrenzungen. Dabei stößt Behrens (2001: 9-10) auf interessante Mikrodialektiken wie Zukunftslosigkeit des Punk gegenüber Zukunftsbesetzung des Funk. Aber auch solche Dialektiken geraten im System Kapitalismus an ihre Grenzen. Behrens unterstellt Kultur die Voraussetzungen von relativer Linearität und Chronologie, auf deren Folie sich eine Gesellschaft entwickeln kann, die im Kapitalismus weitgehend bleibt, wie sie ist und somit auch Popkultur determiniert und keine Räume für Ausbrüche lässt. Deren Zukunftsvisionen sind demnach an das verpflichtend Immergleiche gebunden.

Die für die vorliegende Arbeit wichtigste Ausgangsbeobachtung von Behrens ist neben der Kritik des Kulturbegriffs Kritischer Theorie die bereits erwähnte Indikatorfunktion der Popkultur für die Gesamtgesellschaft. In der Popkultur mitsamt ihren unterschiedlichen Ebenen wird eines der Grundprinzipien bürgerlicher Gesellschaft, die Identifikation von Kunstwerk, Bildung und Fortschritt laut Behrens verlängert. In Kombination mit Elementen des Widerspruchs bildet Popkultur geradezu den prototypischen Ort der Erfahrung in Form einer Simulation von Kultur und Gesellschaft in toto (vgl. Behrens 2001: 18). Dort kann Kritik auf ihre Effektivität getestet und weiter gereicht werden, so wie aus dem Pop(musik)journalismus Kritik in Richtung allgemeinem Journalismus sich neu und in praxi verbreiten soll.[159]

Behrens ergänzt die Gedanken klassischer Kritischer Theorie um die Geschichten der Popkultur, bindet diese an die Kulturindustriethesen an und grenzt sein Verständnis von Kritischer Theorie auch hier wieder deutlich zu Denkern der *Cultural Studies* ab, die sich ähnlich intensiv mit der Popkultur auseinandersetzen:

„In drei entscheidenden Punkten ist die kritische Theorie Adornos aber von den Cultural Studies abzugrenzen. Eine kritische Theorie der Kultur muss reflektieren: erstens die Erfahrung der Katastrophe, aus der man schlussfolgert, dass

159 Ebenso wie Behrens (1998a, 1999) fordert der *Testcard*-Mitherausgeber und Kulturwissenschaftler M. Büsser einen kritischen, möglichst unabhängigen, distanzierten Popjournalismus (vgl. Büsser 1998: 20). Vgl. allgemein zum Popmusikjournalismus und zur Popmusikkritik auch Jones 1994, Jones und Featherly 2002, Frith 2002 sowie Venker 2003. Diederichsen (2003a: 66) reflektiert daran anschließend über eine Wissenschaft zur Popkritik, die es noch gar nicht gibt.

seit Auschwitz alle Kultur Müll sei; zweitens die dialektische Kritik der politischen Ökonomie, also eine Kritik der Tauschverhältnisse und der Warenlogik, die sich nicht auf eine Kritik der Kommerzialisierung der Kulturprodukte reduziert. Drittens ist der Kulturbegriff der kritischen Theorie kritisch-dialektisch, während der Kulturbegriff der Cultural Studies eher pragmatisch-deskriptiv zu verstehen ist." (Behrens 2003a: 65)

Behrens' Position kann also klar als kritisch-dialektische der zweiten, modernen Generation Kritischer Theorie zugeordnet werden, die die verschiedenen Ebenen der Kultur gleichrangig behandelt und ihre gegenseitigen Referenzen und Beziehungen analysiert.

Allerdings übersieht Behrens, dass sich etwa Wissenschaftler wie Kellner, Agger oder Kögler mit genau diesen Zusammenhängen intensiv auseinandersetzen und sich durchaus seit einiger Zeit um eine Kopplung von Kritischer Theorie und *Cultural Studies* bemühen. Behrens selbst kritisiert einige wesentliche Standpunkte der Ansätze der *Cultural Studies* – auf Systemtheorie und Konstruktivismus geht er nicht ein – als zu offen, zu nichtnormativ und damit zu kritiklos. Seiner Auffassung nach ist heute jedes kulturelle Produkt und jede kulturelle Tätigkeit über den ökonomischen Markt vermittelt, so dass der Begriff der verwalteten Welt eine neue Aktualität bekommt und verdeutlicht, wie schwierig sich Widerstand innerhalb dieser Spielregeln ausdrücken lässt – ganz gleich, ob aus elitärer, vermeintlich hochkultureller oder subkultureller Perspektive (vgl. Behrens 2003a: 66-67). An anderer Stelle bemängelt Behrens (2003c) an lediglich zwei Werken zweier Wissenschaftler, die sicherlich zu englischen und deutschen *Cultural Studies* gezählt werden können – die bereits erwähnten J. Fiske (2000) und G. Klein (1999) – deren Automatisierung der Suche nach Widerständigem im Umgang mit so genannter Popkultur. Eine gewisse Überbetonung des angeblich Widerständigen in Handlungen des Shoppings oder Ravens ist sicherlich nicht abzustreiten. Behrens sieht hier massenkonforme Popkultur und ihren Umgang im Sinne S. Friths (1999) sogar als Indikator für die Entpolitisierung der Popkultur, der Kultur, der Gesellschaft und also auch der Wissenschaft als deren Beobachtung. Diese Entpolitisierung werde nun auch durch die affirmativen, die gesellschaftlichen Verhältnisse bestätigenden *Cultural Studies* vorangetrieben. Behrens hält sich hier sehr allgemein und nennt lediglich Fiske und Klein gegenüber dem kritischer denkenden Frith. Behrens sieht die *Cultural Studies* gewissermaßen in der Rolle der massenkonformen Popkultur innerhalb der Wissenschaft.[160] Doch erstens erscheint seine Auswahl viel zu beengt und zweitens sein Überblick für die vielfältigen Diskussionen innerhalb der *Cultural Studies* blind, liefert er doch mit Frith selbst schon einen der zahlreichen Gegner der Fiskeschen Thesen.

160 Man ist geneigt, aus seinen Ausführungen zu interpretieren, dass er die klassische Kritische Theorie dann wohl als Kunst versteht und sein Wissenschaftsverständnis wiederum dichotom angelegt ist.

Ferner erscheinen Behrens' durchaus nachvollziehbare Übernahmen der Argumente klassischer Kritischer Theorie für eine Binnendifferenzierung der Popkultur schwer getrübt durch einen doch sehr an Adorno angelehnten, mehr als larmoyanten Duktus, wenn er moniert:

„Während der Kapitalismus realpolitisch in seiner neoliberalen Phase jede Nischenexistenz brutal ausmerzt, vertreibt und diszipliniert, kultiviert die Popkultur den Widerstand als Partygag. Die selbstinszenatorische Subversionsrhetorik hat mittlerweile auch die Stufe theoretischer Aufbereitung der Popkultur erreicht." (Behrens 2003c: 206)

Folglich simulierten die *Cultural Studies* Kritik, so wie dies viele Vertreter der Popkultur auch täten. Sicherlich befolgt hier Behrens das Vermächtnis des unmöglichen Richtigen im Falschen, warum aber schreibt er dann inkonsequent ganze Abhandlungen über das Falsche, anstatt das Richtige zu skizzieren?

2.2.4 Vorläufiges Fazit moderne Kritische Theorie

Offensichtlich lassen sich zur grundsätzlichen Thematisierung und Differenzierung des Beobachtungsrasters *Main/Sub* im Rahmen der hier analysierten modernen Kritischen Theoretiker einige Gemeinsamkeiten feststellen:[161]

- Massenkultur, Kulturindustrie, Massenmedien und im Besonderen Popkulturindustrie lassen sich auf die Ebene *Main* beziehen.
- Dementsprechend wird im Unterschied zur klassischen Kritischen Theorie der Aspekt der Massenmedien für die *Main*-Ebene deutlich hervorgehoben.
- Diese *Main*-Ebene in Kultur ist vorherrschend und mächtig, aber nicht durchweg bedrohlich, auf der Ebene *Main* (ganz gleich, ob als Medien oder Konzerne) befinden sich sowohl Chancen als auch Gefahren für den Aktanten.
- Es gilt, die Potenziale für Innovation und Veränderung innerhalb dieser *Main*-Ebene zu nutzen.
- Innerhalb der *Main*-Ebene, speziell an den Rändern und in den Nischen, befinden sich Möglichkeiten der Emanzipation, die mit den *Subs* vergleichbar sind.
- Das Immergleiche der *Main*-Ebene droht Kreativität für *Subs* zu zerstören, eröffnet diesen aber gleichsam ebenso immer wieder eine jeweils neue Handhabe.

161 Zu einer knappen Übersicht über die Zuschreibungsmöglichkeiten der modernen Kritischen Theorie auf die Ebenen des Beobachtungsrasters *Main/Sub* und den Kulturbegriff im Allgemeinen vgl. auch die Tabellen 1 und 2 im Konnex: 268 und 269.

2.3 Vorläufiges Fazit Kulturindustriethesen: Kritik und Bewertung im Laufe der Zeit

„Adornos Denken ist schwarz, ohne Zweifel, aber es schimmert." (Aguigah 2003: 17)

Was kann also aus den ausführlichen Betrachtungen zur Kritischen Theorie klassischer und fortgeschrieben moderner Prägung für eine Analyse popkultureller Phänomene im dritten Jahrtausend geschlossen werden? Und wo gibt es Anschlussmöglichkeiten an andere, neue(re) theoretische Überlegungen? Kurzum: Worin besteht der Orientierungswert kritischer Gesellschaftstheorie für gegenwärtige Problemlagen (vgl. auch Dubiel 1992)? Daran andockend sei noch einmal an die Fragen erinnert, die zu Beginn des Kapitels zur modernen Kritischen Kultur-Theorie (vgl. Kapitel 2.2: 84) gestellt wurden:

- Können die originären Gedanken der Denker Kritischer Theorie weitergeführt werden bzw. (von wem) wurde an diese bereits angeknüpft?
- Sofern dies nicht der Fall ist: Inwiefern lassen sich gewisse Aspekte dieser Ideen für eine Analyse von *Main-* und *Sub*-Ebenen von (Medien-) Kultur heutiger Ausrichtung überhaupt nutzbar machen?

Wenn man die historischen Kontexte, die ganz spezifischen Bedingungen der Möglichkeit der Entwicklung einer Kulturkritik seitens der klassischen Kritischen Theorie bedenkt, lassen sich deren Radikalität und Duktus plausibel erklären. Diese speziellen Entstehungsbedingungen müssen bedacht werden, versucht man einen Theorie-Transfer ins postmoderne Zeitalter. Fundierter erscheint es, sich der Kontexte bewusst zu sein, sie zugleich aber auch auszublenden, um durch ein unvoreingenommenes Re-Reading, d. h. ein Re-Reading aus anderen, neueren Kontexten heraus, einige der originären Gedanken gewissermaßen zu aktualisieren und im Rahmen einer Medienkulturwissenschaft bzw. Medienkulturtheorie fruchtbar zu machen – nicht einer Philosophie. Auch für diese Rahmung sind die theoretischen Ausgangspunkte Kritischer Theorie eine Gesellschaftskritik im Ganzen und der totale Verblendungszusammenhang – und zwar seinerzeit im Faschismus (Kontrolle des Individuums durch den totalitären Staat), später im Monopol- bzw. Oligopol-Kapitalismus (Kontrolle des Individuums durch die vom Monopol oder Oligopol bestimmte Konsumsphäre). Das Sein bestimmte das Bewusstsein und tut es weiterhin. Dahinter steckt aber eben auch der Aufruf ans Bewusstsein, das Sein überhaupt erst einmal zu identifizieren, die Verblendung zu erkennen, und sich anschließend diesem Sein nicht weiter zu ergeben, sondern es zu verändern.

Auch heute also hat Kritische Theorie nicht an Aktualität verloren. Anhand ihrer Werkzeugkisten lassen sich auch weiterhin Zusammenhänge von

Kunst, Kultur, Medien und Gesellschaft und vor allem historische Dynamiken des Zivilisationsprozesses und somit fortgeschrittenen gesellschaftlichen Wandels analysieren und kritisieren (vgl. Prange 2003). Dabei müssen allerdings insbesondere die klassischen Betrachtungen der wachsenden Bedeutung der Massenmedien für diesen Wandel berücksichtigt werden: Ob *Communication Industry* (T. W. Adorno), *Kulturindustrie* (M. Horkheimer/T. W. Adorno), *Vergnügungsindustrie* (H. Eisler), *Traumfabrik* (E. Bloch), *Bewusstseinsindustrie* (H.-M. Enzensberger), *Illusionsindustrie* (W. F. Haug), *Medienkapitalismus* (D. Prokop) oder neuerdings *Popkulturindustrie* (R. Behrens): Ein verschärfter wissenschaftlicher Blick auf solche Bereiche sollte medienkulturwissenschaftlich und kommunikationswissenschaftlich geschult sein – und genau dies ist bei den meisten hier erwähnten Autoren nicht der Fall – sei es durch deren Eingebundenheit in eine Zeit, als die Rolle der Massenmedien eher für kriegerische Propaganda denn für Alltagsgestaltung diskutiert wurde, oder sei es, weil sie den Medien auf dem freien Markt sehr skeptisch gegenüber stehen (D. Prokop) oder sie sogar nicht weiter in Erwägung ziehen (R. Behrens).[162]

Den Kern der hier diskutierten Gedanken bildet unweigerlich die Kulturindustriethese mitsamt ihrer Fortschreibungsversuche. Die Permanenz einer kritischen Selbst-Reflexion ist der Form der negativen Dialektik in dieser These eingeschrieben. Auch wenn viele der Formulierungen der klassischen Kritischen Theorie dementsprechend außerordentlich negativ und teilweise sogar aussichtslos anmuten, so haben die Denker doch in ihrer eigenen Entwicklung (Adorno) sowie in ihrer Abfolge (Adorno → Horkheimer → Löwenthal → Marcuse → Benjamin) diese Totalität aufgebrochen oder zumindest aufgeweicht. Dies geschah interessanterweise eher in Bezug auf kommunikations- und medienwissenschaftliche Aspekte wie die abnehmende Stärke des Manipulationsverdachts seitens der Medien, Wirkungsannahmen und Machtzuschreibungen bzw. den Einbezug unterschiedlicher Lesarten seitens des Rezipienten (vgl. Bertemes 2001: 88-91). In geschichtsphilosophischer und gesellschaftstheoretischer Hinsicht bleibt das Schimmern schwarz. Allerdings lässt sich auch dies durch eine neue, unspektakuläre[163] Lesart entschwärzen, wenn man bereit ist,

162 Göttlich hingegen schließt in seine Definition des Begriffs Kulturindustrie, speziell seit den 1960er Jahren, die massenmediale Vermittlung zwingend mit ein (vgl. Göttlich 2003: 47). Dies erscheint aus medienkultur- und kommunikationswissenschaftlicher Perspektive dringend erforderlich, während philosophische Betrachtungen gerne darauf verweisen, dass Kulturindustrie eben nicht nur aus Massenmedien bestünde, sondern im Sinne Adornos die herrschende Form der geistigen Produktion bedeute (vgl. Paetzel 2001: 91).

163 Diese Lesart wurde bereits zuvor als konsequent-inkonsequent bezeichnet und widersetzt sich dem Dogmatismus und Fanatismus, durch den sich viele klassische Lesarten der Kritischen Theorie kennzeichnen. Dadurch tappen diese Lesarten in die Fan-Falle und erhärten den Verdacht purer Faszination und sogar einer gewissen Uniformierung der Adorniten, wie es der – laut eigener Auskunft – ehemalige Adornit N. Bolz nennt (vgl. Bolz 2003: 35).

„die Invektiven über das »Amusement«, das »Banausische«, den »Schund« und das »Bescheidwissen«, all die pejorativen Spitzen aus dem adornistischen Wortschatz, als reinen Sound hinzunehmen, ähnlich wie die Four-letter-words im HipHop." (Aguigah 2003: 14)

Da in der vorliegenden Arbeit aber eben jene Zusammenhänge zwischen Kultur, Medien und Aktanten (Stars) die entscheidende Gewichtung erhalten, um darüber gesellschaftlichen Wandel erklären zu können, sollten die Veränderungen und somit entstehenden Möglichkeiten der Ansätze klar geworden sein.

Aus der klassischen Generation Kritischer Theorie ist nicht *der* einheitliche Ansatz zu isolieren, weswegen eine pauschale Auflistung der Beschreibungen zweier Kultur-Ebenen wie bei Storey (2001: 93) mangelhaft erscheint, die in Anlehnung an die Überlegungen klassischer Kritischer Theorie auch besser Kunst und Massenkultur genannt worden wären:

Culture	Mass culture
Real	False
European	American
Multi-dimensional	One-dimensional
Active consumption	Passive consumption
Individual creation	Mass production
Imagination	Distraction
Negation	Social cement

Entweder verbleibt man in solchen starren Gerüsten und katalogisiert Kulturen demenstprechend, oder aber man versucht, wie Habermas, Prokop und Behrens es ansatzweise exerzieren, das Progressive in der Massenkultur, im *Main* (und auch das Regressive in den Subkulturen, in den *Subs*) zu finden.

Aus dem Konglomerat der hier vorgestellten Autoren lassen sich jedoch anstelle von tabellarischen Listen eher einige zentrale Thesen schließen, die es bei den modernen Fortführungen zu überprüfen galt:

- Verschiedene Ebenen von Kultur sind beobachtbar und bewertbar.
- Durch eine Dialektik geraten diese Ebenen in einen Wandel, der aber nicht zwangsläufig zum Fortschritt führt.
- Die beiden Ebenen sind in *Main* und *Sub* einteilbar: Innerhalb der klassischen Kritischen Theorie wurde lediglich durch eine analoge Bewertung der Ebenen für die Gesellschaft in Kunst (*high*) und Massenkultur (*low*) kategorisiert. Nimmt man die Bewertungen heraus, so gelangt man an den Punkt, dass Kultur von der Industrie für die Masse (*Main*) und von der Kunst oder anderen nichtindustriellen Gruppen für interessierte Gruppen in Form von Spezialisten (*Sub*) abläuft.

- Durch einen Perspektivenwechsel haben die Denker der klassischen Kritischen Theorie zunächst überhaupt erst einmal ihre Blicke auf das *Main* geworfen, welches zuvor schlichtweg ignoriert worden war.[164]
- Schließlich wurde sogar versucht, erste Anzeichen einer Emanzipation des *Main* als auch der Möglichkeiten des *Sub* zu beobachten.
- Die Möglichkeiten des *Sub* ähneln denen der Kunst als gesellschaftlicher Kritik:[165] Nicht von außerhalb können sie genutzt werden, sondern nur aus dem System, aus der Gesellschaft heraus. Benjamin nannte diese Angleichung an die verdinglichte Welt, um ihr gewissermaßen den Spiegel vorzuhalten, eine unähnliche Ähnlichkeit. Allerdings sollte die Mimesis nicht perfekt sein, denn dann stünde die Formauflösung der Form nicht mehr gegenüber. Und diese Form muss doch auch befremden, um etwas Neues zu schaffen, muss autonom vom Alltäglichen sein und doch auch in es hinein ragen.[166]
- Neben kultureller Produktion und kulturellem Werk (Adorno) muss auch die Rezeption kultureller Angebote mehr beachtet werden (Benjamin).

Bei den hier erwähnten Fortführungen von J. Habermas, D. Prokop und R. Behrens ließe sich dann auf die oben genannten Thesen bzw. deren Aktualisierung bezogen feststellen:

- Es muss nicht zwingend die Unwahrheit der Gesellschaft als ganzer dechiffriert werden. Auch in Teilen und Fragmenten kann Kritik geübt werden, und zwar von außerhalb oder innerhalb der *Main*-Ebene.
- Entgegen der Annahmen vor allem von Horkheimer und Adorno gibt es auf der Ebene der Massenkultur bzw. Kulturindustrie eben doch Widersprüche und Kritikmomente zu beobachten, die einer latenten Legitimation bestehender Verhältnisse entgegen wirken.
- Für eine Kritik der Gesellschaft spielen die Massenmedien eine entscheidende Rolle – ob nun als Chance oder Gefahr, wird unterschiedlich beurteilt.

---

164 Eine der frühen multiperspektivischen Betrachtungen der populären bzw. Massenkultur war der von Rosenberg/White (1957) herausgegebene Sammelband, in dem sich neben kulturkritischen Klassikern wie T. W. Adorno, G. Anders oder L. Löwenthal auch frühe Medientheoretiker wie M. McLuhan und L. Fiedler finden.

165 Wobei hier Möglichkeiten im Benjaminschen Sinn gemeint sind, denn Adorno sah die Kunst und somit evtl. auch die *Sub*-Ebenen als Anti-Thesis zur Gesellschaft (vgl. auch Wimmer 1989: 228).

166 Ein Beispiel: „Beuys und Giacometti haben auf jene berühmte Kunst-oder-Leben-Frage immer geantwortet, dass sie aus einem brennenden Haus eher eine Katze als ein Kunstwerk retten würden. Das ist nicht sentimental oder provokant, sondern Weigerung gegen die abstrakte Negation des Klassifizierens. Denn abgesehen von dem, was geringgeschätzt und preisgegeben wird, wird das Ausgewählte um so mehr verwertet und versichert als Kulturbetriebskapital. Beuys' ‚erweiterter Kunstbegriff' ist Protest gegen dieses selektive abstrahierende Denken und insofern mit Adornos Begriff der bestimmten Negation eng verwandt." (Pfütze 1989: 247)

- Mit einer Ausdifferenzierung der Kultur-Ebenen in *Main* und *Sub* sollte eine Ausdifferenzierung der Bewertungskriterien (*high* und *low* auf beiden Ebenen) vollzogen werden (Mehrdimensionalität).
- Die Kultur-Ebenen *Main* und *Sub* sind gesellschaftsübergreifend und funktionieren nicht mehr schichtspezifisch, während die klassische Kritische Theorie Gesellschaft in Schichten unterteilt und anspruchsvollen Jazz als Populärkultur der Oberschicht beschrieb.
- Es besteht ein wechselseitiges Verhältnis der Beeinflussung zwischen Massenkulturproduktion und -rezeption.
- Eine kritische Medientheorie muss historisch ausgerichtet sein und gesellschaftliche Übergänge – etwa zur massenmedial vermittelten veröffentlichten Meinung – deutlich integrieren (Habermas, Prokop).
- Die klassische *Dialektik der Aufklärung* kann zu einer neuen Dialektik der Kulturindustrie extrahiert werden (Prokop) und die erwähnte Mehrdimensionalität somit berücksichtigen.

Erst durch die Berücksichtigung der veränderten Kontexte lassen sich Grundannahmen der klassischen Kritischen Theorie revidieren und modernisieren, ein starres Hinwegsetzen über die medienkulturellen Wandlungen und ein dementsprechend stures Festhalten an den Originalen führt keinen Erkenntnis-Schritt weiter.[167]

Gesellschaftlicher Wandel ist am Wandel der Kultur-Ebenen und deren Manifestationen (z.B. im Stil) beobachtbar, beinhaltet aber eine mitlaufende Fähigkeit zur Umstellung seitens professionalisierter Beobachter wie Journalisten und insbesondere Wissenschaftler. Diese verschiedenen Wandlungen, die letztlich in gesamtgesellschaftlichen Veränderungen münden, werden durch divergierende Dialektiken dynamisiert. Die Dynamiken spielen sich in einer Gesellschaft wiederum innerhalb funktionaler Raster – eben der Kultur-Ebenen *Main* und *Sub* – ab. Dieses Muster bleibt bestehen, kann also durchaus weiter verwendet werden und löst sich keinesfalls auf.[168] Die gesellschaftlichen Beobachter entdramatisieren lediglich im Zuge des gesellschaftlichen Wandels die Bewertungen der Ebenen dieses Rasters bzw. Musters, welches Kultur genannt werden kann. Beide Ebenen, *Main* und *Sub*, können nämlich mit gut und schlecht bzw. mit *high* und *low* bewertet werden, die starre und schnelle Zuordnung von gut zu *high* und schlecht zu *low* ist aufgeweicht, weswegen hier auch von *Main* und *Sub* die Rede ist, die normativ unbelasteter verwendet werden. Neben den Bewertungen der Ebenen wandeln sich natürlich auch die Inhalte der Stufen oder wie Strinati

167 Vgl. zu einer Verwertung der Überlegungen klassischer Kritischer Theorie für eine Populärkulturanalyse auch Göttlich 2003.

168 Hier widerspreche ich K. Maase, der von einer gebrochenen Polarität zwischen Hoch- und Massenkultur redet (vgl. Maase 2003: 52).

(1995: 73) es für die Ebenen *Core* (*Main*) und *Periphery* (*Sub*) bezeichnet: Der Mechanismus bleibt derselbe, aber die Moden wechseln beständig.[169]

Ferner ist neben der Ausdifferenzierung der Kultur-Ebenen auch eine Verfeinerung der Kritikmöglichkeiten zu beobachten: War es bei Horkheimer und Adorno die Utopie und bei Marcuse die große Weigerung, so suchen die modernen Kritischen Theoretiker Kritik- und Veränderungspotenziale in wesentlich konkretern Phänomenen. Dadurch entsteht eine Verästelung von Kritik und Innovation, die nun nicht mehr makropolitisch, sondern im alltäglichen Kleinen abläuft.

Was also bleibt das vorläufige Ergebnis des ausführlichen Re-Readings der klassischen und modernen Kritischen Theoretiker?[170] Der *Süddeutsche Zeitung*-Autor Klaus Podak (1997: I) formulierte anlässlich des 50-jährigen Jubiläums der *Dialektik der Aufklärung*: „Ergebnis: Widersprüche, unaufgelöst." Die mannigfaltigen Unvereinbarkeiten der Argumentationen von vor allem von Horkheimer und Adorno sollten nicht nachträglich aufgelöst werden, denn sie sind nicht aufzulösen: „Hätte Adorno gefragt, um die Fragen zu beantworten, dann hätte er darauf gewiss so gut begründete Antworten geben können wie nur irgendeiner." (Brock 1989: 237) bzw.:

„Wer aber ist schon bereit, die Bedeutung der Künste und Künstler nach dem Maß ihres objektiv zwingenden Versagens (als Eingeständnis der Unlösbarkeit von Problemen) zu würdigen? Adorno war dazu bereit: das allein lässt schon seine ästhetische Theorie für uns und eine noch sehr weite Zukunft folgenreich werden." (Ebd.: 241)

Vielmehr gilt es, die Entwicklung von Problemstellungen und Problementdeckungszusammenhängen bei diesen Autoren genau zu beobachten, um sich deren Analyse- und Problematisierungsschärfe ansatzweise anzueignen. Anhand derer kann es gelingen, eine aktualisierte, neue kritische Kultur- und Medientheorie zu konzipieren. Eben dieses haben zahlreiche Autoren des weiten Feldes der so genannten angloamerikanischen, mittlerweile auch deutschsprachigen *Cultural Studies* geleistet, die im Laufe der vorliegenden Untersuchung auch bereits immer wieder eingeflossen sind und im nächsten Kapitel eine genauere Beachtung erfahren.

Die oben zusammengefassten Thesen aus klassischer als auch fortgeschriebener Kritischer Theorie gelten somit als Basis für viele der Startoperationen der *Cultural Studies*, wobei Vertreter dieser Forschungsrichtungen durchaus auf kritische Distanz sowohl zur Larmoyanz klassischer Kritischer Theorie als auch zur oftmaligen Dogmatik oder Verschlagwortung ihrer sich als kritisch verstehenden Fortschreibungen gehen, prägnant artikuliert von

169 W. Benjamin (1977c) bemängelte die kaum vorhandene Beobachtung der Dynamiken gesellschaftlich-kultureller Ebenen schon im Zusammenhang mit der Überbau-Basis-Gegenüberstellung von K. Marx.

170 Zu einer knappen Übersicht über die Zuschreibungsmöglichkeiten der Kritischen Theorie auf die Ebenen des Beobachtungsrasters *Main/Sub* und den Kulturbegriff im Allgemeinen vgl. auch die Tabellen 1 und 2 im Konnex: 268 und 269.

Paul Willis, einem ehemaligen Mitarbeiter des Birminghamer *Centre for Contemporary Cultural Studies (CCCS)*, der Wiege der britischen *Cultural Studies*: „Wir können diesen idealistischen Stoßseufzern ruhig unseren Segen geben, nur glauben dürfen wir nicht an sie." (Willis 1978: 44)

3. KULTUR ALS ALLES: *CULTURAL STUDIES*

Innerhalb einer intensiven Diskussion von Medienkultur und ihren Ebenen gelangen wir also beinahe automatisch von den Denkern klassischer Kritischer Theorie über einige ausgewählte Vertreter ‚modernerer' kritischer Ansätze zu den angloamerikanischen *Cultural Studies*. Und dies, obwohl der im Kapiteltitel erwähnte Slogan ‚Kultur als alles' zunächst nicht unbedingt nach *Frankfurter Schule* klingt. Insofern sind viele Ansätze des weiten Untersuchungsfeldes *Cultural Studies* auch eher als Antwort auf die Wissenschaftler der Kritischen Theorie, denn als (strikte) Fortführung ihrer Überlegungen einzuschätzen.

3.1 PRÄLUDIUM: GRUNDLAGEN DER *CULTURAL STUDIES*

„Virtually everything is culture, so virtually everything can be studied, from woman's magazines to shopping to manners to... well, you name it." (Kendall/Wickham 2001: 15)

In diesem Kapitel sollen die *Cultural Studies* zunächst an die Ansätze Kritischer Theorie angebunden, dann kurz in ihrer Geschichte und vor allem ihrer Diffusion in den deutschsprachigen Wissenschaftsraum vorgestellt werden. Anschließend soll ein erster Einblick in den Großbegriff Kultur (vgl. Müller-Funk 2002) aus verschiedenen Perspektiven gegeben werden, die den *Cultural Studies* begründet zugeordnet werden, um dann auf die speziellen Ebenen *Main* und *Sub* im Verständnis eines aktuellen Vertreters kritischer *Cultural Studies* hinzulenken: Douglas Kellner. Dessen Überlegungen sollen in Verknüpfung mit den Ansätzen Kritischer Theorie und den noch zu erörternden Kulturbeschreibungen soziokulturell-konstruktivistischer Ausrichtung vorgestellt, problematisiert und amalgamiert werden. Diese ähneln, wie noch zu zeigen sein wird, in einigen Aspekten denen der *Cultural Studies* und legen zudem ein besonderes Gewicht sowohl auf die abstrakte Be-

obachtung von Theorie von Medienkultur als auch auf konkrete Beispiele für Analysen aus dem Alltag der Medienkultur.

Doch zurück zum eingangs erwähnten Slogan in der Kapitelüberschrift und dem daran anknüpfenden Zitat der beiden australischen Soziologen G. Kendall und G. Wickham: Während in der Verschlagwortung der ‚Kultur als Ware' seitens der Kritischen Theorie eine semantische Aufladung erfolgt, um über die Einführung der normativen Ebenen *high* und *low* einen Verfall vom einen zum anderen beklagen zu können, gelangen Diskussionen um den Kulturbegriff in den *Cultural Studies* immer wieder an den Punkt, dass

„*jede* [Hervorhebung im Original, C.J.] soziale Aktivität oder Institution ihre eigene distinkte Welt von Bedeutungen und Praktiken schafft und damit ihre eigene Kultur. Der Begriff wird so auch zunehmend für Institutionen und Praktiken verwendet, die offensichtlich *nicht* [Hervorhebung im Original, C.J.] Teil der traditionellen »kulturellen Sphäre« sind. Aufgrund dieser Betonung haben *alle* [Hervorhebung im Original, C.J.] sozialen Praktiken, soweit sie sich auf Bedeutungen beziehen oder Bedeutungsvergabe für ihr Wirken benötigen, eine kulturelle Dimension." (Hall 2002: 112)

Wenn aber jede soziale Praktik – wie Hall es beschreibt – ihre kulturellen Existenzbedingungen hat, dann erscheint vor allem Kritikern der Schritt zur Universalisierung der Kultur sehr nahe. Der englische Literaturtheoretiker T. Eagleton (vgl. 2001: 56) gelangt sogar an den Erkenntnispunkt, dass Kultur wissenschaftlich keine Lösung bringt, sondern neue Probleme schafft.

War der Begriff der Kultur einst, u.a. zu Zeiten Kritischer Theorie, ein vergeistigter Terminus, so droht er im Rahmen seiner Erweiterung und Erweichung förmlich auszulaufen und sich auf alles zu erstrecken und somit auch seine spezifische kritische Dimension zu verlieren (vgl. Behrens 1996: 39). Liest man die oben zitierten Zeilen von einem der Begründer der *Cultural Studies* aber genauer, erkennt man Halls Reaktion auf solcherlei Kritik:

„In Wirklichkeit wird jedoch *nicht* [Hervorhebung im Original, C.J.] postuliert, dass »alles Kultur ist«, sondern dass jede soziale Praktik sich auf Bedeutung bezieht, dass Kultur folglich eine Existenzgrundlage dieser Praktik ist und dass somit jede soziale Praktik eine kulturelle Dimension hat. Nicht dass es nichts als den Diskurs gibt, sondern dass jede soziale Praktik einen diskursiven Charakter hat." (Hall 2002: 113)

Dass alles Kultur sei und der Begriff somit überflüssig werde, kann einem weiten Verständnis von Kultur also auch nicht vorgeworfen werden: Nicht alles ist Kultur, sondern alle sozialen Praktiken operieren auf Grundlage einer kulturellen Folie, die im Weiteren genauer zu erläutern sein wird. Kultur ist zwar überall um uns herum und deswegen alltäglich und gewöhnlich (vgl. Williams 1983), aber wir können sie nicht sehen. Wir können nur Wahrnehmungsweisen *von* und Handlungsweisen *in* Kultur beobachten, um

uns sozial zu orientieren. Darum geht es den Vertretern der *Cultural Studies*, die sich von solchen Beobachtungen im Ergebnis das Analysieren unterschiedlicher Handlungsweisen in unterschiedlichen Kulturen versprechen. Kultur ist hier eben weit mehr als nur Text oder Ware (vgl. Grossberg 2002: 50).

Während die Kulturbegrifflichkeit in Anthropologie und Kritischer Theorie in der Definitionsfrage eher mitzulaufen und virtuell zu sein scheint (vgl. Kendall/Wickham 2001: 23), bemühen sich die *Cultural Studies* von Anfang an auch um eine Konzentration auf die theoretische Definition des Terminus, die wiederum ganz unterschiedliche Bedeutungen von Kultur berücksichtigt. Dieses Patchworking erklärt sich aus der oft geäußerten Ablehnung einer dezidierten eigenen Disziplinarität seitens der *Cultural Studies*-Forscher bis hin zu Überlegungen zu derem anti-disziplinären Charakter.[1] Deswegen schlagen Hepp und Winter zu Recht vor, *Cultural Studies* nicht entlang von Disziplinen, sondern entlang von Diskursfeldern zu strukturieren (vgl. Hepp/Winter 2003: 12). Auch die Kritische Theorie verstand sich zu ihrer Zeit nicht unbedingt als *Main(stream)* der wissenschaftlichen Disziplinen oder gar als eine Einheit. Neben dieser Ähnlichkeit des Selbstverständisses gibt es auch einige wichtige inhaltliche Anknüpfungspunkte zwischen Kritischer Theorie und *Cultural Studies*.[2]

Zunächst einmal kann das Kultur-Verständnis der *Cultural Studies* in Form eines sehr weiten und alltagsorientierten Kulturbegriffs (mehr später in diesem Kapitel) als eine Art produktive Kritik an den elitären Konzepten der Kritischen Theorie vor allem klassischer Prägung, aber auch etwa einer ‚neuen', wenngleich konservativen Kultur- und Literaturkritik in Großbritannien um F.R. Leavis und M. Arnold interpretiert werden. Letztere berücksichtigten zwar Untersuchungsgegenstände wie Trivialliteratur, aber – sehr ähnlich etwa Adornos Ausführungen zur Popmusik – um diese zu denunzieren und eben doch wieder Kultur als Ideal in Form eines Kanons klassischer Werte von Kunst und Philosophie aufzufassen (vgl. Göttlich/Winter 1999: 27). Um diese elitäre Einteilung aufzubrechen und zu entdramatisieren, sind verschiedene Kultur-Konzepte der *Cultural Studies* formuliert worden.

Zahlreiche Überlegungen seitens der *Cultural Studies* bemühen sich überdies um ein Aufrechterhalten des kritischen Potenzials ihrer Studien und Begriffe bei gleichzeitigem Kritisieren eher behavioristischer und kausallinearer Modelle von Massen-kommunikation. In ihrer ansonsten sehr innovativen Studie zu einem neuen Ansatz innerhalb der *Cultural Studies* irren Kendall/Wickham (2001: 12) allerdings fundamental, wenn sie behaupten, dass die Kritische Theorie als Einfluss der *Cultural Studies* oftmals nicht

1 „Cultural Studies drew strength from the fact that it was not the slave of any singular disciplinary thought." (Kendall/Wickham 2001: 5) Vgl. zum Anliegen offener Zugänglichkeit seitens der *Cultural Studies* insbesondere Göttlich/Winter 1999.

2 Vgl. als ausführliche Überblicke zu diesem Zusammenhang statt anderer Agger 1992, Kögler 1999 und Storey 2001.

genannt oder gar im Besonderen bei Kellner (1995) verspottet würde. Gerade Kellner bemüht sich, wie später noch ausführlich zu zeigen sein wird (vgl. Kapitel 3.2 und 3.3), um eine Aktualisierung der Kritischen Theorie. Deswegen wurde er in der vorliegenden Studie ja auch als Prototyp wissenschaftlicher Verbindung von Kritischer Theorie und *Cultural Studies* ausgewählt. Als Erweiterung der eher produkt- und werkorientierten Analyse des Kommunikationsprozesses seitens der Kritischen Theorie bemühen sich die *Cultural Studies* um eine besondere Berücksichtigung der Rezeptions- und Nutzungskontexte von Medienkulturangeboten. In der Literatur finden sich diesbezüglich immer wieder die gegenseitigen Vorwürfe einer Vernachlässigung subversiver Potenziale der Rezipienten bei der Kritischen Theorie versus die Vorwürfe einer unkritischen Akzeptanz hedonistischer und affirmativer Rezeptionspraktiken bei den *Cultural Studies*.[3]

„Können sich Subjekte wehren oder nicht? Können sie sich dem Ansturm und der Manipulation durch die Produkte der Massenkultur widersetzen oder sind sie längst ferngesteuert und glauben, Freiheit zu wählen, wenn sie am Kiosk ein Päckchen Marlboro kaufen? Letztendlich geht es um die Frage danach, was dem Subjekt zugetraut wird." (Niekisch 2002: 73-74)

Auch wenn die Soziologin und Ethnologin Niekisch eine der Kernfragen hier pointiert darstellt, ist ihr deutlich zu widersprechen, wenn sie kurz darauf die Aufgaben der Mediensoziologie auf Entstehung und Produktion von Medienangeboten und die der *Cultural Studies* auf deren Rezeption festlegt.[4] Rezeptionsanalysen waren immer auch schon Thema der Mediensoziologie und -wissenschaft,[5] und mittlerweile geht es eher um eine Integration aller Prozessstufen in medienkulturwissenschaftliche Analysen theoretischer als auch empirischer Art.

Ihre forschungslogische Legitimation finden zahlreiche Ansätze der *Cultural Studies* mit Kögler (vgl. 1999: 224-226) im Motiv der symbolischen Vermittlung der Realität, in einer Kombination aus semiotischen und praxispolitischen Überlegungen,[6] in einem nicht-elitären Kulturbegriff und in einer Berücksichtigung der kulturellen Konstruktion subjektiver Identität. Anders formuliert:

---

3 Niekisch (2002) etwa konzentriert die eigene ethnographische Analyse auf ausführliche Betrachtungen der Rezeptionsaspekte im Medienkonsum und wertet gleichzeitig die Medienanalysekompetenzen der Kritischen Theorie unter Nichtberücksichtigung historischer Dimensionen und anhand eines einzigen Aufsatzes von Adorno doch sehr pauschal ab. Fiske wird des öfteren eine Überbetonung aktiver und subversiver Massenmedien-Rezeption vorgeworfen. Vgl. etwa die kritischen Beiträge in Ferguson/Golding (Hg.) (1997).

4 Zur Rolle der Medien im Alltag und für Subjekte sowie Gesellschaft vgl. grundlegend Morley 1997.

5 Vgl. einführend und im Überblick dazu Schmidt/Zurstiege 2000a: 116-126.

6 Dieses Kriterium erinnert an Marcuses ganz ähnliche Forderungen an die Kritische Theorie.

„Das wesentliche Charakteristikum der Cultural Studies und ihrer Formationen ist die Analyse kultureller Kontexte und die Erforschung und Kritik der Bedingungen der Möglichkeiten kultureller Selbstvergewisserung von Einzelpersonen sowie von gesellschaftlichen Gruppen und Schichten im Alltag und ihrer kulturellen Praxis." (Göttlich/Winter 1999: 26)

Dieses Gegenüber von gesellschaftlichen Bedingungen und subjektiver Rezeption und Identitätsbildung qua Massenmedien und übergelagerter symbolischer Botschaften und Bedeutungen (vgl. Vannini/Myers 2002: 2), dieses Wechselspiel zwischen Kultur als psychologischer und symboltheoretischer Kategorie wird zum zentralen Element von Kultur und Kulturbeobachtung überhaupt. Kögler (1999: 208) unterscheidet dabei zwischen eher tiefenpsychologischen Herangehensweisen an ideologisch besetzte Schemata und deren Effektivität in den Beobachtungen der Kritischen Theorie und symboltheoretischen Überlegungen seitens der *Cultural Studies*, die sich mit der sprachlichen Vermittlung und dem Aushandeln ideologischer Positionen zwischen Gesellschaft, Medien und Subjekten beschäftigen. In diesem Rahmen geht es den Vertretern der *Cultural Studies* ganz entscheidend um die Konstituierung und Veränderung von Machtverhältnissen in der Gesellschaft und die ganzheitlichen Kontextualisierungen von Wirtschaft, Medien, Kultur und Gesellschaft: „Die Macht mag zudem [...] *in letzter Instanz* [Hervorhebung im Original, C.J.] ökonomisch bedingt sein, aber gelebt wird sie immer kulturell, was bestimmte Konsumpraktiken grundlegend mit einschließt." (Storey 2003: 170)[7]

Immer wieder gelangen Argumentationen verschiedener Vertreter der *Cultural Studies* an den selben Punkt: So wie die Rolle der Produktion nicht allein bestimmend für Zusammenhänge von Kultur und Macht sein kann, so genügt andererseits auch nicht die alleinige, reduzierte Analyse von Lebensbedingungen oder Rezeptionspraktiken. Die politische Ökonomie vernachlässigt Elemente der Textanalyse, der Medieninhaltsanalyse im weiten Sinn und auch Konsumpraktiken. Die Rezeptions- und Nutzungsforschung hingegen beachtet die ökonomischen Kontexte von Medienproduktion, -distribution, -rezeption/-nutzung und -weiterverarbeitung zu wenig.[8] Ferner werden Machtpotenziale laut Storey zu entdifferenziert gesehen: Macht hat sowohl eine wie auch immer gelagerte Kulturindustrie, Macht haben aber auch ihre Wirkungen, und Macht besteht immer auch auf Seiten der Rezipienten. Man sollte aber keinen direkten Schluss von ideologischer Vermittlung durch Medieninhalte auf Rezipienten ziehen, ein Gesichtspunkt, der in der kommunikationswissenschaftlichen Medienwirkungsforschung schon lange beherzigt wird: „Es ist eine grobe Vereinfachung, dass die Wirkungen der Konsumtion die Absichten der Produktion widerspiegeln." (Ebd.: 172)

7 Vgl. dazu grundlegend Bourdieu 1999a, auf den sich J. Storey an dieser Stelle auch stark bezieht.

8 Dies hatte auch Prokop bereits festgestellt, wie in Kapitel 2.2.2 gezeigt werden konnte.

Vielmehr geht es den *Cultural Studies* – hier lässt sich eine weitere Brücke zu den Fortführungen der Kritischen Theorie seitens Prokops erkennen – um eine Dialektik zwischen für die Produktion wünschenswerter und in der Rezeption erlebter Konsumtion, zwischen Einordnung (P. Willis) und Widerstand bzw. Rekontextualisierung (J. Storey), zwischen den der Ware Medienangebot ‚innewohnenden' Bedeutungen (Kritische Theorie und *Cultural Studies* neomarxistischer und gramscischer Ausrichtung) und den ihr von den Konsumenten zugeschriebenen (*Cultural Studies* symboltheoretischer, strukturalistischer als auch sozialkonstruktivistischer Prägung).[9]

„Für beide Paradigmen steht deshalb im Zentrum die Frage, wie soziale Praktiken der Macht mittels kultureller Sinnproduktion auf das Selbstverständnis der Subjekte einwirken – und wie die Subjekte selbst wiederum auf die kulturellen und sozialen Praktiken Einfluss zu nehmen vermögen." (Kögler 1999: 196)

Hierbei spielt die Beobachtung einer Dialektik der Sprache in ihrer Bedeutung für Kultur eine wichtige Rolle nicht nur für die in diesem Zusammenhang oft verwendete Methode der Diskursanalyse. Sprache weist – mit Kögler (1999: 212-215) – Spuren von Herrschaft auf, ohne identisch mit Macht zu werden. Kögler verlangt die Analyse von Artikulationsnetzen, wobei Artikulation Dekonstruktion und Rekonstruktion von Begriffen meint.[10] Ganz ähnlich sieht dies Grossberg:

„Cultural Studies befassen sich damit, die Arten zu beschreiben und in sie einzugreifen, in denen ‚Texte' und ‚Diskurse' (kulturelle Praktiken) innerhalb des Alltagslebens der Menschen und der gesellschaftlichen Strukturen produziert, in sie eingetragen werden und in ihnen operieren, um so die bestehenden Machtstrukturen zu reproduzieren, gegen sie anzukämpfen und sie vielleicht zu verändern." (Grossberg 2002: 50)

Durch dieses schöpferische Gegenüber ermöglicht man Kritikpotenziale, die in der Verabsolutierung nur einer der Perspektiven auf der Strecke blieben. Wegen dieses Sowohl-als-auchs, dieses Dazwischens im Sinne Bhabhas, handeln sich die Forscher der *Cultural Studies* immer wieder den Vorwurf postmoderner Willkür und Beliebigkeit ein. Stattdessen sollte aber auch zwischen diesen Positionen eine Mitte ausgehandelt werden: „Wie kann man eine bequeme Beliebigkeit einer »Postmoderne« verlassen, ohne hinter deren Errungenschaften zurückzufallen?" (Storms 1995: 47) Genau dies kann erfolgen, wenn man die beiden erwähnten Stränge der *Cultural Studies* sowohl in ihrer Anbindung als auch in ihrer Ablehnung der Kritischen The-

9 „Wir müssen das dialektische Spiel von Widerstand und Einordnung im Auge behalten." (Storey 2003: 179) Vgl. zu einem ausführlichen Überblick der theoretischen Paradigmen der *Cultural Studies* unter Einbeziehung der oben genannten Ansätze Grossberg 1999a, 2000: 253-286, 2002.

10 Artikulationsnetze gleichen dem Foucaultschen Dispositiv. Vgl. dazu auch Foucault 2001, Hall 2002 und Arning 2003.

orie beobachtet und sich, je nach Untersuchungsproblem, die geeigneten Rüstzeuge heraussucht und indem neue Andockmöglichkeiten gesucht werden, so wie es hier im Weiteren mit soziokulturell-konstruktivistischen Ansätzen (vgl. Kapitel 4) geschehen soll.

Offensichtlich ist in der Anerkennung machtbestimmender Schemata und zugleich deren kreativer Überschreitung das Potenzial für Kritik an Macht gelagert. In solchen Überlegungen erscheint der Aspekt der theoretischen und vor allem politisch-praktischen Partizipation.[11] Die *Cultural Studies*-Vertreter wollen sich in gesellschaftliche Diskurse einmischen.

„Meine These lautet vielmehr, dass die Cultural Studies aufgrund ihrer Radikalität, ihres oppositionellen Diskurses, ihrer institutionellen Marginalität und ihrer ungewöhnlichen Theorie in einem weitgehend konkurrenzfreien Raum eine nachhaltige und Substantielle Gesellschaftskritik entwickeln konnten, die eine kaum abwendbare »Krise« diagnostizierte. Mit anderen Worten: Es mag vermessen klingen, aber die Cultural Studies übten, obwohl sie im akademischen Leben Großbritanniens eine Randerscheinung waren, einen gewaltigen Einfluss aus." (Bromley 1999: 19)

Dass dies für den angloamerikanischen Wissenschafts- und Gesellschafts-Raum durchaus zutrifft und historisch gut begründet werden kann, dass diese These für den deutschsprachigen Raum hingegen viel weniger gilt, erfordert einen kurzen kontextualisierenden Exkurs zu den Geschichten der *Cultural Studies* unter dem Fokus ihrer Kulturbegriffe.

Exkurs: Geschichten der Cultural Studies[12]

Um die Rezeption der *Cultural Studies* im deutschsprachigen Raum zu erklären, denn insbesondere in Österreich gibt es mittlerweile zahlreiche Veröffentlichungen zu den Feldern der *Cultural Studies*, erscheint es forschungslogisch sinnvoll, einen kurzen Überblick über die Entstehung und Entwicklung dieser Studien zu liefern. Dadurch werden zudem Verbindungen und Abgrenzungen zur Kritischen Theorie noch einmal deutlich hergeleitet, bevor im Anschluss an diesen Exkurs die Kulturbegriffe der *Cultural Studies* im Allgemeinen und die Definitionen von Kellner im Speziellen genauer betrachtet und für das Beobachtungsraster *Main/Sub* verwertet werden sollen.

Die bisherige Entwicklung kann in die Gründerphase der 1950er und 1960er Jahre in Großbritannien, die institutionalisierte Etablierung der 1970er Jahre, die Diffusion in den amerikanischen und westeuropäisch-kontinentalen (Schwerpunkt Deutschland und Österreich) Wissenschaftsraum in den 1980er und 1990er Jahren und eine erste große Frage der welt-

11 Ein Fehlen von Parteilichkeit und Eingebundensein wurde in Bezug auf die verakademisierten und unpolitischen *Cultural Studies* im deutschsprachigen Raum ausdrücklich von Terkessidis (2003) bemängelt.

12 Die einführenden Bemerkungen stützen sich hauptsächlich auf Angaben aus Hepp 1999: 78-108, Winter 2001: 23-158 und Lindner 2000.

weiten Selbstdefinition mit dem Wechsel des Jahrtausends eingeteilt werden.[13]

Im Grunde haben sich die *Cultural Studies* in Großbritannien aus mehreren Quellen formiert: Im Zuge einer neuen Literatur- und Kulturkritik im späten 19. und frühen 20. Jahrhundert (M. Arnold, T.S. Eliot, F.R. Leavis, die Zeitschrift *Scrutiny*), die sich auch einer Kritik der gesellschaftlichen Verhältnisse verpflichtet sah, und deren konservativem Verständnis von Kultur als Ideal ganz im Sinne der *Frankfurter Schule* wurde die Kultur des Populären der 1930er bis 1950er Jahre zwar zunehmend wissenschaftlich beachtet, doch zunächst zumeist, um darauf basierend einen Kanon der schönen Künste zu verfestigen und dessen Bedrohung durch die zunehmende Verbreitung der Massenmedien zu konstatieren, anstatt dessen Werte in Frage zu stellen.[14] „Das Gegenteil von Kultur war für Matthew Arnold und seine Schüler Anarchie, wie sie die Gesellschaft selbst erzeugte." (Eagleton 2001: 21) Eagleton selbst (vgl. ebd.: 48-73) definiert in zwei Stufen: KULTUR als wertvoller, für wenige Menschen zugänglicher Kanon (Kunst) und Kultur als ganze Lebensweise einer territorial begrenzten Bevölkerung. Diese Unterteilung erinnert frappierend an T.S. Eliots Unterscheidung in *culture* als Kunstkanon einer Elite und deren reflexive Analyse der *Culture* (bewusst) und eben *Culture* als Lebensweise des sozialen Durchschnitts bzw. dessen Habitualisierungen, Mentalitäten und Gefühlen (unbewusst). Allerdings wird so die Spannung zwischen Hoch- und Populärkultur unterschlagen (vgl. Müller-Funk 2002: 3-15). Müller-Funk empfiehlt einen mittleren Begriff von Kultur, der an C. Geertz angelehnt, Kultur als zu dechiffrierenden Text versteht. An dieser Aufreihung en passant zeigt sich die Komplexität (selbst) der (aufeinander bezogenen) Diskussionen um die Definition von Kultur. Ohne sich selbst ausnehmen zu können, stellt Müller-Funk daher fest: „Die Angestrengtheit des Definierens steht somit in einem schiefen Verhältnis zu ihrem (unbefriedigenden) Ergebnis." (Ebd.: 8)

Im Umfeld der genannten Literaturkritiker entstanden einige literaturwissenschaftlich geprägte Arbeiten zu Film, Fernsehen, Werbung und Presse (vgl. Bromley 1999: 9). Offensichtlich ähnelt eine solch kanonisierte Auffassung von Kultur vor allem der Perspektive von Horkheimer und Adorno. Die aus Literaturwissenschaft und -kritik gespeiste oppositionell-intellektuelle Formation der britischen *New Left* sprang in England in die Lücke einer nicht-institutionalisierten Soziologie, wie sie sich äußerst gesellschaftskritisch etwa zu jener Zeit in Frankreich oder Deutschland entwi-

13 Sälzer gliedert die Entwicklung in die hier genannten ersten drei Phasen, wodurch aber sowohl der jüngste Schub mit Publikationen zahlreicher Übersetzungen der Originaltexte als auch die Reflexion der *Cultural Studies* im deutschsprachigen Raum zu kurz kommen (vgl. Sälzer 2001: 67-74).

14 Bemerkenswert, dass das Feuilleton der *Frankfurter Rundschau* im Zuge seiner zum 30.09.2003 stattfindenden Umgestaltung in Form von der Abwendung vom Feuilleton und der Hinwendung zu einem weiteren Kultur-Begriff ebenfalls von zwei Arten der Kultur spricht: KULTUR als Gesamtheit einer Lebensform und Kultur als Sparten derer (vgl. FR 2003: 9).

ckelte. Ganz ähnlich der *Frankfurter Schule* lehnten Vertreter der britischen *New Left* den vorherrschenden Ökonomismus ihrer Gesellschaften ab, setzten große Hoffnung in das Potenzial der Arbeiterklasse und waren gleichzeitig geprägt von der Entwicklung des Kalten Kriegs und der stärker bemerkbaren amerikanischen Konsumkultur der 1950er Jahre. Gegenüber den eher apokalyptischen Befürchtungen des Marxismus vor allem der 1930er Jahre (kulturelle Phänomene als Abbild ökonomischer Verhältnisse) jedoch rückte die *New Left* die Bereiche von Kultur und Politik als auf tatsächlichen Erfahrungen basierende Kulturpolitik in ihren Vordergrund. Kultur wurde in ihrer Begrifflichkeit von einem puren Spiegel für Ökonomisches nun zur grundlegenden Folie für politische Auseinandersetzungen.

In Reaktion auf das also immer noch elitäre Verständnis von Kultur etwa seitens M. Arnolds oder später F.R. Leavis' haben sich vor allem die beiden Literatur- und Kulturtheoretiker R. Hoggart und R. Williams und der Sozialhistoriker E.P. Thompson genaueren Analysen des damaligen *low* (wertfrei anschließend: *Main*) gewidmet. Hatten die Literaturkritiker um Leavis und Eliot aus einem konservativen Verständis heraus den Weg für einen neuen, eigenen Kulturbegriff gegenüber dem der Zivilisation vorbereitet, so konnten Williams, Hoggart und Thompson und folgend auch St. Hall nun die Bedeutung von Kultur als Ort des Protests und der Kritik vor allem der Arbeiterklasse ins Visier nehmen und somit den Pfad für die späteren *Cultural Studies* in ihrer Mischung aus Kultursoziologie, Literatur- und Medienkritik und politischem Engagement legen und sich gesellschaftlich festsetzen. Entgegen der elitären Kultur-und Bildungs-Auffassungen der *Scrutiny*-Autoren behandelten die Forscher der *New Left* anhand eines weiten Kulturbegriffs alle möglichen alltäglichen Phänomene und weiteten das Feld der Bildung auf außeruniversitäre Kreise aus (z.B. Erwachsenenbildung), um eine Verbindung aus Hochschulerziehung und Arbeiterklasse zu schaffen, aus der Hoggart und Williams stammten. Einig sind sich die wissenschaftlichen Beobachter, dass die Hauptwerke von Hoggart, Williams und Thompson und die mannigfaltigen gegenseitigen Auseinandersetzungen dazu für die darauf folgende Gründung und Festigung der *Cultural Studies* von besonderer Bedeutung waren: *The Uses of Literacy* (1957) von Richard Hoggart, *Culture & Society: 1780-1950* (1983 [1958])[15] bzw. im Anschluss daran *The Long Revolution* (1961)[16] von Raymond Williams und *The Making of the English Working Class* (1963)[17] von Edward P. Thompson.

Richard Hoggart hat in seiner Analyse der Gebrauchsweisen von Literatur in der Arbeiterklasse den elitären Blick auf einen Kanon von Hochkultur etwa von F.R. Leavis umgelenkt zu einer gleichberechtigten Arbeiterkultur

15 Übersetzt als Williams 1972.

16 Teilweise übersetzt in Williams 1977.

17 Übersetzt als Thompson 1987a, 1987b. Die genannten Werke werden von u.a. Agger 1992, Bromley 1999, Hall 1999a, Hepp 1999, Johnson 1999, Kendall/Wickham 2001, Kramer 1997, Lindner 2000, Teske 2002 und Winter 2001 als Gründertexte der britischen aber auch internationalen *Cultural Studies* benannt. Vgl. ausführlich zu den Gründertexten Winter 2001: 35-66.

in deren Alltag. Gleichzeitig differenziert Hoggart bereits 1957 zwischen Popularkultur (Arbeiterkultur als Lebensweise) und Massenkultur (Kulturindustrie). Auf dieser neuen Unterscheidungsebene jenseits des Gegenübers von Hoch- und Massenkultur führt er dann allerdings eine Bewertung wieder ein, indem er deutliche Kritik an der Massenkultur als unechter Zuckerwattenwelt gegenüber der Popularkultur als Arbeiterkultur in Form von wirklicher Welt wirklicher Menschen übt. Auch wenn im Nachhinein manches an dieser Pauschalisierung überzogen erscheinen mag: Die Konzentration auf die Ebene des *Main* – ob nun Arbeiter-, Populär- oder Massenkultur – fand bei Hoggart statt, der Blick wurde von kanonisierter Hochkultur oder schönen Künsten abgelenkt und durch die Transformation des von Hoggart häufig praktizierten Close Reading, des intensiven Lesens einzelner Werke unter Einbezug wesentlicher Kontexte, auf popkulturelle Gegenstände umgelenkt.[18]

Auch Raymond Williams geht es um die Zusammenhänge zwischen Arbeiterklasse und Literaturgebrauch jenseits einer Kanonisierung durch herrschende Klassen. Gleichzeitig bemühten sich Hoggart und Williams um das Vermeiden eines gegen-elitären Populismus, der selbst wiederum einer elitären Gegen-Bildung seitens der Arbeiterklasse zu verfallen drohte. Hoggart sprach vor diesem Hintergrund von „a highbrow's anti-highbrow nostalgia" (Hoggart, zitiert bei Lindner 2000: 19). Offensichtlich sind insbesondere Hoggart und Williams in ihrer Forderung nach Berücksichtigung der Arbeiterkultur bei gleichzeitiger Ausbildung auf hohem universitären Niveau seinerzeit selbst zwischen die Klassen-Ebenen geraten. Deswegen ergab sich laut R. Lindner (2000: 30-31) für diese Autoren auch der ganz lebensalltägliche Druck auf eine theoretische Neubestimmung des Begriffs der Kultur als Teil eines gesellschaftstheoretischen Modernisierungsprozesses:

„Um überhaupt sinnvoll von *working-class culture* [Hervorhebung im Original, C.J.], von Arbeiterkultur reden zu können, und damit nicht nur naive Malerei, brass bands im Kohlerevier und Gewerkschaftschöre zu meinen, also jenes ‚Laienschaffen', wie es in der DDR-Terminologie hieß, dem immer schon der Stempel des Minderwertigen aufgedrückt war, musste der Kulturbegriff neu gedacht werden." (Lindner 2002: 71)

Williams beschreibt demnach Kultur als umfassende Lebensweise[19] und will damit offensichtlich Praktiken kultureller Handlung in den wissenschaftlichen Fokus rücken, die zuvor wenig bis gar nicht beobachtet worden waren und diese gleichzeitig positiv *ent*-werten, um sie undramatisch als Bestandteil eben jener Lebensweisen beobachten zu können. In seiner pro-

18 Zur Methode des Close Reading als Einblick in die Gesellschaft im Rahmen der *Cultural Studies* vgl. Winter 2001: 74-76.

19 Wobei Williams durchaus zwischen verschiedenen Arten der Kultur unterscheidet: Kultur als Ideal, Kultur als Dokumentation und Kultur als Sozialem. Vgl. ausführlich Williams 1972: 382-393, 1977: 74-81 und 1981.

duktiven Kritik an Williams' frühem Kulturbegriff (*culture as a whole way of life*) betont E.P. Thompson (1999: 88-89), dass der Begriff Lebensstil eigentlich das bezeichnet, was Williams mit Kultur beschreibt und dass es in der Kultur vielmehr nicht nur um Weisen, sondern immer auch um Kämpfe (*culture as a whole way of conflict*) geht.

Um die Sichtbarkeit, die Anerkennung und gegebenenfalls die Durchsetzung dieser kulturellen Bedeutungen und Praktiken in Wissenschaft und Gesellschaft geht es den *Cultural Studies* ganz generell:

„Die Begriffsgeschichte des Wortes Kultur ist eine Dokumentation unserer Gefühls- und Denkreaktionen auf die veränderten allgemeinen Lebensverhältnisse. Unser Verständnis von Kultur stellt eine Erwiderung auf die Ereignisse dar, die ganz offensichtlich unser Verständnis von Industrie und Demokratie bestimmen. Aber diese Verhältnisse wurden von Menschen geschaffen und verändert. Die Geschichte dieser Ereignisse ist an anderer Stelle festgehalten, nämlich in unserer allgemeinen Geschichte. Die Geschichte des Kulturbegriffs ist das Zeugnis unseres Verständnisses und unserer Definitionen, doch können sie nur im Kontext unserer Handlungen verstanden werden." (Williams 1972: 353)

Neben einer ständigen Mitbeobachtung der eigenen wissenschaftlichen Definitionsfindungen hat Williams aber auch E.P. Thompsons Kritik aufgenommen und in seine Definition der Lebensweise integriert, da er die unübersehbare Rolle des Kampfes – vorrangig in Bezug auf Phasen kultureller Unterdrückung – gewichtet, diese aber als Teil des Gesamt-Prozesses einer Lebensweise und deren Bestimmung von Bedeutungen und Werten darstellt (vgl. Williams 1977: 80-81). Wie oben bereits angedeutet, sieht Williams die Entwicklungen und Arten der Diskussionen um den Begriff der Kultur selbst als Indikator für gesellschaftlichen und eben letztlich kulturellen Wandel (vgl. Williams 1983: XVII bzw. Williams 1988: 87-93) und legt damit den Grundstein für die spätere Betonung der selbstreflexiven Attitüden der *Cultural Studies*. Deswegen verändert sich mit dem Kommunizieren, Reproduzieren, Erfahren und Erforschen von Kultur als System von Bezeichnungen jenes System ständig (vgl. Williams 1981: 13).[20] Definitionen von Kultur sind also im Moment ihrer Festlegung schon nicht mehr aktuell bzw. bereits wieder verändert. Das Augenmerk wurde dementsprechend auch von den hier genannten ‚Gründerforschern' der *Cultural Studies* von einem festen Bestand von Artefakten ab- und hingelenkt auf:

- den Umgang mit Kultur (Williams, Hoggart): „Man könnte auch sagen, dass es für Williams und Hoggart keine elitäre Kultur, sondern nur einen elitären Umgang mit Kultur gibt." (Lindner 2000: 20),

20 Diese Definition von Williams wird später bei Geertz und dessen bekannter und vielseits verwendeter Beschreibung von Kultur als Netz von Bezeichnungen, in das die Menschen eingespannt sind, wieder aufgegriffen (vgl. Geertz 1987: 9). Zudem erinnert diese Definition von Kultur in ihrer Reflexivitätsbeachtung dem hier später (Kapitel 4) vorzustellenden Kulturbrgriff von Schmidt.

- den Gebrauch bestimmter Ressourcen für menschliche Zwecke (Williams),
- die Praxis des Konsums (Hoggart, Williams), wobei hier die Betonung auf einem aktiv-kritischen Verhältnis von Produktion und Konsumtion liegt, wie es von St. Hall (1999a, 1999b) und R. Johnson (1999) ausführlich erläutert und modifiziert wurde,
- die Entwicklung selbständiger Lebensformen und das Verleihen von Ausdrucksformen (Clarke, Hall, Jefferson/Roberts 1979),
- das Verhältnis der Menschen zu den Dingen (Willis).

Kurzum: Bereits mit den Gründern der *Cultural Studies* lag das Gewicht nicht nur auf den zuvor aufgrund ihrer Gewöhnlichkeit oft unterschlagenen ungewöhnlichen Untersuchungs*gegenständen*, sondern auch auf den Untersuchungs*weisen*.[21]

Diese Beobachtung und Beschreibung der Dialektik zwischen aktiven, kritischen Subjekten und den sie umgebenden Kontexten im Alltag, zwischen Kulturalismus (Hoggart, Williams, Thompson) und Strukturalismus (Hall),[22] sollte auch im Folgenden die zentrale Rolle für die *Cultural Studies* spielen: „Wir machen Geschichte und werden von ihr gemacht; wir schaffen die Kultur und werden von ihr geschaffen. Die Kultur schafft (wie die Sprache) Möglichkeiten und schränkt uns zugleich ein." (Storey 2003: 178)

Aus diesen zunächst losen Diskussionen entwickelte sich im Laufe der Jahre eine institutionalisierte Anbindung: R. Hoggart gründete auf einem Lehrstuhl für Literaturtheorie 1964 an der Universität Birmingham mit einer Sekretärin und dem Wissenschaftlichen Mitarbeiter Stuart Hall das *Centre for Comtemporary Cultural Studies (CCCS)*. In diesem Projekt für Postgraduierte legten Hoggart und Hall den Schwerpunkt auf historisch, soziologisch und literaturtheoretisch orientierte interdisziplinäre oder besser multidiskursive Forschungen und Formationen zu kulturellen Praktiken, Formen und auch Institutionen. Hall folgte Hoggart als Direktor des *CCCS* und war der entscheidende Antrieb für eine neue theoretische Orientierung im Zuge des *cultural turn*[23] der britischen *Cultural Studies*: die Betonung der Sprache im Prozess der Bedeutungszuordnung und die Konzentration auf diskursive Phänomene, wie sie in England von R. Hoggart und R. Williams be-

21 Hier widerspreche ich R. Lindner (1979: 9), der die primäre Funktion von Kulturanalysen im *Umgang* mit Untersuchungsfeldern sieht. Die *Platzierung* und *Akzentuierung* von alltagskulturellen und popkulturellen Themen in den Wissenschaften gilt für die frühen bis heutigen *Cultural Studies* vor allem englischer, amerikanischer und auch deutscher Prägung m. E. genau so sehr. Die Forschungen manifestieren sich stets an konkreten Themen (von der Arbeiterklassenkultur bis zur Club-Kultur) und bilden eine Art „theoretischer und politischer Assemblage" (McRobbie 1999a: 143), weswegen des öfteren eine konsequente theoretische Ausarbeitung fehlt (vgl. dazu auch Höller 1999).

22 Vgl. zu diesen theoretischen Paradigmen der *Cultural Studies* Hall 1999a und Winter 2001: 29-66 und 74-96.

23 Vgl. zum *cultural turn* der *Cultural Studies* auch Lindner 2001.

gonnen und vorrangig in Frankreich von Strukturalisten wie C. Lévi-Strauss und R. Barthes erörtert wurde.

„Der *cultural turn* [Hervorhebung im Original, C.J.] ist eng mit der neuen Auffassung von Sprache verbunden. Kultur kann nämlich als Summe der verschiedenen Klassifikationssysteme und diskursiven Formationen verstanden werden, die Sprache verwendet, um den Dingen Bedeutung zuzuordnen. Schon der Begriff »Diskurs« verweist auf Äußerungen in einem beliebigen Sprachbereich, die gleichzeitig eine Sprache über ein Themengebiet ermöglichen und eine Form, Spezialwissen über dieses Thema zu produzieren. Der Begriff verweist sowohl auf die Produktion von Wissen durch Sprache und Repräsentation als auch auf die Art und Weise, wie dieses Wissen institutionalisiert wird und damit soziale Praktiken formt und ins Spiel bringt." (Hall 2002: 108)

Die durch St. Hall neu ins theoretische Feld der *Cultural Studies* eingeführte Fokussierung von Sprache, Text und Diskurs als Beschreibungen von Wirklichkeiten sollte sich im Anschluss besonders intensiv in den amerikanischen (J. Fiske, L. Grossberg, D. Kellner, J. Lull) und australischen (I. Ang, J. Frow, M. Morris) *Cultural Studies* niederschlagen, wobei vor allem die Arbeiten L. Grossbergs nicht nur vom *cultural turn* beeinflusst sind, sondern eine dem deutschsprachigen soziokulturellen Konstruktivismus (S.J. Schmidt) ähnliche Argumentation aufweisen.[24] Halls Einfluss breitete sich auch auf die 1969 von Harold Wilson und der *Labour* Partei gegründete Fernuniversität (*Open University*) aus, die es auch Nicht-Graduierten und Nicht-Studierten ermöglichte, sich intellektuell mit alltagskulturellen Problemen auseinander zu setzen. Hier lehrte St. Hall als Professor für Soziologie und als Direktor des *CCCS* von 1968 bis 1979, Richard Johnson wurde 1980 sein Nachfolger. Wichtiger als die Abfolge diverser Namen, deren Texte auch in der vorliegenden Analyse verwendet wurden, erscheint die Etablierung der *Cultural Studies* durch das *CCCS* (u.a. Hoggart, Hall, Johnson, Clarke, Willis und Morley) und die *Open University* (u.a. Hall, P. du Gay und T. Bennett) sowie durch zahlreiche Publikationen aus deren Umfeld. Diese beiden Institutionen waren fruchtbarer Boden für das Thema Populärkultur als Bereich von unterschiedlichen Auseinandersetzungen diverser gesellschaftlicher Gruppen, wobei vor allem in der britischen Gründerphase die Arbeiterklasse als benachteiligte, weil wissenschaftlich wenig bis gar nicht berücksichtigte Gesellschaftsschicht in Großbritannien ins Visier genommen wurde. Auch im Zuge der Ausbreitung der *Cultural Studies* galt das Augenmerk immer wieder ausgegrenzten, minoritären gesellschaftlichen Gruppen und deren Konflikten auf den symbolischen Feldern der Alltagskultur (vgl. McRobbie 1999a: 143), weswegen die australischen Soziologen

24 Gewisse Stränge der *Cultural Studies*, nicht aber „der Cultural Studies Approach" (Krotz 1992: 414), sind am sozialen Konstruktivismus orientiert und nicht ihm „zuzurechnen" (ebd.).

Kendall und Wickham von *Cultural Studies* als „anthropology of the home" (2001: 12) sprechen.

Parallel zur Institutionalisierung und Etablierung der *Cultural Studies* im Großbritannien der 1980er Jahre setzte eine Internationalisierung dieser Ansätze vor allem ins Amerikanische und Australische ein. In den USA und auch Australien formierten sich in den 1960er Jahren Anti-Vietnam-Kriegs-, Anti-Rassismus- und Bürgerrechtsbewegungen, die allerdings wenig dogmatisch politisch links-orientiert und kritisch gegenüber der zunehmend konservativ erscheinenden Gesellschaft positioniert waren.[25] In die Ausläufer intellektueller und wissenschaftlicher Zweige solcher Bewegungen gerieten in den 1980er Jahren dann einige britische Forscher der *Cultural Studies* – bekanntestes Beispiel dürfte John Fiske sein –, die u.a. abgeschreckt vom konservativen Thatcherismus in Großbritannien in die USA übersiedelten.

Während die britischen *Cultural Studies* eine deutliche Betonung auf kulturelle Kämpfe unterschiedlicher Klassen gelegt hatten, ging es den amerikanischen und australischen Zweigen zum einen um Fragen der Identität, der Rasse und des Geschlechts, aber auch zum anderen um die Zusammenhänge von Kultur und Medien (J. Fiske, L. Grossberg, D. Kellner, J. Lull). Zahlreiche Überschneidungen und Ko-Orientierungen fanden im amerikanischen Raum zwischen *Cultural* und *Media Studies* statt. Daneben gibt es weltweite, mal mehr mal weniger durchdrungene Stränge der *Cultural Studies*, die im Wesentlichen zwischen politischem Projekt und wissenschaftlicher Analyse operieren.[26]

Wenden wir uns hier nun in aller Kürze der Entwicklung im deutschsprachigen Raum zu: Abgesehen von den hier bereits erläuterten Synthesemöglichkeiten klassischer und moderner Kritische Theorie (vgl. Kapitel 2) und noch folgenden Ankopplungen an soziokulturell-konstruktivistische Medienkulturwissenschaft (vgl. Kapitel 4) können verschiedene intellektuelle Bereiche bzw. Gruppierungen aufgezeigt werden, die von den ursprünglichen und auch weiteren Ansätzen der angloamerikanischen *Cultural Studies* beeinflusst worden sind. In Anlehnung an die hier schon mehrfach erwähnten Medien- und Kommunikationswissenschaftler Hepp (vgl. 1999: 101-108) und Göttlich/Winter (vgl. 1999: 32-36) lassen sich im Deutschsprachigen bis heute vier große, zum Teil miteinander verwobene Stränge intellektueller Überlegungen unter Bezugnahme auf Ansätze der *Cultural Studies* festhalten, von denen die Bereiche eins und zwei für die eigene Studie wesentlich sind – nicht zuletzt, weil der Autor sich diesen selbst zuordnet:

25 In denen sich – wie schon erwähnt – Marcuse stark engagierte.

26 Vgl. etwa Hepp 1999: 91-99. Da es in der vorliegenden Studie um die Analyse des Zusammenhangs von Kultur und Medien in Mediengesellschaften wie Deutschland geht, fallen hier z.B. postkoloniale oder feministische Studien nicht ins Gewicht.

- **Qualifizierter Popkulturjournalismus**:[27] Abgesehen von einer Fülle von Fanzines, die sich ebenfalls mit der Synthese von Popkulturjournalismus und wissenschaftlichen Ansätzen beschäftigen bzw. beschäftigt haben (z.B. *Harakiri*, *Komm Küssen*, *Sunset*, *Auf Abwegen*, *Revelation* etc.), haben sich einige etablierte Fachzeitschriften und Magazine seit den 1980er Jahren mit *Cultural Studies* – mal schwerpunktartig mal eher en passant – beschäftigt: *Spex*, *Testcard*, *Intro*, *Kunstforum International*, *Texte zur Kunst*, *De:Bug* und *Die Beute* bzw. *Die Beute – Neue Folge* dürften auf diesem Terrain die Meinungsführermedien sein. Aus diesen Bereichen lassen sich einige Autoren herauskritallisieren, die in diesen Zeitschriften, aber zunehmend auch außerhalb bzw. innerhalb wissenschaftlicher Diskurse publizieren: R. Behrens, J. Bonz, M. Büsser, M. Bunz, D. Diederichsen, Chr. Höller, T. Holert, Chr. Jacke, G. Jacob, O. Karnik, F. Klopotek, S. Kösch, U. Poschardt, M. Terkessidis und J. Ullmaier.[28] Ein genauerer Blick auf die Einbindung von Ansätzen der *Cultural Studies* auf dem Gebiet des Popkulturjournalismus lässt unschwer erkennen, dass dessen Autoren den vermeintlichen Gegensatz von Wissenschaft und Journalismus besonders elegant und leicht überwunden haben und deswegen im Grunde selbst *Cultural Studies* praktizieren, während diese ansonsten oft nur thematisiert, übernommen oder übersetzt werden (vgl. Höller 1999: 139).[29] Interessant erscheinen in dieser Kategorie die produktiven Vermengungen von Journalismus und Wissenschaft, die meist durch ein Hochschulstudium der Journalisten eingeleitet wurden: Zwischen Popkulturjournalismus und Psychologie (Terkessidis[30]), zwischen Popkulturjournalismus und Kunsttheorie (Bunz), zwischen Popkulturjournalismus und Kulturwissenschaft (Bonz[31]), zwischen Popkulturjournalismus und Kommunikations- und Medienwissenschaft (Jacke) und zwischen Popkulturjournalismus und Kunsttheorie (Diederichsen); wobei D. Diedrichsen im Deutschsprachigen auf jeden Fall eine besondere Rolle zukommt, da dieser schon früh-

27 Bei Hepp heißt diese Kategorie *avancierter Musikjournalismus*, doch berücksichtigt diese Bezeichnung zu wenig die Reichhaltigkeit der Themenbereiche, innerhalb derer hier journalistisch gearbeitet wird: Musik, Medien, Kunst, Technologie, Literatur, Lebensstil, Mode etc.

28 Diese Namen sollen nur der (Weiter-)Orientierung dienen und sind schlichtweg kaum zu übersehen, es soll hier aber weder eine Rangliste noch ein *Best Of* präsentiert werden.

29 Vgl. z.B. die Hefte *Spex* Nr. 07/1995 und 08/1995 mit Schwerpunkten zu *Cultural Studies* (darin vor allem Grether 1995, Höller/Niemczyk 1995, Holert 1995a bzw. 1995b und Storms 1995); vgl. zu Analysen der *Cultural Studies*-Rezeption im Popkulturjournalismus Höller 1996, Holert/Terkessidis 1996, Jacke 1999 und Renger 2000 unter Einbindung der Journalismus-Konzepte von S. Weischenberg; vgl. speziell zu *Spex* Hinz 1998 und R. Gebhardt 2001.

30 Terkessidis setzt dabei einen klaren Schwerpunkt auf Untersuchungen zum Multikulturalismus und Rassismus (vgl. etwa Mayer/Terkessidis 1998, Terkessidis 1998 und 1999).

31 Vgl. insbesondere Bonz' Essays (2002) und dessen Überlegungen zur Welt bzw. Kultur der Techno Music (2003).

zeitig über Zusammenhänge von Popmusik, Philosophie und Soziologie schrieb und sich ebenso frühzeitig um die Publikation und Übersetzung der subkulturellen Stil-Analysen von D. Hebdige bemüht hat (vgl. Diederichsen, Hebdige/Marx 1983). Auch wenn sich diese Journalisten für ganz verschiedene theoretische Ansätze interessieren, gemein ist ihnen eine frühzeitige Wahrnehmung von und teilweise intensive Orientierung an Denkern der *Cultural Studies* und ein *Betreiben von Cultural Studies*.

- **Medien- und Kommunikationswissenschaften**: Die Medien- und Kommunikationswissenschaftler Schmidt/Zurstiege (vgl. 2000a: 117-120) geben in ihrer *Orientierung Kommunikationswissenschaft* den *Cultural Studies* im Rahmen der Überlegungen zur Rezeptionsanalyse einigen Raum, da sie in der Kommunikationswissenschaft in Deutschland mittlerweile vermehrt rezipiert werden.[32] Wenn auch heftig diskutiert und keinesfalls etabliert, so sind Ansätze der *Cultural Studies* mittlerweile verstärkt in den Diskursen der deutschsprachigen Medien- und Kommunikationswissenschaft angekommen. Begonnen hat deren Rezeption in diesen Disziplinen ab ca. Mitte der 1980er Jahre, zunächst in einzelnen Forschungsprojekten (z.B. das Projekt von Tübinger Amerikanisten zu Daily Soaps im Fernsehen oder eine Forschergruppe zur Rolle der Medien für die kulturelle Differenzierung um die Trierer Soziologen R. Winter und R. Eckert, welche wiederum die Trierer Sprachwissenschaftler beeinflusste sowie später dann eine österreichische Forscherinnengruppe zu feministischen Themen)[33] oder – zum Teil mit diesen Projekten zusammenhängend – in einzelnen komplexeren Arbeiten wie von A. Hepp (1998), U. Göttlich (1996), L. Mikos (1994a, 1994b) und R. Winter (1992, 1995). Darüber hinaus verbreitete sich der medien- und kommunikationswissenschaftliche Umgang mit den Ansätzen der *Cultural Studies* in den 1990er Jahren stark an diversen deutschen und auch österreichischen universitären (z.B. Filmhochschule Potsdam und Medienwissenschaft Kiel) und außeruniversitären (z.B. *Hans-Bredow-Institut*) Einrichtungen[34] und in Fachzeitschriften wie *Rundfunk und Fernsehen* (seit 2000 *Medien und Kommunikationswissenschaft*), *montage/av*, *Medien Journal* und *Medienwissenschaft*. Wie schon angedeutet, wurden die Ansätze der *Cultural Studies* auch über Themen hinaus verbreitet. So teilt Mikos (vgl. 1999: 162-164) die

32 Böhme/Matussek/Müller erwähnen im Vergleich dazu auch in der Neuauflage ihrer *Orientierung Kulturwissenschaft* (2002) den Strang der *Cultural Studies* nur peripher. Dies soll nicht als Beleg *gegen* eine Kulturwissenschaft, sondern *für* die Sensibilität einer Medien- und Kommunikationswissenschaft gewertet werden.

33 Zu genaueren Literaturangaben dieser Projekte und Gruppen vgl. vorranigig Winter/Eckert 1990 sowie Hepp 1999: 105-107 und Mikos 1999: 162-163.

34 Auch an Abschlussarbeiten der universitären Institute lässt sich die zunehmende Rezeption der *Cultural Studies* und auch deren Einbindung in traditionellere Kommunikations- und Medienforschungen beobachten. Vgl. für das Münsteraner *Institut für Kommunikationswissenschaft* als frühe Beispiele statt anderer die Magisterarbeiten von Bernet (1989), Jacke (1996) und Keller (2000).

deutschsprachige Rezeption der *Cultural Studies* im Bereich der Fernsehnutzungsforschung in drei Phasen ein: 1. die Beschäftigung mit dem Phänomen der Fernsehserien und dabei speziell mit Soap Operas Mitte der 1980er, 2. jugendsoziologische und sprachwissenschaftliche Arbeiten der späten 1980er, 3. disziplinenübergreifende Rezeption seit den frühen 1990er Jahren, wobei sich eher geisteswissenschaftlich orientierte versus eher sozialwissenschaftlich orientierte Überlegungen gegenüberstehen. Wie auch immer man die Rezeptionsfelder der *Cultural Studies* im deutschsprachigen Wissenschaftsraum bestimmen mag, fest steht: Zum Jahrtausendwechsel kann dann wohl von einer ersten, vorsichtigen Etablierung der *Cultural Studies* in Zweigen der deutschsprachigen Medien- und Kommunikationswissenschaft gesprochen werden, was an zahlreichen Einführungen, Readern, Sammelbänden und Übersetzungen der Gründer- aber auch späteren Originaltexte z.B. von J. Fiske und L. Grossberg abzulesen ist. Dies ist sicherlich auch durch eine zunehmende Ko-Orientierung von Medien-, Kommunikations- und Kulturwissenschaft bedingt.[35] Der Kommunikationswissenschaftler F. Krotz fordert eine kulturwissenschaftliche Betrachtungsweise der Medien (vgl. Krotz 1998), ebenso kann in Umkehrung und auf der Folie der bisherigen Beobachtungen eine medienwissenschaftliche Betrachtungsweise der Kultur für notwendig erachtet werden. Diese Klüfte zu überwinden, wie es zuletzt auch D. Kellner (vgl. 1999: 343) gewünscht hat, haben sich einige deutschsprachige Medien- und Kommunikationswissenschaftler insbesondere seit der Jahrtausendwende vorgenommen,[36] wobei für eine Synthese von *Cultural Studies* und Medien- und Kommunikationswissenschaft in einem umfassenderen Modell in der letzten Zeit vor allem die Arbeiten von D. Kellner prägend erscheinen.

- **Sprach- und Literaturwissenschaft**: Insbesondere Stränge der deutschen Anglistik und Amerikanistik zeigen sich seit Anfang der 1970er Jahre von Überlegungen der *Cultural Studies* beeinflusst. Hierbei geht es vornehmlich um landeskundliche, soziolinguistische, kulturwissenschaftliche und später auch Aspekte der Rassismus- und Identitätsdiskussionen im Zusammenhang von Literatur bzw. Sprache und Massen-

35 Vgl. hierzu statt anderer die Arbeiten von S.J. Schmidt, F. Krotz, C. Winter und Th. Düllo.

36 Vgl. zur Befruchtung von Kommunikations- und Kulturwissenschaft unter Berücksichtigung der *Cultural Studies* Göttlich 1997 und Krotz 2001 bzw. jüngst Krotz 2003, C. Winter 2003 und R. Winter 2003. Jäckel/Peter (1997) kritisieren eine grundsätzlich fehlende Ko-Orientierung von *Cultural Studies* und empirisch-analytischer Medien(wirkungs)forschung quantitativer Gattung. Einen guten Eindruck der gegenseitigen Vorwürfe liefern Jäckel/Peter (1997) und in Bezugnahme darauf R. Winter (1997). Dieses Problem scheint bis dato nicht gelöst: „Woran es bislang fehlt, sind systematische Arbeiten zu den Unterschieden und Gemeinsamkeiten etwa der traditionellen deutschen Kultur- und Mediensoziologie und den Cultural Studies oder zwischen deren Publikumsforschung und der Medienwirkungs- und Rezeptionsforschung" (Göttlich/Winter 1999: 36).

medien (vgl. etwa die Arbeiten von S. Jäger, H. G. Klaus, J. Kramer und J. Link).

- **Alltagskulturforschung**: Im Rahmen der Erweiterung des Kulturbegriffs in Reaktion auf die elitäre Sichtweise der Kritischen Theorie haben vor allem in Medienpädagogik (Schwerpunkt Erwachsenenbildung), Jugend- und Musiksoziologie, Volkskunde, Europäischer Ethnologie und Zweigen der Kulturwissenschaften einige Ansätze der *Cultural Studies* Verwendung gefunden. Diese Rezeption begann in Deutschland ungefähr Mitte der 1970er Jahre mit ersten Arbeiten von R. Lindner, R. Schwendter und D. Baacke und findet in den letzten Jahren insbesondere im Rahmen einer Alltags- und Jugendsoziologie von R. Hitzler, G. Klein, M. Kaase, K. Neumann-Braun, G. Schulze, H. G. Soeffner und R. Vollbrecht statt: Der Medienpädagoge R. Vollbrecht beobachtet vor allem Medienrezeption und Medienweiterverarbeitung Jugendlicher (vgl. etwa Vollbrecht 2001). Die Soziologen R. Hitzler und K. Neumann-Braun konzentrieren sich seit einigen Jahren auf die Analyse von Medienangeboten für Jugendliche einerseits und die Untersuchung der Rezeption dieser Angebote seitens der Jugendlichen andererseits (vgl. etwa Hitzler/Pfadenhauer (Hg.) (2001), Hitzler/Bucher/Niederbacher (Hg.) (2001), Neumann-Braun 1999, Neumann-Braun/Schmidt 1999, Schmidt/Neumann-Braun 2003). Die Soziologin G. Klein fokussiert die Tanzkultur des Techno für Jugendliche (vgl. etwa Klein 1999). Der Sozialforscher G. Schulze hat mit seiner aufwendigen Studie zu gesellschaftlichen Milieus (1995) einen gewichtigen Beitrag zur Erforschung von Stilen und Alltagsästhetiken geleistet. Der Kulturwissenschaftler K. Maase hat seinen Schwerpunkt auf die Geschichte der Massenkultur gelegt (vgl. etwa Maase 1992, 1997). Für einen ersten Überblick über kultursoziologische Ansätze empfiehlt sich W. Gebhardt 2001, der subkulturtheoretische Überlegungen mit einbezieht, allerdings deutschsprachige Forscher, die sich u.a. mit *Cultural Studies* auseinandersetzen (z.B. U. Göttlich, R. Winter), lediglich als „noch nicht strukturierte Gruppe jüngerer Soziologen" (Gebhardt 2001: 50) definiert und diese in die große Kategorie der Technik-, Medien- und Kommunikationssoziologie integriert, während er demgegenüber etwa eine eigene Kategorie zur religiösen Gegenwartskultur bildet. Darüber hinaus erschienen ab jener Zeit vermehrt durch *Cultural Studies* gefärbte Artikel in linksakademischen Zeitschriften wie *Ästhetik & Kommunikation*[37] oder *Das Argument*, die eine Umgestaltung und Neubesetzung von intellektuellem Terrain beabsichtigten (vgl. Höller 1999: 140). Schließlich wurden frühzeitig, ab Mitte der 1970er in diesen politischen Kontexten die Original-

37 Als wegweisend wird in der einschlägigen Literatur das Heft 24 (1976) mit einem Themenschwerpunkt auf Fußballsport und Arbeitersiedlungen im Ruhrgebiet und Beiträgen zum und vom *CCCS* gesehen.

Texte der ‚Gründergeneration' (v. a. von R. Williams) und ihrer Nachfolger (v. a. von St. Hall) ins Deutsche übersetzt.

Insbesondere im Hinblick auf die für die vorliegende Studie wesentlichen ersten beiden Kategorien sollte die seitens Hepp/Winter (vgl. 2003: 9) erfolgte Anerkennung einer Etablierung der *Cultural Studies* im Deutschsprachigen unterstützt werden. Allerdings sind die Autoren insofern zu korrigieren, als dass sich die *Cultural Studies* nicht etwa zunächst in den deutschsprachigen Wissenschaften und dann darüber hinaus auch im Journalismus etabliert haben, wie es Hepp und Winter darstellen, sondern *Cultural Studies* haben sich auch in Deutschland *generell* etabliert – und darüber hinaus in den Wissenschaften. Sicherlich sind die Einflüsse der *Cultural Studies* quer zu den Disziplinen zu erkennen. Dies ist ja durchaus im Sinne der Transdisziplinarität der *Cultural Studies* zu verstehen, weshalb auch zahlreiche Überschneidungen verschiedener Diskurse über die Disziplinen hinaus zu beobachten sind. Als Diskursstrang aber funktionieren die *Cultural Studies* auch im Deutschsprachigen. Will man sie theoretisch festlegen, so können sie sicherlich nicht als „Subakademie" (Sälzer 2001: 75), sondern eher als transdisziplinärer Themen- und Diskursstrang gesehen werden. In der für die *Cultural Studies* typischen Art und Weise der Selbstthematisierung wird mittlerweile international intensiv über das Problem ihrer zunehmenden Kanonisierung, Institutionalisierung und Akademisierung diskutiert, gegen die sie ursprünglich in Teilen angetreten waren (vgl. etwa Höller 1999, Kendall/Wickham 2001, Sälzer 2001 und ausgiebig Lindner 2000). *Cultural Studies* operieren offensichtlich aus den *Subs* der Wissenschaften heraus.

Im Anschluss an den kurzen Exkurs zu den Geschichten der *Cultural Studies*, der deren historischen Entwicklungen veranschaulichen sollte, gilt es nun, den Ansatz einer multiperspektivischen Medienkulturwissenschaft der *Cultural Studies* und eines damit verbundenen weiten Kulturbegriffs seitens des hier schon oft erwähnten amerikanischen Medienwissenschaftlers bzw. Philosophen Douglas Kellner genauer zu beleuchten. Kellner ist eine Verbindung aus Kulturindustriekritik, Motiven der *Cultural* als auch *Media Studies* und deren Anwendung auf medienkulturelle Ereignisse gelungen. Seine Forschungen werden von Agger (1992: 111) als „critical-postmodern cultural studies" bezeichnet.

Vier Aspekte begründen die Auswahl von Kellners Überlegungen:

1. Kellner bemüht sich um einen eigenen Ansatz und Kulturbegriff, während viele Vertreter der *Cultural Studies* und auch der deutschsprachigen Entlehnungen eher selten eigene theoretische Modelle vorstellen.
2. Kellner verbindet in seinen Analysen die verschiedenen Ebenen des Kommunikationsprozesses, berücksichtigt also sowohl Produktion, als

auch Produkt und Rezeption sowie Nutzung (vgl. Kellner 1999: 353-354).

3. Kellner wendet seine theoretischen Ausführungen in zahlreichen medienkulturellen Fallbeispielen an und scheut dementsprechend nicht den Gang ins alltagsmedienkulturelle Feld.
4. Kellner bildet eine Art theoretische Brücke zwischen kulturkritischen Elementen der *Frankfurter Schule* und einem eher pragmatisch-weiten Kulturbegriff soziokulturell-konstruktivistischer Prägung, der im Weiteren noch erläutert wird.[38]

Kellner selbst plädiert für eine Rekonstruktion des klassischen Modells der Kulturindustrie:

„Diese müsste eine konkretere umd [sic! C.J.] empirisch ausgerichtete Analyse der politischen Ökonomie der Medien und des Prozesses der Kulturproduktion sowie eine umfassende empirische und historische Erforschung der Konstruktionen der Medienindustrie und ihrer Wechselwirkung mit anderen sozialen Institutionen umfassen. Außerdem müssten weiterführende empirische Studien über ihre Rezeption durch das Publikum sowie die Wirkungen der Medien vorgenommen werden und die neuen kulturtheoretischen Ansätze und Methoden mit einer rekonstruierten kritischen Kultur- und Medientheorie verbunden werden." (Ebd.: 345)

Kellner fordert von diesem multiperspektivischen Ansatz dementsprechend eine Kombination aus Medien-, Kommunikations- und Kulturforschung, die Produktion und politische Ökonomie von Kommunikation und Kultur, Textanalyse und -kritik sowie Rezeptions- und Nutzungsforschung medienkultureller Angebote umfasst (vgl. Kellner 1989, 1992 und 1999: 356-357).

Neben einer Reintegration politisch-ökonomischer Gesichtspunkte fällt an Kellners Überlegungen die klare Berücksichtigung nicht nur der Seite der Rezipienten auf – wie so typisch für viele Ansätze und Adaptionen der *Cultural Studies* in den letzten 15 Jahren –, sondern ebenfalls eine Betonung der Analyse und Kritik der Medienkultur*angebote*. ‚Nebenbei' geht es Kellner auch um eine Verschränkung der Begriffe Kommunikation und Kultur und deren verschiedene wissenschaftliche Beobachtungen seitens der an den Begriffen angelehnten Spezialdisziplinen:

„Nichtsdestoweniger mache ich mir keine Illusion über eine mögliche Vereinigung von Kultur- und Kommunikationswissenschaft und über ein mögliches Ende der gegenseitigen Anfeindungen und Ausgrenzungen. [...] Außerdem besteht eine tiefe Kluft zwischen denjenigen, die Theorie empiristisch verkürzen und denjenigen, die Theorie losgelöst von empirisch geleiteter Forschung betreiben. Deshalb wende ich mich hauptsächlich an diejenigen, die medienwissenschaftlich arbeiten und für theoretische und kritische Ansätze offen sind. Ihnen möchte

38 Vgl. zum Zusammenhang von Kritischer Theorie und *Critical Cultural Studies* grundlegend Kellner 1978, 1979, 1982 und 1989.

ich sagen, dass es keinen Sinn hat, Kommunikation und Kultur voneinander zu trennen, und dass die Vertreter der Kommunikationswissenschaft als auch der Cultural Studies gut beraten wären, wenn sie den Arbeiten aus dem jeweils anderen Feld eine höhere Aufmerksamkeit zollten. Sie sollten sich jeweils diejenigen Elemente aneignen, die für ihr eigenes Projekt hilfreich sein könnten, statt in steriler Polemik zu verharren." (Kellner 1999: 359-360)

Auch Kellner sieht also die bereits oben genannten Schwierigkeiten zwischen den Disziplinen und ihren unterschiedlichen Schulen und fordert deren Überwindung, wie sie im deutschsprachigen Raum jüngst auch immer wieder verlangt wird.[39] Daraus kann sich nur eine supradisziplinäre Theorie mit Hang zur Praxis ergeben. Um aktuelle, medienkulturelle Phänomene wissenschaftlich analysieren zu können, empfiehlt Kellner immer wieder eine Re-Aktualisierung Kritischer Theorie der *Frankfurter Schule* in Kombination mit politischer Ökonomie im Sinne der *British Cultural Studies*, Elementen feministischer und multikultureller Theorie und postmodernen Ansätzen.[40] Innerhalb der Lesarten und Interpretationen von Texten der Medienkultur sollen – so Kellner (vgl. 1997c: 117-118) – die Dimensionen Klasse, Rasse und Ethnizität, Geschlecht und sexuelle Präferenz intensiver in Betracht gezogen werden. Darauf aufbauend soll eine Kritik der oft biasgeladenen Diskussionen und Statements vorgenommen werden. Hier deutet sich der später (vgl. Kellner 2003) noch klarer zu Tage tretende Impetus einer medienpädagogischen Sichtweise Kellners an, die er in exemplarische Analysen etwa des Golf Kriegs, des Rambo-Phänomens, der Vermarktung des Starkults um Madonna und Michael Jackson oder des O.J. Simpson-Prozesses einfließen lässt. An diesen Beispielen fordert Kellner eine Verknüpfung von Mikro-Ebene (konkrete alltägliche Beispiele von Medienkultur) und Makro-Ebene (deren politische und gesellschaftliche Kontexte), wobei dies – eine der großen Schwächen produktbezogener Analysen vieler Vertreter der *Cultural Studies*-Ansätze – im Falle des Kino-Films *Poltergeist* z.B. bei Kellner mit zahlreichen, schon in Kellners Formulierungen zu erkennenden Vermutungen und Spekulationen einhergehen kann (vgl. Kellner 1995: 125-138).

Abgesehen von diesem bei Kellner oft geäußerten Anspruch erscheint aber ein genauerer Blick auf sein tatsächlich auf eine solche Verknüpfung angelegtes, integratives Konzept von Kultur und dessen Ebenen nun angebracht, auch, um zu beobachten, ob und wie Vertreter der *Cultural Studies* und Kellner im Besonderen die Kultur-Ebenen *Main* und *Sub* definieren,

39 Allerdings werden insbesondere bei Kellner 1999 die Disziplinbezeichnungen doch sehr durcheinander geworfen, so dass letztlich unklar bleibt, was genau er mit Kommunikations-, Medien- und Kulturwissenschaft als auch -forschung meint. Diese Ungenauigkeiten – ob nun übersetzungsbedingt oder nicht – führen einen deutschsprachigen Leser nur noch mehr in Verwirrung. Zu einer klaren Verortung der deutschsprachigen Hauptstränge der Kommunikationswissenschaft in den Sozialwissenschaften und der Hauptstränge der Medienwissenschaft in den Geisteswissenschaften vgl. Schmidt/Zurstiege 2000a: 25-31 sowie Schmidt 2002b, 2002c.

40 Vgl. grundlegend Kellner 1989 und 1995.

wie sie gegebenenfalls mit ihnen umgehen und wie bzw. womit sie sie anschließend exemplarisch füllen.

3.2 *Main* = Macht

„Die globale Kultur benötigt »Differenz«, und sei dies nur, um diese Differenz (wie beispielsweise ethnische Küche) in eine weitere Ware für den globalen Markt zu verwandeln." (Hall 2002: 97)

Das Zitat von Stuart Hall pointiert die Paradoxie der Diskussionen um Kultur und deutet an, dass Kultur – was auch immer das genau hier bedeuten mag – eine Art Indikator für gesellschaftlichen Wandel darstellt. Kultur ist dynamisch, permanent im Wandel und doch stetig. Kultur spielt eine zunehmend wichtige Rolle in gesellschaftlichen Machtkämpfen, und zwar zunehmend. Hall spricht sogar von einer Verlagerung der einst physischen Machtkämpfe auf die symbolische und diskursive Ebene, bestes Beispiel sei hier der Bereich der Politik. Diese Eigenschaften von Kultur sorgen dafür, dass Kultur nicht länger eine eher „unwichtige und nebensächliche Variable" (Hall 2002: 101) für Gesellschaft und Welt und die Diskurse darüber ist, sondern diese entscheidend mitbestimmt. Keine Politik ohne Kultur, und zwar im doppelten Sinn als Kulturpolitik und Politikkultur. Die Ausdifferenzierung dieser Kultur(en) erzeugt nicht nur eine neue Übersichtlichkeit oder Toleranz, sondern birgt laut Kellner (vgl. 1995: 15) die (postmoderne) Gefahr neuer Ängste und Instabilitäten, die wiederum von fundamentalistischen Bewegungen genutzt werden können oder zumindest den gesellschaftlichen Bedarf an solchen Gruppen erzeugt.[41] Eine vergleichbare Überlegung stellt Kellner in Bezug auf die Mediensysteme westlicher Gesellschaften an: Wenn sich die Systeme durch technologischen Wandel ausdifferenzieren, so produziert dies einerseits eine größere Auswahl und Diversität, kann aber andererseits auch zu Konzentrationen und sehr starken Macht- bzw. Kontrollpotenzialen führen. Kellners Ansatz soll helfen, diese Entwicklungen festzustellen und zu kritisieren, genauso wie die intensive Erforschung dieser Phänomene seine Theorieansätze weiter entwickelt. Hier sieht Kellner einen Zusammenhang zu Motiven der Kritischen Theorie Frankfurter Prägung.

Schon in seinen frühen Überlegungen (1978, 1979) richtet Kellner sein Augenmerk auf die gegenseitige Bedingung von Kommunikation, Medien, Kultur, Gesellschaft und Ideologie. Hierbei akquiriert er keinesfalls nur Kritische Theorie, sondern orientiert sich auch an Sozialtheoretikern wie Parsons, Berger und Luckmann. Dabei liefert Kellner eine erste, eher indirekte Definition von Kultur: „Cultural realm: ideologies of culture, values, scien-

41 Vgl. zu ähnlichen Argumentationen Groys 1997: 63-80 sowie Schmidt 1998c: 184-185.

ce, technology, philosophy, art, religion, popular culture, mass media etc." (Kellner 1978: 58) Dieser kulturelle Bereich erscheint hier allerdings kaum greifbar, zusammenhanglos und tautologisch, weswegen im Folgenden noch einmal vertiefender in Kellners Überlegungen zu Kultur und ihren Ausdifferenzierungen eingestiegen werden soll.

Zunächst (z.B. 1978, 1979) spricht Kellner zumeist von *popular culture* und meint damit eine Art von Populär- bzw. Massenkultur. In der Entwicklung war Populärkultur traditionell eine Kultur des gewöhnlichen Volkes, die dessen Erfahrungen der Unterdrückung, des Kampfes und der Hoffnungen auf eine bessere Welt auszudrücken vermochte und somit Teil oppositioneller Kulturen und politischer Bewegungen war. Erst mit dem fortgeschrittenen Kapitalismus wurde Populärkultur zur Massenkultur der Kulturindustrie und kann damit auf die Ebene *Main* bezogen werden. Hier erst verlor sie ihren oppositionellen Charakter und wurde zum Zahnrad im Fahrwerk der Instrumente von Manipulation und Klassenherrschaft (vgl. Kellner 1979: 26). Trotzdem bedeutet diese Art der Kultur für Kellner nicht zwingend Manipulativität und Reproduktion der herrschenden Ideologien, sondern – hier geht Kellner Hand in Hand mit B. Brecht, W. Benjamin und D. Prokop – immer auch Möglichkeiten der Artikulation und Kritik über eigene Einflüsse auf die Produktion: „The contradictory images of popular culture produce the space for a discussion of emancipatory popular culture." (Ebd.: 25) Die Idee einer emanzipatorischen Populärkultur zieht sich durch die gesamten Überlegungen Kellners. Sie soll Potenziale innerhalb der Populärkultur herausstellen, die gefördert werden müssen. Kellner betont also, dass Populärkultur weder eine selbst gemachte Kultur des Volkes noch ausschließlich eine kulturindustriell aufoktroyierte Ideologie sei, sondern eine Mischung aus beidem. Hier ist nicht klar ist, was genau Kellner unter Kultur versteht, gleichwohl nimmt er Beschreibungen kultureller Untergruppen vor. Kultur selbst erscheint hier immer wieder wie etwas Gemachtes, Produziertes, aber auch wie Ideologie. Selbst ohne eine präzise Definition von Kellners grundlegendem Kulturverständnis lässt sich konstatieren, dass er sich Entwicklungen der Populärkultur unter Einfluss des Kapitalismus genauer anschaut und dabei stets ein besonderes Augenmerk auf die Rolle der Medien wirft, deren Hauptfunktion Kellner 1979 in der rituellen Produktion und Verbreitung von Mythen und Ideologien sieht. Unter Mythen versteht Kellner sensu R. Barthes (1964) Geschichten des Alltags, die Gedanken und Handlungen formen und den Menschen helfen, mit Anliegen wie Tod, Gewalt, Liebe, Sex, Arbeit und Konflikten umzugehen und auf diese Art und Weise gesellschaftliche Ordnung aufrecht zu erhalten (vgl. Kellner 1979: 22).

Mit dem Aufkommen der elektronischen Medien entwickelten sich laut Kellner Medientechnologien inklusive uneingelöster (Nutzungs)Möglichkeiten, wie sie in Deutschland bezogen auf das Radio bereits von B. Brecht (1932) und einzelmedienübergreifend von H. M. Enzensberger (1970, 2000)

ebenfalls beklagt wurden.[42] Erst wesentlich später (vgl. vorrangig Kellner 1995, 1999 und 2003) formuliert er dann deutlicher, welche kulturellen Ebenen er wie bezeichnen würde. Sein medienpolitisches und -pädagogisches Ziel einer emanzipativen Nutzung der Medientechnologien und einer Kritischen Theorie der Medien behält er freilich bei.

Entgegen den verschiedenen Füllungen der Bezeichnung Populärkultur fordert Kellner seit den 1990er Jahren immer wieder den Ersatz der Termini Populärkultur und Massenkultur. Populärkultur suggeriere – wie etwa von Fiske und Grossberg verwendet – zu sehr eine eigenständige Produktion von Kultur durch die allgemeine Bevölkerung. Ebenso trenne dieser Begriff nicht genügend zwischen Produktion (Medienangebote) und Weiterverarbeitung (Medienangebote durch Medienangebote), sondern betone heutezutage meist unkritisch die kulturindustriell vorgeformte Massenkultur und deren Anwendungen. Unkritisch sei dies, weil der *top-down*-Effekt nicht weiter berücksichtigt werde. Massenkultur hingegen impliziere neben einer negativen Konnotation seitens der elitistischen Sichtweise aus der Nicht-Masse (z.B. der Hochkultur in Anlehnung an die Kritische Theorie) eine Vermassung und Manipulierbarkeit dieser *einen*, homogenen Menge und berücksichtige zu wenig die internen Ausdifferenzierungen von Rezipientengruppen und deren Brüche und Widersprüchlichkeiten: „Außerdem ist das Konzept der Massenkultur monolithisch und homogen, verschleiert kulturelle Widersprüche und macht oppositionelle Praktiken und Gruppen innerhalb der gegenwärtigen Gesellschaften unsichtbar." (Kellner 1999: 250)[43] Stattdessen schlägt Kellner den Begriff der Kultur bzw. später der Medienkultur vor, da dieser zum einen die Gesamtheit von Kultur (von der und für die Bevölkerung) erfasst, zum zweiten wertneutraler erscheint und zum dritten die Bedeutung der Medien für Kultur und Kommunikation herausstellt:

„Alles Kulturelle ist durch Kommunikation vermittelt und wird erst durch diese Vermittlung zu einem sozialen Artefakt und zu ›Kultur‹ im eigentlichen Sinn. Zugleich wird ›Kommunikation‹ durch Kultur vermittelt. Sie ist der Modus, in dem

42 Diese Argumentation lässt sich bei allen neu emergierenden Medientechnologien als eine Art Dialektik zwischen Apokalypseprophezeiung und Demokratisierungsversprechen finden und wird deswegen von Schmidt/Zurstiege (vgl. 2000a: 207) zu Recht als eine Konstante der Medienevolution beschrieben. In Bezug auf die gesamte Massenkultur- bzw. Popkulturentwicklung gelten ähnliche Konstanten wie für die Entwicklung von Massenmedien (vgl. ebd. 206-210). Eine dieser Konstanten besagt, dass mit der Massenkultur auf der einen Seite der Untergang der Aufklärung/Zivilisation/Menschheit besiegelt sei, während die andere Seite der die Konstante bildenden Argumentationsfigur die Demokratisierung der Kultur proklamiert. ellner selbst spielt hier auf die Bedeutung des US-amerikanischen Kabelfernsehens für eine Zwei-Wege-Kommunikation an (vgl. Kellner 1979: 41). Vgl. zu den Zusammenhängen von Kellners Überlegungen und ihren Bezügen zu Denkern der klassischen Kritischen Theorie auch Kellner 1982 und 1989.

43 Göttlich (vgl. 2003: 48) wirft dem Begriff der Massenkultur ebenfalls die Vernachlässigung subversiver Gruppierungen vor und bezeichnet ihn deswegen als wirkungslos.

Kultur verbreitet und produziert wird. Ohne Kommunikation gibt es keine Kultur und umgekehrt gibt es keine Kultur, [sic! C.J.] ohne Kommunikation. Deshalb ist ihre rigide Trennung und Zuordnung zu getrennten Disziplinen ein Paradebeispiel für die Kurzsichtigkeit und Nutzlosigkeit einer willkürlichen akademischen Arbeitsteilung." (Ebd.: 351-352)

Sicherlich sind diese Zusammenhänge plausibel, der Kulturbegriff im Verständis von Kellner wird aber auch hier wieder nicht ganz deutlich: Geht es Kellner also doch um Artefakte, um Produkte der Medien etwa? Oder bedeutet für ihn Kultur etwas ebenso Virtuelles wie Kommunikation? Fest steht zunächst nur, dass Kellner über seine Erläuterungen der Definitionen von Populär-, Massen- und Medienkultur zu dem Ergebnis gelangt, eine einzige Bezeichnung für die umfassenden Formen von Kultur zu benutzen, nämlich Medienkultur, um jeglicher Hierarchisierung aus dem Wege zu gehen. Einer ständig drohenden Binarität in *high* und *low* damit entgehen zu wollen, erscheint zwar nachvollziehbar, doch werden durch den Oberbegriff Medienkultur nicht neue Probleme in die Diskussion eingeführt? Und zwar in zweierlei Hinsicht: Zum einen kann auch dieser Begriff – je nach Beobachterperspektive – wieder Diskriminierungsgedanken evozieren: Wo bleibt die Nicht-Medienkultur[44] oder: Beinhaltet Medienkultur etwa auch eine negative Konnotation gegenüber ‚echter' Kultur? Zum anderen wirkt der Begriff durchaus nicht im Sinne Kellners, der ja in seinen Überlegungen die Möglichkeiten der Subversion und des Spiels in Kultur betont. Warum sollte man nicht – wie Maase (2003) und Jacke (2001b) bereits vorgeschlagen haben – die Begriffe Pop(ulär)kultur und Massenkultur gleichsetzen, ohne Massenkultur negativ zu konnotieren? Freilich sollen dabei keineswegs die divergierenden historischen Entwicklungen der beiden Ausgangsbegriffe verschwiegen werden. Aber meinen nicht beide dassselbe, und erscheint nicht Medienkultur als Wegbereiter für eine neue Phase von Kulturbetrachtung zwar sinnvoll, aber wenig hilfreich zur Beobachtung intrakultureller Ausdifferenzierungen und Dynamiken? Ferner würde eine entdramatisierte Gleichsetzung der beiden Begriffe zum notwendigen Verlust des zeitdiagnostischen Dummy-Charakters von Pop (vgl. Diederichsen 1999b: 274) und parallel zur Entnormativierung des Begriffs der Masse führen.

Wohin übertriebene Superlativbildungen bei Begriffen führen können, hat nicht nur die Popkultur schon mannigfaltig vorgeführt. Auch in medienkulturtheoretischen Ausführungen kommen diese Bezeichnungen immer wieder vor, ohne wirklich zu helfen bzw. genauer differenziert zu werden: Wie genau kann man die bei Faulstich (1991, 2000b) erwähnten Super- von den Mega- von den Giga-Stars unterscheiden? Und warum benutzt Lull (2000, 2002) den Begriff Super-Kultur, um die universale Gesamtheit von

44 Dass Kellner in seiner auch medienpädagogischen Überlegung, Medienkultur als Gesamtbegriff zu benutzen, um Diskriminierungen und Hierarchisierungen zu vermeiden, Gesellschaften ohne massenmedialen Anschluss ignoriert und somit diskriminiert, scheint ihm nicht weiter aufzufallen.

Kulturen in deren Konstruktion für kognitive Muster, kommunikative Interaktionen und soziale Praktiken zu bezeichnen? Im Grunde scheint es Kellner, Lull und auch Faulstich um dieselben Effekte mediatisierter Gesellschaften zu gehen: einer Tendenz zur Globalisierung und Personalisierung von Themen und somit auch einer grundlegend gegenläufigen Entwicklung zwischen Abstraktion (dort) und Konkretisierung (hier):

„The superculture is the particular matrix of symbolic resources, unmediated everyday scenes, and all other available cultural representations and activities that people sample, evaluate, appropriate, and piece together in order to expand their horizons, share sentiments, create social networks, fashion lifestyles, and organize life in meaningful and pleasing ways." (Lull 2000: 268)

In Differenz zu lokal begrenzten Kulturen erscheint diese neue Bezeichnung zwar nachvollziehbar, doch warum nicht verschiedene Ebenen innerhalb dieser Art von Matrix konstituieren, um so modellhaft dem Charakter interner Ausdifferenzierungen gerecht zu werden? Was also bei Lull und Kellner schlichtweg auf eine umfassendere Kategorie, das Super- bzw. das Medienkulturelle, übertragen wird, täuscht über die Vorgänge innerhalb dieser Kulturen hinweg. Wenn Lull auch verschiedenen Feldern von Kultur, also *Main* und *Sub* nicht aus dem Weg geht, so schafft er mit Superkultur eine neue, personalisierte, über der Gesamt-Kultur gelagerte, postmoderne Sphäre von Hybridisierungen und Patchwork-Verwendungen. Lull nennt dies auch synkretische Kreativität der Programmmacher der Alltagskultur und der Popkulturindustrie (vgl. Lull 2002: 764). Diese – und das ähnelt Kellners Überlegungen zur Medienkultur als *Main* – bildet eine Orientierungsfolie, aufgrund derer sich personale als auch kollektive Identitäten herausbilden können. Dabei gilt der *Mainstream* (*Main*) als das Dominierende und die Subkulturen (*Subs*) als die sowohl widerstrebenden als auch komplementären Alternativen (vgl. Lull 2000: 291). Lull sieht die Bedeutung dieser Subkulturen oder Klein-Gruppen-Politiken als in der Superkultur zunehmend.[45] Ähnlich diesen Gegen- oder Komplementär-Entwicklungen können natürlich auch in der von Kellner benutzten Medienkultur nicht nur Mehrheiten (*Mains*) beobachtet werden. Mit Kellner gilt es, ein besonderes Gewicht auf die Subkulturen bzw. opponierenden Bewegungen zu legen, aber auch eine Kritikfähigkeit gegenüber dem *Mainstream* (*Main*) herauszubilden. Eine Fähigkeit, die vielen Denkern der späten *Cultural Studies* immer wieder – oft allerdings überzogen und zu Unrecht wie im bereits dargelegten Falle Prokops – abgesprochen wird. So gerät laut Maase (vgl. 2003: 50-51) mit der Anerkennung der Massenkultur als Kern der Gemeinkultur die kritische Analyse ins Abseits. Genau dagegen versucht sich Kellner zu wehren, indem er den Überbegriff Medienkultur ins Feld führt und innerhalb dieser

45 Die von Cascone (2003) benutzte Vokabel von Subkulturen im Sinne Lulls als Satelliten der Superkultur hängt im wahrsten Sinne des Wortes im luftleeren Raum. Subkulturen geschehen in Kultur und schweben nicht extraterrestrisch im Weltall umher.

dann verschiedene Phänomene ausmacht. Maase verliert sich hier, trotz der sinnvollen Gleichsetzung von Populär- mit Massenkultur (s.o.), in einer doppelten Falle: Zum einen kritisert er die Kritiklosigkeit der *Cultural Studies*, in dem sie der Massenkultur huldigten. Dies wird oftmals aber eben gerade nicht getan, sondern es werden Analysen und *Case Studies* von massenkulturellen Phänomene überhaupt erst möglich gemacht und daran anknüpfend opponierende Elemente in der Massenkultur gesucht – ganz, wie es Prokop auch vorgeschlagen hat. Zum anderen gilt es ja gerade, Massenkultur und deren opponierende oder komplementäre Alternativen *gemeinsam* zu untersuchen und nicht Massenkultur sogleich wieder zum Kern der Gemeinkultur oder Basiskultur zu erklären und somit erneut eine deutliche Gewichtung vorzunehmen. Dies schreibt Maase, obwohl er selbst vom Rückzug alter Hierarchisierungen in Öffentlichkeit und Wissenschaft überzeugt zu sein scheint.

Überdies stimme ich nicht mit Maase überein, dass die Polarität zwischen Hochkultur und Massenkultur unwiderruflich gebrochen sei. Sicherlich bemühen sich mittlerweile diverse Wissenschaftler um eine neutralere Beobachtung ohne Vorverurteilung beider Ebenen und machen somit die Bewertung *high* und *low* zunächst obsolet. Doch werden weiterhin verschiedene Kultur-Ebenen (*Main* und *Sub*) als Beobachtungsraster benutzt, was ja in der vorliegenden Arbeit ausführlich dargestellt wird. Das Muster löst sich eben gerade *nicht* auf, wie es Maase behauptet, das Muster bleibt bestehen, Inhalte und Bewertungen wandeln sich. Maase schlägt stattdessen vor, nur noch auf Ebene der Genres eine Skalierung vom sofort Eingängigen zum aufwendig Durchorganisierten anzusetzen (vgl. ebd.: 52), scheint dabei aber eine Definition von Kultur vorauszusetzen, die sich stark auf Artefakte, also Medienkulturangebote bezieht, welche dann bewertet werden. Dass diese Bewertungen von Kultur aber selbst bereits in Kultur geschehen, lässt er außer Acht, wenn er auch wenig später von der Bedeutung der Art und Weise des Umgangs mit diesen Angeboten spricht. Dies bezieht Maase aber lediglich auf das Nutzungsmotiv Vergnügen und auf das Produktionsmotiv Kommerzialisierbarkeit.

Einen ganz ähnlichen Standpunkt scheint Kellner einzunehmen, wenn er von Medienkultur spricht: Sicherlich spielt Kellner mit dem Gedanken, wie unvermeidbar die Medien mittlerweile für die Generierung von Wissen im Alltag sind und erinnert damit frappierend an Überlegungen zur Massenkultur als Quelle von Wissen (vgl. ebd.: 49)[46] und zu den Medien als Quelle von Wissen (vgl. Luhmann 1996: 9). Medienkultur ist die treibende Kraft der Sozialisierung. Längst bestimmen die Bilder, Geschichten und Figuren der Medien die Einstellungen, Meinungen und Handlungen der Menschen in der Mediengesellschaft und dienen der Identifikation und Orientierung in

46 Bemerkenswerterweise zählt Maase Massenkultur getrennt neben der eigenen Erfahrung als Quelle von Wissen auf. Sicherlich liefert aber Massenkultur nur Wissensangebote, die dann gegebenenfalls qua Erfahrung kognitiv und kommunikativ abgeglichen und generiert werden.

Stil-, Mode- aber auch Verhaltensmustern. Darüber hinaus sieht Kellner in der umfassenden Medienkultur einen Schauplatz der Möglichkeiten, alternative Formen und Genres von Kultur jenseits des *Mainstreams* (*Main*) zu entwickeln und diesen eben dadurch zu beeinflussen (vgl. Kellner 1995: 340). Deswegen muss Medienkultur präzise und zeitnah wissenschaftlich und kritisch beobachtet werden. Auf diesem Schauplatz gesellschaftlicher Entwicklungen lassen sich mit solchen medienkulturkritischen Beobachtungen divergierende Elemente herauskristallisieren:

„Seeing culture and society as a field of contestation with forces of domination and resistance, repression and struggle, co-optation and upheaval, provides a more dynamic model than that of certain forms of Marxism or feminism that primarily see the dominant culture as one of domination and oppression, or of populist cultural studies that excessively valorizes resistance, overlooking the moments of domination." (Kellner 2003: 29)

Kellner hält fest, dass auf dem Nährboden der Medienkultur Texte angeboten werden, die weder durch und durch Transporter einer dominanten Ideologie noch pure, unschuldige Unterhaltung sind. Deswegen muss eine kritische Analyse sowohl Möglichkeiten als auch Gefahren innerhalb aller Stufen des massenmedialen Kommunikationsprozesses in Betracht ziehen; Kellner nennt hier vor allem medienkulturelle Artefakte, aber auch deren Produktion, Distribution, Rezeption bzw. Konsumtion als Nutzung: „I introduce the term ‚media cultural studies' to describe the project of analysing the complex relations between texts, audiences, media industries, politics, and the socio-historical context in specific conjunctures." (Kellner 1995: 37) Medienkultur stellt gewissermaßen ein Auge dar, mit welchem auf die Natur (!) der gegenwärtigen Gesellschaft, Politik und des Alltagslebens geschaut werden kann. Denn in den Texten der Medienkultur finden Wettkämpfe um Aufmerksamkeit statt, werden Themen platziert und diskutiert, Diskurse der Politik, aber auch des Alltags ständig reproduziert und angeschlossen. Medienkultur selbst ist laut Kellner ein „contested terrain" (Ebd.: 20).

In dieses *Main* und *Sub* integrierende Feld analytisch einzusteigen und dialektisch einzelne Bereiche zu verbinden und deren Verhältnis zum medialen aber auch gesellschaftlichen System im Ganzen herzustellen, ist Aufgabe der Kellnerschen Version der *Cultural Studies*. Dabei sind die Teilbereiche gleichberechtigt und nicht als gut oder schlecht zu bewerten, Kultur sollte mit Kellner als Spektrum und nicht als Dichotomie – wie von der *Frankfurter Schule* – betrachtet werden. Hier löst sich Kellner zum einen in der Neutralisierung der Bewertung deutlich von gramscischen Sichtweisen der Gesellschaft als hierarchischem Setting, welches sich durch Unterdrückung untergeordneter Klassen etc. charakterisiert. Zum anderen argumentiert er postmodern gegen eine starre Dichotomie von kulturellem *high* und *low* und für eine fragilere Ko-Existenz, Varietät und Mixtur von Stilen, Strategien und Identitäten. Postmoderne ist mit Kellner lediglich die Vermi-

schung traditioneller, moderner und postmoderner Elemente: Die Tautologie ist nur eine scheinbare, denn Postmoderne steht nach Kellner für die Kombination der Elemente und die Auflösung ihrer klaren Abgrenzungen.[47] Überraschend wirken nach solchen, gegenüber den Autoren der Kritischen Theorie deutlich entdramatisierten und entdramatisierenden Ansätzen dann hingegen Kellners eher kulturpessimistische Ausführungen zum Medienkulturwandel:

„The term ‚media culture' also has the advantage of signifying that our culture *is* a media culture, that the media have colonized culture, that they are the primary vehicle for the distribution and dissemination of culture, that the mass media of communications have supplanted previous modes of culture like the book or spoken word, that we live in a world in which media dominate leisure and culture. Media culture is thus the dominant form and site of culture in contemporary societies." (Ebd.: 35)

Kellner spricht von einer Kolonialisierung der Kultur durch die Medienkultur, verdeutlicht aber nicht, was genau hier durch wen in Anspruch genommen wird. Offensichtlich meint Kellner eine überverhältnismäßige Mediatisierung kultureller Kommunikationsangebote. Ebenso scheinen Überlegungen zu einer Verdrängung der einen Medientechnologie durch die andere – also Spoken Word durch Buch, Buch durch Radio, Radio durch Fernsehen, Fernsehen durch Internet – so klar nicht vertretbar, hat sich mittlerweile doch unter Medienwissenschaftlern die Komplementaritätsthese durchgesetzt.

Es soll hier gar nicht abgestritten werden, dass in den Medien – oder mit Kellner in der Medienkultur und ihren Texten – Konflikte ausgetragen und um Macht und Kontrolle gerungen wird. Aber Kellners Formulierungen heben sich doch deutlich von seinen eher offenen Überlegungen zu Möglichkeiten der Medienkultur (Kontrolle und Widerstand) ab. An dieser Stelle jedoch beschränkt sich Kellner auf Medienkultur und ihre Ausformungen als kulturindustriell produzierte Angebote, die sich dann zwar in Genres und Subgenres unterteilen lassen, die aber allesamt kulturindustriell formatiert sind. Medienkultur – so Kellner (vgl. ebd.: 78) – katalysiert Meinungen und Einstellungen des Publikums so, dass der herrschende status quo aufrechterhalten bzw. reproduziert wird. Hier benutzt Kellner das Vokabular der klassischen Kritischen Theorie (Horkheimer und Adorno), aber auch ihrer Epigonen (Prokop, Behrens). Kellner weicht somit frühzeitig von seinem undramatischen Kulturbegriff ab, um den Boden für medienpädagogische Argumentationen zu legen, die seine zunächst nachvollziehbaren Überlegungen zur Medienkultur dann doch leider stark pädagogisierend färben.

Ganz klar: Kellners grundlegende Überlegungen werden hier aus medienkulturwissenschaftlicher Überzeugung benutzt, da er eine intergrierende

47 Vgl. zu einer ähnlichen Diskussion der Postmoderne als Variante der Moderne auch Schmidt/Spieß 1996: 53-104 und Schmidt 1998c: 181-185.

Kombination aus medien- sowie kulturwissenschaftlichen Werzeugen zu seiner Analyse von Gesellschaft benutzt. Und auch einer abschließenden kritischen – ob nun positiven oder negativen – Anwendung scheint nichts entgegenzustehen. Doch wirken Kellners Anschlüsse an eine kritische Medienpädagogik hier verfrüht, gelangen doch so jene Bewertungen überschnell wieder in die medienkulturellen Beobachtungen, die Kellner zunächst eliminieren wollte: „It is also important to learn to discriminate between the best and the worst of media culture and to cultivate oppositional subcultures and alternatives to media culture." (Ebd.: 335) Aber was genau ist gut (oder gar das Beste) und was ist schlecht (oder gar das Schlechteste)? Sind *Subs* (hier: Sub- bzw. Alternativ-Kulturen) etwa per se gut?

Kellners eigentlicher Vorsatz, die Zeichen der Zeit zu dekodieren, analysieren und kritisieren, bleibt sicherlich sinnvoll. Für diese Produkt- bzw. Text-Analysen benutzt Kellner u.a. Methoden der Symbol- und Mythen-Interpretation und -dekonstruktion, wie sie allen voran von R. Barthes (1964, 1985) angewendet wurden, für die Seite der Rezeption/Nutzung/Aneignung legt er einen Schwerpunkt auf ethnographische Interviews, einer für die Ansätze der *Cultural Studies* typischen, qualitativen Methode.[48] Die damit agierende diagnostizierende Kritik sensu Kellner „uses history to read texts and texts to read history. Such a dual optic allows insight into the multiple relations between texts and contexts, between media culture and history." (Kellner 1995: 116) Diese Verfahren wendet Kellner in seinen Studien immer wieder auf Fallbeispiele (u.a. amerikanische Prominenz und Stars) an, die er als Schlüssel-Exemplare sieht, um anhand von kritischem Hinterfragen aufzudecken, inwieweit Phänomene der Medienkultur – neuerdings (2002, 2003) spricht Kellner von Medienspektakeln – etwas über den aktuellen Zustand der Gesellschaft aussagen.

Bevor ein solcher exemplarischer Bereich, die Werbung, nach Kellner (vgl. 2003: 7) neben der Mode *der* exemplarische Bereich einer Medienkultur für seismographische Zustandsberichte einer Gesellschaft, noch einmal genauer betrachtet werden soll, müssen einige intervenierende Bemerkungen zum Begriff des Medienspektakels geäußert werden, da diese bei Kellner häufig auftritt. Kellner orientiert sich dabei an den Überlegungen des hier bereits erwähnten französischen Medienphilosophen Guy Debord (1996 [1967]), der in seiner *Gesellschaft des Spektakels* die totale Abstraktifizierung ehemals direkt begreifbarer Erlebnisse sieht. Offensichtlich unter Eindruck des sich neu entwickelnden Mediums Fernsehen sah Debord eine komplette Verbilderung[49] und eine Welt des Scheins aufziehen, in der der abstrakte, weil am wenigsten berührende Sinn, das Sehen, eine zunehmende

48 Vgl. zu dieser Methode grundlegend Ang 1996 und 1999; Hepp 1999: 164-253; Honer 1989. Vgl. zur ethnographischen Aneignungsforschung am Beispiel von Horrorfilm-Fans Winter 1995.

49 Die Bedeutung des Visuellen zeigt sich auch an den neu entstandenen *Visual Studies*. Vgl. dazu einführend und grundlegend Holert 2000, Rajchman 2000 und die Beiträge in Evans/Hall (Hg.) (2001).

Bedeutung innehat (vgl. ebd.: 19). Debords bis heute aktuelle, wenn auch sicherlich in mancherlei Hinsicht zu diskutierenden Erkenntnisse laufen allerdings auf einen zentralen Punkt hinaus, der bei Kellner nicht besonders betont wird: Während Kellners Ausführungen zum Medien- oder auch Warenspektakel – etwa am Beispiel der McDonaldisierung der Gesellschaft (2002) – darauf abzielen, dass heute alle gesellschaftlichen Bereiche von den Medien und speziell der Werbung thematisiert und kommerzialisiert werden,[50] ging es Debord doch auch wesentlich um die Trennung der einst gemeinsamen Erfahrung von Welt, um die Atomisierung und die beilaufende Narkotisierung des Publikums: „Diese Gesellschaft, die die geographische Entfernung abschafft, nimmt im Inneren die Entfernung als spektakuläre Trennung wieder auf." (Debord 1996: 167) W. Benjamins kollektiver Traum in der Rezeption der Massenkultur wird bei G. Debord zum isolierten tranceähnlichen Zustand in der Fernsehrezeption gesteigert. Dieser die Rezeption und Nutzung betreffende Aspekt wird von Kellner nicht genügend beachtet, wenn er vom Spektakel oder den Spektakeln spricht.[51] Dieser Vorwurf wird durch die Beobachtung verstärkt, dass Kellner (vgl. 2003: 5-11) von Spektakeln in den verschiedenen gesellschaftlichen Bereichen (Sport, TV, Film/Kino, Theater, Mode, Politik, Kunst, Architektur, Popmusik, Essen, Erotik, Video, Computer-Spiele) schreibt, damit jedoch nur den Hang zu zunehmender Mediatisierung, Kommerzialisierung und Sensationalisierung dieser Bereiche meint. Sicherlich ist aber auch eine vermehrte Isolation in Rezeption, Nutzung und Umgang mit diesen Bereichen zu beobachten, zu der nicht zuletzt die Medientechnologie des Internets beiträgt: allein zu Haus im *global village*.

Ob nun Medienkultur oder Medienspektakel: Das analytische Lesen der Texte der Medienkultur soll helfen, gegenwärtige Geschmäcker, Hoffungen, Ängste und auch Phantasien in einer Gesellschaft zu erkennen. Gegenüber den sehr theoretisch-abstrakten Ausführungen Debords bemüht sich Kellner im Anschluss um konkrete Beispiele zur Illustration seiner medienkulturtheoretischen Überlegungen. Wenn Medienkultur im Sinne Kellners folglich *Main* und *Sub* umfasst, so ist der Terminus Medienspektakel mit einem Bedeutungshang zum Main belegt.

Zwei Phänomene beleuchtet Kellner dabei, die sich für ihn besonders eignen, um medienkulturelle Mechanismen und Regelmäßigkeiten aufzuzeigen und gegebenenfalls zu kritisieren: die Werbung und die Prominenz. Auf diese beiden, für die Medienkultur charakteristischen Themen soll nun mit Kellner noch mal ein genauerer Blick geworfen werden, um dann seine Überlegungen zur *Main*-Ebene kurz zusammen zu fassen und Ansätze der

50 Mit den Worten Debords, an dem sich Kellner orientiert: „Das Spektakel ist der Moment, worin die Ware zur völligen Besetzung des gesellschaftlichern Lebens gelangt ist." (Debord 1996: 35)

51 Der amerikanische Kunsthistoriker J. Crary (1997, 2002) skizziert (s)eine Geschichte des Spektakels in der Aufmerksamkeitsökonomie und moniert bei vielen Verwendungen der Debordschen Termini genau dieses fehlende Verständnis.

Cultural Studies und insbesondere Kellners zur *Sub*-Ebene vorzustellen, zu kritisieren und wiederum an die eigenen Beobachtungen anschließbar zu gestalten.

Es scheint plausibel, dass Kellner sich intensiver mit dem Bereich Werbung, gewissermaßen der Hure der Kommunikation (sensu Jacke/Jünger/Zurstiege 2000), genauer beschäftigt, gilt dieser Bereich doch nicht ganz zu Unrecht als Flaggschiff der Kommerzialisierung und Indikator für Kommerzialisierbarkeit.[52] Der Soziologe Luhmann bereitet die oben genannte, pointierte Formulierung vor, wenn er in der für ihn typischen, nicht ganz unironischen Art beschreibt:

„Die Werbung sucht zu manipulieren, sie arbeitet unaufrichtig und setzt voraus, dass das voraus gesetzt wird. Sie nimmt gleichsam die Todsünde der Massenmedien auf sich – so als ob dadurch alle anderen Sendungen gerettet werden könnten." (Luhmann 1996: 85)

Eine(r) muss ja die Drecksarbeit der Medienkultur machen. Unter den Produkten der Medienkultur sind die Medienangebote der Werbung zumeist am deutlichsten zu erkennen und mit dem klarsten Motiv, nämlich folgenreiche Aufmerksamkeit zu erregen (vgl. Zurstiege 1998: 95-99), verbunden. Deswegen eignen sich Texte der Werbung auch besonders gut zur Analyse der Medienkultur. Allerdings berücksichtigt dies besonders die Produktionsseite. Wie schwierig die wissenschaftliche Untersuchung auf der Rezeptions-, Nutzungs- und Weiterverarbeitungsdimension aussieht, darauf haben insbesondere Schmidt und Zurstiege immer wieder hingewiesen.[53] Wenn Kellner also verstärkt Produkt- und Produktionsanalysen fordert (vgl. 1992: 16), so sollte darauf geachtet werden, dass dies nichts über die Wirkungen der Angebote aussagen kann. Kellner versucht, auf dem Feld der Werbekommunikation sowohl die ökonomisch-politische Basis der Produktion und Distribution als auch den Einfluss werblicher Medienangebote auf eine sich entwickelnde Konsum(enten)kultur offen zu legen (vgl. Kellner 1990: 242). Im Grunde wendet Kellner dieselben Argumente bezogen auf Analysen zur Werbung an wie zuvor für die Untersuchung von Medienkultur und Medienspektakel (*Main*). Die Werbung ist nicht nur eine persuasive Kommunikationsform in den Medien, sondern sie kann als sozialer Text gelesen werden, der entscheidende gesellschaftliche Entwicklungen anzeigt und der Gefühle manipulieren kann: „Like myths, ads frequently resolve social contradictions, provide models of identity, and celebrate the existing social order." (Kellner 1995: 247) Der prinzipielle wissenschaftliche Umgang mit Werbeangeboten erscheint für Kellner legitim und notwendig, insofern ist ihm

52 Vgl. zur Werbung als Medienkulturangebot Schmidt 1995 sowie Zurstiege 2001b, 2003a, 2003b.

53 Vgl. zu den Problemen der kommunikationswissenschaftlichen (und somit vor allem nicht-wirtschafts-wissenschaftlichen) Werbewirkungsforschung Schmidt/Zurstiege 2000b und 2001 sowie Zurstiege/Schmidt 2003.

vorbehaltlos zu folgen. Doch schließt Kellner immer wieder auf Effekte seitens des Publikums, die er so nicht – etwa durch Rezipientenbefragungen – nachweist.[54] Stattdessen scheint Kellner in seinen Lesarten eine Art Anleitung geben zu wollen:

„Learning how to read advertising critically thus provides individuals with important tools for interpreting contemporary American culture and avoiding manipulation. Ads are complex texts, the images, words, framing devices, and structures of which attempt to influence individuals into accepting certain values and role models and into adopting certain lifestyles." (Kellner 1990: 245)

Ein Verdienst der *Cultural Studies* und somit auch Kellners ist sicherlich die Thematisierung von Werbung in der Wissenschaft jenseits von Betriebswirtschaftslehre und Marketing. Dabei sollte es aber nicht nur um eine Schulung der Kritikfähigkeit von Rezipienten werblicher Angebote gehen, sondern zunächst um eine Ausbildung der Analysefähigkeiten und – daran anschließend – eine genauere Beobachtungsfähigkeit der Umgangsweisen mit diesen Angeboten. Werbung strukturiert aufseiten der Rezipienten nicht nur den Alltag mit, sondern kann auch zur Ausbildung von Spezialwissen beitragen und ganz allgemein Themen bereitstellen.[55] Werbung beutet also – um es mit J. Fowles zu formulieren – nicht nur die Konsumenten aus, sondern diese nutzen Werbeangebote auf ähnliche Art.[56] Zahlen müssen beide Seiten, und zwar sowohl mit Aufmerksamkeit als auch mit Geld.

Womit wir beim zweiten Beispiel Kellners für einen typischen Themenbereich der Medienkultur und in unserem Raster des *Main*, der Figurengruppe von Prominenten und Stars, angelangt sind. Auch diese lassen und müssen zahlen, allerdings nach Bekanntheitsgrad gestaffelt (vgl. dazu genauer Kapitel 5). Kellner liest Fallbeispiele von Prominenten und Stars als medienkulturelle Texte, um auch aus ihnen Schlüsse über gesellschaftliche Verhältnisse zu ziehen. Sein analytisches Vorgehen ist hier dem seiner Beobachtungen zur Werbung konsequenterweise sehr ähnlich. Medienkultur bietet neben grundsätzlichen Themen auch Modelle von Mode und Stil, die sich wiederum an Personen beobachten lassen, und diese Personen können charismatische Persönlichkeiten sein oder bzw. den (nicht nur jugendlichen) Rezipienten als Rollenmodelle dienen: „The celebrities of media culture are the icons of the present age, the deities of an entertainment society, in which money, looks, fame, and success are the ideals and goals of the dreaming

54 Oft konzentriert sich Kellner (z.B. 1990, 1995: 247-255) auf *seine* Wahrnehmung von Werbebildern.

55 Der amerikanische Medienwissenschaftler J. Fowles spricht von der Dualität der Populärkultur und speziell der Werbung, da Werbung nicht nur Kaufbereitschaft erzeugt und strukturiert, sondern in Form von Werbeangeboten auch sekundäre Motivationen wie Wissens- und Diskussionsbedürfnisse erzeugt: „Members of the audience have grown up learning not only their mother tongue and the prevailing social codes but also the lexicon of popular culture symbols." (Fowles 1996: 109)

56 K. Marx sprach in ähnlichem Zusammenhang von der Expropriation der Expropriateure.

billions who inhabit Planet Earth." (Kellner 2003: VIII) An dieser Stelle fällt wieder Kellners Neigung zur Übertreibung auf: Dass Stars und Prominente als medienkulturelle Texte von höchstem Interesse sind, erkennt und propagiert Kellner völlig zu Recht. Dass er sie als „the gods and goddesses of everydaylife" (ebd.: 4) tituliert, mag auch noch begründet sein. Aber wie Kellner von der Produktanalyse von Medienfiguren auf die aufzuklärenden Billionen von Träumenden (s.o.) schließt, erscheint doch sehr spekulativ. Schließlich erkennt Kellner nicht nur Texte der Populär- bzw Medienkultur an, er spricht sogar von einem schier unglaublichen Expertentum aufseiten vieler Fans[57] mit Bezug auf Stars oder Fernsehserien und verweist somit selbst auf die produktive Kreativität der Rezipienten (vgl. Kellner 1995: 237 und 1997b: 76). Offensichtlich geht es Kellner allerdings auch in diesem Beispiel weniger um die *Möglichkeiten* der Rezeption von Medienkultur, sondern eher um die Erkennung und Bannung von *Gefahren*. Das Publikum soll kritisch-analytischer (vor allen Dingen in politisch-ökonomischer und medienkulturwissenschaftlicher Hinsicht) werden, um so falsche Idole der Medienkultur desavouieren zu können (vgl. Kellner 1997c: 119). Sobald sich Kellner dann konkreten Beispielen von mediatisierter Prominenz zuwendet, beleuchtet er zunächst wesentlich undramatischer die Figuren und ihre repräsentative Bedeutung in der Mediengesellschaft.[58] In den letzten Jahren gab es Fallstudien Kellners zu so unterschiedlichen Medienfiguren wie R. Reagan, Rambo, Poltergeist, Michael Jordan, O.J. Simpson und George W. Bush (vgl. vor allem Kellner 1995, 2003).[59] Im Zusammenhang mit divergierenden Identitätsorientierungen und -konstruktionen aufseiten der Fans von Popkultur hat sich Kellner immer wieder den Stars der Popmusik, hier vor allem Madonna und Michael Jackson als ersten Superstars des Musik-Video-Zeitalters und Meistern der Form gewidmet. Im Zeitalter der postmodernen Unsicherheiten und Kontingenz-Overloads scheint der Bedarf an Orientierung stärker geworden zu sein, weswegen sich Kellner die konstruierten, ständig wechselnden Identitäten der beiden weltweiten Stars genauer anschaut:

„Once upon a time, it was who you were, what you did, what kind of a person you were – your moral, political, and existential choices and commitments, which constituted individual identity. But today it is how you look, your image, your style, and how you appear that constitutes identity. And it is media culture

57 Vgl. zu verschiedenen Ausprägungen von Fantum statt anderer aus dem englischsprachigen Bereich der *Cultural Studies* Fiske 1992 und Grossberg 1992, aus dem deutschsprachigen Bereich der *Cultural Studies* i.w.S. vor allem Keller 2000, 2003 und 2004 sowie Winter 1995.

58 Viele der Überlegungen zur Medienkultur lassen sich laut Kellner selbst (1997b) auf europäische Produktions- und Rezeptionsverhältnisse durchaus übertragen.

59 Am Rande bemerkt lesen sich Kellners Überlegungen zum Golf-Krieg der 1990er als exemplarischem Medienspektakel (1995: 199-228) erstaunlich nah zu den Ereignissen um den jüngsten Irak-Konflikt im Zuge des Anti-Terror-Kriegs der amerikanischen bzw. alliierten Truppen.

that more and more provides the materials and resources to constitute identities." (Kellner 1995: 259)

Allein schon wegen der Verfügbarkeit und Popularität von Prominenten und Stars ist der gesellschaftliche Orientierungswert für große Mengen von Publika und speziell Fans kaum zu übersehen.[60]

Wichtig für die Überlegungen Kellners zur Ebene *Main* ist also, dass er vom Abstrakten, der Gesamt-Bezeichnung Medienkultur, über das Main-spezifischere Medienspektakel schließlich einzelne Beispiele für Themenfelder wie Werbung (z.B. Marlboro) oder Prominenz (z.B. Madonna) heraussucht, die sich ganz klar dem von mir als *Main* bezeichneten Beobachtungsfeld zuordnen lassen, da sie sich schon rein quantitativ der Beachtung und somit Bekanntheit und Beliebtheit bei großen Publika gewiss sein können. Ebenso wichtig ist die Tatsache, dass Kellner durch den Begriff der Medienkultur unterschiedliche Ebenen zunächst egalisieren will, damit Asymmetrisierungen von vornherein ausgeschlossen werden. Trotzdem lassen sich in seinen Überlegungen recht schnell verschiedene Arten von Kultur und auch deren Bewertungen feststellen. Immer wieder erwähnt Kellner das umkämpfte, das beworbene Terrain der Medienkultur oder später auch des Medienspektakels, auf welchem es sehr wohl divergierende als auch komplementäre Strömungen zu beobachten gibt. Der Kapitalismus – oder, wie Prokop es nennt: Medienkapitalismus – produziert nicht nur eine globale Ökonomie, sondern ebenso eine kreative Zerstörung dieser. Das Warenspektakel im Sinne Kellners (2002: 220-221) vereint kulturelle Hegemonie und Widerstand. Zur Illustration seiner Überlegung erläutert Kellner jüngst ausführlich das Beispiel des weltweit bekannten Fast-Food-Konzerns *McDonald's* als Ikone der globalen Massenkultur. Dabei konstatiert Kellner dem kulturellen Konstrukt *McDonald's* eine eigene massenkulturelle Geschichte, einen eigenen Mythos im Sinne R. Barthes', mit eigenen Codes und daran anschließenden Diskursen und Praktiken. Das Spektakel *McDonald's* impliziert laut Kellner eben nicht nur eine global einheitliche Konsumierbarkeit:

„Obwohl McDonald's im globalen Maßstab einen Modus der Homogenität, Vermassung und Standardisierung anzeigt, käme eine Reduktion des Spektakels namens McDonald's auf diese Dimension einer Unterschlagung der Vielfalt und Breite konsumerischer Praxen in unterschiedlichen Regionen und Teilen der Welt und der verschiedenartigen persönlichen Gebrauchsweisen gleich." (Ebd.: 226-227)

60 Deswegen wird auch im Kapitel 5 an die Überlegungen Kellners angeknüpft. Dort werden auch genauere Definitionen der dafür essentiellen Termini vorgenommen, welche Kellner vermissen lässt, wenn er fluktuierend von *media figures*, *celebrities*, *stardom*, *icons* etc. spricht.

Und weiter:

„Während McDonald's also auf einer Ebene zur Standardisierung und Homogenisierung einer globalen Konsumkultur beiträgt, bringt es auf einer anderen Abwechslung, Unterschiedlichkeit und Neuheit in viele Teil der Welt und trägt somit zu einer hybridisierten postmodernen globalen Populärkultur bei." (Ebd.: 230)

In diesem Fall schließt Globalisierung also nicht nur die Homogenisierung lokaler Kulturen und Unterschiede ein, sondern zieht ebenso die Vervielfältigung von Differenz und Hybridisierung und die Vermehrung von Wahlmöglichkeiten bei den Konsumstilen nach sich. Innerhalb dieser Stile lassen sich die bereits erwähnten kreativen Umdeutungen oder sogar Zerstörungen medienkultureller Angebote und Stile in Form von neuen Stilen entdecken, weswegen es einen quasi mitlaufenden Bedarf an alternativen Medienkulturangeboten und -rezeptionsweisen auf *Sub*-Ebenen zu geben scheint. Diese Szenen im Sinne Kellners (vgl. 1995: 162) zeigen, wie Potenziale des *Main* (der Medienkultur) für Identitätsbildungenn zu nutzen sind und das diese Themenvorräte sogar anstelle traditioneller Bereiche wie Nationalität, Religion, Familie und Erziehung treten können.

Dass dieser Pool an Identitätsorientierungen keine einheitliche Masse aufseiten der Rezipienten erzeugt, ist Kellner und allgemein den Forschern der *Cultural Studies* einer der zentralen Untersuchungspunkte und teilweise beinahe schon ein Anliegen. Deswegen sollen nun einige Ausführungen von Vertretern der *Cultural Studies* und insbesondere die Überlegungen Kellners zu *Sub*-Ebenen von Kultur erläutert werden.

Fazit: Für die Beobachtungsebene *Main* können Kellners Überlegungen zum Mainstream, zur Massenkultur und zur Medienkultur verwertet werden.

3.3 *Sub* = Widerstand

„Subcultures represent ‚noise' (as opposed to sound): interference in the orderly sequence which leads from real events and phenomena to their representation in the media." (Hebdige 1987 [1979]: 90)

Der vom britischen Kommunikations- und Kulturwissenschaftler D. Hebdige erwähnte Krach oder – wie in der deutschen Übersetzung (Hebdige 1983) vorsichtiger umschrieben – Missklang wäre im Sinne der Kritischen Theorie nach Horkheimer und Adorno sicherlich negativ konnotiert. Hebdige hingegen versteht die Abweichung vom Erwartbaren Klang als positive Störung, als vorübergehende Blockade im System symbolischer Repräsentationen. In der deutschen Übersetzung ist zu lesen, dass Subkulturen Missklang seien (ebd.: 82), bei genauer Übersetzung des Originals müsste es aber heißen: Subkulturen *bedeuten* oder *stellen* Missklang *dar*. Subkulturen können nicht *sein*, denn es gibt sie genausowenig wie Kulturen. Hebdige selbst erläutert

ausführlich die Problematik der Begriffe Kultur und Subkultur und verweist darauf, dass Kultur als wissenschaftlicher Begriff stets zwei Dimensionen mit sich führt: als Prozess und als Produkt.[61] Dies deutet bereits auf eine Sichtweise der *Cultural Studies* auf Subkultur hin, die sich zumindest teilweise von Produkt-, Artefakt- oder Personen-Zuschreibungen löst. Hebdige – wie auch Kellner – bemüht sich um eine Erfassung der verschiedenen Stufen des Kommunikationsprozesses, legt seine Betonung allerdings dann klar auf den subkulturellen Stil.[62] Damit wird der Fokus von Hebdige – aber auch vieler anderer Forscher der *Cultural Studies* – ganz klar auf die Rezeptionsseite, auf die Seite der rezipierenden und nutzenden Teilnehmer einer Subkultur und der Aneigner symbolischer Objekte gelegt. Auf deren Seite wiederum gilt es dann zwischen Kultur als Gegebenem, Quasi-Natürlichem (Williams 1988) und Kultur als aktiver Entscheidung für einen Stil (Hebdige 1987, Clarke 1979) zu differenzieren.[63]

Ein für die *Cultural Studies* typisches Argument, welches später nur noch marginal in Äußerungen von Kellner mitschwingt, ist die frühe Unterscheidung von Subkulturen in Arbeiterklasse-Subkulturen und Pop-Subkulturen. Zum einen haben sich die klaren Zuschreibungen von Klassen nicht nur in Großbritannien längst verschoben. Zum anderen gilt das Hauptaugenmerk vieler späterer, auch an Hebdige anschließender Forschungen der medial verbreiteten Popkultur. Hebdige unterscheidet hier im Rahmen seiner semiotischen Analysen von Stil auch zwischen natürlicher und absichtsvoller Codierung, wobei er den subkulturellen Stil als intentionales Kommunikationsangebot versteht (vgl. Hebdige 1987: 110-112) und sich dabei auf die Intentionalität von Bildern bei Barthes (1989) bezieht, die auf die Bedeutungsladung eines Bildes abzielt. Mit solchen Thesen bemühen sich

61 Wie schon angeklungen, wird erst im Kapitel 4 der vorliegenden Arbeit noch einmal genauer darauf eingegangen, warum hier Kultur lediglich als prozesshaft beobachtet werden soll und warum es sie deshalb genauso wenig wie Zeit oder Kommunikation ‚gibt'.

62 Hebdige hat zum Stil der Subkulturen sicherlich die grundlegende Studie (1987 [1979]) vorgelegt und selbst insbesondere zur Jugendkultur der britischen Mods und Punks geforscht. Im Weiteren wurden seine Beobachtungen aber auch auf Club Cultures (vgl. etwa Redhead 1997) und allgemein auf subkulturelle Bereiche (vgl. Muggleton 2002) angewendet.

63 Diese Einteilung erinnert an das bereits erwähnte Modell regressiver und progressiver bzw. unfreiwilliger und freiwilliger Subkulturen von Schwendter (vgl. 1993: 37-59) sowie an Lulls Unterscheidung bei popmusikkulturellen Phänomenen in ästhetische und oppositionelle Subkulturen (vgl. Lull 1992: 28-29). Vgl. zu Überblicken über Subkulturforschung unter Einbezug von Konzepten der *Cultural Studies* auch Vaskovics 1995, Weinzierl 2000: 237-253 und die Beiträge in Gelder/Thornton (Hg.) (1997) (u.a. Willis, Hebdige, Frith, Goffman, Cohen, Grossberg), wobei Vaskovics (vgl. 1995: 22) konstatiert, dass es zwar einen Themen-Boom zur Beobachtung von Subkulturen gibt, der theoretische Ertrag der meist deskriptiven oder exemplarischen Beschäftigungen allerdings eher gering ist. Eine grobe Zusammenfassung subkultureller Historie gibt Schwendter 1990 und 1993: 134-144. Eine kulturwissenschaftliche Geschichte der Avantgarden um *Lettristische Internationale*, Fluxus bis Punk hat Home 1991 verfasst. Zu einer ähnlichen Reihung, einem aber mehr journalistischen, theorieangelehnten Abriss der Geschichte popkultureller Subkulturen vgl. Marcus 1993, 1994, 1996.

diese Vertreter der *Cultural Studies* um eine Emanzipation des Rezipienten und gleichzeitige Relativierung monolithisch anmutender Ansätze (nicht nur) der Kritischen Theorie.

Ebenso bedeutet Globalisierung nicht nur Produktion von Homogenität – des Immergleichen –, Standardisierung und Verdrängung lokaler Kulturen, sondern schafft auch neue Räume für differenzproduzierende Effekte:

„Globalisierung bedeutet zum einen eine Effektivitätssteigerung, mit der der Kapitalismus das Lokale transformiert, zum anderen aber auch die Entdeckung, dass wir nicht alle auf die gleiche Weise zu den gleichen Rhythmen tanzen. Dass die Differenzen nicht bloß in einem synchronen Raum – einem globalen Dorf – bestehen, sondern tatsächlich auch räumlich sind." (Hebdige 1997: 161)

Aus dieser gegenseitigen Bedingtheit von globalisiertem *Main* und lokalisierten *Subs* lässt sich auch erläutern, warum die beiden Ebenen nicht zwingend als konträr, sondern eher als ineinander verschränkt und ko-orientiert bezeichnet werden können, wofür sich wiederum Grundsteine der Argumentation in speziell Hebdiges und Kellners Überlegungen finden lassen: Kulturindustrie ist nicht per se eindimensional, durchstandardisiert, opportunistisch und hedonistisch. Genauso ist Subkultur nicht per se authentisch, subversiv, widerständlerisch. Dies hat Kellner (2002) ausführlich am Beispiel der McDonaldisierung (vgl. Kapitel 3.2) und ihrer Auswirkung für die verschiedenen Kultur-Ebenen erläutert: „I will unfold contradictions within dominant spectacles, showing how they give rise to conflicting meanings and effects, and constitute a field of domination and resistance." (Kellner 2003: 11) Wenn nun also kulturelle Kämpfe sehr wohl auch innerhalb von Medienkultur im Allgemeinen und Medienspektakeln im Besonderen statt finden, dann drängt sich in Bezug auf Kellner die Frage auf, ob er diese Begriffe genauer erläutert und aufsplittet.

Grundsätzlich ist in Kellners Ausführungen, die auf *Sub*-Ebenen der Kultur bezogen werden können, eine Entwicklung festzuhalten. In seinen frühen Veröffentlichungen spricht Kellner immer wieder von der Oppositionsmöglichkeit Populärer Kultur. Wie bereits erwähnt, bezieht er dies später auf Medienkultur und Medienspektakel. Darin enthalten ist ein wichtiger Aspekt, der an Überlegungen Prokops, Behrens und zudem anderer *Cultural Studies*-Vertreter erinnert und sich deutlich von den Formulierungen klassischer Kritischer Theoretiker unterscheidet. Die Ebene des *Main* ist nicht total, sondern zerfasert, in ihr eröffnen sich permanent Chancen zur Opposition und Subversion, ein Außerhalb gibt es nicht (vgl. Kellner 1978: 51-52). Laut Kellner gibt es innerhalb der Kultur Reaktivitäten und Kämpfe um Bedeutungen, die für die Kultur als Ganzes produktiv sind. Es geht nicht so sehr – dies sagt Kellner schon 1978 – um ein von oben (*high*) nach unten (*low*), sondern um ein ineinander verschränktes Miteinander verschiedener Ebenen. Diese Momente von Rebellion, Subversion und Opposition (*Subs*) existieren in allen Elementen der Populären Kultur (*Main*) und müssen mit

Kellner ernst genommen werden: „Early forms of mass-produced culture also had their popular and subversive moments: [...] a rebellion against high-elitist culture, even though they often reproduced hegemonic ideologies." (Kellner 1979: 27) Subversive Momente sind gewissermaßen popkulturellen Ereignissen inhärent, sie müssen nur erkannt und genutzt werden. Dadurch kann dann der von Fiske (vgl. 2000: 14-17) am extremsten geschilderte Konflikt durch Kampf um soziale Bedeutungen gegen die herrschende Ideologie (sensu Willams und Thompson) zustande kommen, wobei an diesem Punkt auch innerhalb so genannter *Cultural Studies*-Forscher der Vorwurf der Überinterpretation der subversiven Möglichkeiten laut wird:

„Pop-Denker wie Dick Hebdige waren so vermessen, jugendkulturelle Konsumentscheidungen als proto-politische Akte zu interpretieren und damit subkulturelle Kauf-Rituale zum politischen Gegenentwurf und zu einer selbstbestimmten Form der Identitätsstiftung hochstilisieren zu wollen." (Weinzierl 2001: 17)

Kellner selbst sieht in diesem Kämpfen durchaus das politische Moment einer effektiven linken Kulturkritik und -produktion. Allerdings ergänzt er diese Einschätzung sogleich damit, dass in Bezug auf popkulturelle Phänomene nicht ständig Kritierien revolutionärer Kunst angewendet werden sollten und sich die oppositionellen, linken Gruppen dadurch nur noch mehr isolierten (vgl. Kellner 1979: 31). Bereits hier also lässt sich Kellners leichtes Abrücken von durch und durch politischen Definitionen von Subkultur (z.B. im Sinne von Gramscis Hegemoniemodell) herauslesen.[64] Im weiteren Verlauf seiner Forschungen wechselt Kellner dann immer mehr in die Richtung eines zwar kritischen, aber deutlich weiteren Begriffs von Kultur in Bezugnahme auf Medien. Ausgehend von Kultur als Produktion und Rezeption von Texten im weiten Sinn, bedeutet Subkultur einen alternativen Bereich dieser Produktion und Rezeption und Mediensubkultur – wobei Kellner den Begriff nicht benutzt – folglich die Produktion und Rezeption oppositioneller medialer Texte.[65] Innerhalb der *Cultural Studies*-Ansätze wird der Textbegriff sehr weit gefasst und beinhaltet sämtliche medialen Angebote, die lesbar sind (vgl. Fiske 1989, 1999, 2000). Text bedeutet also nicht nur Buchstaben, und Lesen wiederum ist kein voraussetzungsloses Dekodieren, sondern eine höchst individuelle Interpretation von Zeichen unter Einbezug sozialer und persönlicher Kontexte. De Certeau spricht in diesem Zu-

64 Fiske relativiert seinen radikalen, politischen Standpunkt der frühen Jahre ganz ähnlich: „Früher hat mich ein eher typisch marxistisches Bestreben, den Kapitalismus zu verändern, motiviert. Der Wunsch nach Veränderung besteht noch, aber ich glaube nicht mehr, dass sich der Kapitalismus umstürzen lassen wird. Er ist zu flexibel, und er tut das, was er tut, nämlich seine eigene Macht zu erhalten, zu gut. Daher denke ich, dass er eher für Veränderung auf der Mikroebene offen ist, Veränderung von innen, Evolution von innen, für langsame Verschiebungen und nicht Revolution." (Fiske 1991: 5)

65 Vgl. zur Bedeutung von Paratexten für Texte grundlegend Genette 2001.

sammenhang sogar vom Herantragen der eigenen Kultur an den Text (vgl. de Certeau 1988: 293-311). Dazu Kellner:

„Texts, in the post-structuralist view [z.B. von R. Barthes, C.J.], should be read as the expression of a multiplicity of voices rather than as the enunciation of one single ideological voice which is then to be specified and attacked. Texts thus require multivalent readings, and a set of critical or textual strategies that will unfold their contradictions, contestatory marginal elements, and structured silences. These strategies include analyzing how, for example, the margins of texts might be as significant as the center in conveying ideological positions, or how the margins of a text might deconstruct ideological positions affirmed in the text by contradicting or undercutting them, or how what is left unsaid is as important as what is actually said." (Kellner 1995: 112)

Innerhalb dieser Medientexte gilt es nun, kritische Bedeutungen herauszufinden (vgl. Kellner 1979 und 1995: 110). Man kann also von einem Wechsel von der alten Dichotomie (*high/low*) und ‚*Sub*-losigkeit' bei den klassischen Kritischen Theoretikern zu einem *Sub* im *Main* seitens Kellners sprechen.

In diese Aufweichung und Verschiebung der Hierarchie lassen sich Kellners Überlegungen zur Postmoderne und auch zur Rolle der *Cultural Studies* im Bereich der Wissenschaften integrieren. Kellner bezeichnet den Postmodernismus als Logik des Kapitalismus (1988: 240). Da die Postmoderne als Ausprägung der Moderne – Kellner lehnt sich an Horkheimers Begriff der Gesellschaft im Übergang an – vom Kapitalismus geprägt ist, erscheint ihm eine Reaktion darauf seitens der Kritischen Theorie zunächst zwar plausibel. Da diese aber in ihren Termini sehr statisch wirkt, Postmoderne jedoch Dynamik repräsentiert, plädiert Kellner für eine Aktualisierung der Kritischen Theorie in Verbund mit postmodernen Überlegungen und nicht konträr dazu.[66]

„As opposed to the seriousness of ‚high modernism', postmodernism exhibited a new insouciance, a new playfulness, and a new eclecticism embodied above all in Andy Warhol's ‚pop art' but also manifested in celebrations of Las Vegas architecture, found objects, happenings, Nam June Paik's video-installations, underground film, and the novels of Thomas Pynchon. In opposition to the well-wrought, formally sophisticated, and aesthetically demanding modernist art, postmodernist art was fragmentary and eclectic, mixing forms from ‚high culture' and ‚popular culture', subverting aesthetic boundaries and expanding the domain art to encompass the images of advertising, the kaleidoscopic mosaics of television, the experiences of the post-holocaust nuclear age, and an always proliferating consumer capitalism. The moral seriousness of high modernism was replaced by irony, pastiche, cynicism, commercialism, and in some cases downright nihilism." (Ebd.: 239)

66 Vgl. zur Popkultur als Attacke auf das *Grand Hotel* der (Hoch)Kultur und zum Zusammenhang zwischen Popkultur und Postmoderne die Ausführungen des Kommunikations- und Theaterwissenschaftlers J. Collins (1989).

In einer solchen Gesellschaft entstehen – dominiert durch ganz neue Ausprägungen von Kultur und Technologie – neben Ungewissheiten aber eben auch neue Möglichkeiten zur Opposition, neue Spannungen und Konflikte, neue Sphären und Räume für Subkulturen auf *Sub*-Ebenen (vgl. Kellner 1997b: 74 und 2003: 11). Diese zu erfassen und zu analysieren, ist eine Aufgabe der *Cultural Studies*. Auch diese verstehen sich nämlich in Opposition zu dominierenden Ansätzen, wollen diese in Frage stellen und alternative Perspektiven aufzeigen, Gesellschaft und Kultur zu verstehen (vgl. Kellner 1992: 7). So wie postmoderne Diskussionen die Unterscheidung *high* und *low* auf dem Bereich der Kultur untergraben, bringen *Cultural Studies* neue Themen jenseits eines elitären wissenschaftlichen Kanons auf die Agenda. Unter Berücksichtigung der Einbringung persönlicher Kontexte in die wissenschaftliche Argumentation, wäre es naheliegend, wenn auch zugegebenermaßen etwas süffisant, die Forscher der *Cultural Studies* als unterdrückte und ausgebeutete Minorität, die sich auf der Flucht vor ihren sozialen Problemen und zur Ablenkung von den Alltagslasten auf das frei zugängliche Feld der Medienkultur begeben, um wenigstens dort in Ansätzen Bedeutungen und Werte zu produzieren; genauso, wie es Kellner für die Rezipienten von Medienkultur beschreibt (vgl. Kellner 1995: 332). Dies erscheint insofern interessant, als zahlreiche Forscher der *Cultural Studies*, speziell postkolonialer und feministischer Zweige, tatsächlich ihre Artikulationen aus Minderheiten heraus betreiben. Positionierungen sollen eingebunden, vorschnelle Bewertungen jedoch ausgeblendet werden: Aus diesem Grunde versucht Kellner die Begriffe Massenkultur und Populäre Kultur zu vermeiden, da diese falsche Hierarchien suggerieren und normative Bewertungen beinhalten und damit laut Kellner zu schnell zu Bestandteilen politischer Programme werden können.

Wie schon bei den Überlegungen zur *Main*-Ebene der *Cultural Studies* und speziell Kellners, so sollen nun auch hier noch einige Beispiele[67] für Beobachtungen und Anwendungen in und von *Sub* geliefert werden. Dabei betont Kellner stets die Bedeutung von Medien und Medientechnologien für neue Chancen auf Subversion. So etwa schildert er die Plattform Internet als große Möglichkeit für ausgebildete und intelligente junge Menschen, sich in Opposition zu medienkulturell dominierenden Werten im Internet zu artikulieren und sich sogar über eigene Software-Entwicklungen die eigene Technologie dazu zu liefern, um anschließend politisch aktiv zu werden (vgl. Kellner 1997a, 1997b), wobei es Kellner an solchen Stellen ganz offensichtlich nicht nur um diese Möglichkeiten geht, sondern auch darum, landläufige Vorurteile über die unpolitischen, unmotivierten Jugendlichen zu relati-

67 Die auf der *Main*-Ebene erwähnten Beispiele Werbung und Prominenz werden von Kellner leider nicht konsequent in Richtung Subversion auf diesen Feldern weiter geführt. Vgl. zum *Sub* der Werbung Bolz 1995a, 1995b und Jacke 2001b. Werbung kann – entgegen der Behauptung von Schmidt/Zurstiege (vgl. 2000a: 189) sehr wohl subkulturelle Kommunikationsform sein. Vgl. zum *Sub* der Prominenz und Stars Kapitel 5 der vorliegenden Arbeit sowie Jacke 1996, 1997, 1998.

vieren. Dies verweicht seine Erläuterungen zu subversiven Potenzialen des Internets zu sehr in Richtung ‚Zeigefingerpädagogik'.[68]

Ein weiteres, bei Kellner oft zitiertes Beispiel, ist das Feld der Popmusik als Unterbereich der Medienkultur. Popmusik bedeutet für den Bereich der Popkultur dasselbe, was Popkultur für gesamtgesellschaftliche Entwicklungen anzeigt: eine seismographische Erfassung neuer Entwicklungen und Trends. Genau deswegen beschäftigen sich die *Cultural Studies* im Allgemeinen seit ihren Anfängen mit Gesellschaft, Popkultur und vor allem immer wieder mit Popmusik.[69]

„[B]ut in practice what it [das akademische Studium von Pop und Rock, C.J.] involves is a combination of sociological approaches to the institutions and audiences of popular culture (if, alas, without sociology's empirical grounding) with interpretative theories drawn from semiotics, psychoanalysis, and literary criticsm." (Frith/Goodwin 1994a: 41)

Frith (1996: 142) erachtet das Studium der Popmusik als Möglichkeit der genaueren Untersuchung von Zugangsweisen zu Geschmäckern, Identitätsbildungen, Kommerzialisierungsmechansimen und Kenntnissen bis hin zum Fantum auf Seiten der Rezeption. Unterschiedliche Disziplinen definieren laut Frith den Bereich Popmusik nicht nur sehr divergierend, sondern grenzen ihn auch unterschiedlich ab. Wobei eine klare Zuordnung, wie sie Frith hier vorlegt – Kulturanthropologie begreift Popmusik als geordnete symbolische Struktur, und Kulturwissenschaft versteht Popmusik als Mythos vom Widerstand –, heute nicht mehr so deutlich gesehen werden kann. Die verschiedenen Disziplinen interessieren sich sicherlich für jeweils ganz bestimmte Aspekte der Popmusik, doch wird im Kontext der *Cultural Studies*, aber auch in anderen transdisziplinären Überlegungen zunehmend an übergreifenden Analyseansätzen gearbeitet.[70] Genau so übergreifend fasziniert Popmusik schließlich nicht nur Anthropologen und Kulturwissenschaftler, sondern schlichtweg jeden alltäglichen Rezipienten. Aus dieser Rezeption heraus kann sich der Wille zur tiefer gehenden Analyse solche Phänomene entwickeln, was nicht automatisch im Fantum, sondern auch in der Wissenschaft enden kann.[71]

---

68 Deswegen sei an dieser Stelle auf einige wichtige Veröffentlichungen zur Subversion im Netz (ohne Zeigefinger) zumindest hingewiesen: Vgl. statt anderer Agentur Bilwet 1997a, 1997b, Critical Art Ensemble 1996, Lovink 2001, Medosch 2003, Medosch/Röttgers (Hg.) (2001) und speziell zur aktuellen Irritationskunst im Netz Khurana 2003.

69 Und versuchen somit, ein Desiderat zu benennen und zu reduzieren sowie den Mangel abzubauen, dass es bis dato kaum Fachliteratur gibt, „which collects the writings that have set the terms and agenda of popular music studies" (Frith/Goodwin 1994b: X).

70 Zu einem Konglomerat aus Kommunikations-, Medien-, Kultur- und Musikwissenschaft im Rahmen von Musikclipanalysen vgl. Jacke 2003.

71 Fantum kann als Quelle für alltägliche und auch wissenschaftliche Aufmerksamkeit dienen. Überzogenes Fantum im Einklang mit wissenschaftlicher Ausbildung kann hingegen zu stark verfärbten Analysen führen. Dieses Problem stellt sich insbeson-

Popmusik dient seit jeher den Intellektuellen – und nicht nur denen, aber diese sind sicherlich eher parallel in einer wissenschaftlichen Rolle vorzufinden als (andere) Fans – als „Tummelplatz ihrer Phantasien und Vorbehalte" (ebd.: 144). Darüber hinaus erkennen insbesondere die Forscher der *Cultural Studies* den Indikator-Charakter der Popmusik für weiter gehende gesellschaftliche Tendenzen. Innerhalb der Popmusik kann der Blick auf bestimmte Formationen (sensu Grossberg) wie etwa Rock, Punk oder HipHop oder Techno eine vertiefende Einsicht in die innerhalb dieser Formationen umkämpften Terrains eröffnen. Auf diesen Terrains bewegen sich wiederum die Ebenen *Main* und *Sub* – Grossberg (vgl. 1998: 216) spricht hier von *Mainstream* und Gegenkultur. Diese Ebenen werden bestimmt und überhaupt erst beobachtbar gemacht durch konkrete popmusikalische Ereignisse, die es wiederum exemplarisch im Sinne von Geertz (1987) möglichst dicht zu beschreiben gilt. Grundlegend sollte dabei zwar laut vieler Vertreter der *Cultural Studies* und so auch Kellners eine Positionierung des Wissenschaftlers erfolgen, doch kommt es noch mehr auf das anschließende Bemühen an, überschnelle Bewertungen zu vermeiden, um die basalen Phänomene und Mechanismen der Popmusik zu erfassen; oder in den Worten der Kunsttheoretikerin und Musikjournalistin M. Bunz:

„Musik ist bestimmt nicht per se revolutionär – man ist nie automatisch auf der richtigen Seite –, aber ihr wohnt hier qua Struktur eine spezifische Fragilität, eine Instabilität inne, die sie auszeichnet und zu etwas Besonderem macht. Nicht von ungefähr ist es ausgerechnet dieses Format, dieses instabile Format, in dem junge Leute einen Platz finden, einen ersten eigenen Platz, und sich einrichten, bevor sie zu neuer Musik weiterwandern. Musik, strukturell dazu verdammt, stets nur als Moment zu existieren, ist mit einer Dynamik versehen, die sie immer auf Wiederholung in der Zukunft ausgerichtet sein lässt, auf einen beständigen Neustart – um hier mal kurz Ekkehard Ehlers zu zitieren – und dieser beständige Neustart – wir kennen das alle – er beginnt mit dem Abfragen des Betriebssystems und ist genau damit, mit dieser Überprüfung, immer auch ein Tool des Politischen." (Bunz 2003a: 27)

In den Formationen, auf den Terrains und bei den Beschreibungen geht es auf der wissenschaftlichen Ebene nunmal schon länger nicht mehr um die einstmals klare Trennung von Geist/Ästhetik/Seriosität (Klassik) versus

dere bei der Gruppe von Popkulturjournalisten, die ins Feld der Wissenschaften mäandern, da diese nicht nur über ihren primären Geschmack (Bands, Projekte, Stile, Sounds etc.), sondern nun auch noch über den sekundären Geschmack (Theorien, Denker, wissenschaftliche Disziplinen etc.) Distinktionen und einhergehend *Nerdtum* auf der Meta-Ebene aufbauen. Dies ist einigen solcher studierten Journalisten bereits in den 1980ern vor allem in Anbindung an französische Philosophen unterlaufen und vorgeworfen werden: „Plötzlich schwappte eine Schnittmenge aus Motown, Jean Luc Godard, Ja[c]ques Derrida, Funk, Colette, Nicholas Roeg, Velvet Underground, Deleuze/Guattari, Hollywood in schwarz/weiß und einem präzisen, zugleich schwärmerischen Blick auf die private Existenz aus den Blättern der coolsten Magazine. Ex-Fanzineschreiber spielten die situationistische Version der Informationsgesellschaft und schienen zu gewinnen." (Tepel 2002: 65)

Körper/Hedonismus/Spaß (Pop), sondern um interne Ausdifferenzierungen und auch Entdifferenzierungen in den einzelnen Bereichen. Dies hat bereits zu neuen Gegenüberstellungen – auf die Differenzsetzungen kann schließlich nicht verzichtet werden – geführt: Grossberg (1998) etwa spricht von populärer und seriöser Popmusik, S. Gruber (1996) unterscheidet bei seiner Untersuchung der Rezeption von Popmusik die Bereiche populärer und unpopulärer Populärmusik, und die bereits erwähnten Soziologen Vannini/Myers (2002) konstatieren, dass einige Elemente von Adornos abwertender Einstellung gegenüber Populärer Musik durchaus auf heutige Bewertungen eingängiger, vorhersehbarer Popstile zutreffen.[72]

„Mit anderen Worten: Jede Popmusik hat den Horizont ihrer Hipster-orientierten, internen Selbstdeutung, aber sie hat auch einen bildungsbürgerlichen strebsamen Ehrgeiz, der nicht an den eigenen, sondern an den offiziellen Institutionen orientiert ist. Sie hat einen Bezugspunkt in der eigenen Geschichte und einen in der universalen Hochkultur." (Diederichsen 2003a: 63)

Setzt man Diederichsens Bezugspunkt in den Plural, so wird zum einen die mannigfaltige Referenznotwendigkeit in der Popmusik deutlich. Zum anderen lässt sich hieran gut erkennen, dass Popmusik und ihre Protagonisten Ein- und Ausgrenzungen eben gerade benötigen, um attraktiv zu sein. Im Rahmen dieser Differenzästhetik schließt sich auch der Kreis zu Kellners Überlegungen zu bestimmten Elementen der Popmusik. Es geht um Stile der Musik und Mode, kurzum um Lebensstile. Erst die Stilisierungen machen die zuvor durch populäre Medien thematisierten Phänomene qua Bewertung zum Diskursgegenstand ästhetischer Erfahrungen.[73] Diese Erfahrungen werden zwar individuell wahrgenommen, aber eben anschließend kollektiv abgeglichen und genutzt. Dadurch bilden sich die virtuellen Geschmacksgemeinschaften heraus, „die sich um Medientexte wie Songs, Musikstile, Ästhetik der CD-Cover etc." (Mikos 2003: 234) bilden. Diese Geschmacksgemeinschaften[74] – den Begriff entlehnt Mikos bei S. Lash (1996) – nutzen medienkulturelle Angebote als Diskursgrundlagen, aber sie schließen auch an diese Produkte an, in dem sie selbst neue Produkte schaffen.

Dieser Moment ist für Kellner entscheidend, da er die Amalgamierung von Rezipient und Produzent und die mit dieser Einteilung oftmalig einhergehende Vereinfachung in passiv und aktiv aufweicht. Erst durch wechselseitige Dynamiken zwischen Rezeption und Produktion, zwischen individu-

72 Sogar D. Riesman (1958) hatte schon das Anliegen, die rezipierende Masse in diverse Gruppen zwischen Anpassung und Autonomie zu unterteilen, um eben von Vereinheitlichungen bei Rezipienten abzurücken. Und der Philosoph R. Shusterman (1994) führt die Unterscheidung Künste versus populäre Künste ein. Auch in der Popmusik sind mittlerweile auf allen Bereichen (Produktion, Distribution, Rezeption, Weiterverarbeitung) solche differenzierteren Kategorisierungen vonnöten.

73 Vgl. zur Erfahrung des Trash als exemplarischem Stil der Popmusik ausführlich Mikos 2003.

74 P. Willis (1991: 174-179) nannte solcherlei neue Gruppierungen in Kontrast zu den organischen Gemeinschaften ‚Proto-Gemeinschaften'.

eller Autonomie und sozialer Vielfalt unter Koordination der Gruppenbildung entsteht die Faszination von Popmusik als symbolischer Ausdrucksform. Dabei müssen aktiv Differenzfolien konstruiert werden, die anhand von Geschmacksurteilen ausgeformt sein können. Die Surfer auf diesen Wellen der Distinktionsräume sind mit S. Frith (vgl. 1983: 224) die Subkulturalisten als Abenteurer zwischen den Klassen, was sich mittlerweile besser als Abenteurer oder Wilderer zwischen den Stilen bezeichnen lässt. Beobachtet werden können diese virtuellen Gemeinschaften und vor allem ihre diskursiven Grundlagen durch die Medien, was sich durch die Bedeutung von intertextuellem Medienwisssen (vgl. Mikos 2003: 241) für die Kommunikation unter Teilnehmern der Gemeinschaften und speziell von Jugendlichen belegen lässt.[75]

An diesem Punkt – der Mediatisierung solcher Geschmacksgemeinschaften auf *Sub*-Ebenen – setzt Kellner (vgl. 1995: 174-188) ebenfalls an, wenn er das Beispiel Rap ausführlicher analysiert. Kellner sieht Popmusik als Grundlage von Identitätsbildungen und -behauptungen und als Einteilungsmuster in Untergruppierungen, die sich am Stil orientieren. Innerhalb einer Formation wie Rap spielt sich nach Kellner das immer wieder gleiche Szenario ab: Rap beispielsweise gibt denen, die außerhalb des kulturellen *Main* gelassen werden, eine Möglichkeit, sich zu artikulieren, zu erklären und Forderungen zu stellen. Diese laut Kellner alternativen Kulturen (*Subs*) entwickeln sich oftmals Hand in Hand mit politischen Einstellungen, die teilweise sogar an die Radikalität der großen Weigerung Marcuses erinnern.

Dabei darf nicht übersehen werden, dass Kellner seine eigenen Begriffe hier nicht konsequent anwendet: Denn warum spricht er von Kulturen außerhalb des *Mainstreams*, wenn er doch zuvor vorschlägt, nur noch den Begriff der Medienkultur zu benutzen? Warum scheint es Kellner am Beispiel Rap zunächst nicht mehr um eine Gruppierung zu gehen, die innerhalb der Medienkultur nach Alternativen sucht? Und woher kommt Kellners an dieser Stelle überraschend emphatische Verurteilung postmoderner (Medien)Texte, wenn er Rap als repolitisierte Bewegung hervorhebt, die sich von den flachen, eindimensionalen, postmodernen Texten ablöst, die nur noch auf sich selbst verweisen oder gar einen Mangel an Bedeutung vorweisen? Die Beobachtung, dass Rap bzw. HipHop im Allgemeinen einen starken Drang zum politischen Statement im Sinne einer eigenen Positionierung und Artikulation hat, dürfte unbestritten sein.[76] Dass aber andere Popmusikstile und ihre Formationen und Terrains semantisch minimal aufgeladen sind oder nur sich selbst zitieren, kann so pauschal sicherlich nicht gesagt werden. Wer die Entwicklungen der minimalen Stile im Techno oder Dub in

75 Zu einem ausführlichen Überblick über den Gebrauch von Medien seitens der Subkulturen bzw. opponierenden Gruppen/Szenen (einschl. Fallstudien anhand verschiedener Bewegungen und Medientechnologien) und der Forderung der Integration dieser Bereiche in unser Verständnis von Medien vgl. Downing 2001.

76 Vgl. etwa die zahlreichen journalistischen Beiträge um das Comeback der politischen Hamburger HipHop-Gruppe *Beginner* im Herbst 2003.

den letzten Jahren beobachtet hat, der findet genau dort äußerst politische und gesellschaftskritische Äußerungen, die nur eben oft nicht einfach durch die Sounds, Rhythmen oder Lyrics zu erschließen sind, sondern über deren Paratexte wie Booklets, Interviews (oder auch deren Verweigerungen) und im Verbund mit Aktionen, Performances oder Ausstellungen erst sichtbar werden.[77] Zum anderen gesteht Kellner an späterer Stelle (vgl. 1995: 187) selbst ein, dass Rap sehr wohl und ganz postmodern ausgiebig mit Zitaten, Referenzen und Verweisen spielt und eine nahezu prototypische Form für eine Popmusikformation ist, die ständig Recycling und Sampling anwendet. Abgesehen von diesen leichten Ungenauigkeiten geht es Kellner am Beispiel Rap aber vielmehr um den für Popmusik typischen Mechanismus, dass eine solche Formation aus den Rändern, den *Subs*, heraus entsteht und schließlich zu einem an den *Mainstream*, das *Main*, assimilierten, inhalts- und botschaftslosen Fetisch werden kann und sich dieses Janusgesicht an allen möglichen Popmusikformationen ebenfalls zeigen lässt und somit für diesen Bereich typisch erscheint.[78] Hier schließt Kellner von Dualitäten innerhalb popmusikalischer Formationen auf gesamtgesellschaftliche Mechanismen: „Der MTV-Stil hat die Medienkultur, die alles und jedes in sich aufnimmt, nachhaltig beeinflusst. Oppositionelle Kulturformen wie HipHop und Grunge wurden zu Werbeködern." (Kellner 1997b: 77) Dies liest sich durchaus wie eine Verkettung Medienkultur = Kulturindustrie = MTV = Assimilierung oppositioneller Kulturformationen und lässt klare Bewertungen erkennen, die bei Kellners Vorschlag eines sehr weiten Kulturbegriffs mit Möglichkeiten zur Opposition und Subversion innerhalb dieses Bereichs so noch nicht klar schienen.

„There are many forms of oppositional cultural expression that resist the codes, practices, and ideologies of Mainstream culture. These forms are sometimes evident in the Mainstream, but are found more frequently within alternative cultures and everyday lives. Such a terrain provides a goldmine for cultural studies, that is only beginning to be tapped, and that will provide important work and perspectives for cultural studies in the future." (Kellner 1995: 191-192)

77 Vgl. dazu etwa Cascone 2003, Diederichsen 2003a und zum einflussreichen Berliner Produzenten- und Labelbesitzer-Duo *Rhythm & Sound*, die regelmäßig von sich Reden machen, in dem sie keine Interviews geben wollen, Karnik 1998, Jöhnk 2003 und A. Müller 2003. Vgl. grundsätzlich zum Zusammenhang zwischen Kunst und Musik und Kunst Groetz 2002.

78 Noch einmal zu den Hamburger *Beginnern*: Diese rappen auf ihrem Album *Blast Action Heroes* (2003) gegen diese Assimilation des Rap im Track *Back In Town*: „4 Jahre und es passierte so vieles, der Aufstieg und der Fall eines ganzen Musikstiles. Alle sind weg, Rap ist Ego-Musik, auch die Beginner waren bei ihrem ersten Demo zu siebt, doch wir drei lieben das halt, wir blieben am Ball, wähend alle zweitklassig blieben wie Steven Segal. Wir freuen uns je mehr Ohren wir stopfen soll'n, immer noch, denn wir are born to Rock and Roll." Vgl. zur Dualität aus subkultureller Innovation und *mainstreamiger* Vermarktung im Bereich der Popmusik bereits Chaffee 1985.

Auch hier gilt wieder: Die Ansätze der *Cultural Studies* haben sich um eine vermehrte Thematisierung popkultureller Bereiche verdient gemacht. In ihren Definitionen allerdings erscheinen sie oftmals unscharf. Ein zentrales Beispiel: Wenn doch Opposition in der *Mainstream*kultur und auch außerhalb möglich ist und dieses Außerhalb dann aber das Alltagsleben und die alternative Kultur ist, bedeutet dies, dass *Mainstream* außeralltäglich ist? Ob *Mainstream* und Opposition – wenn schon getrennte Bereiche – dann in etwas wie dem Großbereich Medienkultur zusammenfallen, erläutert Kellner nicht. Zu solchen Fragen führen die oft ungenauen Begriffsverwendungen. Sieht man davon ab bzw. versucht man selbst die Begriffe zu schärfen, so lassen sich Kellners Beobachtungen zur Medienkultur übernehmen, bringt er doch etwa am Beispiel des Rap die grundsätzliche Paradoxie erfolgreicher Formationen aus den *Sub*-Bereichen der Kultur auf den Punkt, in dem er den Rap-Effekt formuliert: „The rap effect: the more outrageous, the more widely discussed and consumed." (Ebd.: 191) In der Verwendung Kellnerscher Überlegungen geht es um diese Wirkungs-Beobachtungen. Um die Auffüllung des abstrakten Gerüsts mit Fallbeispielen und deren ausgiebige Darstellung kann es hier nicht gehen.[79] Dieser Rap-Effekt lässt sich sicherlich verallgemeinern. Viele Popmusik-Formationen lassen sich von der Medienkultur thematisieren und assimilieren, aber ebenso können sie gegen sie radikalisieren und oppositionelles Verhalten provozieren, sofern Differenzsetzung nicht nur innerhalb der *Main*-Ebene auf Stil und Konsum beruht (vgl. Terkessidis 2001), sondern politisiert auf Identitäten und Praktiken übertragen wird. Dabei gilt es allerdings, die Möglichkeiten und Bedeutungen von massenmedialer Verbreitung und kulturindustrieller Verwertung zu beachten. Insbesondere im Rap haben sich viele lokale HipHop-Formationen und -Terrains erst dadurch ausgebildet, dass sie durch mediale Berichterstattung und Verbreitung von HipHop an sich gehört hatten.[80] Die von Kellner erwähnten Chancen durch die McDonaldisierung werden hier konsequent und aktiv genutzt. Lash (1998) stellt in diesem Zusammenhang einer zunehmenden Undifferenzierbarkeit von Inhalten, Telekommunikation und Informationstechnologie die ebenso ansteigende Differenz und Kreativität sich ständig neu herausbildender Abtrünniger – also etwa lokaler HipHop-Stile und ihrer Mediatisierung – gegenüber, welche dann wieder zum Thema und gegebenenfalls kommerzialisiert werden können:

„Es liegt die Schlussfolgerung nahe, dass die globalen Kulturindustrien auf viel subtilere Weise die lokalen Szenen ausbeuten, indem sie viel mehr mit ihnen verbunden sind. Denn: Kulturindustrien produzieren Bilder, Texte und Töne, die sie im Spannungsfeld von Werbung, Kunst und Technologie entfalten. Ein Mu-

79 Vgl. grundlegend zu Rap und HipHop Eshun 1999, Jacob 1993, Kage 2002 und Klein/Friedrich 2003. Vgl. ferner zum Kampf um die Bedeutung kultureller Zeichen seitens der Black Communities Lipsitz 1999 und die Beiträge in Diederichsen (Hg.) (1998).

80 Dies führen Klein/Friedrich (2003) aus.

sikclip ist nicht nur kaum von einem Werbespot zu unterscheiden, er dient der Bewerbung eines Produkts. Das Crossover von Kunst und Kommerz ist hier längst zur Normalität geworden." (Klein/Friedrich 2003: 92)

Diese Crossover-Effekte machen eine vorschnelle Bewertung von Formationen nahezu unmöglich, verdeutlichen aber ein Vorhandensein verschiedener Möglichkeiten und Positionen. Nicht alle Popmusikformationen sind die Handlanger der globalen Kulturindustrie (vgl. Lash 1998). Sie sind auch ein Lebensstil, weswegen sie bereits frühzeitig von Wissenschaftlern der *Cultural Studies* ins Visier genommen wurden.[81]

Neben dem Medium Internet und der Formation Popmusik wird bei Kellner mit der Mode ein weiterer gesellschaftlicher Bereich nachvollziehbarerweise prototypisch für die Kämpfe um Bedeutungen und für die Einsatzfelder von Stil-Übungen nicht nur junger Menschen genannt. Bevor das vorläufige Fazit zu den Beobachtungen zu den *Cultural Studies* auf die Kultur-Ebenen *Main* und *Sub* gezogen und eine Anbindung zu analytisch und vor allem terminologisch wesentlich schärferen Konzepten erfolgen soll, seien einige in letzter Zeit (vgl. Diederichsen 2003b, Fabo 1998, Magdanz 2001, Poschardt 1998) vermehrt diskutierter Aspekte zur Dialektik der Mode erwähnt, da sich klare Verbindungen zu Kellners Überlegungen (1995) erkennen lassen. Im Zusammenhang mit der Identitätsbildung qua Stil und Medienrezeption spielt nicht nur Popmusik eine Rolle, sondern auch die Mode.[82] Auch Mode ist ein wichtiger Bestandteil des Stilbaukastens zwischen autonomer Individualität und sozialer Abgleichung. Im Sinne S. Lashs (1996, 1998) hat sich die Mode in ihrer Entwicklung von einer gewissen Massenhaftigkeit zum Spezialistentum und von einer Funktionslastigkeit zu einer Stillastigkeit verändert. Der Soziologe D. Muggleton (1998: 176), der sich mit dem Zusammenhang von Mode und Subkultur beschäftigt, formuliert dies in Anlehnung an Kellner und McLuhan, in dem er Stil als Ausdruck für Ausdruck und nicht mehr für eine darunterliegende inhaltliche Message bezeichnet. Der Stil ist die Botschaft. Und dieser Stil wiederum prägt Mode ebenso wie Popmusik. Mode ist notwendig, aber die Freiheit, sich für einen Stil zu entscheiden, sich sogar für eine Mixtur aus Stilen zu entscheiden, ist so erst in der Zeichenfreiheit der mediatisierten Postmoderne entscheidend ausgeweitet worden.

Muggleton (vgl. 1998: 180) weitet den nicht ganz klaren Kellnerschen Begriff der Subkultur aus, wenn er von traditionellen Subkulturen und postmodernen Subkulturen spricht. Während traditionelle Subkulturen klar über Stil, Mode und Musik einzuordnende Jugendsubkulturen wie Teds, Punks oder Skins waren, so ergibt sich in der Postmoderne ein Mischmasch

81 Vgl. ausführlich zur Bedeutung von Lebensstil im Allgemeinen Schulze 1995 und zu der für Subkulturen aus Perspektive der zweiten Generation der *Cultural Studies*: Brake 1981, Clarke 1979, Hebdige 1987 und Willis 1991.

82 Die Themenbereiche Popmusik, Mode und Internet faszinieren ob ihrer Indikatorfunktion auch Trendforscher wie Bolz (2001a) und Zeitgeistbeobachter wie Diederichsen (2003c).

aus Stilen, Moden und Musiken, welches aber subkulturelle Phänomene nicht per se verschwinden lässt, sondern diese nur nicht mehr so schnell identifizierbar macht. Kellner (1995) selbst sieht diesen Wandel offenbar auch, wenn er von multiplen und verflüssigten Subkulturen spricht. Neben dem Aspekt der Rolle der Mode für Subkulturen ist der Bereich der Mode selbst auch wiederum als inhaltliche Auffüllung der Kultur-Ebenen *Main* und *Sub* zu beobachten. Auch hier gibt es mit Kellner wiederum qua Mode Kämpfe um Bedeutungen zwischen unterschiedlichen Stilen, die zu Übertritten zwischen den Ebenen führen können: „In the 1960s, ‚antifashion' in clothes and attire became fashionable and the subversion and overthrowing of cultural codes became a norm." (Ebd.: 265) Auch auf dem Bereich der Mode gibt es ein dialektisches, paradoxes Gegenüber von Statik und Dynamik, von Einheit und Differenz, von Rationalität und Ästhetik, von Purismus und Hedonismus – und zwar diachron als auch synchron (vgl. Muggleton 1998: 169). In Subkulturen weitet sich das Spektrum der Stile ständig und immer rascher aus, wodurch dem professionalisierten, aktiven Konsumenten immer bessere Möglichkeiten zur individuellen Identitätsorientierungen und -konstruktion geboten werden.[83] Hier erinnern Muggletons und Kellners Argumentationen stark an die wegweisenden Überlegungen zur aktiven Stil-Bricolage bei Clarke (1979), Hebdige (1987) sowie Willis (1991) als ‚Antwort' auf die kulturkritischen Pauschalisierungen der Konsumenten als passiv-konformistisch. Dass diese Bricolage durch Mediatisierung bei Erfolgsaussicht dann wiederum zu einer neuen Mode werden kann, ist Bestandteil der schon so oft erwähnten Dialektik:

„Once, youth subcultures were able to effect ironic transformations of the most unique, visible and excessive aspects of post-war ‚conventional' style, only to see these ritualistic responses rendered harmless by their stylistic and ideological incorporation into the Mainstream. But as each successive resolution of this dialectical movement from thesis to antithesis to synthesis hastens the effacement of the Mainstream – subcultural divide, the excessive (now commonplace) no longer retains its power to shock; stylistic heterogeneity has been pushed to its utmost limits as the outward appearance of rebellion becomes merely another mode of fashion." (Muggleton 1998: 177)

Dabei fallen mittlerweile nicht mehr die großen Umstöße oder Paradigmenwechsel auf, sondern kleine Veränderungen und Verschiebungen anhand von verfremdender Zitationen und Ironisierungen.[84]

83 Vgl. dazu ausführlicher Muggleton 1998 und Magdanz 2001.

84 Ironisierung meint hier nicht schlichte Karikatur, sondern sublimes Einschleichen in vorgegebene Systematiken, wie etwa die Verfremdung des Designer-Logos von Dolce & Gabbana zu Deleuze & Guattari, ebenfalls D&G, auf dem *Mille-Plateaux*-Kongress an der Berliner *Volksbühne* 1998. Vgl. zur Parasitenmode als *Sub* der Mode Fabo 2003, die an Baudrillards jüngste Überlegungen (2002a, 2002b, 2003a, 2003b) zum Terroristen als vom System ausgebildeten Systemkritiker anknüpft.

An diesen bei Kellner genannten gesellschaftlichen Bereichen abzulesen und ganz entscheidend für dessen Perspektive auf Subkulturen bzw. *Subs* bleibt also zum einen die für die *Cultural Studies* so typische Betonung des aktiven Rezipienten, der sich dominanten Bedeutungen widersetzen und sich seine eigenen Lesarten massenkultureller Texte kreieren und diese zur Identitätsbildung und Alltagsformung verwenden kann. Zum anderen erscheint Kellner die Bereitstellung solcher Texte und deren kontingente, niemals zwingend festgelegte Übernahme, Verhandlung oder Verweigerung wichtig. Erst aus diesen verschiedenen Möglichkeiten entwickelt die Gesellschaft den produktiven Kontrast von Dominanz (*Main*) und Widerstand (*Sub*), der wiederum von einer kritischen Medienkultur-theorie sensu Kellner (1995: 25) durchleuchtet werden muss. Die Gleichberechtigung beider Ebenen ist entscheidend für eine entdramatisierte Beobachtung der divergierenden Kultur-Ebenen. Während die Vertreter Kritischer Theorie zu einer Asymmetrisierung der Unterscheidung in Richtung *high* (beim Gegenüber *low*) neigen, besteht gleichzeitig bei vielen der Forscher der *Cultural Studies* die Gefahr, der *Main*-Ebene keine Subversion zuzuschreiben und die *Subs*, die Ränder, Nischen und Widerstände zu glorifizieren.[85] Solche elitären Bewertungen scheinen für eine wissenschaftliche Handhabe nicht förderlich, sondern können unter den Aktanten der einzelnen Kultur-Ebenen verhandelt werden. Wichtig sind sie fraglos, denn ohne Bewertungen funktionieren keine Ein- und Abgrenzungen, die für Kultur-Ebenen so notwendig sind. Doch hilft eine Verklärung oppositioneller Elemente einer Gesellschaft eher für politische Programme,[86] denn für das Errichten eines medienkultur-theoretischen Gerüsts.

„There is a tendency in cultural studies to celebrate resistance *per se* without distinguishing between types and forms of resistance (a similar problem resides with indiscriminate celebration of audience pleasure in certain reception studies)." (Ebd.: 38)

Widerstand und Opposition auf *Sub*-Ebenen können eben nicht pauschal als progressive Bestandteile kultureller Texte bewertet werden, weswegen Schwendter (1993) bereits von regressiven Subkulturen schrieb, die im Ge-

85 Zu einer Konzentration auf die Perspektive der Nicht-Hochkultur vgl. bereits die Darstellungen des amerikanischen Soziologen H. Gans (1999 [1970]).

86 Wobei Kellner seine theoretischen Ansätze, wie schon erwähnt, als Element einer politischen Aufgabe seiner kritischen *Cultural Studies* sieht, da auch wissenschaftliche Perspektiven und Theorien Ergebnisse und Teile des ständigen gesellschaftlichen Kampfes sind, die sowohl dominierende Kräfte als auch opponierende Widerstände beobachten können sollen (vgl. Kellner 1995: 100). *Cultural Studies* verstehen sich seit jeher als politisches Projekt, doch gibt es innerhalb dieses Feldes sowohl entdramatisierende Perspektiven wie die von Kellner, Lull oder Grossberg als auch klar politische Ausrichtungen wie die von R. Williams: „Die Innovation kann zu ihrem Formationsprozess zurückverfolgt werden, doch die isolierte Technik lässt sich gewöhnlich zu Interessen zurückverfolgen, die direkt oder verschoben der Herrschaft dienen." (Williams 1998: 73)

gensatz zu den progressiven bemüht sind, gesellschaftlich längst veränderte Werte und Normen wieder herzustellen. Es geht auch hier um die Kontextualisierung der jeweiligen Texte und Formationen. Der Überbewertung einst gegenkulturell genannter Gruppierungen, wie dies speziell in den 1960er und 1970er Jahren en vogue war,[87] stellt Kellner wiederum deren Ende im Zuge der Kommerzialisierung von Woodstock entgegen: „[T]he death of the counterculture as a genuinely oppositional culture." (Kellner 1995: 106)

Nunmehr gilt es, in der Medienkultur nach subversiven Elementen zu suchen. Kellner (2003: 15) sieht in den Entwicklungen neuer Medientechnologien, -gattungen und -genres dementsprechend auch immer eine mitlaufende Generierung neuer Formen und Möglichkeiten des Kampfes und Widerstands. Mit der Gefahr der Überbetonung der *Sub*-Ebene geht parallel eine konstante Vernachlässigung der Beobachtung des *Main* einher, die auch die Soziologen Frith (1996: 145) und Schulze (1995: 368) bescheinigen. Gerade für die genaue Beobachtung subkultureller Entwicklungen in der Medienkultur müssen aber die Produkte und Aktanten der *Main*-Ebene latent mitbeobachtet werden. Durch die zahlreichen Crossover- und Borderline-Effekte und die bereits erwähnten Verwischungen subkultureller Stile untereinander wird nämlich deutlich, dass die Rezipienten der medienkulturellen Angebote sensu Kellner bei aller Kommerzialisierung nicht automatisch planbar einzuschätzen sind und sich immer wieder neue Aneignungen zulegen, durch die manch ein Angebot überraschend und durchaus auch oppositionell genutzt wird. In vielen Analysen zur Medienrezeption werden solche Elemente übersehen. Erst langsam entwickelt sich eine wissenschaftliche Sensibilität für keinesfalls garantierte bzw. kalkulierbare Kommunikationsprozesse:

„The people discriminate among the products of the culture industries, choosing some and rejecting others in a process that often takes the industry by surprise, for it is driven by the social conditions of the people at least as much as by the characteristics of the text. This popular discrimination, then, is quite different from the critical or aesthetic discrimination promoted by schools and universities to evaluate the quality of highbrow texts. Popular discrimination is concerned with functionality rather than quality, for it is concerned with the potential uses of the text in everyday life. Three main criteria underlie this selection process: relevance, semiotic productivity; and the flexibility of the mode of consumption." (Fiske 1989: 129)

Die symbolischen Potenziale dieser subkulturellen Räume und Ebenen (*Subs*) können ganz unterschiedlich genutzt werden. Sie sind freigegeben zur Interpretation und Permutation, um beide Ebenen zu verändern (vgl. Lull 2000: 265). Deren Anwendungen auf der *Sub*-Ebene sind nicht per se

87 Prägend zum Terminus der Gegenkultur waren die Analysen des Historikers Th. Roszak (1995), der – oft in Anknüpfung an Ideen H. Marcuses – schon Ende der 1960er Jahre davon sprach, dass diese Ebenen nicht aus dem Scheitern einer Kulturindustrie, sondern in den Nischen ihres Erfolges zu beobachten seien.

gut, sinnvoll, originell oder authentisch, sondern müssen fallbeispielartig beobachtet und gegebenenfalls bewertet werden.

Fazit: Die bei Kellner schon angedeutete Aus- und Entdifferenzierung dieser Ebenen innerhalb der Medienkultur haben bei den *Cultural Studies* zu der Forderung nach einer eigenen Kategorie von *Subcultural Studies* (Thornton 1996, Muggleton 1998, Frith/Goodwin 1994a)[88] oder nach der Formulierung Post-Subkultur und den in dieser Ebene agierenden Post-Subkulturalisten (Muggleton 1998, 2000) geführt. Auf jeden Fall beobachten Forscher der *Cultural Studies*, wenn auch durchaus mit unterschiedlichen Ansätzen, so etwas wie die *Sub*-Ebenen von Kultur, sei es nun als Kultur von Minoritäten, als Kultur von Jugendlichen oder auch als Kultur des Pop.

3.4 Vorläufiges Fazit *Cultural Studies*: die Theorieunschärfe

Die beiden australischen Soziologen, die zum Eingang des Kapitels zu den *Cultural Studies* zitiert wurden, sollen hier ebenfalls die zusammenfassenden Überlegungen zu diesem Hauptkapitel einleiten: „[C]ulture was always theorised in practical intellectual fields – never as an abstract problem." (Kendall/Wickham 2001: 9) Wenn dieses Urteil auch so pauschal weder über Wissenschaft in toto noch über Kultursoziologie noch über *Cultural Studies* abgegeben werden kann, so liest man doch durchaus aus ihm eines der Kernprobleme von Forschungen zur Kultur heraus: Außerwissenschaftliche Beobachtungen betrifft dieser Theoriemangel sowieso, aber vor allem in den unterschiedlichen Disziplinen und noch mehr in den Studien der *Cultural Studies* herrscht oft eine Neigung zum ausführlich dargestellten Einzelfall, gewissermaßen zur Kasuistik, vor. Nur selten wird abstrahiert oder gar ein Theoriegebäude der Kultur zumindest angegangen. Selbiges gilt im Übrigen auch für Ansätze und Modelle zu Medien und Kommunikation, weswegen auch immer wieder auf Halls *Encoding-Decoding*-Modell (1999b) zurückgegriffen wird. Kultur wird oftmals mit Inhalten gefüllt, die dann wiederum en detail analysiert werden. Anhand von konkreten Formationen und deren Aktanten wird Kultur erst beobachtbar, das scheint Konsens zu sein, warum also nicht von dort aus in höhere Abstraktionsebenen vorstoßen, wie dies auch Kendall und Wickham verlangen? Warum wird doch eher selten versucht, nicht nur das Produkt, sondern auch den Prozess Kultur zu erläutern?

Vielleicht überlagern die vielen Einzelstudien und der unbedingte Wille zum gesellschaftspolitischen Einmischen hier die dringend erforderliche

88 Wobei Thornton die *Subcultural Studies* als ausdifferenzierende Spezialisierung der *Cultural Studies* sieht, während Frith/Goodwin zu zeigen versuchen, wie die *Cultural Studies* u.a. aus Subkultur-Studien der Soziologie entstanden sind.

theoretische Sisyphosarbeit, die in Ansätzen (etwa bei Grossberg oder Lull und insbesondere bei Kellner und den ‚Gründervätern' Hoggart, Thompson und Williams) sehr wohl vorhanden ist.

Vorläufig festzuhalten bleibt:

- In *Anbindung* an Überlegungen der Kritischen Theorie beobachten auch die meisten Vertreter der *Cultural Studies* verschiedene Ebenen von Kultur.
- In *Anbindung* an die Kritische Theorie wird die besondere Bedeutung des Kapitalismus und der Medien für die moderne bzw. postmoderne Gesellschaft untersucht.
- In *Anbindung* an die Kritische Theorie, wenn auch sicherlich ohne deren dramatischem Hintergrund, wollen Vertreter der *Cultural Studies* sich positionieren, einbringen und politische Arbeit leisten.
- In *Anbindung* zur Kritischen Theorie scheuen die *Cultural Studies* sich nicht, über den eigenen disziplinären Tellerrand hinauszuschauen und Forschungen als Projekte anzusehen, die annähernd umfassend lediglich durch inter- oder besser transdisziplinäre Teams geleistet werden können.[89]
- In *Anbindung* an die Kritische Theorie speisen die zentralen Forscher und Forschungen zu den Zusammenhängen von Medien, Kultur und Gesellschaft ihre Analysen mit einer Mischung aus geistes- und sozialwissenschaftlichen Ansätzen.
- In *Abgrenzung* zu Ausführungen der Kritischen Theorie wird ein spezielles Augenmerk auf die Kultur(en) und also auf die Lebensweisen der Menschen geworfen.
- In *Abgrenzung* zur Kritischen Theorie wird das Alltägliche für die Forscher der *Cultural Studies* interessant und das Spektakuläre im Gewöhnlichen gesucht.
- In *Abgrenzung* zur Kritischen Theorie geht es den *Cultural Studies* um eine Egalisierung der Artefakte, Produkte und Aktanten der unterschiedlichen Kultur-Ebenen als Untersuchungsgegenstand und Thema politischer Forderungen.[90]
- In *Abgrenzung* zur Kritischen Theorie bemühen sich viele der Vertreter der *Cultural Studies* um eine Vermeidung von Bewertungen der beobachteten Untersuchungstopoi, was allerdings – wie gezeigt – selbst Kellner nur bedingt gelingt und oftmals auch nicht konsequent verfolgt

89 Löwenthal sprach sich bekanntlich gegen Inter- und für Supradisziplinarität aus, Kellner und im deutschsprachigen Raum Hepp fordern ganz ähnlich Trans- statt Interdisziplinarität.

90 Hier sei noch mal darauf verwiesen, dass es in der vorliegenden Arbeit um eher medienkulturelle Inhalte und Prozesse geht, für die dieser Aspekt zwar auch gilt, doch längst nicht so entschieden greift wie etwa im Falle postkolonialer Studien.

bzw. durch einen letztlich offensichtlich intendierten Re-Entry der Normativität gar nicht eingehalten wird.

- Zudem bemühen sich die *Cultural Studies* in *Abgrenzung* zur Kritsichen Theorie zumeist um exemplarische Phänomene, die detalliert beschrieben und interpretiert werden.
- In diesem Rahmen ist auch ein Wandel von der Kritik an der Gesellschaft im Ganzen bei der Kritischen Theorie zur Beurteilung von Kritikmöglichkeiten im Einzelnen und bis hinein in opponierende Lesarten bei den *Cultural Studies* zu beobach-ten. Die große Weigerung reduziert sich demokratisierend und emanzipierend auf die vielen kleinen Verweigerungen en miniature.

Allerdings gilt es hier, zumindest grob zwei Gruppen der *Cultural Studies* zu unterteilen: Erstens die eher strukturalistisch inspirierten Studien, denen es noch deutlicher an der zunächst puren Dechiffrierung symbolischer Welten (zumeist im Pop und in den Medien) liegt, und zweitens die Kulturalisten, die hinter der Analyse der alltäglichen Kultur das Aufdecken von Ideen, Missständen, ungleichen Machtverhältnissen und sublimen Beeinflussungsversuchen identifzieren wollen und somit eine klare Forderung nach fundierter Kritik aufstellen.[91] Zur zweiten, genannten Gruppe ist auch Kellner zu zählen, ohne dass er sich strukturalistischen oder poststrukturalistischen Ansätzen gänzlich verschließt. Doch genügt ihm die Feststellung aktiver Rezeption in Form von Vergnügen wie etwa bei Fiske nicht, der zu den Strukturalisten unter den *Cultural Studies*-Denkern zu zählen ist. Sie ist Kellner zu unpolitisch:

„Neglecting political economy, celebrating the audience and the pleasures of the popular, neglecting social class and ideology, and failing to analyze or criticize the politics of cultural texts will make cultural studies merely another academic subdivision, harmless and ultimately of benefit primarily to the culture industries themselves." (Kellner 1992: 21)

Auch Kellner geht also durchaus von aktiven Rezipienten und dementsprechend deren Möglichkeiten verschiedener Lesarten von medienkulturellen Angeboten aus. Doch glorifizieren ihm Wegbestreiter wie insbesondere Fiske die aktive Rezeption zu sehr und zu pauschal. Kellner verlangt eine politische Konsequenz aus seinen Beobachtungen zu medienkulturellen Chancen, aber eben auch Gefahren. Dies verlangt er auch von den Beobachtern auf der Meta-Ebene, denen des Journalismus und denen noch einmal darüber gelagerten der Wissenschaft. Die Vernachlässigung wissenschaftlicher Überlegungen mit klaren politischen Zielsetzungen insbesondere in Kultur- und Kommunikationswissenschaft der USA – aber eben auch westeuropäischer Länder wie Deutschland, in dessen Medienlandschaft Kellner

91 Vgl. zu den beiden Gruppen, ihren Entwicklungen und Annäherungen ausführlich Hall 1999a.

schon lange einen intensiven Einblick hat – spricht für Kellner für die Entpolitisierung des intellektuellen Lebens (vgl. Kellner 1995: 340). Deswegen sieht Kellner die *Cultural Studies* und auch ähnliche Entwicklungen im deutschsprachigen Raum als zu herkömmlichen Disziplinen quer treibendes, politisches, kritisches Projekt, in dem sich Denker formieren, die kritische Lesarten der Medienangebote lernen und lehren wollen, wie es laut Kellner (vgl. ebd.: 336) die *Frankfurter Schule*, die *Cultural Studies* und auch postmoderne Theorien bisher versäumt haben.

Leider folgen Kellners Ansprüchen auf Ansätze einer kritischen Medienpädagogik bisher zumindest keine größeren Studien, die Kultur- und Kommunikationswissenschaft noch deutlicher in Theorie und Empirie verbinden und daraus u.a. pädagogische Maßnahmen ableiten würden. Was aber mannigfaltig zu beobachten ist, ist eine Verschmelzung von kommunikations- und medienwissenschaftlichen, von eher sozial- und geisteswissenschaftlichen Ansätzen zur Medienbeobachtung. Auch in Deutschland koorientieren sich immer mehr Wissenschaftler in Forschungsprojekten und an den Universitäten aneinander.[92] Dazu dürften auch die *Cultural Studies* in ihrer höchsteigenen Form von *Subs* im wissenschaftlichen *Main* beigetragen haben: Sie haben Innovationen und Anstöße eingebracht, ihnen kann aber bis dato insbesondere im Deutschsprachigen sicherlich keine Verortung im *Main* nachgewiesen werden.[93] Ebenso haben diese Beschreibungen in diversen Fächern und vor allem in den Kultur-, Medien- und Kommunikationswissenschaften eine verschärfte Konzentration auf den Kulturbegriff und seine Bedeutungen gelegt, denn „Culture is which mediates between people and reality, turning chaos into order." (Grossberg 1998: 203) Die von Lash (1996) beschriebene Reflexivität der Gesellschaft muss sinnvollerweise in den Wissenschaften beginnen und benötigt eine duchdachte Anwendung der diesbezüglichen Theorien auf sich selbst (vgl. insbesondere Jünger 2002). Damit haben die *Cultural Studies* behutsam begonnen.[94]

Die Bedeutung von Kultur für die Mediengesellschaft wird seit geraumer Zeit vom Medien- und Kommunikationswissenschaftler Siegfried J. Schmidt betont, der sich generell um reflexivitäts-, tautologie- und autologietaugliche Theorieentwürfe bemüht (vgl. einleitend dazu Schmidt 1998a). Deswegen erscheint ein Andocken seiner Überlegungen zu Kultur, Kommunikation, Kognition und Wissenschaft und seine Einforderung einer Me-

92 So arbeiten etwa im Münsteraner Studiengang *Angewandte Kulturwissenschaften – Kultur, Kommunikation & Management* Kommunikations-, Kultur-, Medien-, Wirtschafts-, Literatur-, Sprach-, Geschichts-, Politik-, Rechtswissenschaftler, Philosophen und Soziologen gemeinsam an der Ausbildung transdisziplinär geschulter Studierender.

93 Selbst die abgeschwächten, entpolitisierten, unparteilichen Varianten (vgl. Terkessidis 2003) dürften sich noch nicht auf Folie des wissenschaftlichen *Main* bewegen, wenn sie auch auf bestem Wege dorthin sind.

94 Zu einer knappen Übersicht über die Zuschreibungsmöglichkeiten der *Cultural Studies* auf die Ebenen des Beobachtungsrasters *Main/Sub* und den Kulturbegriff im Allgemeinen vgl. auch die Tabellen 1 und 2 im Konnex: 268 und 269.

dienkulturwissenschaft an die bisherigen Ausführungen im folgenden Kapitel naheliegend.

4. Kultur als Programm: soziokultureller Konstruktivismus

Es gibt keine Kultur, aber wir brauchen sie.

Wenn Stuart Hall (vgl. 2002: 100) schreibt, dass sich die Mehrheit der (britischen) Bevölkerung nicht als Lenker des so genannten kulturellen Wandels sieht, sondern als Opfer, so meint man geradezu zu verspüren, was viele der Vertreter der *Cultural Studies* verlangen: eine Mehrfachperspektivierung auf etwas wie Kultur. Was auch immer genau sich hinter dem schillernden Begriff der Kultur verbirgt, es scheint Individuen und somit Gesellschaften zu prägen, genau so wie diese die Kultur prägen. Darüber hinaus deuten Halls Überlegungen an selber Stelle an, dass dieses seltsame dinglose Ding ‚Kultur' statisch und dynamisch zugleich ist und Bedeutungen von etwas als Kultur sowohl für Individuen gültig als auch gesellschaftlich vorhanden sind. Kultur scheint durch das Soziale und Individuelle gewissermaßen hindurchzugehen. Wir können sie nicht unmittelbar wahrnehmen. Wir können sie nicht spüren. Und doch brauchen wir Kultur als Orientierungsparameter. Unsere ganz individuellen Erfahrungen und Erwartungen werden durch etwas wie Kultur geformt, ebenso wie diese Folie Kultur durch die Erfahrungen und Erwartungen und ihren sozialen Abgleich verändert wird. Aufgrund dieser Folie – und nicht aufgrund von Speichern kultureller Quellen, wie Lull kulturelle Sphären definiert (vgl. 2000: 268) – finden Interpretationen und Einordnungen der relevanten Aspekte seitens kultureller Programmierer (vgl. ebd.) statt. Die Grundidee des programmverändernden Users bei Lull scheint als vorläufige Antwort auf die Frage nach den Aktanten innerhalb einer Definition von Kultur als Programm geeignet. Allerdings werden die durchaus nachvollziehbaren Ansätze bei Hall und auch Lull nicht konsequent durchdekliniert. Diese große Schwäche von zahlreichen Ansätzen der *Cultural Studies* ist bereits angeklungen.

4.1 Präludium: Grundlagen der soziokulturell-konstruktivistischen Medienkulturwissenschaft

Die fehlende Vollständigkeit, Schärfe und Anwendbarkeit jener kulturtheoretischen Ansätze ist hingegen an den Überlegungen des Medienkulturwissenschaftlers Siegfried J. Schmidt nicht zu bemängeln. Deshalb gilt es, dessen Betrachtungen nun ausführlicher darzustellen, zu kritisieren und für die eigenen Beobachtungen auszuwerten – ganz so, wie es mit den Ansätzen der Kulturkritik und *Cultural Studies* zuvor gehandhabt wurde. Diesbezüglich wird zunächst ein kurzer Abriss zu Schmidts Erörterungen über eine Kulturprogrammatik im Rahmen einer von ihm und anderen deutschsprachigen Wissenschaftlern schon länger diskutierten Medienkulturwissenschaft gegeben. Daran anschließend sollen die diese ‚Disziplin' konstituierenden Elemente Medien, Kultur und Wissenschaft aus dem spezifischen Verständnis heraus erläutert werden, um dann auch hier wieder en detail auf die in der vorliegenden Arbeit analysierten Ebenen von Kultur – *Main* und *Sub* – genauer einzugehen und diese im Verständnis Schmidts zu verorten und mit Beispielen zu belegen. Ebenso wie beim Vergleich von Ansätzen der verschiedenen Gruppierungen Kritischer Theorie und der *Cultural Studies*, so sollen auch bei der Behandlung des Kulturbegriffs Schmidts Anbindungen an die vorher behandelten Ansätze gesucht und benachbarte Argumentationen zum soziokulturellen Konstruktivismus (vgl. zur Begrifflichkeit Schmidt 1994b: 46-47) mit ins Feld geführt werden.[1]

Nach den Slogans ‚Kultur als Ware' und ‚Kultur als alles' nun also ‚Kultur als Programm'. Programm bedeutet bei Schmidt keinesfalls den strukturierten Sendeablauf von Fernseh- oder Radio-Programmen, sondern meint hier eine Art gesellschaftliche Software, die kollektives Wissen einordnet und vor allem interpretiert.[2]

Zunächst stellt sich die Frage, wieso an dieser Stelle der Kulturbegriff von Schmidt verwendet wird und aus welchen wissenschaftlichen Kontexten sich dieser ableiten und erklären lässt. Auf die Kontextualisierung wurde bei den anderen beiden Gruppen (vgl. Kapitel 2 und 3) ebenfalls intensiv geachtet, da diese die Einordnung und Verknüpfung mit den jeweils anderen Ansätzen erleichtert.

Nach der grundsätzlichen Konstitution von kulturellen Ebenen seitens der Kritischen Theorie und deren Entdramatisierung und der Etablierung popkultureller Phänomene seitens der *Cultural Studies* gilt es nun, eine Ar-

1 Wobei sich intensive Beschäftigungen oder gar Ausarbeitungen des Schmidtschen Kulturbegriffs noch eher selten finden lassen. Erst in den letzten Jahren wurden erste Auseinandersetzungen erörtert (vgl. etwa Göttlich 1997, Jacke 2001b, Sandbothe 2003 und C. Winter 2003) und Modifikationen (vgl. vor allem Jünger 2002) vorgenommen.

2 Dazu im Anschluss Genaueres (vgl. Kapitel 4.2 und 4.3).

gumentation zu finden, die diese beiden Gruppen von Ansätzen in einer eigenen, sehr weiten bzw. abstrakten Kulturbegrifflichkeit integriert.

Da man den Namen Siegfried J. Schmidt vor allem im deutschsprachigen Raum immer wieder mit erkenntnistheoretischen Überlegungen zum Konstruktivismus verbindet, sei hier eine kurze Vorbemerkung erlaubt: Weil es in den vorliegenden Erläuterungen um eine Systematisierung und Entwicklung von Konzepten von Kultur geht, fallen hier Schmidts umfassende Entwürfe zu den wissenschaftstheoretischen, transdisziplinären Diskursen des Konstruktivismus im Allgemeinen[3] einschließlich jüngster Modifikationen[4] weniger ins Gewicht. Die Diskursstränge zu den unterschiedlichen Konstruktivismen und ihr Durchlaufen der verschiedenen Disziplinen kann hier aus forschungsökonomischen Gründen nicht weiter angerissen werden. Die Ansätze empfehlen sich zwar als voraussetzbare Grundlagen der Positionierung seines Kultur-Konzeptes, scheinen aber für die Überlegungen zum Kulturprogramm nicht zwingend erforderlich.

Schwerpunkt soll hier zunächst ein kurzer historischer Abriss der deutschsprachigen Medienkulturwissenschaft sein. Dieser lässt sich hier besonders gut an die Person Schmidts und seine Reflexionen über Kultur koppeln. Medienkulturwissenschaft wurde erstens deshalb ausgewählt, weil diese ‚Superdisziplin' die zentralen Kategorien beinhaltet, die für die wissenschaftliche Beobachtung von Medienkultur notwendig sind,[5] zum zweiten, weil eine deutschsprachige Medienkulturwissenschaft, wie noch im Verlaufe dieses Kapitels zu zeigen sein wird, mannigfaltige Ähnlichkeiten (nicht nur in den zu beobachtenden Phänomenen und Phänomenbereichen) zu diversen Ansätzen der *Cultural Studies* aufweist, insbesondere zu denjenigen, die sich mit Produktionen und Rezeptionen in den Medien beschäftigen (z.B. bei Kellner).

Wie also entwickelte sich ‚die' Medienkulturwissenschaft?[6] Der wohl größte Einfluss auf diese bis heute kaum institutionalisierte Disziplin resultiert sicherlich aus einer Neuorientierung der germanistischen Literaturwissenschaft seit den frühen 1960er Jahren. Diese bestand laut Schmidt in der wachsenden Aufmerksamkeit für experimentelle Texte außerhalb des bis dato zur Verfügung stehenden Kanons. Bestimmte, nicht zwingend aus der Literaturwissenschaft heraus entstehende theoretische Ansätze lenkten ihr Augenmerk zunehmend auf vermeintlich widerspenstige Texte und deren Medialität und erprobten an diesen Phänomenen und ihren Kontexten die

3 Vgl. hierzu und insbesondere unter Berücksichtigung neurobiologischer und weiterer naturwissenschaftlicher Beobachtungen Schmidt 1987a, 1992c, 1993 und zu einem generellen Überblick Jensen 1999.

4 Vgl. Schmidt 1998a, 2000b: 13-69, 2003a.

5 Je nach Teilbereich der Gesellschaft und auch der Medien können dann natürlich Spezialwissenschaften unterstützend kooperieren, wie beispielsweise im Falle der Musikclips die Medien-, Kultur-, Kunst- und Musikwissenschaften (vgl. Jacke 2003).

6 Die Setzung von Anführungszeichen soll darauf hinweisen, dass es eine solche Superdisziplin bisher noch nicht institutionalisiert gibt. Die folgenden Abhandlungen zur Entwicklung der Medienkulturwissenschaft im Deutschsprachigen beziehen sich stark auf Schmidt 2002b, 2003b.

Problemlösungskompetenz ihrer Überlegungen.[7] Das Eindringen dieser zuvor für die Literaturwissenschaft eher randständigen Positionen in den disziplinären „Mainstream" (Schmidt 2002b: 4) polarisierte folglich eine ganze Fachrichtung in Anhänger der neuen Ansätze (Avantgardisten) und Verächter dieser Irritationen (Traditionalisten). Da das Wissenschaftssystem deutlich an seine Institutionen, eben Universitäten, Fakultäten, Fachbereiche und Fächer, aber auch private Institute, Hochschulen, Akademien und Fachhochschulen gebunden ist, erscheint es nur allzu konsequent, wenn eine Verankerung der neuen Ansätze nur durch den berühmten Marsch durch die Institutionen errungen werden kann. Ganz Ähnliches galt auch, wie gesehen, für die *Cultural Studies*, die schwerpunktmäßig sogar aus dem außeruniversitären Bereich heraus starteten und erst mit einer Ansiedlung an den Hochschulen (z.B. das *CCCS* an der Universität Birmingham) eine diskursbeeinflussende Macht erlangten.

Vergleichbar erging es – dieses Mal nur gewissermaßen aus dem ‚Luxus' einer Startposition aus dem Diskurs und den Institutionen heraus und analog zum Beginn der Kritischen Theorie Frankfurter Prägung – den genannten Neuorientierungen in der Germanistik bzw. Literaturwissenschaft: „Wie so oft kam nun alles darauf an, ob die Neutöner Institutionalisierungschancen bekommen oder sich erkämpfen können würden und an welcher Universität sie sich würden positionieren können." (Ebd.) Diese Positionierungen sind unwiderruflich an Personen gekoppelt. Und so, wie es für die *Frankfurter Schule* und auch die *Cultural Studies* einige einflussreiche Namen und ‚Gründerväter' gibt, spielen auch für die Diskussionen um Neuorientierungen in der deutschen Germanistik und speziell Literaturwissenschaft in den 1960er Jahren Namen eine zentrale Rolle. Der Gründungssenator der Universität Gesamthochschule Siegen, Helmut Kreuzer, selbst Literaturwissenschaftler und erster Sprecher des einflussreichen Siegener *Sonderforschungsbereichs Bildschirmmedien* der *Deutschen Forschungsgemeinschaft*, befand sich zu jener Zeit nicht nur in einem Netzwerk jener randständigen Positionen (also etwa in Freundschaft und Kooperation zum bekannten Philosophen, Kybernetiker und Textheoretiker M. Bense), sondern entwickelte selbst in seinen Veröffentlichungen ein Interesse an kultur- und vor allem sozialwissenschaftlichen Fragestellungen.[8] Natürlich wurde der u.a. durch Kreuzer eingeleitete Etablierungsversuch durch die gesamtgesellschaftlichen Kontexte mit bestimmt. Kunst und Literatur wurden insbesondere En-

7 Dies waren seinerzeit etwa Textlinguistik, Zeichentheorie oder Kybernetik.

8 Vgl. dazu vor allem Kreuzers wegweisende Studie zur Boheme als Abfallprodukt des Bürgertums in Literatur, Ökonomie, Wissenschaft und allgemein Gesellschaft (1968). Hier wendet sich Kreuzer deutlich von einer reinen literaturwissenschaftlichen Betrachtung literarischer Werke, sprich Texte im engen Sinne, ab. Zu Konvergenzen zwischen künstlerischer Avantgarde und jugendlichen Subkulturen unter Berücksichtigung von Kreuzers Überlegungen vgl. Schwendter 1993 und 1996. Schwendter (vgl. 1993: 9-12) nennt wiederum en passant Marcuse als theoretischen Wegbereiter der Avantgardisierung von Subkulturen zu Opinion Leaders für durch die Massen der Gesellschaft mögliche Veränderungen bzw. Revolutionen.

de der 1960er Jahre in ihrer Funktion für die Gesellschaft ausgiebig diskutiert, Möglichkeiten der Auflösung der Herrschaft des Überbaus ausgelotet. Auch hierin lässt sich eine Parallele zu den politischen Diskussionen zu Beginn der *Cultural Studies* erkennen. Wichtiger als die gesellschaftspolitische Aufgeregtheit um Überbau, Hegemonie und Revolution erscheint in diesem Zusammenhang aus heutiger Perspektive offensichtlich die unvermeidliche Beschäftigung der Literaturwissenschaft mit politik-theoretischen und soziologischen Konzepten. Erst durch diese interdisziplinäre Sichtweise und Offenheit konnte sich eine intradisziplinäre Lebhaftigkeit ausbilden und für Dynamik sorgen. So ging mit einer Integration zuvor eher nicht-literaturwissenschaftlicher Ansätze und einer Ausweitung des Felds der zu analysierenden Texte (Trivialliteratur, Computerlyrik, Comics, Bilder) auch ein zunehmendes Interesse an der Medialität und medialen Vermittlung dieser Texte einher.[9] McLuhans berühmtes Diktum von der medialen Form als eigentlicher Botschaft von 1964 übertrug sich also auch auf die deutschsprachige Literaturwissenschaft und kann als einflussreicher Slogan der folgenden Medienorientierung gesehen werden.[10] Medienorientierung bedeutet hier zum einen die Ausweitung eines werkimmanenten Literaturbegriffs zum Sozial- und Symbolsystem Literatur[11] (vgl. ausführlich Schmidt 1989 und 1991). Zum anderen führt eine Medienorientierung quasi-automatisch die Beachtung benachbarter Konzepte aus Sozialwissenschaft (z.B. Empirie) und Soziologie (z.B. Luhmanns Systemtheorie) mit sich.

Auf Basis dieser Multiperspektivierung schließt sich der vermeintliche Kreis zu anderen Diskurssträngen des soziokulturellen Konstruktivismus. Die Diskurse sind generell offen und über Disziplinen hinausgehend und stellen das Konzept des Beobachters[12] in ihren Mittelpunkt. Beobachter zu beobachten, und zwar durch Beobachter oder Medien (als professionalisierte Beobachter), erscheint zunächst trivial. Derlei Beobachtungen besitzen zunächst eine gewisse Relevanz für den Alltag, für die Medien, können aber nach besonderen Regeln und Offenlegungen – gewissermaßen ‚gezähmt'

9 Zu zahlreichen Beispielen solcher für die Literaturwissenschaft zuvor ungewohnten Texte vgl. Schmidt 1971.

10 Wobei diese oft zitierte Zeile anschließend von McLuhan selbst (McLuhan/Fiore 1967: 26) – wenn auch sicherlich in Reaktion auf den inflationären Gebrauch und die teilweise harschen Kritiken ein wenig augenzwinkernd gemeint – noch einmal deutlich reformuliert und auf die Spitze getrieben wurde: „All media work us over completely. They are so pervasive in their personal, political, economic, aesthetic, psychological, moral, ethical, and social consequences that they leave no part of us untouched, unaffected, unaltered. The medium is the massage. Any understanding of social and cultural change is impossible without a knowledge of the way media work as environments." Vgl. Zur Medienorientierung der Literaturwissenschaft bereits die Beiträge in Kreuzer (Hg.) (1977) (mit Aufsätzen von u.a. H. Kreuzer, K. Hickethier, F. Knilli und H. Schanze) und das Heft 4 der *Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik* von 1972, das sich um den Themenschwerpunkt Trivialliteratur und Medienkunde bemüht (mit Beiträgen von u.a. H. Schanze und J. Schulte-Sasse).

11 Vgl. zum Sozial- und Symbolsystem sensu Schmidt die Erklärungen bei Weber 1999.

12 Vgl. dazu einleitend und im Zusammenhang mit Medien und Kultur Schmidt 2001b.

(vgl. Schmidt 1998a) – auch wissenschaftsrelevant werden. Wissenschaft bedeutet mit Schmidt „explizites Problemlösen durch methodisch geregelte Verfahren" (2003b: 364), welches in Form einer wissenschaftlichen Identitätsbricolage über ein doppeltes Differenzmanagement gegenüber Nicht-Wissenschaft und zu anderen Disziplinen abläuft.[13]

Hier ähneln sich Ansätze der *Cultural Studies* und der soziokulturelle Konstruktivismus von Schmidt erneut: Es gibt keinen fixen Kanon zu beobachtender Gegenstände in der Wissenschaft – prinzipiell besitzt alles wissenschaftliche Relevanz, die Beobachtung muss allerdings nachvollziehbar und geregelt sein, bzw. Alltagsbeobachtungen werden sehr oft als Phänomene in die Wissenschaft transferiert (*Cultural Studies*). Dass dies im Rahmen der Schmidtschen Argumentation durch einen ganz bestimmten Kulturbegriff ermöglicht wird, soll später noch genauer dargestellt werden (vgl. Kapitel 4.2 und 4.3). An diesem Punkt soll damit zunächst einmal nur die thematische Toleranz eines solchen Ansatzes hergeleitet werden:

„Die Einschätzung der Relevanz der Medien für unsere Gesellschaft kulminiert heute in der Feststellung, dass wir in einer Medienkulturgesellschaft leben. Das klingt spannend, sagt aber erst etwas, wenn wir den dabei verwendeten Kulturbegriff geklärt haben." (Schmidt 2001b: 185)

Anhand der deutlichen Ausweitung zunächst des Literaturbegriffs mit Fokussierung auf das Gesamtsystem Literatur als auch im Besonderen die Rezeptionsseite in Form von Bedeutungszuschreibungen im Zusammenwirken von Aktant und Lesart, Text und Kontext und einer anschließenden Gewichtung der Rolle der Medien legt Schmidt das Fundament für spätere Anwendungen auf seinen Medien- und Kultur-Begriff. Der Ansatz bleibt – im Übrigen auch der Wissenschaftsbegriff Schmidts – stets kongruent. Offene Thementoleranz gilt dabei als ebenso notwendig wie präzise Theoriesystematik und -anwendbarkeit.

Die Diffusion der Ansätze von Schmidt und Begleitern in die deutschsprachige Literatur- und Medienwissenschaft konnte nur über eine gewisse Institutionalisierung verlaufen, und so entwickelten sich eigene Teams in Bielefeld, Siegen und Münster, die diesen Ansatz im weitesten Sinn weiter verbreiteten, wobei Schmidt selbst (2002b: 14-15) die Bielefelder Phase unter dem Schlagwort *Interdisziplinarität*, die Siegener unter dem Begriff *Empirisierung* und die Münsteraner als *Medienorientierung* beschreibt – immer unter dem Aspekt der gegenseitigen Überlappungen.[14] Interessant an diesen

13 Vgl. grundlegend Schmidt 1998a und für die Kommunikationswissenschaft Schmidt/Zurstiege 2000a: 32-50.

14 Für die Siegener Phase erscheint neben der Entwicklung einer Empirischen Literaturwissenschaft die Medienorientierung innerhalb des *Sonderforschungsbereichs 240 Bildschirmmedien* als prägend. Vgl. zu einem kurzen Überblick über den Sonderforschungsbereich Schanze 2002. Vgl. zur Medienorientierung der Literaturwissenschaft auch Rusch 2002 und Viehoff 2002, der nicht ganz korrekt eines der Hauptwerke Schmidts (1994b) mit „Kognitive Autonomie und soziale Kontrolle" (Vie-

Diffusionen ist eine gewisse Verbreitung der Ideen hinein in die verschiedenen Disziplinen, ohne wiederum in einem dieser Fächer zum Paradigma zu werden. Schmidt spricht bezogen auf den Zustand der deutschen Germanistik von einem glücklichen Scheitern und dementsprechend fehlgeschlagenem dialektischen Schicksal im Sinne Horkheimers und Adornos: „Die hier geschilderten Realisationsmöglichkeiten sind bekanntermaßen nicht zum Mainstream der Germanistik geworden." (Ebd.: 13)[15]

Sicherlich findet sich auch heute noch in weiten Teilen unterschiedlicher Disziplinen, die sich mit Medien beschäftigen (z.B. Buch-, Theater- oder Filmwissenschaften) eine Konzentration auf das Werk. Doch lassen sich mannigfaltige Überlegungen in Richtung System als auch in Differenz zu benachbarten Angeboten und abschweifend von einer feststehenden Identität eines (literarischen, medialen) Werkes oder Kanons beobachten. Zur Entwicklung einer literaturwissenschaftlichen Medienwissenschaft als Medienkulturwissenschaft sensu Schmidt (2003b) gesellt sich dann ein weiterer wichtiger Aspekt:

„Eine glaubwürdige und ernsthafte Medienorientierung würde voraussetzen, sich gründlich mit den Theorien und Methoden der Kommunikations- und Medienwissenschaften auseinander zu setzen, um dann aus der Differenz zu Theorien und Methoden der Literaturwissenschaft begründete Entscheidungen für die Wahl des zu bearbeitenden Problembereichs und die Verfahren der Problemlösung treffen zu können." (Schmidt 2002b: 13)

Diese Öffnung in Richtung sozialwissenschaftlicher Kommunikationswissenschaft und empirischer Medienforschung erfolgte nicht nur durch den besagten Sonderforschungsbereich in Siegen, sondern auch durch ein 1990 gemeinsam mit den Münsteraner Kommunikationswissenschaftlern K. Merten und S. Weischenberg konstituiertes Funkkolleg *Medien und Kommunikation*.[16] Darin wurden die Begriffe Medien und Kommunikation sowohl auf interpersonaler als auch auf massenmedialer Ebene diskutiert und deren Verbreitung in der Gesellschaft auch an bis dato für Literatur-, Kultur- und Kommunikationswissenschaft neuen Themengebieten wie *Gender Studies* oder Starkultforschung exemplifiziert. Umstritten war dieses Funkkolleg angesichts der Tatsache, dass Kritiker in ihm eine Art Dogmatisierung der

hoff 2002: 34) betitelt. *Orientierung* verdeutlicht Schmidts Perspektive jedoch besser als *Kontrolle*, die doch sehr nach Motivverdacht gegenüber der Umwelt klingt.

15 Dies könnte zunächst wiederum ganz dialektisch als Aufwertung der eigenen Position im Sinne einer popkulturellen Unabhängigkeit vom *Mainstream* aufgefasst werden. Doch meint Schmidt hier sicherlich eine gewisse, produktive Sperrigkeit, die verhindert, dass derlei Konzepte vom wissenschaftlichen *Mainstream* dialektisch assimiliert und verbraucht, heißt also, auch eines Tages verworfen werden.

16 Vgl. als Übersicht den daraus emergierten Sammelband von Merten/Schmidt/Weischenberg (Hg.) (1994) mit Beiträgen von Kommunikations-, Medien-, Literatur-, Publizistikwissenschaftlern, Soziologen, Pädagogen und Psychologen. Der Band war lange Zeit die einzige interdisziplinäre Einführung in die Kommunikationswissenschaft.

konstruktivistischen Perspektive im Rahmen der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft sahen, während Befürworter das Kolleg in seiner Vielfalt eher als Beispiel für interdisziplinäres Arbeiten von unterschiedlichen Wissenschaftlern für ein transdisziplinäres Studium neuer Studenten der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, aber auch außeruniversitär Interessierter und sich Weiterbildender einschätzten.[17]

Der Wandel einer gewissen Sparte von Literaturwissenschaft in Richtung Medienkulturwissenschaft signalisiert also nicht nur eine Abkehr von der reinen Werk- und Kanonkonzentration, sondern auch einen Wandel der daran gekoppelten Konzepte von Kultur und Medium. Für die sich ebenso stetig wandelnde Kommunikationswissenschaft, die sich ihrerseits aus einer Zeitungs- und Publizistikwissenschaft entwickelt hat, war dies von großem Interesse, da die Kommunikationswissenschaft sich in ihren Schwerpunkten ebenfalls entgrenzte, heute längst nicht mehr nur auf Presse und Journalismus bezogen operiert und ihre Stärken in der Theorie- und Methodenkombination präsentiert (vgl. Schmidt/Zurstiege 2000a: 32-50). Medienkulturwissenschaft bedeutet heute eine wechselseitige Prosperität der Medien- und Kommunikationswissenschaft, wobei erstere klar aus den Literaturwissenschaften und letztere ebenso deutlich aus den Sozialwissenschaften gespeist wird. Doch diese Ursprünge sollen nun nur noch als Quellen der Geschichten und Diskurse um die Stränge dienen, denn mit einer Medienkulturwissenschaft kristallisiert sich zusehends eine ‚Superdisziplin' heraus, die keine Berührungsängste vor fremden Fragestellungen, Theorien und Methoden hat, da sie überlegt und begründet alles nutzen kann, was zur Formulierung von Problemstellungen im Zusammenhang mit Gesellschaft, Kultur, Medien und Kommunikation beitragen kann.

Überträgt man McLuhans Ende der Gutenberg-Galaxis auf ein Ende bürgerlicher Hochkultur, wird der dringende Bedarf an neu orientierten Inhalten und Konzepten einer Medienkulturwissenschaft noch einmal deutlicher. Erst dadurch wurden Themenfelder wie Trivial-, Pop-, Sub- oder Minderheitenkulturen wissenschaftlich relevant (vgl. Schmidt 2003b: 352), die dies politisch und gesellschaftlich längst waren. Dieser Umbau traditioneller ästhetischer Form- und Wertvorstellungen und diese Korrosion eines bildungsbürgerlichen Kanons wurde in Deutschland durch medienorientierte Literaturwissenschaftler wie W. Faulstich, K. Hickethier, F. Knilli, H. Kreuzer, H. Schanze und S.J. Schmidt, die heute als Medienkulturwissenschaftler eingeordnet werden können, vorbereitet. Auf der anderen Seite, der kommunikationswissenschaftlichen, bedurfte es im gleichen Zug sicherlich einiger thematischer und methodologischer Offenheit. Somit und gewiss auch durch ganz bestimmte Berufskrisen im Bereich der Literatur und Engpässen für Literaturwissenschaftler wurde ein übergreifender Zusammen-

17 An der Erreichbarkeit und Zielgruppe lässt sich durchaus eine Parallele zum wissenschaftspädagogischen Hintergrund der frühen britischen *Cultural Studies* erkennen; die Themenemanzipation erinnert vor allem an spätere englische, amerikanische und australische *Cultural Studies*.

schluss nahezu provoziert,[18] der allerdings nur selten statt fand und meist eher unsystematisch blieb,[19] weswegen der Soziologe und Systemtheoretiker Baecker (2001: 77) von der Kulturwissenschaft – und hier könnte man problemlos Medienkulturwissenschaft einsetzen – als „garbage can" spricht und das vermeintliche Fach vom Virus der im wahrsten Sinne des Wortes Disziplinlosigkeit befallen sieht. Doch gilt es, diesen Mülleimer benachbarter disziplinärer Blinder Flecken zu systematisieren, was in der Regel entweder über eine Umorientierung und -etikettierung der kultur- und medienwissenschaftlichen Zweige hergebrachter Disziplinen oder durch die Statuierung und Einforderung einer Metawissenschaft sensu Faulstich (2000a: 133) oder Integrationswissenschaft sensu Schmidt (2003b: 353) geleistet wird.

Folgt man den Argumentationen der so eben genannten beiden Forscher, so wird Kulturwissenschaft zu oft mit allen (Teil-)Disziplinen konnotiert, die sich mit Kultur beschäftigen. An die Stelle fehlender Konzeptionen und überzogener Verschlagwortungen müssen demnach eigene, klare Entwürfe treten. Verwendet man, wie später noch ausgeführt wird, einen weiten Kulturbegriff, so ergibt sich neben dem ohnehin schon vorhandenen Autologie-Problem, über Kultur auf Folie von Kultur zu diskutieren, nun auch noch das Tautologieproblem: Welche Disziplin befasst sich demzufolge nicht mit Kultur als Lebensweise? Oder verschwindet die Kultur als (wissenschaftlicher) Begriff gar ganz aus universitären Beobachtungen, da sie unbeobachtbar oder besser in ihrer Anwendung unsichtbar unter allen Lebensweisen lagert? Schmidt folgert daraus, dass wir „eine klare Problemstellung, die Einführung verwendungsstabiler Grundbegriffe sowie eine Lösung des Autologieproblems" (ebd.: 353) benötigen und arbeitet genau deswegen seit geraumer Zeit an einem eigenen, integrativen, autologiesensiblen Verständnis von Medienkulturwissen-schaft.[20] Den Kern seiner Vorschläge bildet dabei immer wieder folgender pointierter Gedanke:

„Medienkulturwissenschaft ist nicht fixiert auf einzelne Medienangebote oder bestimmte kulturelle Phänomene, sondern versucht, die Mechanismen zu ergründen, die unseren Umgang mit solchen Phänomenen bestimmen, die wir aus guten Gründen für kulturelle Phänomene halten, und dabei möglichst genau die Rolle der Medien zu explizieren." (Ebd.: 353)[21]

18 Bleibt zu fragen, ob die Kommunikations- und Medienwissenschaft in Zeiten verschärfter Medienkrisen ein ähnliches Schicksal zur Neuorientierung ereilen wird.

19 Vgl. für einen durchaus vernetzten Überblick über Einzelmedien und deren Geschichten und Theorien die Beiträge in Schanze (Hg.) (2001).

20 Vgl. dazu in letzter Zeit Schmidt 1999c, 2000b, 2002a, 2002c und 2003b.

21 Angewendet wurde das Kulturkonzept von Jünger (2000 und 2002) auf Prozessualisierung, auf Unternehmen von Dungs (2003), auf die Werbung vor allem von Zurstiege (2003a und 2003b), auf den Zusammenhang zwischen Werbung und Musik von Jacke/Jünger/Zurstiege (2000) und auf Musikclips von Jacke (2003).

Diese Überlegungen von Schmidt[22] betonen die wichtige Rolle, die eine sich neu orientierende Literaturwissenschaft für die Medienkulturwissenschaft spielen kann, und bedeuten keinesfalls eine Auflösung bisheriger literaturwissenschaftlicher Disziplinen. Genau mit diesem Argument sollten Ansätze der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft ebenso an eine Medienkulturwissenschaft andocken. Nur so könnte eine disziplinäre Konkurrenz verschiedener Medienorientierungen zu einer produktiven ‚Superdisziplin' mit Makroperspektive verquickt werden, die mit Jünger behutsam transdisziplinär vorgeht:

„Eine Kulturbeschreibung, so könnte man vorerst zusammenfassen, die mehr leisten will als eine disziplinspezifische Operationalisierung in Form einer präzisierenden Beschreibung von Kultur, tut gut daran, eine transdisziplinäre Perspektive zu suchen und sich dabei so weit wie möglich von der Zurechnung zu tradierten Mutterdisziplinen zu lösen." (Jünger 2002: 12)

Diese Kulturbeschreibung(en), die sich wiederum mit dem Autologieproblem arrangieren müssen, selbst im Rahmen von Beschreibungskultur(en) abzulaufen (vgl. ebd.: 9-14, Schmidt 2003b: 366 und auch bereits Lindner 1985 sowie Williams 1972), müssen ein Layout auf der Grundlage dieser Autologie und Selbstreferentialität ausbilden und scheinen eben genau deswegen besonders gut geeignet für die Analyse von gleichsam autologischen und selbstreferentiellen Analysen von Medienselbstbeobachtungsgesellschaften. Deswegen ist hier auch die Rede von einer ‚Superdisziplin' Medienkulturwissenschaft, die mit Schmidt als „Interaktionsplafond" (2003b: 366) für alle Disziplinen dient, die sich mit Medien und Kultur auseinandersetzen. Unterhalb dieses Plafonds muss ein Grundlagenwissen auf den Bereichen der Kognitions-, Kommunikations-, Medien- und Kulturtheorie erfolgen, an das sich dann Spezialwissen unterschiedlicher Art und einzelwissenschaftliche Phänomenbetrachtungen koppeln lassen.

Medienkulturwissenschaft untersucht Fragestellungen im Zusammenwirken von Wirklichkeit(smodellen), Kultur(programmen) und Medien(systemen) in unserer Gesellschaft.[23] Dabei unterteilt Schmidt in folgende Teilbereiche von Medienkulturwissenschaft: Medienepistemologie, Medienhistoriographie, Medienkulturgeschichte, Trans- und Interkulturalitätsforschung. Für eine intrakulturelle Ausdifferenzierung, wie sie in der vorliegenden Arbeit vorgenommen wird, erscheint eine analytische Konstituierung des Teilbereichs der Intrakulturalitätsforschung notwendig. Studiengänge, die im weiten Sinne an einer solchen Medienkulturwissenschaft ori-

22 Diese erinnern nicht nur an die eingangs der vorliegenden Arbeit geäußerten Ausführungen Welschs zur Transkulturalität von Medien- bzw. Popkultur, sondern situieren ihre Apelle für übergreifende ko-orientierende wissenschaftliche Beobachtungen, Problemlösungssensibilitäten und Forschungsflexibilität auf einer wissenschaftstheoretischen Linie mit Forderungen einiger Vertreter Kritischer Theorie (z.B. Löwenthal) und vor allem der *Cultural Studies* (z.B. Kellner).

23 Zur genaueren Bestimmung dieser Termini vgl. Kapitel 4.2 und 4.3.

entiert und als Fach verankert sind, finden sich derzeit an den Universitäten in Halle-Wittenberg, Siegen, Lüneburg, Hamburg und Münster.[24] So sehr man aber versucht, ‚eine' Medienkulturwissenschaft an Personen, Institutionen oder Disziplinen festzuzurren, so nachdrücklich sollte doch auch auf eines hingewiesen werden: Die „Differenz, die ihre Identität stiftet, erwirbt und behält medienkulturwissenschaftliche Forschung durch ihre Problemlösungskapazität und nicht durch disziplinäre Organisation." (Ebd.: 368) Und diese Möglichkeiten der Problemerkennung und -benennung benötigen einen

„hinreichend abstrakten deskriptiven Kulturbegriff, um nicht nur kulturelle Phänomene, sondern um den generativen Mechanismus für die Erzeugung für kulturell gehaltener Phänomene in allen Bereichen der Gesellschaft von der Subkultur bis zur Unternehmenskultur analysieren zu können." (Ebd.)

Dieser Begriff und das dahinter stehende Prinzip sollen im Anschluss ausführlich erläutert und auf die Ebenen *Main* und *Sub* bezogen beobachtet und ausgewertet werden.

4.2 *Main*: Betriebssystem des Kulturprogramms

„Nicht der Schuh, der Genuss des Schuhs wird das Konkrete. Nicht das Dingliche des Schuhs, sondern das Informative an ihm ist das Interessante. Der Wert verschiebt sich vom Ding auf die Information: Umwertung aller Werte." (Flusser 1989: 186)

Kultur ist im Sinne des tschechischen Kommunikations- und Medienphilosophen V. Flusser als Unding zu bezeichnen, dessen Software in der letzten Zeit für professionalisierte Beobachter offenbar wichtiger geworden ist als die Hardware. Nun folgert Flusser daraus eine Rückkehr zu Sachen, in dem aus den Undingen die Sachen selbst wieder abstrahiert werden.

Warum dieser kleine Exkurs? Weil im Bezug auf Kulturbeschreibungen generell eine ähnliche Entwicklung zu beobachten ist: Vom Greifbaren zum Begriff und vice versa. Wenn sich auch sicherlich bei den hier behandelten Beschreibungen von Kultur keine Linearität vom Ding zum Unding feststellen lässt. Die Vergeistigung der (hohen) Kultur in den Beobachtungen der

24 Vgl. für einen ersten Überblick über Studiengänge und weitere Institutionalisierungen im Rahmen von Kulturbeschreibung in Deutschland Böhme/Matussek/Müller 2002: 210-246. Ferner ist im Sommer 2002 an der Universität Münster im Rahmen des Studiengangs *Angewandte Kulturwissenschaften – Kultur, Kommunikation & Management* unter der Anleitung von Schmidt das Forschungsprojekt *KKM: die Alternative* angelaufen, welches um eine Erhebung medienkulturwissenschaftlicher Ansätze an deutschsprachigen Universitäten bemüht ist. Vgl. zu diesbezüglichen Neuigkeiten die Homepage des Studiengangs www.uni-muenster.de/kulturwissenschaft.

Denker Kritischer Theorie wurde seitens der *Cultural Studies* zunächst ganz wertneutral profanisiert und konkretisiert, und zwar in mehrfacher Hinsicht: als konkrete politische Motivation, aber auch an konkreten kulturellen Artefakten, Ereignissen, Personen bzw. allgemeiner Phänomenen. Ebenso haben sich wiederum Denker der Kritischen Theorie um einen politischen Kulturbegriff bemüht, der Handlungen provoziert (Marcuse) und Beobachter der *Cultural Studies* um hinreichende Abstraktion des Kulturbegriffs (Kellner, Lull), damit dieser entelitarisiert und damit er der Vorherrschaft des Symbolischen gerecht wird. Trotz dieser divergierenden Mikrotendenzen lassen sich genauso übergreifend über die in der vorliegenden Arbeit angesprochenen drei Gruppen von Kulturbeschreibungen klammernde Abstraktionen erkennen, die ihre Zuspitzung im anschließenden Kulturbegriff des soziokulturellen Konstruktivismus finden (vgl. auch die Tabellen 1 und 2: 268 und 269).

Offensichtlich lässt sich das Unding Kultur zwar an den erwähnten Phänomenen beobachten, es ist damit aber nicht unbedingt gleichzusetzen, denn dadurch würde seine Effektivität für die Gesellschaft nahezu verloren gehen. Wenn die Dinge Kultur sind, wozu dann noch Kultur? Oder, wie D. Baecker im Anschluss an N. Luhmann formuliert, besteht die Leistung der Kultur nicht darin, „Zeichen an die Stelle von Sachen zu setzen, sondern zunächst darin, Sachen auch als Zeichen sehen zu können." (2001: 114) Diese Interpretationen von Dingen sind nach Schmidt wiederum kultürlich geprägt. Die Tendenz zur Entdinglichung innerhalb der Kulturbeschreibungen verweist offensichtlich auf den beschreibungskulturellen Bedarf an hinreichender Abstraktion. Spürbar kann man Kultur selbst nicht *begreifen*, sondern nur beschreiben. Genau dies macht den Ausdruck seit Jahrhunderten so faszinierend. Zudem operieren Kulturbeschreibungen eben stets autologisch, was die (auch wissenschaftliche) Bezauberung des Terminus nur noch zu steigern scheint: „*Kultur ist nur in Kultur als Kultur erfahrbar und beschreibbar.* [Hervorhebung im Original, C.J.]" (Schmidt 2004: 70)

Vernachlässigen wir also – wie auch beim alltäglichen Umgang mit Medien- und vor allem Computertechnologien[25] – die Hardware und werfen wir einen Blick auf die Programme, die uns am Rechner das Arbeiten vereinfachen. Wer weiß schon, wie der Rechner technologisch präzise funktioniert? Wichtiger sind offen*sichtlich* und dementsprechend *sichtbar* die Software und das Design an der Oberfläche. Nur darüber haben wir Zugang zu den Anwendungen. Nach dem Boom der Informationstechnologien ist in letzter Zeit die Diskussion um die semantischen Programme der Technologie-Nutzung wesentlich ins Rampenlicht nicht nur der Trendforscher geraten. Hier werden bereits die Parallelen zu Kultur und Medien deutlich. Wenn Kultur die Software der Wirklichkeitsmodelle bedeutet, so sind die Medien die weit verbreiteten Super-Absorber innerhalb dieser Programme

25 Dieser Vergleich wird uns im Weiteren noch einige Male begleiten.

und Modelle.[26] Wesentlich an der Diskussion um die grundsätzliche Entdinglichung der Kultur oder besser der Beschreibungsinhalte und Metaphern von Kultur erscheint die damit einhergehende Konkretisierung von Kultur als Ergebnis von Medienleistungen, wie sie auch von Kellner (1995) als Medienkultur verstanden wird, und demgegenüber die Konzentration und Abstraktion auf einen prozessorientierteren, basaleren Begriff bei Schmidt.[27] Kultur scheint dort nicht einheitlich, kein Objekt, scheint latent dynamisch, in Bewegung und eine ständig mitlaufende Relation zu sein, die zwischen kognitiver Autonomie und sozialer Orientierung des Individuums qua Kommunikation und Medien vermittelt.

Bevor die Begriffe Medien und Kommunikation anschließend genauer bestimmt werden sollen, beginnen wir mit einer ausführlicheren Beschreibung des allgemeinen soziokulturell-konstruktivistischen Kultur-Konzepts von Schmidt und der dementsprechenden Auseinandersetzung.[28] Vorangestellt wird dieser Gesichtspunkt nicht nur wegen der Bedeu-tung des Kultur-Konzepts für die vorliegende Arbeit, sondern weil sich die Erläuterungen zu Kommunikation und Medien plausibel in und auf der Grundlage von Kultur ausbreiten lassen.

Bereits seit geraumer Zeit,[29] aber in Medien-, Kultur- und Kommunikationswissenschaft noch viel zu wenig beachtet, diskutiert Schmidt sein Konzept von Kultur als Programm. Dieses ‚Betriebssystem' der Gesellschaft ist aus soziokulturell-konstruktivistischer Perspektive vonnöten, um die

---

26 Wobei die Software-Metapher nicht lupenrein auf Kulturprogramme übertragbar ist. So etwa können sich Betriebssysteme nicht selbst verändern und so steht zwischen Hard- und Software noch die Programmiersprache. Allerdings – diesen Hinweis verdanke ich Anselm Nölle – streiten Mathematiker vor allem im Rahmen der Diskussionen um künstliche Intelligenz als simulierte Intelligenz über die analytische Trennung von Hard- und Software und über die Möglichkeiten der Selbstgenerierung der Programme (vgl. dazu statt anderer Singh 2003). Der Gedanke der Entdinglichung lässt sich im Übrigen mit Flusser beinahe endlos weiterspinnen: Nicht nur die Kulturbeschreibungen werden abstrakter, auch der Hort verdinglichter Produktion, das Proletariat, schwindet zugunsten zunehmender Bedeutung von Administration und Information. Auch Revolten, Kriege und Terrorismen verschieben sich immer mehr auf die virtuelle bzw. symbolische Ebene der Gesellschaften. Also gilt es nun, eine Ordnung dieser Ebenen zu identifizieren, um es mit Schmidt auszudrücken: Kultur als „Ordnung symbolischer Ordnungen" (Schmidt 1994b: 202). Und aus dieser Abstraktion heraus werden wiederum die Sachen, die konkreten Geschehnisse bedeutender, was sich an den zahlreichen Diskussionen um den Kampf der Kulturen, den 11. September 2001 und die damit zusammenhängenden zunehmenden Fundamentalismen etc. erkennen lässt.

27 Dies betont auch Göttlich (1997) in seiner Gegenüberstellung der Medienkulturbegriffe von Schmidt und Kellner. Allerdings werden entscheidende Aspekte des Schmidtschen Verständisses von Medien, Kultur und Kommunikation verkürzt oder falsch interpretiert, wenn Göttlich etwa ‚den konstruktivistischen' Medienbegriff als auf Vorstellungen von „Medien als Kanälen, Leitungen usw." (ebd.: 15) basierend missversteht. Vgl. darüber hinaus zu einem ersten Überblick über Beschreibungen von dynamischer Kultur innerhalb der Soziologie W. Gebhardt 2001: 46-47.

28 Wegen der Weite des Begriffs werden diese Erläuterungen hier auch zunächst unter der Ebene *Main* abgefasst.

29 Vgl. insbesondere Schmidt 1992a: 67-132, 1992b, 1994b: 202-260, 1994c, 1996, 2000b, 2000c und 2004: 70-107.

Grundoperation aller kognitiven und kommunikativen Systeme, das Benennen und Unterscheiden gewissermaßen vorbewertend weiter verarbeiten zu können. Diese grundlegenden Unterscheidungen sind mit Schmidt (2001b: 185) sowohl evolutionär als auch sozialisatorisch basiert und werden durch Sprachen als differenzsetzende Kommunikationsinstrumente kommunikativ etabliert. Sie sind aber keinesfalls sozusagen das ontologische Surrogat für die Prozessualisierung des Kulturbegriffs:

„[I]ch beginne nicht mit der Behauptung bestimmter ontologischer Größen wie Kategorien und Differenzierungen, sondern der Prozess der Orientierung im semantischen Raum schafft sich gewissermaßen seine eigene Ontologie qua Voraussetzung seiner Setzungen und Setzung seiner Voraussetzungen." (Schmidt 2004: 73)

Aus den Kommunikationen und Interaktionen entstehen im Laufe der Geschichten Wirklichkeitsmodelle von Aktanten, Gruppen, Gemeinschaften und Gesellschaften. In den Interaktionen zwischen Aktanten wird der Umgang mit für wichtig gehaltenen Handlungs- und Bezugnahmebereichen durch diese kognitiv autonomen und zugleich sozial abgeglichenen Wirklichkeitsmodelle strukturiert und systematisiert. Demnach sind Wirklichkeitsmodelle subjektabhängig, aber nicht subjektiv, nur individuell wahrnehmbar, nicht aber willkürlich. Die Modelle werden ‚gefüllt' mit Umwelten und deren Ressourcen und Gegebenheiten, anderen Aktanten in diesen Umwelten als potentielle Interaktionsgegenüber, durchstrukturierten Vergesellschaftungsformen wie Institutionen oder Organisationen, Gefühlen und deren Stellenwert (emotionale Orientierungen), Ausdrucksmöglichkeiten, Ansprüchen bzw. Einschränkungen und schließlich moralischen Orientierungen in Form von Werten, die vorausgesetzt/erwartet, zugelassen/verboten sind (vgl. Schmidt 2003a: 35). Die Wirklichkeitsmodelle werden einerseits als Sinnorientierungsrahmen vorausgesetzt, gleichzeitig andererseits in jeder Handlung wieder bestätigt und somit am Laufen gehalten. Die erwähnten Sinnorientierungen bezeichnet Schmidt als operative Fiktionen und somit sozial relevante Orientierungsorientierungen, von denen wir stillschweigend annehmen, dass sie von allen anderen geteilt werden (vgl. Schmidt 2004: 72-73). Die virtuellen Wirklichkeitsmodelle werden also kognitiv autonom und zugleich sozial an besagten Fiktionen orientiert konstruiert und etabliert. Sie können demnach als über gegenseitige Erwartungserwartungen und Unterstellungsunterstellungen konzipierte Vorstellungen von kollektivem Wissen der Mitglieder eben jener Gruppen, Gemeinschaften oder Gesellschaften angelegt werden. Aufgrund dieser unterstellten Gemeinsamkeiten können dann Interaktionen koorientiert werden. All dies geschieht mit Hilfe der Generierung „für essentiell gehaltener Unterscheidungen[.]" (Schmidt 2001b: 185) Man könnte diese virtuellen Wirklichkeitsmodelle in ihrer gegenseitig unterstellten Gemeinsamkeit mit dem ghanaischen Philosophen K. Wiredu (2001: 86) als mögliche kulturelle Universalie bezeich-

nen. Der Mensch ist demnach ein Regeln befolgendes Tier, Sprache nichts als ein Arrangement aus Regeln. Sprache, Wissen, Kommunikation und Interaktion sowie Methoden des Weiterreichens dessen sichern dann soziale Formen und traditionelle Überzeugungen und Handlungsweisen einer menschlichen Gruppe. Die Regeln und Bräuche wiederum werden im weitesten Sinne sprachlich aufbereitet und dann allerdings ganz kontingent bewertet, womit die Bedeutung der Möglichkeit von Sprache deutlich wird.

Diese Unterscheidungen operieren in Dimensionen, die große Themenfelder des kollektiven Wissens bilden und werden im Zuge gesellschaftlicher Entwicklung als Gegensatzpaare (Differenzen) formuliert (vgl. Schmidt 1994b: 229-247). Dieses Netzwerk von fundamentalen Differenzen (wirklich/nicht-wirklich, gut/schlecht, schön/hässlich, oben/unten, links/rechts, männlich/weiblich etc.), welche innerhalb der meisten Gesellschaften auftauchen, und seine einzelgesellschaftliche Ausgestaltung lassen im Laufe der Zeit die beschriebenen Wirklichkeitsmodelle innerhalb von Gruppen entstehen.

Über das kategoriale Modell hinaus wird dann eine Art Programm der semantischen Interpretationen, welches von Schmidt Kultur genannt wird,[30] benötigt; durchaus, wie schon erwähnt, im weiten Sinne von angewendeter Computer-Software neben der biologischen Hardware des Zentralen Nervensystems (ZNS).

„Die Emergenz von Kulturprogrammen im Wirkungszusammenhang mit Wirklichkeitsmodellen *läuft an* [Hervorhebung im Original, C.J.] mit der Wahrnehmung als Grundlage des Handelns. In der Wahrnehmung als Form von Bezugnahme muss Etwas als Etwas wahrgenommen werden, das heißt, Etwas wird als etwas Benennbares (Tier oder Mensch), damit als etwas Bewertbares (freundlich/feindlich, hilfreich/schädlich) und damit als etwas in seiner Relevanz Einstufbares (wichtig/unwichtig) [zentral/peripher, C.J.] wahrgenommen. Die Bestimmung von Etwas als Etwas wird für Menschen in Gruppen vorgenommen. Damit bilden sich Bezugsrahmen für Benennbares, Bewertbares und Einschätzbares heraus, die für alle Aktanten der Gruppe gelten und ihnen soziales, d. h. auf andere Aktanten und auf gemeinsame Sinnrahmen bezogenes Handeln erlauben. Während die Kategorien und semantischen Differenzierungen das Wirklichkeitsmodell aufspannen, liefert das Kulturprogramm die gesellschaftlich relevante Ordnung der Bezugnahmen in Gestalt der semantischen Verknüpfungen der Komponenten, ihrer affektiven Besetzung und moralischen Bewertung." (Schmidt 2004: 106)

30 Schmidt gab in seiner Einzelveranstaltung *Medienkultur* am *Institut für Kommunikationswissenschaft* der *WWU Münster* im Sommersemester 1996 am 20.05.1996 das anschauliche Beispiel, dass *dass* wir essen ein biologisches, *wie* wir essen aber ein kulturelles Problem sei. „Nicht das Was, aber das Wie regelt die Kultur, nämlich den Modus der Beobachtung zweiter Ordnung." (Baecker 2001: 122)

Fünf Kriterien sind mit Schmidt für die Identifikation von Kulturprogrammen konstituierend:

1. *Stabilisierung*: Aus Konstanz von Deutungen und Bewertungen können sich Schemata herausbilden, die wiederum in zukünftiges kollektives Wissen überführt werden können.
2. *Etablierung*: Herausbildung von für individuelle und soziale Identität unverzichtbaren Strukturen und Traditionen in Reproduktions- und Sozialisationsprozessen.
3. *Dynamisierung*: Durch Reflexivität basierend auf dem Paradoxon, dass das Programm Ergebnis und Konditionierung zugleich bedeutet und eben Aktanten als Vorschrift bindet, deren Anwendungen wiederum zur Veränderung dieser Vorschrift führen.
4. *Relativierung*: Kontingenzerfahrung von Kulturprogrammen wird durch Beobachtungen zweiter Ordnung und Latenzbeobachtung[31] in Mediengesellschaften veralltäglicht.
5. *Transzendenz*: Zwangloser Zwang der Transkulturalität von Kulturprogrammen durch Globalisierungstendenzen, die sowohl nationale Kulturprogramme peripherer werden als auch im Alltag wirksam bestehen lassen können (Glokalisierung).

Alle Kriterien sind sehr wirksam in den Kulturprogrammen von Pop- bzw. Massenkultur (*Main*) zu beobachten, wenn sich etwa Popmusik transnational orientiert und synchron der Ruf nach nationalen Kontingentierungen einheimischer Popmusik laut wird.[32]

Die Wirklichkeitsmodelle unterscheiden sich zwischen den Gesellschaften nicht so sehr wie das jeweilige kulturelle Programm, um nochmals den Philosophen Wiredu zu Rate zu ziehen:

„In ihren grundlegenden Aspekten sind diese Fähigkeiten [reflexive Wahrnehmung, Abstraktion, Folgerung, Aufbau von Wirklichkeitsmodellen, C.J.] für alle Menschen gleich, unabhängig davon, ob sie in Europa, Asien oder Afrika leben, genau wie die grundlegenden Reaktionen etwa der Frösche in Europa die gleichen sind wie die der Frösche in Afrika. Insbesondere ist das allgemeine Konzept eines Gegenstandes das Gleiche für alle Lebewesen, die zu reflektierter Wahrnehmung fähig sind. Dies folgt daraus, dass alle Lebewesen, die ihren Instinkt durch Wissen ergänzen müssen, eine geregelte Vorgehensweise benötigen, um ihre Gleichgewichte und ihre Selbsterhaltung zu sichern, um Dinge in ihrer Umwelt zu identifizieren und um sie wieder zu erkennen." (Wiredu 2001: 79)

31 Schmidt/Zurstiege (2000a: 206-210) zählen die Latenzbeobachtung zu einer ihrer Konstanten von Medienevolution neben Demokratisierungsversprechen, Kommerzialisierung, Individualisierung, Entkopplung, Intermedialität/Reflexivität und Autologie der Medienforschung.

32 Zu Entwicklungen in der Musikindustrie aufgrund territorialer als auch technologischer Veränderungen vgl. die beachtenswerten Abhandlungen bei Röttgers 2003.

In diesem Sinn gibt es sowohl inter- als auch intragesellschaftlich divergierende Kultur-Programme und nicht ‚die Kulturen' bzw. ‚die Kultur'. Darüber hinaus bildet jedes Kulturprogramm einer Einzelgesellschaft auch seine Unter- oder Teilprogramme, wie zum Beispiel Kunst, Mode oder Musik aus, dazu aber später mehr.

Noch einmal sei betont: Laut Schmidt (2003b: 356-359) funktioniert das Kulturprogramm einer Gesellschaft über die Unterstellung von Sinndimensionen bzw. Themenfeldern, innerhalb derer die Aktanten differenzieren und unterscheiden, dementsprechend also ihre Beobachtungsergebnisse fortlaufend abgleichen und asymmetrisieren, und zwar zwei- oder auch mehrstellig. Ein Beispiel soll diese Codierungsebenen verdeutlichen: Die Themendimension Popmusik unterstellt zunächst in einer Mediengesellschaft wie der deutschen ein ungefähr abgestimmtes kollektives Wissen davon, was mit dem Begriff der Popmusik gemeint ist.[33] Für bestimmte gesellschaftliche Gruppen fungiert diese Dimension als zentral, für andere als eher peripher, womit die Erstcodierung beschrieben ist. Daran anschließend kann dann eine weitere Codierung in gut/schlecht, hoch/trivial, angenehm/unangenehm etc. erfolgen. Ferner können Themendimension wie auch die Codierungen wiederum zu unterschiedlichen Verknüpfungen, Gewichtungen und Bewertungen im Verbund mit anderen Dimensionen führen, welche im weiteren Verlauf der Arbeit noch genauer zu behandeln sind.[34] Durch solche Codierungen mit Hilfe des Kulturprogramms werden Sinnorientierung und Handlungen prinzipiell erst möglich, die sich wiederum auf Verbünde bzw. Netzwerke semantischer Kategorien beziehen, die in der Einzelgesellschaft so etwas wie systematische Ordnung herstellen und Funktionsmöglichkeitenzuweisung ermöglichen.

„Mit Hilfe ihrer spezifischen Differenzierungsnetze oder symbolischen Ordnungen wie z.B. Riten, Mythen, generalisierte Kommunikationsmedien, Makro-Schemata der Diskursorientierung, Kollektivsymbole, Gattungen etc., die als kollektives Wissen produziert werden, überbrückt Kultur die kategoriale Trennung zwischen Kognition und Kommunikation und vermittelt die Autonomie der lebenden Systeme mit der gesellschaftlich erforderlichen sozialen Kontrolle." (Schmidt 2003b: 363)

33 Nimmt man sehr unterschiedliche intragesellschaftliche Gruppen, so zeigt sich, dass wahrscheinlich alle Personen den Begriff kennen, jede(r) jedoch im Einzelnen ganz unterschiedliche andere Themenfelder und Bewertungen damit verbinden würde. Schon hier wird die Kontingenz der Kulturprogrammanwendungen und der Kulturprogramme deutlich.

34 Im Übrigen kann diese Codierung wiederum auf sich selbst angewendet werden, indem die Codierungselemente zentral/peripher selbst wiederum als zentral oder peripher eingeordnet werden, auch hier sind Autologiefallen aufgebaut. Daran anschließend formuliert der Soziologe A. Nassehi (1999: 354-355) nachvollziehbar: „Es gibt keine Möglichkeit, aus dem Reich der Kommunikation und der kulturellen Bezeichnungen, aus dem Zeichenuniversum der Sprache und der Bedeutungen oder wenigstens der Erfahrungen herauszutreten." Und noch pointierter drückt es P. Bourdieu aus: „There is no way out of the game of culture." (Bourdieu, zitiert bei Fowles 1996: V)

Wie sensibel ein solches Dimensionen- oder Kategoriensystem ist, welches kollektiv unterstellt und permanent in Orientierung an Wirklichkeitsmodellen abgeglichen wird, zeigt sich, wenn man den Begriff der „Tabularität" des französischen Wissenschaftshistorikers und -theoretikers M. Serres (1964: 12) zu Hilfe nimmt, der Kommunikation, ganz ähnlich dem Schmidtschen Kulturverständnis, als Netzwerk von sich ständig verschiebenden Determinanten beschreibt, welches sich im Ganzen verändert, wenn einer der Knotenpunkte justiert wird und welches keine klare Hierarchie von oben nach unten aufweist.

„Statt eines eindeutigen Gegensatzes haben wir hier also eine Differenzierung der Determination nach Art und Stärke, wobei jeder Gipfel Ausgangs- oder Endpunkt einer Mehrzahl von Determinationsflüssen ist; das dialektische Argument erfährt damit eine Verallgemeinerung hinsichtlich der Grundlage und der Dynamik seiner Determinationsprozesse." (Serres 1964: 14)

Das Netzwerk von Serres erinnert in groben Zügen auch an das im Rahmen von popkulturtheoretischen Diskussionen inflationär verwendete Rhizom von Deleuze und Guattari:

„Ein Rhizom [...] verbindet unaufhörlich semiotische Kettenglieder, Machtorganisationen, Ereignisse aus Kunst, Wissenschaften und gesellschaftlichen Kämpfen. Ein semiotisches Kettenglied gleicht einer Wurzelknolle, in der ganz unterschiedliche sprachliche, aber auch perzeptive, mimische, gestische und kognitive Akte zusammengeschlossen sind: es gibt weder eine Sprache an sich noch eine Universalität der Sprache, sondern einen Wettstreit von Dialekten, Mundarten, Jargons und Fachsprachen." (Deleuze/Guattari 1992: 17)

Dieser Wettstreit, insofern wären Deleuze und Guattari mit Schmidt und auch Wiredu zu korrigieren, findet aber eben doch auf Grundlage von Wirklichkeitsmodellen und Kulturprogrammen mit Hilfe von Sprache statt.

Wieso ähnelt das kommunikative Netzwerk Serres dem Kulturprogramm Schmidts? Obwohl Schmidt diesen Vergleich mit der Netzwerkmetapher nicht erwähnt, soll doch in seinen Worten eine Antwort gegeben werden:

„Da im Prinzip alle Kategorien mit allen Kategorien verbindbar wären (eine ontologische Ausschlussregel ist nicht erkennbar), sind Selektions- und Kombinationsregeln sowie Kompatibilitätskriterien in Gestalt eines Kulturprogramms erforderlich, die eine dauerhafte Reduktion der Mannigfaltigkeiten von Beziehungen bewirken und damit jeweilige Wirklichkeiten als kontingente Selektionen unendlicher Mannigfaltigkeit entstehen lassen." (Schmidt 2003a: 39)

Schmidt sagt also nicht, dass die Dimensionen des Wirklichkeitsmodells innerhalb von verschiedenen Kulturprogrammen (synchron) und in ihrer Historizität (diachron) starr sind. Im Gegenteil: Die Kategorien und Diffe-

renzierungen sind in ihren jeweiligen Gewichtungen und Bewertungen sehr flexibel und dynamisch. Universelle, unspezifische Kontingenz wird hier durch selektive, spezifische Kontingenz bearbeitet und handhabbar gemacht, also nicht generell Komplexität reduziert, sondern Kontingenz-Overload vermieden durch Kontingenz-Konzentration: „Kontingenz [...] wird hier nicht als Bodenlosigkeit, sondern als Voraussetzung für Beweglichkeit [als Setzung gegenüber Stagnation, C.J.] und Kreativität angesehen." (Ebd.: 44)[35] In ihrer Anwendung auf Grund des Kulturprogramms müssen die Dimensionen, Kategorien und Differenzierungen allerdings lernunwillig und irritationsresistent sein, da sie ja als kollektiv unterstellt unterstellt werden müssen, ansonsten wäre soziale Orientierung und Orientierungsorientierung unmöglich. Das semantische Interpretationsprogramm Kultur zeigt sich parallel dazu prinzipiell lernfähig, sonst gäbe es keinen kulturellen Wandel. Es muss aber ebenso für die aktuelle Anwendung durch Aktanten verbindlich sein und Relevanzen, die Schmidt wiederum in zentral/peripher unterteilt, anbieten. Diese Relevanzen sind kultürlich stark an die jeweilige Gruppe, Gemeinschaft oder Gesellschaft gebunden. Es werden sehr unterschiedliche Bindungskräfte sensu Serres (1964) entwickelt, die divergierende Bedingungskontexte für Veränderungen des Programms bzw. der Programme herstellen. An diesen Ausführungen dürfte der Wirkungszusammenhang von Wirklichkeitsmodellen und Kulturprogrammen deutlich geworden sein, der überhaupt erst so etwas wie Gesellschaft emergieren lässt.

„Gesellschaft [...] ist als Wirkungszusammenhang die Einheit der Differenz von Wirklichkeitsmodell und Kulturprogramm, wobei beide nur analytisch voneinander getrennt werden können, da sie im strengen Sinne komplementär sind." (Schmidt 2003b: 359)

Ebenso kann man Kultur nur vermeintlich von außen beobachten, man kann schlichtweg nur so tun, als ob man sie von außen und unbeteiligt beobachtet. Im Grunde ist aber jede Kulturbeobachtung – und somit auch insbesondere jede wissenschaftliche Auseinandersetzung mit diesem Phänomen – gewissermaßen die beobachtende Teilnahme am Funktionieren der Kulturprogramme. Schmidt spricht deswegen auch von ‚der Kultur' als Diskursfiktion ebenso wie es ‚die Gesellschaft' nicht ‚gibt'. Diese Diskursfiktionen vollziehen sich in ihren Anwendungen durch Wirklichkeitsmodelle und Kulturprogramme qua Aktanten. Sie sind also Programm (Struktur) und Anwendung (Dynamisierung) zugleich. Kultur ist also sich selbst organisierend und reflexiv, was die Schwierigkeit bei Versuchen fester Beschreibungen ebenso vermeintlich fixer Kulturen erklären hilft. Ob nun das Kulturprogramm bei Schmidt als Software oder auch als Maschine, die das Strukturmodell für Wirklichkeitskonstruktionen zum Laufen bringt, metaphori-

35 Es darf ergänzt werden: „Anything Goes – As Long As It Works." (Jacke 2000: 191) Zum basalen Wirkungszusammenhang von Voraussetzung (Sinnorientierung) und Setzung (getroffene Unterscheidungen) vgl. Schmidt 2003a: 27-33.

siert wird, bleibt letztlich eben nur eine etwas unscharfe Variation von Verbildlichung. Wichtiger als die Genauigkeit der Metaphern erscheint:

„Das Arbeiten dieser Maschine in/durch kognitive Systeme verläuft in aller Regel unreflektiert als endloser Prozess des Verknüpfens und Bewertens semantischer Kategorien und Differenzierungen, die im Aktanten in seinen Lebenszusammenhängen das entstehen lassen, was als Sinn erlebt wird. Sinn kann als die dauerhafte Erfahrung funktionierender Kulturprogramme bzw. als sozial erfolgreiches Unterscheidungsmanagement beschrieben werden." (Ebd.: 358)

Dieses Funktionieren des basalen Mechanismus Unterscheidung und seiner Verwaltung ist auf das unterstellte kollektive Wissen und die ebenso unterstellte und gleichzeitig im Alltag nicht mitbeobachtete Folie Kultur angewiesen, die jene komplementäre Lernunwilligkeit und Lernfähigkeit in Form von Problemlösungsmöglichkeiten gleichzeitig stabilisiert (Tradition) und destabilisiert (Innovation), und zwar durch konkrete Anwender oder Programmierer.

Kultur, so könnte man an Jünger (vgl. 2000: 213) angelehnt sagen, ist eine operative Fiktion deterministisch-chaotischer Ordnungen, die erst an den Prozessresultaten beobachtbar wird. Und hier gelangt dann auch der Aspekt des Wandels von Kulturprogrammen in die Argumentation: Kulturprogramme eröffnen und schematisieren Optionen, aber eben immer nur innerhalb ihrer eigenen Programmlogiken. Wenn diese also verändert werden, dann nur aufgrund der bisherigen Ordnung und als neue Ordnung. Um noch einmal S. Jünger zu zitieren, hier in Verweis auf den Kybernetiker H. von Foerster: „Ordnung entsteht *aus* Ordnung *durch* [Hervorhebung im Original, C.J.] Störung" (Jünger 2002: 80). Und diese Störung wiederum kann nur in der Ordnung und durch Aktanten geschehen, wobei diese vor dem schwer lösbaren Problem stehen, dass qua Kulturprogramme etablierte Semantiken nicht einfach abgeschafft, sondern zunächst nur reflexiviert werden (vgl. ebd.: 75). Auch dieses Problem ist dem Phänomenbereich der Popkultur bestens bekannt. Vorherrschende Interpretationen von Unterscheidungen, also etwa Heavy Metal Rock = männlich, können nur auf sich selbst angewendet bedeutungsverschoben, nicht aber komplett aufgelöst werden.[36]

Nun bilden Kulturprogramme ‚in' einer Gesellschaft die Einheit der Differenz seiner vielzähligen Teilprogramme, womit die Frage evident wird, ob eben vor allem in funktional ausdifferenzierten Gesellschaften auf Grund der Kulturprogrammatik von Schmidt verschiedene Ebenen ‚existieren'. Da sich ein Kulturprogramm mit seinen Ebenen quer durch die Gesellschaft

36 Ein noch deutlicheres Beispiel aus dem Bereich des Sports: Selbst wenn die deutsche Damen-Fußballnational*mann*schaft Weltmeister 2003 geworden ist und sich eines großen Fernsehpublikums erfreute, so wird ihre Leistung von ganz bestimmten, offensichtlichen der Mehrheiten von Fußball-Beobachtern stets auf Basis der immer noch asymmetrisierten Unterscheidung und Verknüpfung Männerfußball/Frauenfußball und gut/schlecht beobachtet. Dies wäre allerdings noch empirisch zu belegen.

zieht, wird deutlich, dass eine dogmatische Deklination von Kultur als System, wie etwa präzise bei W. L. Bühl (1986) oder konfus bei U. Saxer (1998)[37] praktiziert, hier nicht besonders geeignet scheint.[38] Dabei wird Kultur mal als gesellschaftliches Teilsystem (Bühl, Saxer), mal als kulturelles Muttersystem der kulturellen Subsysteme Kunst/Elitekultur, Populärkultur, Medienkultur und Volkskunst (vgl. Bosshart 1998: 47) beschrieben. So betrachtet beispielsweise Bühl Kultur als ein amöbenhaftes, hochkomplexes, variabel gekoppeltes System mit unterschiedlichen Strukturebenen oder Teilbereichen, die aber nicht zwingend unabhängig voneinander operieren müssen.[39] Dieser Pool beinhaltet ein Themenmanagement, das Luhmann Kultur nennt:

„Kultur ist kein notwendig normativer Sinngehalt, wohl aber eine Sinnfestlegung (Reduktion), die es ermöglicht, in themenbezogener Kommunikation passende und nichtpassende Beiträge oder auch korrekten bzw. inkorrekten Themengebrauch zu unterscheiden." (Luhmann 1994: 224-225)

Eine Art von Entitätsunterstellung unterläuft Luhmann allerdings, wenn er von Kultur als „Gedächtnis sozialer Systeme" (Luhmann 1999: 47) spricht.[40] Luhmann begreift also Kultur eher als quergelagert und als asymmetrisierenden Ausbildern und Organisierern von Unterscheidungen und nicht explizit als Sozialsystem (vgl. etwa Luhmann 1996: 138-157). Entgegen seiner ansonsten vorhandenen Präzision mäandert Luhmann in Bezug auf den Kulturbegriff – ähnlich wie bei seinen Ausführungen zum Medien-

37 Abgesehen von merkwürdig anmutenden Gegenüberstellungen von Anspruchskultur und Populärkultur und Beschreibung letzterer als „Kultur von Eliten für Nicht-Eliten" (Saxer 1998: 38) benutzt Saxer fortlaufend den Begriff des Kultursystems, erwähnt diesen im Zusammenhang mit anderen ausdifferenzierten Systemen wie Politik und Wirtschaft, erklärt ihn aber nicht weiter. Ebenso stellt Saxer den Tatbestand unterschiedlicher Codierungen von Real- und Medienkultur fest (vgl. ebd.: 28), erläutert die Codes an dieser Stelle allerdings ebenfalls nicht.

38 Zu einer vergleichbaren Erkenntnis gelangt Baecker 2001: 98-111.

39 Bühl diskutiert in diesem Aufsatz (vgl. 1986: 123-124) ausführlich die sich abgrenzenden und überschneidenden Teilsysteme ‚Alte Kultur', ‚Neue Kultur', ‚Popkultur' sowie ‚Gegenkultur' und zweifelt in seinem Mehrebenensystem die Existenz einer absoluten, dominanten Kultur an. Ebenso erscheinen seine Überlegungen zum kulturellen Wandel und zur Dynamik von Kultur – abseits irgendeiner systemtheoretischen Orthodoxie – absolut brauchbar: „Dies scheint gerade zur Definition der Kultur zu gehören, dass man wenig für und nichts gegen ihren Wandel tun kann." (Ebd.: 140)

40 Vgl. auch ausführlich Luhmann 1997a: 576-594. Am Rande: Der Programm-Begriff von Schmidt ist nicht ganz gleichzusetzen mit dem von Luhmann, der die Erwartungsordnung Programm als Komplex von Bedingungen der Richtigkeit des Verhaltens beschreibt (vgl. Luhmann 1994: 432-436). Beide Metaphern stehen zwar für Sinnorientierung und Handlungsleitung, Luhmann verortet Programme aber aktantenunabhängig als gesellschaftliche Ordnungen von zweistelligen Werten, so wie Rollen als Ordnungen von Individuen fungieren. Baecker benutzt in seinen Überlegungen zum Kulturbegriff ebenfalls und an zentraler Stelle die Programm-Metapher als Vorschrift, die über richtig oder falsch entscheiden hilft und beeinflussbar ist: „Programme können von der Gesellschaft geändert werden, liegen dann jedoch als Vorschriften wieder vor, die neue Effekte auslösen." (Baecker 2001: 122)

begriff – sehr stark zwischen Bildern (Themenvorrat, Gedächtnis, nicht hintergehbare evolutionäre Errungenschaft etc.) und analytisch wenig hilfreichen Süffisanzen[41] hin und her, ohne sich festzulegen.

System oder nicht System, Luhmann bietet für einen prozessorientierten Kultur-Begriff zwei hilfreiche Überlegungen, die man an das Modell von Schmidt besonders gut anknüpfen kann: Zum einen schildert Luhmann Kultur als Perspektive für die Beobachtung von Beobachtern, womit das Beobachten auf immer schon gegebene Phänomene gerichtet wird. Diese Phänomene sind aber keineswegs nur auf Gegenstände beschränkt, weswegen Definitionen von Kultur, die dies versuchen, gescheitert seien (vgl. Luhmann 1999: 54). An diesem Punkt kann man den abstrakten, weiten und hier ähnlich gelagerten Kultur-Begriff Schmidts gut ansetzen. Zum zweiten – und dies wird im kommenden Kapitel noch klarer auszuführen sein – liefert Luhmann, obwohl er sich mit *Mainstream* und Subkultur so gut wie nie beschäftigt,[42] einige ebenfalls an Schmidts Überlegungen und das eigene Beobachtungsraster von *Main* und *Sub* andockbare Argumentationen zu Störung, Irritation, Negation und Protest innerhalb von Gesellschaft. Es bleibt festzuhalten: Als Funktionssystem Luhmannscher Prägung scheint Kultur schwerlich definierbar:

„Für ‚Kultur' kann es [...] keine eigene Institution geben und sie kann so wenig als ein eigenes Sozialsystem konzipiert werden wie das Wirklichkeitsmodell einer Gesellschaft. Wohl sind Kulturprogramme angewiesen auf die Kontinuität von Programmanwendungen und auf eine nicht abbrechende Akkulturation, das heißt auf Kompetenzerwerb zur Anwendung des Programms." (Schmidt 2004: 95-96)

Wenn man also Kultur bildlich als Bereich oder Räumlichkeit beschreiben will, dann ‚liegt' sie als Programm eher horizontal, wie gesagt, quer zu den Funktionssystemen.[43] Und wenn diese Programme als Blaupausen für eine Vororientierung von Handlungs- und Kommunikationsmöglichkeiten in konkreten Lebenskontexten unter Berücksichtigung gesellschaftlicher Verbindlichkeiten gelten können, so stellt sich die Anschlussfrage nach der Unterschiedlichkeit und Gemeinsamkeit dieser Programme, und zwar inter- als auch insbesondere intragesellschaftlich.

Lässt sich daher ein *Main* der Kulturprogrammme beobachten, und steht dieses in Verbindung oder Kontrast zu irgendwelchen *Subs*? Hier bietet sich ein Blick in die Überlegungen des Soziologen Stäheli zum Populären an:

41 Etwa: „Kultur im Sinne der Umformung von allem und jedem in ein Zeichen für Kultur". (Luhmann 1996: 154)

42 Selbst Populärkultur findet in Luhmanns Systemtheorie keinen Platz, und dies, obwohl durchaus Parallelen im Theoriebaukasten zu anti-essentialistischen und differenztheoretischen Erörterungen der *Cultural Studies* (z.B. bei L. Grossberg, St. Hall) zu erkennen sind. Zum Populären zwischen Systemtheorie und *Cultural Studies* vgl. Stäheli 2000.

43 Ganz ähnlich könnte man übrigens in Bezug auf die ‚Korsettierung' von Medien als Sozialsystem reagieren.

„Beim Populären handelt es sich um eine stets umkämpfte Konstruktion." (Stäheli 2000: 325) Die semantischen Interpretationsprogramme variieren sicherlich im Gegensatz zu den Wirklichkeitsmodellen zwischen den Gesellschaften teilweise erheblich, sonst gäbe es multikulturelle Konflikte schlichtweg nicht.[44] Die Variation der Programme bei in etwa gleichen Wirklichkeitsmodellen erklärt das meist erstaunliche Spektrum an Unterschieden und Gemeinsamkeiten, wenn Kulturen, also im Prinzip die Wirkungszusammenhänge von Kulturprogrammen und Wirklichkeitsmodellen, vergleichend beobachtet werden. Schaut man sich nun aber eine Medienkulturgesellschaft genauer an, so dürfte auffallen, dass solche Konfliktpotenziale auch zwischen verschiedenen Programmen innerhalb des vermeintlich *einen* Kulturprogramms *einer* Gesellschaft bestehen. Setzt man dann wiederum Pop mit Masse gleich und gelangt so zu der schon oft genannten trivialen Erkenntnis, dass die Ebene *Main* in diesem Fall eine Art quantitativ überwiegendes Interpretationsprogramm darstellt, dann erscheint plausibel, dass parallel dazu gegenläufige Interpretationsprogramme bei anderen Gruppen innerhalb einer Gesellschaft funktionieren. Diese können aufgrund des sensiblen, sich ständig verschiebenden, semantischen Netzwerks mal weniger, mal mehr in Bewegung geraten, je nachdem, wie viele Kategorien mit welchen Asymmetrien im Wandel begriffen sind.

Die *Main*-Ebene solcher Kulturprogramme kann nur als *Main* in Differenz zu etwas Anderem beobachtet werden, wobei das Andere, die *Sub*-Ebenen bzw. deren Programm-Anwender, dieses Differenzmanagement wesentlich virtuoser und professioneller beherrschen. Ebenso klar erscheint, warum das *Main*-Programm so viele User bzw. Programmierer akquiriert: Seine Interpretationsangebote – Stäheli (2000: 325) spricht in Anlehnung an Williams (1988: 236-238) von Bedeutungsmustern – sind in der Regel verständlicher, zugänglicher und verankerter als die zum Teil aufwendigen Umcodierungen in den Programmebenen der *Subs*. Speziell die Zugänglichkeit – man denke nur an offerierte bzw. unterstellte Interpretationen durch *Main*-Programme der Werbung – ist nicht nur per se da, sondern sie wird persuasiv gestaltet, im Übrigen ganz wie auf der *Main*-Programm-Ebene der Religion. Beide Beispiele offener Zugänglichkeiten wollen gefallen, und zwar möglichst nicht nur Minoritäten. Abgesehen davon sorgen die diesbezüglichen Attraktivitäten des *Main* bzw. Populären für mannigfaltige Anschlussmöglichkeiten der Kommunikation. Und all dies sind entscheidende Momente, warum die Anwendungen von Kulturprogrammen, und hier insbesondere ihrer *Main*-Ebenen, für verschiedene Formen der Kommerzialisierung so interessant sind.[45] Zudem wird hier klar, warum im Falle einer

44 Zu inter- und intrakulturellen Zusammenbrüchen von Kommunikation in Anlehnung an Th. Kuhns (1997) Inkommensurabilität in alternativen wissenschaftlichen Positionen vgl. Wiredu 2001: 83. Neue Konflikte entzünden sich – wie schon beschrieben – entlang der Grammatik von Lebensformen (Habermas) bzw. Lebensweisen (Williams) als Kultur.

45 Stäheli (vgl. 2000: 329) beklagt das Abschieben des Populären auf das Massenmediensystem seitens der Systemtheorie. Verabschiedet man sich hingegen von or-

massenhaften Thematisierung und Kommerzialisierung eine besondere Faszination im Konsens besteht. Erst durch das gemeinsame Anwenden der Programme entsteht ein Vergnügen am Feststellen der Gemeinsamkeiten und auch am Wiedererkennen ähnlicher Anwendungen beim zahlreichen Gegenüber. Jeder, der schon einmal als Fan bei einem Spiel seiner Mannschaft in einem Fußballstadion war, wird dies bestätigen können:

„Das Populäre erzeugt einen Inklusionssog, indem die prinzipielle Offenheit von Systemen ›attraktiv‹ gemacht und affektiv in *mattering maps* [Hervorhebung im Original, C.J.] verankert wird. Wegen dieser allgemeinen Funktionsweise des Populären kann es nicht einem spezifischen System (wie z.B. dem der Massenkommunikation) zugeschlagen werden, sondern muss als transversaler Mechanismus konzipiert werden, der in verschiedenen Funktionssystemen zitiert und artikuliert wird." (Stäheli 2000: 334)

Diese *mattering maps* – der Begriff stammt ursprünglich von Grossberg[46] – beschreiben neben der Hierarchie bestimmter Bedeutungen für bestimmte Gruppen von Individuen (z.B. Fans) auch die damit einher gehenden emotionalen Intensitäten. Insofern unterscheiden sich die *mattering maps* bei Grossberg gar nicht so sehr von den Kulturprogrammen Schmidts. Diese quantitativen und auch qualitativen Gemeinsamkeiten auf der *Main*-Ebene von Kultur als Programm sorgen nicht nur für den momentanen Wiedererkennungswert, sondern verdeutlichen auch, warum es speziell in mediatisierten Kulturprogrammanwendungen einen permanenten wiederentdeckenden Rückgriff auf kulturprogrammliche Anwendungen von gestern und vorgestern gibt, weil sich dafür ein potenziell großer Kreis von Rezipienten finden lassen könnte. Wenn *Deep Purple* vor 30 Jahren die Konzerthallen gefüllt haben, so müssten diese doch auch heute ihre alten und neuen Fans neugierig auf das Alte machen. Hier kann nun allerdings mit den ehemaligen *Main*-Anwendungen eines solchen Programms vielfältig verfahren werden. Von Retro-Trash über konträre Faszination, von statischem Recycling (pure Reproduktion) zu progressivem Recycling (z.B. Sampling in HipHop, Techno und Bastard Pop[47]) eröffnen sich unzählige Verwendungsoptionen insbesondere im Hinblick auf deren Mediatisierung und Kommerzialisierung. Hierbei bauen Kommerzialisierungspezialisten wie Werber, Journalisten und Agenten darauf, dass Kultur-Programme, und somit auch deren

thodoxen Systembegriffe und sieht sowohl Massenmedien als auch Kultur durch die Gesellschaft hindurchgehend, so umgeht man diese Einschränkung. Stäheli sieht im Populären eher die Negation funktionaler Differenzierung innerhalb funktionaler Differenzierung, was sicherlich die Ambivalenz des Populären gut beschreibt.

46 Vgl. Grossberg 1999b und 2000: 50-77. Zu einer speziellen Diskussion dieser Bedeutungslandkarten für die Identitätsfindung von Fans vgl. Keller 2004.

47 Beim Bastard Pop mixen DJs bereits bekannte Songs, indem sie sie im Gegensatz zum Sampling addieren und nicht nur Elemente daraus verwenden, vulgo: verändert wird nicht der Flow, sondern die Eigenständigkeit der einzelnen Tracks (vgl. Mühlbauer 2002).

Main-Ebenen, nie komplett gelöscht werden, sondern als Datenmüll produktiv wiederverwendet werden können.[48]

Im selben Zuge wird hier klar, warum es innerhalb der Kulturprogramme auch so etwas wie alternative Programmebenen (*Subs*) gibt: „Kulturen müssen sich anders möglich halten, sonst sind sie nicht. Sie müssen abweichen." (Faßler 2003: 101) Dieses In-Differenz-Setzen muss sowohl gegenüber anderen Kulturprogrammen als auch innerhalb des Gesamtprogramms einer Gesellschaft ablaufen (vgl. Kapitel 4.3). So wie die Lernunfähigkeit im Moment der Anwendung und die grundsätzliche Lernwilligkeit der Programme ein vermeintlich paradoxes Paar bilden, so muss für den produktiven Wandel der Programme eine Mischung aus Varietät und Redundanz vorhanden sein, „Kultur diskontinuiert – und tut genau dies kontinuierlich." (Baecker 2001: 104) Diese Komplementarität lässt sich bis auf das Plateau der Aufmerksamkeitsökonomie herunter durchdeklinieren:

„Die heutigen komplexen Kulturen und ihre Zeitregime fordern Brüche, herkunftsentlastetes oder, wie manche sagen, geschichtsloses Tun. Es sind die kulturellen Situationen der spontanen Anpassung, des beispiellosen, ungelernten Anwendens. Der Regelbruch steht auf der Tagesordnung." (Faßler 2003: 109)

Auch hierbei gilt es zu beachten, dass dieser Regelbruch nicht nur auf rein materieller Basis eine Dynamik entwickeln kann, sondern dass auch symbolische Ordnungen (deren Ordnung wiederum durch Kulturprogramme orientiert wird) mit Faßler an ihren verblassenden Farben und ihrer Wurmstichigkeit leiden und sich mittlerweile eine ganze Industrie der Archivierung und Erhaltung darum rankt. Diesbezüglich spricht Faßler nicht nur von den erwähnten Kunst-Institutionen, sondern grundlegend von der Kulturindustrie als Konservierungsindustrie und von Popkultur als der Konservierung massenkultureller Programmanwendungen.

Dabei oszillieren die Umwertungen von Werten seitens der Programmanwender unterschiedlicher Ausrichtung und bilden divergierend große Gruppen. Wenn folglich von Programmanwendern eines *Main* bestimmte Unterscheidungen zur Verfügung gestellt werden, so können diese, wie schon gezeigt, von denjenigen auf Ebene der *Subs* aufgegriffen und umgewertet werden. Ebenso werden in der Regel ganz bestimmte Werte in den *Subs* entwickelt, die meist im Moment des vermehrten und damit einhergehend kommerzialisierten Aufgreifens seitens der Anwender einer *Main*-Ebene wiederum im *Sub* abgelegt bzw. verworfen werden. Attraktiv sind diese aus den *Subs* entstandenen Werte wegen ihres Exklusivitätsbonus, der aber im Moment der Vermassung verloren geht.

Wenn solche Umwertungen, Themen oder auch Gegenstände nun wiederum lange genug diffundiert und schließlich nicht mehr thematisiert werden, können sie insbesondere durch neue Interpretationen für gänzlich neue

48 Aber auch Galerien, Museen und Archive benötigen die Konservierung von kulturprogrammlichen Anwendungen.

Sub-Gemeinschaften anziehend werden (vgl. Diederichsen 2002d). Dabei darf nicht außer Acht gelassen werden, dass allen diesen Umwertungen, Vermüllungen und Wiederentdeckungen eine gemeinsame Tiefenstruktur zugrunde liegt, die sich als Programm verstehen lässt.[49]

Ob nun Konservierung oder Innovation, deren produktive Gleichzeitigkeit durch die Betrachtungen zu Teil- und Sub-Programmen in Schmidts Modell im folgenden Kapitel (4.3) genauer beleuchtet und mit Wandlungsprozessen von Mediengesellschaften in Verbindung gebracht werden sollen: Kulturprogramme in toto funktionieren als zunächst unbeobachtete Reproduzenten und Manager von Orientierungsorientierungen, Erwartungserwartungen und Unterstellungsunterstellungen von Gesellschaften bzw. gesellschaftlichen Gruppierungen. Sie sind überdies die Blocker von Kontingenz-Overloads, indem sie unspezifische Kontingenz auf verbindliche Kontingenz-Optionen reduzieren.[50] Und schließlich ermöglichen Kulturprogramme die individuelle (Aktanten) bzw. soziale (Gesellschaft) Identitätsbildung.[51] In allen Ausführungen zum Kulturprogramm-Begriff bei Schmidt im Allgemeinen und dessen *Main*-Ebene im Besonderen sind zwei Aspekte immer wieder angeklungen, die im Folgenden noch einmal betont und kurz erläutert werden sollen:

1. Kulturprogramme ‚funktionieren' nur in konkreten Anwendungen durch Aktanten, also handelnde Individuen. Diese produzieren Sinn und tun dies in Mediengesellschaften in verschiedenen Dimensionen und Rollen. Für den massenkommunikativen Prozess, welcher im Kontext von Analysen zu Massen- und Popkultur den entscheidenden Kontext-Rahmen aufspannt, sind dies die bereits einige Male genannten Dimensionen Produktion, Distribution, Rezeption und Weiterverarbeitung. Auf diesen Dimensionen bewegen sich dann die Aktanten der Kulturprogramme, die man auch User oder Anwender nennen kann, und bestätigen und modifizieren die Programme zeitgleich.[52] Aktanten sind hier nicht nur, wie sehr häufig in Medien- und Kommunikationswissenschaft behandelt, die Rezipienten und Nutzer von popkulturellen Medien-Angeboten

49 Vgl. Bühl 1986. Der Kunsthistoriker H. P. Thurn (1986) nennt demgegenüber die Verweigerung der *Mainstream*kultur seitens subkultureller Aussteiger Dekulturation und verfällt damit unnötig in Umschreibungen von Nicht- oder Antikultur, die es im Rahmen des Kulturprogrammbegriffs schlichtweg nicht geben kann. Zum Kulturmüll und zur Wiederentdeckung von Struktur und Komplexität im kulturellen Abfall vgl. Thompson 2003 und Engell 2000.

50 Kultur ist gewissermaßen die interpretative Sozialversicherung in kontingenten Wirklichkeitsmodellen und wirklichkeitsmodellinhärenten Kontingenz-Overloads.

51 Vgl. zu den beiden Formen von Identitätsgenerierung Schmidt 2003a: 105-114 und Schmidt 2003c.

52 Deswegen hinkt die Computer-Metapher auch hier etwas: User von Rechnern verändern die Software derzeit jedenfalls in der Regel allerhöchstens durch Feedback an die Softwarefirmen, aber nicht im Prozess ihrer Anwendung. Zu den einzelnen Dimensionen und Rollen für den Bereich der Medien vgl. Schmidt 1994a, für den Bereich der Literatur vgl. Schmidt 1989 und für den Bereich der Kunst vgl. Schmidt 1987b sowie Weber 1999.

und auf der Weiterverarbeitungs-Dimension speziell die Fans, sondern ebenso sehr auf der Produktionsebene beispielsweise Prominente und Stars, die in der vorliegenden Arbeit abschließend noch einmal genauer auf den Ebenen *Main* und *Sub* untersucht werden sollen (vgl. Kapitel 5). Diese Aktanten können nämlich als öffentliche Repräsentanten bzw. Publizisten von Kulturprogramm-Anwendungen (in Form von zu beobachtenden Handlungen/Geschichten und Kommunikationen/Diskursen) analysiert werden und schlichtweg somit Auskunft über bestimmte zeit(geist)liche Aspekte gesellschaftlichen Wandels geben.

2. Um nun auf der Folie der Wirkungszusammenhänge von Wirklichkeitsmodellen und Kulturprogrammen zwischen kognitiver Autonomie und sozialer Orientierung, zwischen Kognition und Kommunikation eine Verbindung herstellen zu können, sind Kommunikationsinstrumente als Bestandteile von Medien vonnöten. Diese thematisieren (synchron) und etablieren (diachron) Themen in Form von Anwendungen von Kulturprogrammen. Dieser enge Zusammenhang macht deutlich, warum in letzter Zeit immer häufiger die Rede von Medienkulturgesellschaften ist. Wichtiger als ein weiteres Eyecatcher-Schlagwort für Diskussionen über Medien und Kultur ist sicherlich ein klarer Begriff von Medien. Neben seinem Modell von Kultur als Programm hat Schmidt dementsprechend einen Medienkompakt-Begriff entwickelt, der der Komplexität des weiten Medien-Bereichs und der Bedeutung der Massenmedien gerecht wird.[53] Dabei bemüht sich Schmidt um eine Integration der „wichtigsten Komponenten der einschlägigen Diskurse" (Schmidt 2002c: 56) und differenziert deshalb in die folgenden vier Komponenten: 1. Kommunikationsinstrumente als materiale Gegebenheiten, die semiosefähig sind (z.B. Sprachen, Schriften, Bilder), 2. Medientechnologien (z.B. Druck-, Film-, Fernseh-, Tonträger-, Computertechnologien), 3. sozialsystemische Komponente in Form von Organisationen und Institutionen (z.B. Verlage, Redaktionen, Anstalten, Agenturen, Unternehmen, Schulen) und 4. Medienangebote (z.B. Radio- und Fernsehsendungen, Zeitungs- und Zeitschriftenartikel, Werbespots, CDs, Homepages). Diese vier Komponenten bedingen sich gegenseitig und stehen nicht für sich. Daher konzipiert Schmidt Medien als sich selbst organisierendes Zusammenwirken der Komponenten unter jeweils konkreten sozio-historischen Bedingungen. Und auch hier wird die wesentliche Rolle des Aktanten hervorgehoben, der alle vier Komponenten prägt.[54] In den Medien werden also

53 Zur Entwicklung des Medienkompakt-Begriffs vgl. Schmidt 1994b: 83-89, 2000b: 70-279 und 2002c sowie in seiner Anwendung und leichten Modifikation Jacke, Jünger/Zurstiege 2000 sowie Jacke 2003.

54 Dieses Konglomerat an Komponenten verdeutlicht auch die Schwierigkeit der Medien- und Kommunikationswissenschaft, so etwas wie Wirkungen von Medien zu beobachten. Bisher werden zumeist nur einzelne Aspekte (etwa in der Redaktions- oder Rezeptionsforschung) in Betracht gezogen, übergreifende und zugegebenermaßen dementsprechend aufwendige Studien gibt es noch eher selten. Zum Über-

durch Aktanten kontinuierlich Anwendungen von Kulturprogrammen zur Kommunikation angeboten bzw. in vielfältiger Hinsicht erst ermöglicht. Gleichzeitig selektieren Aktanten in Medien, bedingt durch ganz bestimmte Kontexte,[55] gewisse Themen und andere eben gerade nicht. Medien bergen demnach gleichermaßen Demokratisierungs- und Selektionsmächte: „Je stärker Gesellschaften durch die Entwicklung von Mediensystemen den Grad ihrer Beobachtbarkeit erhöhen, desto drängender wird die Frage nach der Funktionsfähigkeit und Bindekraft von Kulturprogrammen." (Schmidt 2003b: 362)

Den wichtigen Aspekt der Machtverteilung berücksichtigt Schmidt, wenn er einige Leitfragen zu konkreten Entwicklungen von Mediengesellschaften unter Anwendungen von Kulturprogrammen stellt, die auch auf den Medienbereich und noch weiter die Massen- bzw. Popkultur und also die *Main*-Ebene übertragbar sind:

- „Wer in einer Gesellschaft entwickelt Definitions- oder gar Verfügungsmacht über welche Kategorien und semantischen Differenzierungen (z.B. Verfügungsmacht von Herrschern, Priestern oder Laien über das Heilige)?
- Welche Reputation bzw. welche Macht ist mit solchen Verfügungen verbunden (Pranger, Acht und Bann oder gar der Scheiterhaufen)?
- Welche Unterscheidungen können äquivalent behandelt, ersetzt oder verändert werden, und wer hat die Macht, das zu tun (z.B. die Ersetzung von Unterscheidung Souverän/Volk durch die Unterscheidung Regierung/Bevölkerung)?
- Welche Wertbesetzungen weisen bestimmte Differenzierungsbereiche auf und wie wandelbar sind sie (z.B. die Bewertung von Geisteskrankheiten, Verbrechen oder Sexualverhalten)?
- Welche Zeitperspektiven haben bestimmte Optionen? Was bleibt Mode, was ist traditionsbildend (z.B. Kleidung im Unterscheid zu Formen familiären Umgangs)?
- Welchen Zwangscharakter entwickeln bestimmte Optionen (z.B. Optionen für bestimmte Initiationsriten oder Formen der Prozessführung im Strafrecht)?
- Wie verteilen sich solche Kompetenzen klassen- oder schichtenspezifisch, wie milieuspezifisch (z.B. durch Gewerkschaftsbosse oder Kneipenwirte in Szenekneipen)?
- Wer hat die Bestimmungsmacht über die inhaltliche Bestimmung und Ausführung der Differenz wir/die Anderen bzw. eigen/fremd (z.B. im Rahmen von Ausländerfragen in einer Demokratie)?" (Schmidt 2004: 82-83)

Die potenziellen Antworten auf diese Fragen dürften erklären helfen, warum es hier mit *dem* Kulturprogramm *der* Gesellschaft eben nicht getan ist, son-

---

blick vgl. Merten 1994 und Schenk 1987, mit Fokus auf dem Bereich der Werbewirkungsforschung vgl. Schmidt/Zurstiege 2000b.

55 Für den Journalismus etwa spannt der Kommunikationswissenschaftler S. Weischenberg (1992, 1995) Normen-, Struktur-, Funktions- und Rollenkontexte auf.

dern einer weiteren Ausdifferenzierung der Kultur(en) als Programm(e) bedarf und inwiefern Medien in der beschriebenen Art und Weise Kulturprogramme beeinflussen und mitkonstituieren, diese aber nicht als Medienkulturprogramme zu verstehen sind, da die Unterscheidungsoperationen sowie -interpretationen letztlich immer noch kognitiv vom Aktanten und nicht durch Technologien in dessen Gehirn geleistet werden.

Fazit: In Schmidts Kulturprogrammbegriff finden sich Teilprogramme, die wiederum in Form von zahlenmäßig überwiegenden und die Unterscheidunsgmacht konstituierenden bzw. bestätigenden Programm-Anwender eine Programm-Ebene *Main* ausbilden.

4.3 *Subs*: Produktive Viren im Kulturprogramm

Es gibt keine Subkulturen, aber wir brauchen sie ebenfalls!

Durch die erwähnte analytische Strukturierung von Kultur in ein durch Systeme hindurch laufendes Gesamt- und viele Teilprogramme ist die Frage nach Dynamik noch nicht beantwortet; denn hier lässt sich zunächst keine grundlegende Asymmetrie feststellen, die die Ebenen innerhalb eines Gesamtprogramms (also etwa einer funktional ausdifferenzierten Mediengesellschaft) zum produktiven Kippen bringen, also Wandel verursachen könnte. Der Mechanismus verschiedener Ebenen (*Main* und *Sub*) in den Kulturprogrammen trifft ja noch keinerlei qualitative Aussage. Im Gegenteil: „[E]s genügt nicht, mit asymmetrischen Unterscheidungen zu beginnen, da in diesem Fall nicht gezeigt werden kann, wie diese Unterscheidungen entstehen." (Schmidt 2004: 85) Hier ähneln Schmidts Überlegungen – wenn Schmidt auch eher theoriebautechnisch als politisch motiviert wirkt – denen vieler Vertreter der *Cultural Studies* (z.B. D. Kellner), die sich für eine Gleichberechtigung der Ebenen in der wissenschaftlichen und auch gesellschaftlichen Betrachtung aussprechen.[56]

Bleibt man beim Vergleich der Kultur mit den Anwendungen eines Rechners, so wäre es naheliegend, Subkulturen, wie man sie im Herkömmlichen versteht, als Virus(programm und -anwendung) dieses Haupt-Programms aufzufassen. Der amerikanische Journalist und Medienkritiker D. Rushkoff benutzt den Begriff mit Bezug auf Medien-Viren, die nicht als Metapher im Mediensystem zu verstehen sind, sondern regelrecht Viren *sind* und sich auch dementsprechend auswirken. Dabei unterscheidet Rushkoff (1994: 9-16) zwischen drei Arten von Viren: den absichtsvoll lancierten, den als *bandwagon* kooptierten und den selbstgenerierten. Diese Viren fallen nach Rushkoff in den *Mainstream* der Popkultur (*Main*) meist subver-

56 Wobei Schmidt darauf aufmerksam macht, dass Kulturen i.S.v. Kulturprogrammen (ob nun intra- oder intergesellschaftlich) beobachterperspektivabhängig und dementsprechend gleichberechtigt aber nicht gleichwertig sind.

siv ein, tragen aber letztlich – ganz ähnlich ihren biologischen Vorbildern – auch zu einer modifizierten Restabilisierung des Körpers (also bildlich des *Mains* in Form der Popkultur) bei und sind somit Bestandteil der gesellschaftlichen Evolution.

Ganz ähnlich können die Subprogramme (*Subs*) der Hauptprogramme von Teilprogrammen (*Main*) des Gesamtprogramms Kultur in Mediengesellschaften verstanden werden. Sie bringen die *Main*-Programm-Ebene nie vollkommen, wie im Falle einiger Computerviren,[57] zum Absturz. Sie lähmen nicht, wie es Kritische Theoretiker gerne formulier(t)en, die aufzuklärende Gesellschaft: Sie stellen leicht veränderte Anwendungen des Kulturprogramms dar, welche zu Mutationen des Mutterprogramms führen und somit dieses letztlich optimieren helfen können.[58] Sie sind aber eben auch Anwendungen, die auf Basis ein- und desselben Hauptprogramms ablaufen.

57 Viren bzw. Würmer, die Daten oder Hardware nicht zerstören, sondern einen Hinweis auf Mängel im System liefern, welche anschließend folgenlos zu beheben sind, sind mit den Viren Rushkoffs oder Anwendungen von kulturellen Subprogrammen sicherlich zu vergleichen, nicht aber Viren, die Software oder Rechner unwiderbringlich vernichten. Die innovativen, produktiven Würmer oder Viren erinnern an die Theorie der Meme bzw. die Memetik als „Theorie der Gedankeninfektion" (Zurstiege 2003b: 230), welche in den letzten Jahren verstärkt diskutiert wurde. Meme sind danach die kulturlichen Pendants zu Genen, sind geistige Elemente, die nach Verbreitung und Vermehrung streben (vgl. dazu einführend Blackmore 2000). Destruktive Würmer oder Viren sind gesamtgesellschaftlich im Sinne Baudrillards mit von der Gesellschaft selbst evozierten Terroristen zu vergleichen: „So gesehen gibt es überhaupt keine Möglichkeit der Kritik mehr, keinerlei Rückseite, von der aus die Kultur oder die herrschende Macht angreifbar wäre. [...] Doch es gibt ein Einvernehmen auf zweiter Ebene, wo Rück- und Vorderseite im Höllenband des Möbiusrings einander verlängern – sei es in dem der Gesellschaft des Spektakels oder dem der Globalisierung. Der Einwand ist berechtigt, und die Situation, jede Situation dieser Art ist heute unentscheidbar. Gleichzeitig ist sie schwer erträglich. An jedem liegt es, zu wählen und Position zu beziehen, im Handeln wie in der Theorie." (2003b: 9)

58 U. Poschardt bezeichnet in seinen Beobachtungen zur Organ-Mutation die Kultur als „ein Band der Kontinuität, als ein Motor der Sprunghaftigkeit. Im Selbstverständnis der Kunst und Künstler erscheint eine diesbezügliche Selbstbeschreibung neu: galt die Rolle von Kunst und der sie produzierenden Künstler doch stets einer tendenziell umstürzlerischen, kämpferischen, zum Neuen drängenden Passion. Die starke Wechselwirkung zwischen naturwissenschaftlichen Entdeckungen und Theoremen auf der einen sowie kulturellen, geisteswissenschaftlichen Reflexen darauf auf der anderen Seite hat Kunst und Kultur schon im 19., dann stärker im 20. Jahrhundert in die Vertreter einer anthropozentrischen Identität ebenso formierende als diffusionierende Kraft treiben lassen. Die Kultur konstruierte Schutzräume: vereinfachend in Gestalt von Etuis, die wie Idyllen anmuteten, nüchtern in Gestalt von Lebenswelt-Entwürfen, welche die Verschiebungen und Dynamiken der neuen Zeit aushaltbar weil reflektierbar – machen konnten. [...] Kultur kann mit ihrer Gedächtnisfunktion Zukunft bewohnbar machen – auch wenn diese Bewohnbarkeit über eine retroaktive Dynamisierung des Vergangenen nomadisch gedacht werden muss. Die angesammelte Vergangenheit als Ressource wird dabei von kulturellen Subsystemen wie den Künsten auf ihre potenzielle Nachhaltigkeit geprüft. Der Selektionsmechanismus der Kultur funktioniert dann in beide Richtungen: als aktives Vergessen in Gestalt der Formierung einer Vergangenheit sowie als aktives Entwerfen in Gestalt von Visionen für eine Zukunft. Das dabei geschaffene Band der Kontinuität bietet Halt an, ohne verbindlich sein zu müssen. Ob sich die Kultur und die Geisteswissenschaften von den Naturwissenschaften und der Medizin in die Defensive drängen lassen oder nicht, wird über ihre Bedeutung entscheiden." (Poschardt 2002: 61) Zu solchen Mutationen für den Bereich der Mode vgl. Poschardt 1998.

Der Soziologe F. Sack spricht für die Verhältnisse wissenschaftlicher Subkulturbeobachtungen schon frühzeitig (1971) vom Mutterbegriff Kultur, der demjenigen der Subkultur im wahrsten Sinne des Wortes verwandt ist. Noch früher beschreibt der von Parsons und Merton beeinflusste amerikanische Soziologe A. C. Cohen (1955) in seinem Entwurf einer Theorie der Subkulturen[59] kulturelles Verhalten seitens der Teilnehmer von Subkulturen. Diese orientieren sich in derselben Gesellschaft an für ihre Gruppe gleichsam wahrgenommenen Normen und Werten. Auch wenn die Auffassungen sicherlich nicht identisch und zum Teil sogar kritisierend aufeinander bezogen sind: Gleich ist ihnen die Beobachtung verschiedener Kultur-Ebenen, die aus wissenschaftlicher Perspektive nicht normativ besetzt ist und die letztlich in Kultur stattfindet.

Die *Sub*-Ebene dient dem Kulturprogramm also als Bedingung der Möglichkeit für *Main* und umgekehrt. Erst dadurch generieren sich Kulturprogramme als dynamisches Ganzes, oder um es mit dem slowenischen Philosophen S. Žižek zu formulieren: „Der Sündenfall ist an sich schon seine eigene Selbstaufhebung; die Wunde ist *an sich* [Hervorhebung im Original, C.J.] schon ihre eigene Heilung." (Žižek 2001: 97) Ganz ähnlich formuliert dazu G. Schulze:

„Wenn Menschen beginnen, ein Muster als Routine zu empfinden, ist es nicht mehr weit zum Durchbrechen der Routine, was durchaus mit deren Fortbestand vereinbar ist. Schließlich wurde auch die bürgerliche Moral durch heimliche Sünden eher gefestigt als geschwächt. Analog lässt sich in der Gegenwart eine mehrschichtige Dialektik beobachten, die das herrschende Paradigma der Erlebnisgesellschaft durch Negation reflektiert, ohne es zu zerstören. Einige an Prägnanz zunehmende Muster sind: Ironie, Eigenständigkeit und Zweigleisigkeit." (Schulze 2000: 5)

Im kulturprogrammlichen Sinne wird hier schon kar, warum die große Weigerung Marcuses oder der große Umsturz von bestimmenden Kulturprogramm-Ebenen nahezu unmöglich geworden ist: Alle zu einem bestimmten Zeitpunkt realisierten Programmanwen-dungen auf der *Main*-Ebene in ihrer Gesamtheit als Vorschriften (Tradition) umzustürzen, hieße praktisch, das individuelle wie auch soziale Gedächtnis zu löschen.[60] Es erscheint wesentlich angebrachter, durch Einführung, Etablierung und Umwertung neuer Programm-Teile auf Folie eines offenen Horizonts von realisierbaren alternativen Projekten und Entwürfen (Innovation) den Wandel in Portionen umzusetzen: „Die Differenz zwischen diesen beiden Beobachtungsmöglichkeiten bestimmt gewissermaßen das dynamische Potential einer Kultur."

59 Cohen bezieht sich dort allerdings zumeist auf jugendliche Kriminelle.

60 Abgesehen davon, dass die Anwender der Kulturprogramm-Ebene *Main* etwa in Politik oder Wirtschaft bei einer Bedrohung der basalen Kategorien die Toleranz gegenüber den *Sub*-Ebenen-Anwendern vernachlässigen würden. Auch hier scheint ein Gedanke Marcuses durch: der der repressiven Toleranz. Zu Gedächtnis, Erinnerung und individueller sowie sozialer Identität vgl. Schmidt 2003c und Zierold 2003.

(Schmidt 2003b: 359) Keine Tradition ohne Innovation, keine Innovation ohne Tradition, und genau diese Beobachtung des Gegenübers von Kontinuität und Diskontinuität, von Homogenität und Heterogenität, von Einheit und Differenz sollte zu einer gleichwertigen Akzeptanz beider analytischen Ebenen führen: „Kultur ist nur subkulturell zu realisieren. Als Einheit wirkt sie gesellschaftlich nur insofern, als sie als ihr eigenes Gedächtnis für die Möglichkeit unterschiedlicher kultureller Formatierungen fungiert." (Baecker 1999: 7) Wie funktioniert nun dieses Differenzmanagement im Rahmen des Verständnisses von Kultur als Programm und an die Überlegungen zur *Main*-Ebene anschließend?

Zunächst einmal lässt sich feststellen, dass bei den Ausführungen Schmidts von Teil- und von Subprogrammen die Rede ist. Mit Teilprogrammen meint Schmidt die Kulturprogramme gesellschaftlich ausdifferenzierter Teilsysteme wie etwa Sport, Wirtschaft, Religion oder Wissenschaft. Konflikte zwischen diesen Systemen werden wiederum seit dem 18. Jahrhundert über Rechtsvorschriften geregelt. Umgekehrt kann es durchaus auch zu „Systemflirts" (Schmidt 2004: 105) kommen, wie etwa das Beispiel der sich irritierenden Bereiche von Werbung und Kunst in Deutschland speziell seit den 1980ern belegt. Da bereits erläutert wurde, dass es schwerlich *eine* Kultur und daher *ein* Kulturprogramm *einer* Gesellschaft zu beobachten gibt, dürfte einleuchten, dass auch diese Teilprogramme wiederum nichthierarchische *Main*- und *Sub*-Ebenen ausbilden, um in Wandel zu geraten und zugleich eine Gesamtidentität herauszubilden. Wichtig ist, dass es in Mediengesellschaften so etwas wie eine Hauptprogramm-Oberfläche gibt, die die gesellschaftlich abgestimmten zentralen Kategorien und Differenzierungen zur Verfügung stellt, und zwar in Anwendung der jeweiligen Aktanten. Ebenso bilden sich aus dieser Hauptprogrammoberfläche nun Teilprogramme aus, die nicht zwingend für Wandel sorgen, sondern zunächst einmal nur für Ordnung und Flexibilität des Gesamtprogramms. In diesen Teilprogrammen existieren *Mains* und *Subs*, die in sich, aber auch im Verbund zwischen verschiedenen Teilprogrammen, durch gegenseitiges In-Differenz-Setzen bzw. Irritieren in Bewegung geraten. Geschähe dies nicht, würde mit Baecker Folgendes passieren:

> „Dem Generellen ist das Besondere nicht mehr anzusehen. Doch solange ein neues Besonderes nicht zu bestimmen, also zu generalisieren ist, werden die alten Generalisierungen aufrechterhalten. Dann setzt Kultur tiefe Verunsicherungen frei, weil sie den Bruch markiert, den sie überbrücken soll." (Baecker 2001: 102)

Baecker betont hier zwei wesentliche Aspekte für die Konstitution von Kulturprogrammen und den daraus resultierenden Vergemeinschaftungen oder sogar Vergesellschaftungen. Zum einen formuliert er die Beobachtung, dass sich Kulturprogramm-Anwender über die Anwendung ‚ihrer' Programme und deren Resultate sozial orientieren, ohne ständig mitdenken zu müssen,

welche basalen Differenzierungen sie wie verwenden, und zum anderen stellt Baecker fest, dass diese Orientierung zu einer Kommunalisierung führen kann, also letztlich soziale Identität mitherausbildet, die sich wiederum gegenüber anderen individuellen aber eben auch sozialen Identitäten absetzt (Ein- versus Abgrenzung[61]). Dasselbe Phänomen ist interkulturell zu beobachten: Kulturprogramme unterscheiden sich in wesentlichen Aspekten nun mal interkulturell, Subprogramme eher intrakulturell.

Diese intrakulturelle Differenz bezieht sich, wie gesagt, auf alle Teilprogramme des Hauptprogramms. In diesen Teilprogrammen wiederum gibt es unterschiedliche Bewertungen von Kategorien. Nehmen wir das Beispiel Mode: Wenn dem Kultur-Teilprogramm Mode ein *Main* und diverse *Subs* unterliegen, dann lagert hier die Kategorie Stil mit Differenzierungen wie schön/hässlich[62], hip/out, cool/spießig etc. offensichtlich sehr zentral. Der Bereich der Mode wiederum ist eng verknüpft mit einem Themenfeld wie Jugend, weswegen über die Kategorien Mode und Stil sowohl Disktinktion als auch Identifikation von Jugend symbolisiert werden und stattfinden.[63]

Verallgemeinert lässt sich feststellen, dass sowohl *Main* als auch *Subs* – besonders anschaulich ist dies für die Dimensionen Jugend, Mode und Stil zu überprüfen[64] – prinzipiell über Ein- und Abgrenzung Identifikation und Identität generieren. Allerdings haben die Programm-Anwender der *Sub*-Ebenen, wenn sie eine Bewegung aus den *Main*-Anwendungen heraus starten, ohne sie jedoch komplett verlassen zu können, eine drastischere Eigendefinition vorzuweisen. Wer aus *Sub*-Ebenen anwendet, der tut dies bewusst in Differenz zu *Main*.[65] Dahingegen benötigen Handlungen aus der *Main*-Ebene heraus scheinbar nicht der *Subs*. Scheinbar, weil die ‚normalen' Kulturprogrammanwendungen auf der *Main*-Ebene unbeobachtet als Routinen vorausgesetzt mitlaufen, klar scheinen und eher selten die der *Subs* beobachten oder gar kennen, wohingegen die Anwendungen, man könnte auch die Umwendungen sagen, auf den *Sub*-Ebenen intentiös in Differenz beobachtet werden. Wenn also beispielsweise die *Riot Grrrl*-Bewegung innerhalb der Rockmusik die Unterscheidung männlich/weiblich, die zuvor deutlich mit einer Asymmetrie in Richtung männlich behaftet war, nun mit Macht auf die Seite weiblich re-asymmetrisiert, dann geschieht dies eben in Abgrenzung zum *Main* der Rockmusik.[66] Durch diese Abgrenzungen von Seiten

61 Wenn sich eine Gruppe von Subprogrammanwendern abgrenzt, dann oft im Verlassen auf erfolgreiche Nicht-Adressierung ganz bestimmter anderer Anwender (vgl. auch Diederichsen 2002a).

62 Diese sind im Übrigen mit Luhmann (1997b: 309-318) die Codewerte der traditionellen Ästhetik.

63 Vgl. dazu auch Schulzes Hermeneutik der Stile 1995: 92-123.

64 Vgl. ausgiebig schon Lindner 1981, wobei mit Schwendter (1993) und grundlegend Goffman (1975) zwischen freiwilligen und unfreiwilligen (von ‚außen', aus dem *Main*, so bezeichneten) Subkulturen unterschieden werden kann. Im Übrigen steht eine intensive Verknüpfung von jugendsoziologischen und medienkulturwissenschaftlichen Ansätzen immer noch aus.

65 Vgl. dazu auch Terkessidis 2001 und Holert/Terkessidis 1996.

66 Zum *Riot Grrrl*-Phänomen vgl. etwa Gyöngyösi 1995 und Leonard 1998.

der *Sub*-Anwender wird die *Main*-Ebene sogar im Grunde erst identifizierbar. Nach Terkessidis (2001: 263-264) ist dies ein Verdienst der *Sub*-Anwender. Sie definieren sich selbst durch Eingrenzung und den *Mainstream* (*Main*) durch Abgrenzung und machen dadurch auf dominierende Selbstverständlichkeiten des gesamten Kulturprogramms aufmerksam, die zuvor lange Zeit unbemerkt mitliefen.

Ein weiteres Beispiel aus dem Bereich der Mode, welches wie die Popmusik als experimentelles Teilprogramm für die Gesamtgesellschaft eingeschätzt werden kann: Die Modedesignerin Vivienne Westwood gestaltete in den 1970er und 1980er Jahren *Underwear* als *Overwear* und drehte damit auf ganz anschauliche Weise eine semantisch zutiefst aufgeladene Codierung um (vgl. Poschardt 1998: 279-298). Zugleich ging sie damit einen Schritt weit weg von der großen politischen Revolution in den eher symbolischen Bereich eines Experimentierfelds und steht in der Phase um und nach Punk exemplarisch für eine eher spielerische Verweigerungshaltung, die mit dem Einbrechen der weltpolitischen Alternativen zum Kapitalismus zusammenfiel:

„Die Grenzen der Freiheit sollten gerade im Bereich des Gewohnten und Selbstverständlichen immer wieder neu ausgelotet werden, und zwar mehr und mehr unter dem Mandat einer vollkommenen Freiheit der Form. Indem man sich gleichsam zusehends von einer Rebellengesinnung im Sinne Foucaults entfernte, gelangte man zu einer nüchternen Systemausdifferenzierung, wie sie von Luhmann als Grundbedingung funktionierender Gesellschaften beschrieben wird." (Ebd.: 290)

Der Protest von z.B. Westwood ging also nicht klar identifizierbar von unten nach oben oder von außen nach innen. Indem Westwood sich über den alltäglichen Weg der Aufmerksamkeitserregung und Etablierung im Bereich Mode sozusagen in die Position brachte, die es ihr dann anschließend ermöglichte, gegen Mittelmäßigkeit und Durchschnittlichkeit im *Mainstream* der Mode und auch der Gesellschaft anzugehen, operierte sie von innen heraus. Zudem vermeidet diese Strategie Westwoods die von Luhmann (1995: 204) geäußerte Gefahr des Motivverdachts, der (politische) Protestbewegungen ständig aufsitzen: „Die Protestkommunikation erfolgt zwar in der Gesellschaft, sonst wäre sie keine Kommunikation, aber so, *als ob es von außen wäre* [Hervorhebung im Original, C.J.]. Sie äußert sich aus Verantwortung *für* [Hervorhebungen im Original, C.J.] die Gesellschaft, aber *gegen* sie." Westwood und auch McLaren haben durch ihre persönlichen Erfahrungen mit Punk in Großbritannien offenbar frühzeitig begriffen, dass der Protest ohne Als-Ob und nach einer Etablierung auf dem Feld des Protests effektiver als jegliches, vermeintliche ‚von außen' ist.[67] Die politischen

67 Zu gesellschaftlichem Protest gegen Gesellschaft als Element von (Aus)Differenzierung vgl. auch Luhmann 1997a: 847-865. Zu gesellschaftlicher Provokation in der und durch die Kunst vgl. Luhmann 1997b: 469-488. Zu politischen und sozialen Be-

Bedeutungen wurden beim Punk durch Mikrodifferenzen (im Sinne von Diederichsen 2003b) in Form von Brüchen, Rissen oder Empörungen in das Zeichensystem Mode eingeführt, aber ebenso schnell eingearbeitet und entkräftet. Übrig blieb das Akzeptieren der Positionslosigkeit der Mode oder der radikale Ausbruch.[68]

Wenn auch Luhmann in seinen Überlegungen zu Protestbewegungen die Bewegenden, die Aktanten, konsequent vernachlässigt, so lassen sich einige seiner Beobachtungen sehr gut in das Konzept von Kultur als Programm mit *Main-* und *Sub*-Ebenen integrieren. Die bereits einige Male angesprochene Paradoxie des Protests und der Weigerung in ausdifferenzierten Gesellschaften wird von Luhmann kurz und bündig auf den Punkt gebracht: „Gegen Komplexität kann man nicht protestieren. Um protestieren zu können, muss man deshalb die Verhältnisse plattschlagen." (Luhmann 1997a: 861) Trotz dieser begrenzten Möglichkeiten zwischen Resignation und Fundamentalismen sind Protestbewegungen nach Luhmann gleichzeitig nicht vollkommen sinnlos: „Wollte man auch für Protestbewegungen noch eine Funktion angeben, so könnte man sagen: es geht darum, die Negation der Gesellschaft in Operationen umzusetzen." (Ebd.: 864) Distanziert man sich hier von *einer vollständigen Negation der Gesellschaft* und nimmt die ausdifferenzierten Teilbereiche mit ihren Kulturteilprogrammen ernst, so gelangt man auch hier wieder zu der Erkenntnis, dass in diesen Teilbereichen und auf Grundlage ihrer Kulturprogramme ein partieller Widerstand, die kleine Utopie, möglich ist.

„Der Protest lebt von der Grenze, die er als Beobachtungsweise zieht. Aber die Alternative kann ihre Grenze kreuzen. Man ist, und ist nicht, als Alternativer auch auf der anderen Seite: Man denkt im genauen Sinne in der Gesellschaft für die Gesellschaft gegen die Gesellschaft." (Luhmann 1997a: 862)

Dies markiert den Beginn des Experiments Autonomie nicht gegen die oder außerhalb von Gesellschaft sensu Adorno, sondern in der Gesellschaft sensu Luhmann (vgl. Bianchi 1996a, 1996b). Die Grenzüberschreiter bzw. „Betweenies" (Bianchi 1996b: 60) verkörpern dabei ein Dazwischen, sie sorgen durch die sich in ihnen verändernden Programm-anwendungen für Beobachtbarkeit und repräsentieren eine zunehmende Durchdringung. Allerdings funktioniert dies nur so lange, wie in den Teilprogrammen wiederum *Main-* und *Sub*-Ebenen ausgebildet werden, auf deren Grenzen die Betweenies surfen können:

---

wegungen im Zusammenhang mit Massenmedien vgl. Ahlemeyer 1995 und insbesondere für die mediatisierte Studenten- und Jugendbewegung der 1960er Jahre vgl. Fahlenbrach 2002.

68 Erst durch HipHop und dessen deutliche Markenbesessenheit wurden klare Positionen in und mit Mode wieder *hip* (vgl. Diederichsen 2003b sowie ausführlich Poschardt 1998).

„Die Peripherie protestiert – aber nicht gegen sich selbst. Das Zentrum soll sie hören und dem Protest Rechnung tragen. Da es aber in der modernen Gesellschaft kein gesamtgesellschaftliches Zentrum mehr gibt, findet man Protestbewegungen nur in Funktionssystemen, die Zentren ausbilden; [...] Gäbe es diese Zentrum/Peripherie-Differenz nicht, verlöre auch der Protest als Form seinen Sinn, denn es gäbe dann keine soziale (sondern nur noch eine sachliche oder zeitliche) Grenze zwischen Desiderat und Erfüllung." (Luhmann 1997a: 853)

Luhmanns Zentren und Peripherien von Funktionssystemen gleichen also den *Main*- und *Sub*-Ebenen der verschiedenen Kulturprogramme in ausdifferenzierten Gesellschaften und sind hier nicht mit den kulturprogrammlichen Gewichtungen zentral/peripher der Dimensionen von Wirklichkeitsmodellen bei Schmidt gleichzusetzen. Diese Gewichtungen werden aus qua Aktanten angewendeten Kulturprogrammen heraus auf *Main*- oder *Sub*-Ebenen vollzogen. Durch Luhmanns Ausführungen zu Protestbewegungen wird veranschaulicht, wie schwierig es für die *Sub*-Ebenen ist, einen kulturprogrammlichen, teil- und erst recht gesamtgesellschaftlichen Wandel herbeizuführen, zudem wie bedeutend Themen für solche Konstituierungen und die Kopplung an Massenmedien sind.[69] Ein Ausstieg scheint unmöglich. Dies hat bereits E. Goffman in Bezug auf Stigmatisierte und mit einer fremden Kultur als Fluchtpunktmöglichkeit des Außen formuliert:

„Kurzum, wenn es nicht irgendeine fremde Kultur gibt, auf die es [das militante Individuum, C.J.] zurückgreifen kann, wird es, je mehr es sich strukturell von den Normalen separiert, ihnen um so mehr kulturell gleich werden." (Goffman 1975: 143)

Wenn nun mit Luhmann Kommunikation der Grundstoff der Gesellschaft ist, dann kann eine Negation von Kommunikation wiederum selbst nur im Gewand der Kommunikation operieren. Genau dies ist auch das Problem der Negierer, Protestierer und allgemein *Sub*-Anwender: Wie sollen sie aus der Gesellschaft ausbrechen, wenn dies doch nur in Gesellschaft funktioniert? Wie sollen sie die Kommunikation dessen vermeiden, wenn doch auch dies von professionellen Beobachtern wie Journalisten oder Wissenschaftlern (einschl. Luhmann) als Kommunikationsangebot gewertet werden kann? Und wenn eine solche Negation überhaupt erst einmal formuliert wird, so steht sie dauerhaft unter dem Motivverdacht des effekthaschenden, halbherzigen Revolutionierens bzw. der Protestschauspielerei (vgl. Bolz 1997: 66), welche dazu beiträgt, dass die noch so radikale Infragestellung des Systems wieder in es selbst eingeführt wird.

Ganz anders lesen sich die komplexen und ansatzweise sehr utopischen Entwürfe zur Gegengesellschaft und ihren Institutionen bei Hollstein (1980) und Subkultur und ihren Institutionen bei Schwendter (1993). Der Kunsthistoriker Grasskamp (1999) geht zwanzig Jahre später in Kontrast dazu sogar

69 Vgl. dazu ausführlich Luhmann 1996.

so weit, die großen popkulturellen Protestbewegungen als Chance für die Kulturindustrie zu fassen und die in den 1960er Jahren kulminierende Gegenkultur als Erfindung der Medien und „Kernfusion von Gegenkultur und Kulturindustrie" (ebd.: 209) zu bezeichnen. Die Provokation dieser Gruppen dient dabei mit Grasskamp als Garantie für einen kulturellen Ansehenserfolg in der Moderne. Nach den Regeln der Aufmerksamkeitsökonomie und Nachrichtenwerttheorie tut sie dies in der Postmoderne und danach sogar noch deutlicher. Auch Schwendter (vgl. 1993: 174-191) sieht in der kommerziellen Integration der Hippie-Bewegung durchaus den popkulturell prototypischen Re-Entry der *Subs* ins *Main*. Und Diederichsen (1999c) schließlich verortet das Konzept Gegenkultur von dessen Anfang an als innerkapitalistisch mit gelegentlichen antikapitalistischen Zügen und der Möglichkeit, Umwertung von Werten massenhaft zu verbreiten. Solche Argumentationen werden dann wiederum als taktisches Schwächen subkultureller Möglichkeiten unterstellt, wie etwa exemplarisch von der New Yorker Künstlerin Julie Ault:

„Die im Verschwimmen von »Alternative« und Mainstream implizierte Geste der Vereinnahmung lässt sich auch im Multikulturalismus der akademischen, aber genauso in der kulturellen Sphäre der letzten 10 Jahre orten. Damit wird der Anschein erweckt, dass Kritik und klare Opposition nicht möglich sind, weil sie selbst als Teil des Systems funktionieren, was wiederum Teil einer generellen Agenda ist." (Ault, zitiert bei Beck/Poledna 1996: 117)

Höller erwähnt in seinen Anmerkungen zur deutschsprachigen Rezeption der *Cultural Studies* diesbezüglich Grossbergs Verständnis des dort dominant praktizierten Umgangs mit Pop- und Rockmusik in den 1980er Jahren gar als neokonservative Artikulation,

„die die ehemals utopisch besetzten Fluchtlinien der Counter-Culture zu wirksamen Systembestandteilen umfunktioniert habe. Heute gehen Kritiker [...] sogar so weit zu behaupten, die Gegenkultur der sechziger Jahre sei von Anfang an unter den unternehmerischen Fittichen der Lifestyle-Industrie gestanden, die schließlich die Figur des »rebellischen« oder »dissidenten« Konsumenten als Marketingsubjekt etabliert habe." (Höller 1998: 176)

Dass das Motiv der Zerstörung dieser Abgrenzungsmöglichkeiten wiederum als Ausgangspunkt von Möglichkeit überhaupt erst dient, scheint in diesem Zusammenhang übersehen worden zu sein. Und wenn diese Infragestellung eines Teilsystems bzw. der grundlegenden Differenzierungen der *Main*-Ebene eines Kulturprogramms eines solchen Teilsystems dann den Geschmack der Kommerzialisierungsscouts und der Massen trifft, dann kann es zu der von Bolz (1999) konstatierten Übersiedlung des Andersseins ins Angepasstsein kommen. Bolz übersieht dabei, dass die *Sub*-Ebenen nicht verschwinden, sondern sich schnell umorientieren, also Werte wiederum umwerten. Wenn bei Bolz (ebd.) also die Andersseienden zu Konformisten

oder bei Bezzola (1996) die Bohemisten zur Masse werden, könnten die Normalos plötzlich, aber nur unter reflexivem Gebrauch durch die *Sub*-Anwender, zum Symbol des Nicht-Konformen werden und so weiter. Kein Ende in Sicht.

Zurück also aus der Abstraktion des Bereichs *Sub* auf die konkretere Aktanten-Ebene. Hier greift die Ambivalenz der Sichtbarmachung der Grenze von *Sub* zu *Main* durch *Sub*-Anwender. Durch das Identifizieren und Justieren einer solchen Differenz kann sich das Gefühl der erfolgreichen Emanzipation auf Seiten der Aktanten etablieren und die ehemals umkämpfte Asymmetrie und Dimension an sich per Re-Entry zum Thema für die Massen,[70] also die *Main*-Anwender werden, um dort zur Identitätsbildung beizutragen, aber eben nicht mehr politisch oder umkämpft, sondern *light* und qua Konsum. Selbst und Selbstverwirklichung dienen dabei als Plätze der Distinktionsermittlung und Hierarchiebildung. Klassen- und Partei- oder Konfessionszugehörigkeit spielen kaum noch eine Rolle.[71]

„Da es in der Kultur nun nicht mehr vorrangig um Autonomie geht, sondern um Unterschiede, hat sich die kulturelle Sphäre in einen monumentalen Differenzbauchladen verwandelt. Was früher als Abweichung galt, ist heute in mundgerechter Form zutiefst begehrt." (Terkessidis 2001: 264)

Ausgrenzung wird nun also kommerzialisiert und offensichtlich damit entschärft. Wie genau dies vonstatten geht, vermag Terkessidis an dieser Stelle leider nicht zu schildern.[72] Und auch sein Kultur-Begriff bleibt unklar und verharrt offenbar eher im Räumlichen. Bezogen auf den Kulturprogramm-Begriff und seine hier geschilderten *Sub*-Ebenen lassen sich Terkessidis' Gedanken aber sehr wohl produktiv verwenden: Denn zwischen der Umkehrung der Asymmetrie in Anwendungen auf der *Sub*-Ebene bis zur Etablierung dieser Umkehrung auf der *Main*-Ebene scheint ein langer Weg zu liegen. Wenn also Differenzen identifiziert und kritisiert (also re-asymmetrisiert) werden, warum sollte das die Anwender der *Main*-Ebene

70 Terkessidis (2001) spricht von der ‚neuen Mitte' in westlichen Gesellschaften, und auch Diederichsen (1999b) spielt auf diese *Main*-Ebene an, wenn er von der Mitte in Berlin schreibt, wo einst nach der Vereinigung Deutschlands die Innovation emergierte, dann aber die Massen kamen und die Innovation mehr und mehr vertrieben.

71 Unrühmliche Ausnahme: „Leider ist die einzige gesellschaftliche Fraktion, die zur Zeit Lifestyle-Projekte an politische anschließt, die extreme und rassistische Rechte, etwa in Form der NPD, die freizeitrassistischen und natürlich immer schon gemeingefährlichen, aber außerhalb ihres unmittelbaren Umfelds illegitimen Neonazis das Gefühl gibt, an einem größeren, universaleren Projekt teilzunehmen, dem deutschen Jahrhundertprojekt des Nationalsozialismus." (Diederichsen 2002c: 199)

72 Für die Zusammenhänge von Dissidenz und Systemtheorie vgl. die beiden instruktiven Diskussionen bei Terkessidis/Werber 1992 und Goetz/Terkessidis/Werber 1992, die allerdings kränkeln, wenn sie sehr konservativ der Wissenschaft keinerlei Überraschungsmanagement und der Kunst totalen Überraschungszwang zuschreiben und daran gekoppelt etwas *sub*-elitär lamentierend das Ende der Dissidenz durch die Diskussion selbiger prophezeien. Dem seien die innovativen Argumentationen zum Zusammenhang zwischen Wissenschaft und Kunst von Deleuze/Guattari (2000) als auch Feyerabend (1984) entgegen gesetzt.

nun besonders reizen? Weil Distinktion, mit Schulze (vgl. 1995: 111) formuliert, immer ein Anti produziert, dieses wiederum in Mediengesellschaften grundsätzlich Aufmerksamkeit erregen kann (vgl. ausführlich Schmidt/Spieß 1996) und sich dementsprechend für die Hauptaufgabe der Werbung, die Erregung folgenreicher Aufmerksamkeit funktionalisieren und also vermarkten lässt.[73]

Anschließend an Umcodierungen in Form von schlichtem Egalisieren oder Umkehren der Differenzasymmetrien kann das grundsätzliche Spiel der Differenz im Ganzen als wesentlich irritierender für gesellschaftliche (kulturprogrammliche) Sicherheiten bewertet werden. Damit geht meist ein Zweifel an der Dimension (z.B. Geschlecht) einher, wie etwa bei sich androgyn gebenden Musikern wie dem David Bowie der 1970er oder dem Elektro-Avantgardisten Terre Thaemlitz.[74] Ob nun Vivienne Westwood, der frühe David Bowie, Kurt Cobain oder Terre Thaemlitz:

„Alle diese Haltungen weisen *strukturell* [Hervorhebung im Original, C.J.] das Merkmal des Abgesondert- und/oder Herausgehobenseins auf. *Inhaltlich* [Hervorhebung im Original, C.J.] ist dieses Merkmal – nahezu – durchgehend geprägt durch das Bewusstsein der Zugehörigkeit zu einer Elite – pointiert ausgedrückt: zu einer Entsagungselite." (Soeffner 1986: 89)

Mit anderen Worten: Das Nein zur Uniform der Gesellschaft wird entweder geäußert, bevor überhaupt eine Uniform getragen werden kann (Generationenprotest aus der Jugend) oder aber es produziert neue Uniformen der Künstler und Rebellen (vgl. Kreuzer 1968), Uniformiertheit der Nicht-Uniformierten (vgl. Soeffner 1989) bzw. die Elite einer Gegenelite (vgl. Schwendter 1993: 29-33), wodurch mit Diederichsen (vgl. 1996: 159-192) der ehemalige Dissident zum Spießer werden kann:

„Weil ich in äußeren Dingen nämlich mit allen anderen Nonkonformisten konform bin, negiere ich die falsche Nonkonformität der eigentlich konformistischen neuen Mittelschichtler und Angestellten, die sich nur durch gekaufte Äußerlichkeiten unterscheiden." (Diederichsen 2003b: 69)

Wobei nicht vergessen werden sollte, dass die Möglichkeit zur Nonkonformität der *Subs* in etablierten, traditionsgebundenen Medienkulturgesellschaften sehr wohl ein Luxusgut bedeutet, aber insbesondere in Zeiten der Unsicherheit, Verwirrung und Zerschlagung alter Normen der Bedarf an neuen Normen und Konformitäten notwendig wird – dies wurde im Laufe

73 Vgl. zum Marketing des Anti bzw. De-Marketing Bolz 1995a und Jacke 2001b.

74 Gerade im Bereich des i.w.S. Techno und der damit zusammenhängenden Club Culture spielt dabei, entgegen aller Entdifferenzierungsbehauptungen, die Geschlechterdifferenz eine wichtige Rolle spielt. Vgl. grundlegend Thornton 1996, Malbon 1999, Walder 1999 und Meyer 2000. Vgl. zu Bowie Büttner 1997. Zur Sexualität bei Thaemlitz, der sich als Homosexueller gegen das Gender-Unterdrückungsmodell ausspricht, vgl. Maida 2000. Zu Geschlechterverhältnissen in der Popkultur vgl. Büsser/ Plesch/Ullmaier 2000.

der vorliegenden Arbeit bereits einige Male u.a. mit Schmidt (1998c) als Gefahr neuer Fundamentalismen beschrieben.

Schmidt selbst beschäftigt sich immer wieder mit dem der Musik ähnelnden Bereich der Kunst[75] und geht dabei in seinen Überlegungen zum Wandel in der Kunst auf die bereits erwähnten Mehrfachcodierungen ein:

„Vielmehr nehme ich an, dass Kulturprogramme im Laufe der Zeit Subprogramme oder Subroutinen ausbilden, die Resultate der Anwendung eines Kulturprogramms einer Zweit- oder Dritt-Codierung unterziehen im Hinblick auf beobachtungsleitende Differenzen wie wichtig/unwichtig, Kunst/Nichtkunst, elitär/trivial, U-Kunst/E-Kunst, die dann wiederum im Rahmen konkreter Programme oder Detailsemantiken asymmetrisiert werden müssen: X ist ein wichtiges Werk der E-Kunst." (Schmidt 2003b: 360)

Werden zentrale Kategorien eines Teilprogramms wie Kunst über Asymmetrisierungen seitens innovativer *Sub*-Anwender[76] in Zweifel gezogen oder verwandelt, so kann es zu zwei extremen Reaktionen kommen. Entweder werden die Asymmetrisierungsversuche seitens der *Main*-Anwender und somit aus dem Teilprogramm Kunst heraus als Nicht-Kunst ausgeschieden oder gewissermaßen zähneknirschend umarmt und also ins System als (Nachwuchs)Kunst wieder eingeführt. Diese Strategien verdeutlichen einmal mehr, wie schwierig es ist, aus den *Sub*-Ebenen heraus Revolten zu starten, und wie aufwendig dies insbesondere in Bereichen wie Kunst, Literatur oder Musik ist, die sowieso schon unter dem Motivverdacht der beabsichtigten Veränderung stehen:

„Man könnte nun fragen, was nach der (Selbst-)Dekonstruktion des Künstlers (Autors, Schöpfers, Subjekts), des Kunstwerks (Produkts, Werks, Objekts) und des Kunst-Begriffs selbst (durch Nicht-Kunst) noch übrig bleibt. Kann im Rahmen des Kunstsystems überhaupt noch irgend etwas dekonstruiert werden? Kann sich Kunst noch von etwas befreien? Die Antwort lautet: Ja, von neuen Versuchen der Kontext- und Umweltsteuerung von Kunst. Die Befreiung von systeminternen Konstituenten weicht einem Befreiungskampf von systemexternen Einflüssen." (Weber 1999: 134)

Daraus können dann also neue, subversive Formen der Unterwanderung von Innen entstehen, zu denen Weber etwa Informations-Guerillas zählt, die sich, wie auch andere im Laufe der vorliegenden Arbeit schon genannte Beispiele (Adbusters, Bastard Pop etc.), auch auf die Manipulation anderer Bereiche (etwa der Medien) beziehen. Ein doppeltes Von-Innen macht diesen Wandlungsversuch besonders problematisch: von Innen aus dem Bereich heraus und auf der selben, ‚verinnerlichten' Grundlage von (gemein-

75 Zur Konstitution und Wandlung der Kunst vgl. Schmidt 1971, 1987b und für das integrative System Kunst Schmidt 2000b: 280-377 sowie Weber 1999.

76 Weber (1999: 127) nennt dies bewusste Paradoxierung (Negation der Kunst in der Kunst).

samen bzw. zumindest koorientierten) Wirklichkeitsmodellen und Kulturprogrammen und damit zusammenhängenden gemeinsamen Sprachen. Die Infragestellung von Kulturprogrammanwendungen kann nur auf Basis erworbener Anwendungen gelingen (vgl. dazu kompakt Schmidt 1998b). Dies wiederum wird verbal und nonverbal aufgrund erlernter Anwendungen von Kommunikationsinstrumenten praktiziert und impliziert dementsprechend bereits auf der basalen Ebene der Negation von Sprache erhebliche Probleme (vgl. dazu bereits Schmidt 1973 und Luhmann 1975). Dementsprechend erscheint Deleuzes Aufforderung zur Verweigerung in den Kontrollgesellschaften nahezu utopisch:

„Vielleicht sind Wort und Kommunikation verdorben. Sie sind völlig vom Geld durchdrungen: nicht zufällig, sondern ihrem Wesen nach. Eine Abwendung vom Wort ist nötig. Schöpferisch sein ist stets etwas anderes gewesen als kommunizieren. Das Wichtige wird vielleicht sein, leere Zwischenräume der Nicht-Kommunikation zu schaffen, störende Unterbrechungen, um der Kontrolle zu entgehen." (Deleuze 1993: 252)

Darauf lässt sich äquivalent mit de Certeau (1988: 271) antworten: „Im Bereich der graphischen oder sprachlichen Operationen gibt es keinen Tod."

Welches Beispiel man sich im Rahmen von Medienkultur auch herausnimmt, entscheidend bleibt: Die Dimensionen bzw. Kategorien werden innerhalb der Wirklichkeitsmodelle herausgebildet, die Gewichtung und Bewertung der Dimensionen erfolgt über die Kulturprogramme und diese wiederum sind für bestimmte Gruppen von Aktanten in der Anwendung ähnlich. Diese Gruppen manifestieren die Ebenen des Programms Kultur. Auf den Sub-Ebenen werden die Differenz-Interpretationen gegenüber denen der Main-Ebenen leicht bis stark verschoben, so dass es zu den genannten Umcodierungen kommen kann.[77] Am Bild des Kategoriensystems als Geflecht oder Netzwerk wird auch klar, wie schwer es ist, grundsätzlich alle Kategorien einer Main-Ebene umzustürzen oder auch nur umzuwandeln, also gewissermaßen das Netzwerk umzukrempeln bzw. auf links zu ziehen.

An diesem Punkt der Argumentation kommt nun allerdings eine Besonderheit für die Dimensionen der Medien(sub)kultur ins Differenz-Spiel: Gegen Verbindlichkeiten, also geregelte Kulturprogrammanwendungen auf der Main-Ebene, symbolisch und sprachlich anzukämpfen, ist für zahlreiche Jugend(sub)kulturen zunächst einmal der gesamtgesellschaftlichen Auswirkung eine ‚Revolutionstrockenübung'.[78] Dies bedeutet: Die auch bei den *Cultural Studies* oft betonten symbolischen Kämpfe bleiben zumeist ohne

77 Zu einem Recycling von Werten in der Kultur zwischen Vergänglichem, Müll und Dauerhaftem vgl. Thompson 2003.

78 Zu den spielerischen ‚Ersatzschlachten' *Big Brother* und Fußball-*EM-2000* vgl. ausführlich Jacke 2000. Wegen des hier angesprochenenen Übungscharakters von Differenzauslegungen und -durchsetzungen haben medien- und popkulturelle Phänomene auch solch eine indikatorische Bedeutung für gesamtgesellschaftliche Entwicklungen (vgl. auch Diederichsen 1999b: 272-299).

gesellschaftliche Sanktionen, ähnlich wie im Übrigen diejenigen auf den Terrains Literatur oder Kunst, da sie ja bereits als Systemveränderungen ausgeflaggt sind und dementsprechend erwartbar gegen Erwartungen verstoßen und somit Überraschungen in Form von Nicht-Erwartetem erwartbar machen.[79]

„Während in älteren Gesellschaften der Bereich des Vertrauten deckungsgleich mit der jeweiligen Gesellschaft war und als unvertraut ausgrenzte, was sich diesem Bereich nicht einpassen ließ, [...] gilt unter modernen gesellschaftlichen Bedingungen, dass das Unvertraute gesellschaftlich begegnet. Man kann eine Tür öffnen und die Grenze des Vertrauten überschreiten, ohne die Gesellschaft zu verlassen: Man steht in einer Nachtbar, einer Universität, einem Laboratorium, einer Behinderteneinrichtung und kann dann wissen, dass das im Moment Unvertraute für andere vertraut ist, für die anderes unvertraut ist, das einem selbst vertraut oder auch nicht vertraut ist." (Fuchs 1992: 129)

Hier werden effektive Differenzverschiebungen also eher geübt. Gleichzeitig soll das nicht heißen, dass Musik, Kunst und Literatur nicht ernst zu nehmen sind. Wenn aber Kulturprogrammanwender aus *Sub*-Ebenen auf diesen Feldern antreten, um ein gesamtes Kategoriensystem umzustürzen, wird auch hier wieder klar, dass dies wohl kaum gelingen kann. Ähnliches betont Prokop in seinen Formulierungen zu den populären Universen der Medienkulturindustrie, die eben den Rezipienten nur simulierte Konsequenzen für sein (Medien)Handeln offerieren und ihn sich somit letztlich auf der sicheren Seite wähnen lassen. Natürlich wurde der Luxus eines jugendkulturellen und zunehmend gesamtgesellschaftlichen Differenzmanagements erst im Zuge der funktionalen Ausdifferenzierung von modernen Gesellschaften seit dem 18. Jahrhundert möglich.[80] Daraus entwickelten sich dann Kulturprogramme, die Differenzen unterschiedlich gewichten und bewerten, und erst dadurch wurden mit Schmidt (2004: 84-85) sich gegenseitig bedingende Programm-Ebenen vorbereitet, die nun wieder auf thematischen Feldern gleichermaßen beobachtet werden können. Die Gegenüberstellungen von hoch und trivial oder *high* und *low* oder Kunst und Masse hängen, wie schon in den Ausführungen zu den KulturBegriffe der Kritischen Theorie und der *Cultural Studies* erläutert wurde (vgl. Kapitel 2 und 3), mit den jeweiligen individuellen Einschätzungen als auch gesellschaftlich-orientierten Ausformungen zusammen. Abgesehen von Klassen können hier eben auch die bewussten Differenzsetzungen zwischen Jugendlichen und ihren Elterngenerationen als prototypisch genannt werden. Dabei kommen insbesondere

79 Vgl. auch das Beobachterparadoxon nicht-trivialer Maschinen im Sinne Heinz von Foersters: „Nicht-Erwartbarkeit wird erwartbar." (Schmidt 1999d: 117) sowie generell zur Emanzipation des Nichterwartbaren vgl. Fuchs 1992: 129-133.

80 Die internen Kämpfe der Kulturen wurden nach dem Zweiten Weltkrieg zunehmend durch stilistische Unterscheidungen ausgedrückt. Diese werden nicht nur durch Sozialisation, sondern auch durch Konsum erworben, weswegen M. Terkessidis (vgl. 2001: 265) von der Differenzkonsummaschine spricht.

Jugendkulturen als Übungsfelder für Differenzsetzungen in Frage, da die Programmanwendungen aus Sicht der Erwachsenen gewissermaßen als-ob-von-außen erfolgen: Jugendliche sind noch nicht im erwachsenen Ernst des Lebens angekommen und können deren Kulturprogrammanwendungen daher kaum effektiv kritisieren (‚Werdet Ihr erst mal erwachsen!').

Ob nun noch jugendlich oder schon erwachsen: Gesellschaftlicher Wandel erfolgt aufgrund der Veränderungen des Kulturprogramms. Und dieses verwandelt sich in interner und externer Ein- und Abgrenzung: Kulturwandel findet als differentialer Wandel statt, der sich auf den Ebenen *Main* und *Sub* wesentlich weniger normativ als bei motivverdächtigen Einteilungen in *high* und *low* oder Eltern und Jugend beschreiben lässt.

„Kultureller Wandel, genauer: der Wandel von Kulturprogrammen und ihren Subprogrammen, kann also bestimmt werden als beobachtete, beschriebene und bewertete Differenz, wobei Beschreibungen, Beobachtungen und Bewertungen ihrerseits wieder Anlass geben zu neuen Wandlungsprozessen durch Umperspektivierung bisheriger Programmanwendungen. (Man beschäftigt sich mit einer Subkultur und erfährt dabei, dass die Sicherheit der eigenen kulturprogrammierten Orientierung zu schwinden beginnt.)" (Schmidt 2004: 104-105)

Die Gefahr des Orientierungsverlusts wird durch das Netzwerk von Kulturprogramm-Kategorien, ihre Beschreibungen und Bewertungen verringert, wenn auch sicherlich zunehmend Kategorien der Wirklichkeitsmodelle in Frage gestellt werden. Und letzteres bedeutet für gesellschaftlichen Wandel entgegen dem geringen individuellen Sanktionsrisiko sicherlich alles andere als ein harmloses Spiel mit Differenzsetzungen.

Startet man also seine Beobachtungen zu *Main* und *Sub* auf der Grundlage des Kulturpogramms bei Schmidt aus eher ‚unterhaltenden' Phänomenbereichen heraus oder wendet diese darauf an – die Reihenfolge sei den wissenschaftlichen Beobachtern überlassen – so sollte klar geworden sein, dass das zentrale Feld Popkultur/Popmusik einer Medienkulturgesellschaft als exemplarisch für symbolische Kämpfe und Wandel gelten kann und dass es dabei nicht um irgendeinen bewertenden Grad an Ernsthaftigkeit geht. Ebenso wie die Unterscheidung zwischen Medien- und wirklicher Wirklichkeit mittlerweile als wenig hilfreich gilt, so sind Kulturprogrammanwendungen in den Medien sicherlich nicht künstlicher oder verspielter als diejenigen außerhalb der Medien.[81] Ein weiterer Aspekt lässt sich auf solchen Feldern besonders gut beobachten: die Modi von Kulturalität (sensu Schmidt 2002c, 1994b: 236-254 sowie Welsch 1994). Alle sicherlich noch folgenden Diskussionen um Trends etwa der Politik auf inter-, trans- und multikultureller Ebene (einschließlich *Main* und *Sub*) sind auf Bereichen der Popkultur und insbesondere der Popmusik schon vorweggenommen:

81 Dies zeigt sich z.B. an den – wenn man hier noch einmal trennen will – zunehmenden außermedialen, ‚echten' Konsequenzen etwa von Chat-Rooms oder Internet-Kontaktbörsen.

„In den letzten Jahren mehren sich die Anzeichen, dass jenseits der national bestimmten ‚Kulturen' kulturprogrammierte Muster und Erscheinungsformen entstehen, die nicht mehr aus der Anwendung eines festen und in sich geschlossenen Kulturprogramms resultieren, sondern – wie etwa die Pop-Musik – über die Medien global ‚flottieren', sich rasch wandeln, bisherige Versatzstücke aus verschiedensten Kulturprogrammen in sich aufnehmen und (vorwiegend nach aufmerksamkeitsökonomischen Grundsätzen) ‚sampeln' (Stichwort: *Transkulturalität* [Hervorhebung im Original, C.J.])." (Schmidt 2004: 103)

In der Ausbildung kulturprogramminterner Ebenen spielen demzufolge auch *Main*- oder *Sub*-Ebenen anderer Kulturprogramme anderer Gesellschaften eine wichtige Rolle, wie nicht zuletzt an den intensiven Diskussionen um den Einfluss exotischer Musik-Elemente auf die westliche Popmusik abzulesen ist. Auch hier zeigt sich der Vorteil eines weniger normativ aufgeladenen Kulturprogrammbegriffs. Wenn man untersucht, ob etwa der indische *Mainstream*-Film aus Bollywood oder eine ganz bestimmte subkulturelle Musikausrichtung des Drum'n'Bass z.B. die deutsche Film- oder Popmusikindustrie (*Main* oder *Sub*) beeinflusst, hier gilt nicht *Main* = schlecht und *Sub* = gut oder umgekehrt. Mit Hilfe der Untergliederung des Kulturprogrammbegriffs sollen verschiedene Perspektiven überhaupt erst möglich gemacht werden, die in Folge sicherlich auch bewertet werden können, zunächst einmal aber wissenschaftlich eher begründet werden müssen. Dass dieses abstrakte Beobachtungsraster mit konkreten Beispielen gefüllt werden kann, wurde bereits angesprochen und exerziert, intensive empirische und historisierende Überprüfungen an zahlreichen Phänomenen stehen derzeit hingegen noch aus.

Für die Wandlungsprozesse in Medienkulturgesellschaften erscheinen dabei nicht nur die alltäglichen Anwender der Programmebenen ganz wesentlich, sondern insbesondere das Andocken der Phänomenbereiche an geeignete Aktanten (für die Produktion: Prominente und Stars), Ereignisse (Sendungen, Festivals, Events im Allgemeinen) oder auch Werke (Theorien, Bücher, Filme etc.) und ob diese medientextlichen Phänomene mit griffigen Metaphern oder Schlagworten besetzt werden können.[82] Denn diese sorgen in der Öffentlichkeit mit Luhmann (1979: 41) für eine Verhandlungsfähigkeit von Thematiken. Die Themen werden wiederum gespeist aus den erwähnten kulturprogrammlichen Anwendungen. Unter Themen

„wollen wir bezeichnete, mehr oder weniger unbestimmte und entwicklungsfähige Sinnkomplexe verstehen, über die man reden und gleiche, aber auch verschiedene Meinungen haben kann [...]. Solche Themen liegen als Struktur jeder

82 Vgl. Schmidt 2004: 104-105 und als Beispiel des Phänomens Grunge und *Generation X* in seiner Kopplung an Personen, Ereignisse und Werke für die deutsche Medienlandschaft vgl. Jacke 1996, 1997 und 1998. Für besonders ausgeprägte Verschlagwortung und Metaphorisierung der mediatisierten Gesellschaftsentwicklung vgl. grundsätzlich die Arbeiten von N. Postman (kulturtechnikapokalyptisch) bzw. N. Bolz (kulturtechnikeuphorisch).

Kommunikation zugrunde, die als Interaktion zwischen mehreren Partnern geführt wird." (Ebd.: 34)

Themen dienen der Kopplung von Massenmedien mit anderen Gesellschaftsbereichen. Wenn daher eine subkulturprogrammliche Anwendung qua Aktanten grassiert, sich sozial koorientiert und relevante Öffentlichkeiten sowohl ähnlicher Anwender (*Sub*) als auch verschiedener Anwender (anderes *Sub* oder *Main*) erreicht und sich dort etabliert, dann ist die Grundlage für eine gesamtgesellschaftliche Aufmerksamkeit zunächst einmal gegeben.

Wie bedeutsam die Elemente Kommunikation und Medien für diese Karrieren sind, wird dadurch zusätzlich betont (vgl. Schmidt 1999a: 124). Die operative Fiktion potenzieller Aufmerksamkeitsbereitschaften von Aktanten ist dabei die Vorbedingung für ‚realisierte', weil erreichte Öffentlichkeiten, die sich zumindest quantitativ messen lassen.[83] Der Kommunikationswissenschaftler J. Westerbarkey (vgl. 1993, 1991: 21-55) formuliert Öffentlichkeit ähnlich als imaginäres Kommunikationssystem und beruft sich dabei u.a. auf Luhmanns „Unterstellbarkeit der Akzeptiertheit von Themen" (1979: 44). Diese virtuellen Öffentlichkeiten sind die Bedingungen der Möglichkeit für Themenwerdung und Themenkarriere auch subkulturprogrammlicher Anwendungen und Anwender, die sich durch Personen, Ereignisse, Werke und Schlagworte (also allgemein Texten) medienthematisch beobachtbar machen.[84] Interessant ist hierbei nicht nur die mediale Konstruktion von Themen und deren Wirkungen beim Publikum, sondern insbesondere die Karriere von Themen im Vorfeld ihrer Veröffentlichung. Die Themenstrukturierung findet dabei nicht nur zwischen Medien und Publikum statt, sondern auch zwischen Informationsquellen und Medien, innerhalb der einzelnen Medien und auch vergleichend zwischen den Mediengattungen und -institutionen mit stark divergierenden Ansprüchen und Kontexten.[85]

---

83 Marcinkowski (1993: 62-63) liefert die Unterscheidung des potenziellen und aktuellen Publikums.

84 Die Themenkarriere der Rock-Band *Nirvana* wurde empirisch-exemplarisch im Hinblick auf subkulturprogrammliche Thematiken analysiert und anhand eines fusionierten Themenkarriere-Modells von Luhmann (1979, 1993) und Weischenberg (1990) belegt (vgl. Jacke 1996, 1997 und 1998). Dabei wurden die folgenden Phasen konstituiert: Entdeckungsphase, latente Nach-Entdeckungsphase, Durchbruchs- bzw. Peripetiephase, Modephase, Kulminationsphase, unerwartete Gipfelphase. Analysiert man, wie im genannten Fallbeispiel *Nirvana*, Zeitungen und Zeitschriften zu einer Band und ihrer Karriere, lassen sich bestimmte Merkmale, Tendenzen und Entwicklungen eines Trends und der publizistischen Institutionen herausfinden.

85 Hier kann nur am Rande auf die immense Bedeutung der Relation zwischen PR und Journalismus in Medienkulturgesellschaften hingewiesen werden. Vgl. dazu grundlegend Hoffjann 2001 sowie Merten/Westerbarkey 1994. Vgl. einführend zu PR Bentele 2003 und Merten 1999: 256-292. PR-Agenten z.B. bei Plattenfirmen selektieren schließlich schon vor den Journalisten. Im künstlerischen Bereich fungieren Agenturen, Labels, Verlage u. ä. als Gatekeeper.

Subkulturprogrammliche Anwendungen erfahren in den Medien bestimmte Entwicklungen. So durchläuft jede ‚neue' Anwendung als Thema laut Luhmann zunächst eine latente Phase, in der sie Eingeweihten und Interessierten schon als möglich sichtbar ist, aber oft noch ein äquivalentes, im Idealfall auch zur Vermarktung qualifiziertes Schlagwort fehlt. In dieser Phase können solche subkulturprogrammlichen Anwendungen (z.B. in Form von Musikszenen) in ihrer Bedeutung als Thema wieder nachlassen oder sich aufladen, „bis sie die Kraft für eine [...] Karriere gesammelt haben und die rechte Zeit dafür gekommen ist." (Ebd.: 41) Einigen Themen gelingt dann der Durchbruch. Selbst diese können jedoch anschließend noch durch Zensur, Sperrung oder Lenkung auf Seitengleise obstruiert werden. Setzt sich ein Thema durch, gewinnt es an Popularität, wird eventuell sogar zur Mode und entzieht sich gleichzeitig „durch Selbstverständlichkeit der Disposition." (Ebd.: 42) Wobei für den Modebegriff die Kategorien Zeitaspekt (Kurzlebigkeit), sozialer Aspekt (Kollektivität) und sachlicher Aspekt (Kleidung, Musikszenen etc.) besonders zentral sind.[86] Ferner ist Mode als Trend kulturprogrammteilabhängig und kann als späte Stufe einer Mehrfachcodierung (zentral/peripher, in/out, Mode/außer Mode) gesehen werden. In den Medienangeboten angelangt, stehen neben dem Thema selbst vor allem Meinungen und Entscheidungen darüber zur Verfügung. Birgt das Thema in seiner Diskussion keine Spannung und kein Risiko mehr, so ist der Kulminationspunkt überschritten, und „die Kenner wenden sich von ihm ab." (Ebd.) Ist dieser Sättigungsgrad eines Themas erreicht, muss es erneuert werden oder neue Teilnehmer rekrutieren. Ist das nicht der Fall, so kann es sogar zum Überdruss kommen. Es gibt Themenbereiche, in denen routinemäßig Neues anfällt, die daher einen festen Platz in der Berichterstattung bekommen, so z.B. Tourneen oder Platten einer Band. Dazu kommt bei einer steten Ausdifferenzierung im Mediensystem, dass die Karrieren der Themen immer kurzlebiger werden und deshalb immer mehr Themen benötigt werden. Das kann u.a. dazu führen, dass sich die Medien zunehmend selbst thematisieren und fiktionalisieren.[87]

Doch bevor noch einmal genauer auf die Personalisierung von Themen in den Medien und deren Karrieren eingegangen werden soll (Kapitel 5), gilt es, die Überlegungen zur Kultur als Programm mit *Main-* und *Sub-*Ebenen vorläufig abschließend zusammenzufassen.

Fazit: Wo auch immer genau diese Themen starten: Im Gesamtprogramm Kultur laufen zahlreiche Teilprogramme (Kunst, Literatur, Wirtschaft, Werbung etc.) ab, die wiederum neben Main- auch Sub-Ebenen (*Subs*) integriert haben. Die *Subs* sind bilden die Folie für zahlenmäßig unterlegene Programmanwender, die sich durch einen hang zur Re- oder Umcodierung der Kategorien kennzeichnen und damit komplett scheitern oder produktiv scheitern und Innovationen für die *Main*-Ebenen liefern.

86 Zum Modewandel in der Gesellschaft vgl. statt anderer Schnierer 1995.
87 Vgl. des Weiteren zur Problematik von Themenkarrieren Luhmann 1996: 24-30.

4.4 Vorläufiges Fazit: Kulturprogramm als Integrierer produktiver Dialektik

„Das rätselhafte Geheimnis: warum diese ganze Bewegung so lange wirklich immer neu neue Gegenwart sein konnte. Möglicher Mitgrund: ein simples Paradox, das von innen her dauernd frische Energie erzeugt und in die Sache reingepumpt hat: Abweichung, Individualität, Differenz, die an ihrer Selbstabschaffung arbeitet, um aufgehen zu können selig im Einen des Gemeinsamen. Den Widerspruch zwischen Ich und allen also genau andersherum auflösen, als es cirka 45 Nachkriegsjahre lang selbstverständlich üblich und vernünftig war." (Goetz 1999: 219)

Diese alltagsbeobachtenden Zeilen des Schriftstellers Rainald Goetz zur aufkeimenden Techno-Bewegung in den neunziger Jahren verdeutlichen mehrere Aspekte: Zum einen ganz allgemein die ständige Reaktualisierung von Differenzen innerhalb einer Kultur durch ganz bestimmte, oft jugendkulturelle Bewegungen. Zum zweiten die spezielle Vorgehensweise beim schnell zum Massenphänomen mutierten Techno in Form etwa der vielen großen Raves und Paraden. Während sich die meisten dieser Bewegungen der Nachkriegszeit vom Gros der Bevölkerung absetzen wollten (*Sub*), um u.a. zu sich zu finden und das Individuelle zu betonen (die anderen/wir), starten Raver und Technoide aus dem markierten Ich (Piercing, Tattooing, Branding etc.) heraus in eine Nacht, die im möglichst großen Wir (*Main*) enden soll (wir/die anderen). Beide Richtungen sind mit Schmidts Begriffsapparat der Kultur als Programm und den eigenen Ergänzungen zu deuten. Lange Zeit waren zumeist überzeichnete Umcodierungen der vom *Main*-Programm ausgehenden Unterscheidungen seitens der Anwender von *Sub*-Programmen z.B. in Form von Bricolage gebräuchlich. Die Techno-Bewegung[88] trachtete nach der Wiederherstellung gesellschaftlicher Harmonie unter dem Deckmantel der totalen Toleranz: *The Future Is Ours*, *We Are Family*, *One World – One Future*, *Join The Love Republic*, *Access Peace* lauten einige Mottos der seit 1989 stattfindenden Berliner *Love Parade*. Eines wird an diesen Beispielen ganz klar: Kultur als Programm operiert über eine Hauptprogrammoberfläche und mannigfaltige Teilprogramme, die wiederum *Main*- und *Sub*programmpartikel integriert halten, die Programmteile qua Anwendungen von Aktanten zwischen diesen Ebenen mäandrieren lassen. Dabei gibt es offensichtlich einen stärkeren Diffusionsschub von den *Sub*- zu den *Main*programmanwendern als umgekehrt, da *Subs* nachdrücklich Differenzen setzen, dadurch irritieren und gegebenenfalls Wandel verursachen. Alle diese wesentlichen Aspekte des dialektischen Gegenübers von *Main* und *Sub* im Gesamtprogramm Kultur lassen sich mit der Kultur-

88 Sicherlich gilt dies eher für die großen Raves und Paraden. Auch im Techno gibt es mittlerweile feinste Ausdifferenzierungen, Retro-Phänomene und sehr wohl politische Verweigerungs- bzw. Protesthaltungen.

programmatik von Schmidt theoretisch fassen, wobei die Überlegungen zu den Kulturebenen das Konzept sinnvoll ausdifferenzieren und speziell für Phänomene der Popkultur als auch darüber hinaus anwendbar machen. Die Vorteile der Schmidtschen Skizze sind (vgl. Schmidt 1999a: 122-124 und 2004: 89-92):

- Das Konzept beinhaltet eine große Abstraktionsfähigkeit, um Kultur nicht nur als Manifestation in Form von Gegenständen, Riten, Symbolen, sondern als deren Interpretation zu verstehen (Beobachtungsvarianz statt Objektfixierung).
- Kultur wird entdramatisiert und deskriptiv eingeordnet, ohne primären Einbezug von Wertmaßstäben (Entnormativierung).
- Die verschiedenen Kulturenhauptprogramme und -ebenen erhalten eine analytische Gleichberechtigung, wobei diese in den konkreten Beobachtungen dann durchaus asymmetrisiert werden und somit weder relativistisch noch orientierungslos wirken. Daraus ergibt sich auch eine Vergleichbarkeit verschiedener Programme und Programmebenen bzw. unterschiedlicher Programme mit gemeinsamen Programmebenen (Multi- bzw. Transkulturalität).
- Die kulturprogrammlichen Anwendungen sind lernfähig und lernunwillig zugleich (zunächst einerlei, ob *Main* oder *Sub,* wobei die *Sub*-Anwender oftmals als die Aufklärer der Anwendungsveränderungen der *Main*-Programme handeln): In ihrer Anwendung ‚benutzen' und verändern sie das Programm gleichermaßen und machen durch latente Devianz den Wandel möglich.
- Kulturprogramme sichern Orientierung und Bestand von Gesellschaft. Kulturprogramme müssen „Symbole, Geschichten, Rituale, Imaginationen [und vor allem deren Interpretationen, C.J.] anbieten, die ein gemeinsames Verständnis der Situation fingieren und dadurch erst herstellen[.]" (Wenzel 2001: 503)
- Dadurch, dass Kulturprogramme selbst unbeobachtbar sind, kann man davon sprechen, dass es Kultur nicht gibt, man sie aber laufend anwendet: Zumeist geschieht dies unbemerkt, denn das ist ihr Sinn als sozialer Kitt und Rekonstrukteur kollektiven Wissens. Will man sie explizit beobachten, so kann man das nur indirekt über die Anwender und Anwendungen.
- Somit werden die Programmanwender auf verschiedenen Ebenen in dieses Konzept von Kultur einbezogen. Sie sind das personifizierte Vis-a-Vis von Autonomie und Orientierung, von Kulturprogrammresultat und Kulturprogrammveränderung.
- Das Konzept verdeutlicht die Unmöglichkeit der einen einheitlichen Kultur einer Gesellschaft und erklärt komplexe, ausdifferenzierte Teilprogramme mit jeweiligen *Main*- und *Sub*-Ebenen, woraus wiederum die Kontingenzerfahrungen von Mediengesellschaften herleitbar sind. Diederichsen (vgl. 1999b: 281) spricht ganz ähnlich von der neuen Öf-

fentlichkeit als neuem kulturellen Gebilde, das die alten Popkulturen abgelöst hat und die verschiedenen Arten von *Mainstream* und Subkultur oszillieren lässt. Weinzierl (2000) entwickelt anhand zahlreicher Beispiele eine Subkulturtheorie, die von hybridisiertem *Mainstream* und temporären *Substream-Networks* ausgeht,[89] und Holert/Terkessidis (1996) berücksichtigten die Komplexität des Kulturprogramms bereits in ihren Beschreibungen eines *Mainstream der Minderheiten*. Alle diese Differenzen sind unter dem Beobachtungsraster von *Main* und *Sub* in Kulturprogrammen zu erfassen und zu erklären.

- Die Bedeutung von Medien für die Modifikation von Kulturprogrammanwendungen wird in diesem Konzept erklärt, da Medien Kognition und Kultur koppeln.

Da Schmidts Konzept auf hohem Abstraktionsniveau angelegt ist und zunächst nicht der fallbeispielhaften Beobachtung von Einzel-Phänomenen dient, scheint es nicht weiter verwunderlich, dass er sich bisher eher peripher zu subkulturellen Phänomenen geäußert hat.[90] Durch Einführung des Ansatzes von *Main* und *Sub* in Kultur wird die Ausdifferenzierungsmöglichkeit um einen Schritt verfeinert, der nicht nur Kategoriengewichtung in zentral/peripher berücksichtigt, sondern auch Differenz-Umwertung, wie dies oft im Bereich der Popkultur der Fall ist:[91]

„Um sich mit subkulturellen Sub-Genres auszukennen, muss man eine Fülle von hochspezialisierten Habitus-Tests und -Verfeinerungen durchlaufen, die jeden Dandy grob aussehen lassen. Doch auch diese Kenntnisse und Fähigkeiten sind wesentlich davon geprägt, dass sie sich anschließen lassen müssen." (Diederichsen 1999b: 278-279)

89 Da Weinzierl die Hierarchiemodelle von einigen *Cultural Studies*-Forschern für nicht mehr aktuell erklärt und von Netzwerken oder Geflechten spricht, kann man ihn – wie auch D. Muggleton – wohl zur Gruppe der Postsubkulturalisten zählen. Wobei die Idee der Auflösung subversiver Subkulturen in Richtung *Substream(s)* dezidiert bereits bei G. Jacob in Erscheinung tritt: „Es gibt keine KULTURELLE [Hervorhebung im Original, C.J.] Opposition zur Kulturindustrie, die nicht selbst bereits Teil der Kulturindustrie wäre. [...] Wer die Kulturindustrie kritisiert, muss deshalb an ihr zugleich teilhaben und nicht teilhaben. [...] Pop-Subkultur als Subversionsmodell ist strukturell nicht mehr möglich, das wissen die Ideologen oft besser als das Publikum. Ein Gegensatz zwischen kulturellem ‚Underground' und (angeblich homogenem) kulturellen ‚Mainstream' existiert schon lange nicht mehr. Mit dem beruflichen Aufstieg der 80er-Jahre-Rebellen ist das Thema Subkultur konkret abgeschlossen." (1995: 83-84) Hier soll nicht unerwähnt bleiben, dass manch anderer Denker derzeit die Entdifferenzierung von Kultur beobachtet: „Im Triumph ihres Sieges macht die Globalisierung Tabula rasa mit allen Differenzen und Werten, und öffnet so den Weg für eine Kultur (oder Unkultur), die indifferent ist." (Baudrillard 2003a: 9)

90 Ein erster klarer Praxis-Bezug dieser Begriffe erfolgt für Unternehmen bei Schmidt 2004.

91 Zu einer knappen Übersicht über die Zuschreibungsmöglichkeiten des soziokulturellen Konstruktivismus auf die Ebenen des Beobachtungsrasters *Main/Sub* und den Kulturbegriff im Allgemeinen vgl. auch die Tabellen 1 und 2 im Konnex: 268 und 269.

Auch die These der bescheindener werdenden Kritik lässt sich mit der vorliegenden Modifikation von Schmidts Kulturbegriff schlüssig plausibilisieren: nach der Umwälzung der Gesellschaft bei klassischer Kritischer Theorie, der grundsätzlichen Möglichkeit von Emanzipation auf der Ebene des *Main* bei moderner Kritischer Theorie und den Verweigerungen in Phänomenbeispielen und deren Lesarten seitens der *Cultural Studies*, erklärt sich sowohl die Schwierigkeit der großen Weigerung als auch die Verästelung der Kritikmöglichkeiten mit dem Programmbegriff: Die *Subs* von Teilprogrammen können eben nur in diesen Teilen um Veränderung bemüht sein und beginnen auf der Mirkoebene mit Umcodierungen. Mit einem kleinen Wandel dieser Art erscheint eine gesellschaftsweite Revolution naheliegend unmöglich. Im Gegenteil: Es gibt kein Entrinnen aus der Kultur. Anschlussfähigkeit wird ja gerade anhand der Kulturprogramme auf Dauer gestellt. Diese werden wiederum durch die Aktantenanwendungen ständig bestätigt und verändert, weswegen Kultur weder ‚sterben' noch ‚zerfallen' kann, sie existiert, wie gezeigt wurde, nicht einmal. Wenn auch aus ganz anderer Startposition, so gelangt der Soziologe R. Münch (1998: 63) doch zu einem sehr ähnlichen Ergebnis:

„Kreativität, gemessen an Innovationen, an der Abweichung vom Etablierten ist schon deswegen nicht abgestorben, weil es dafür sogar einen expandierenden Markt gibt. [...] Die Massenkultur eröffnet der Elitenkultur neue Marktchancen und nutzt diese auch zur beständigen Innovation ihrer Massenprodukte und zur Bedienung eines sich immer mehr diversifizierenden Marktes. Mit dem Bildungsniveau des Publikums und dessen wachsendem Distinktionsbedürfnis entstehen neue Marktsegmente für innovative Kulturprodukte." (Münch 1998: 63)

Abschließend und zum Kapitel 5 überleitend soll ein Gesamtzwischenfazit zu den hier geleisteten Beschreibungen von Kulturbeschreibungen geliefert werden, welches in Form eines Konnexes noch einmal verdeutlichen soll, was bis hierher geleistet wurde und wie diese Beobachtungen ausgewertet und in Zusammenhang gebracht werden können.

Im daran anschließenden Kapitel 5 sollen dann, wie schon mehrfach angekündigt, die personalisierten Kulturanwendungen in einer Mediengesellschaft in Form von Prominenz und Stars noch einmal genauer betrachtet werden, weil diese gewissermaßen die User und Programmierer der Kulturprogramme in persona der Kulturprogramme sind. Danach wird in einem ausführlichen Resümee und Ausblick im Kapitel 6 das Konzept *Main* und *Sub* als Teilprogramme von Kultur in Kultur abschließend diskutiert.

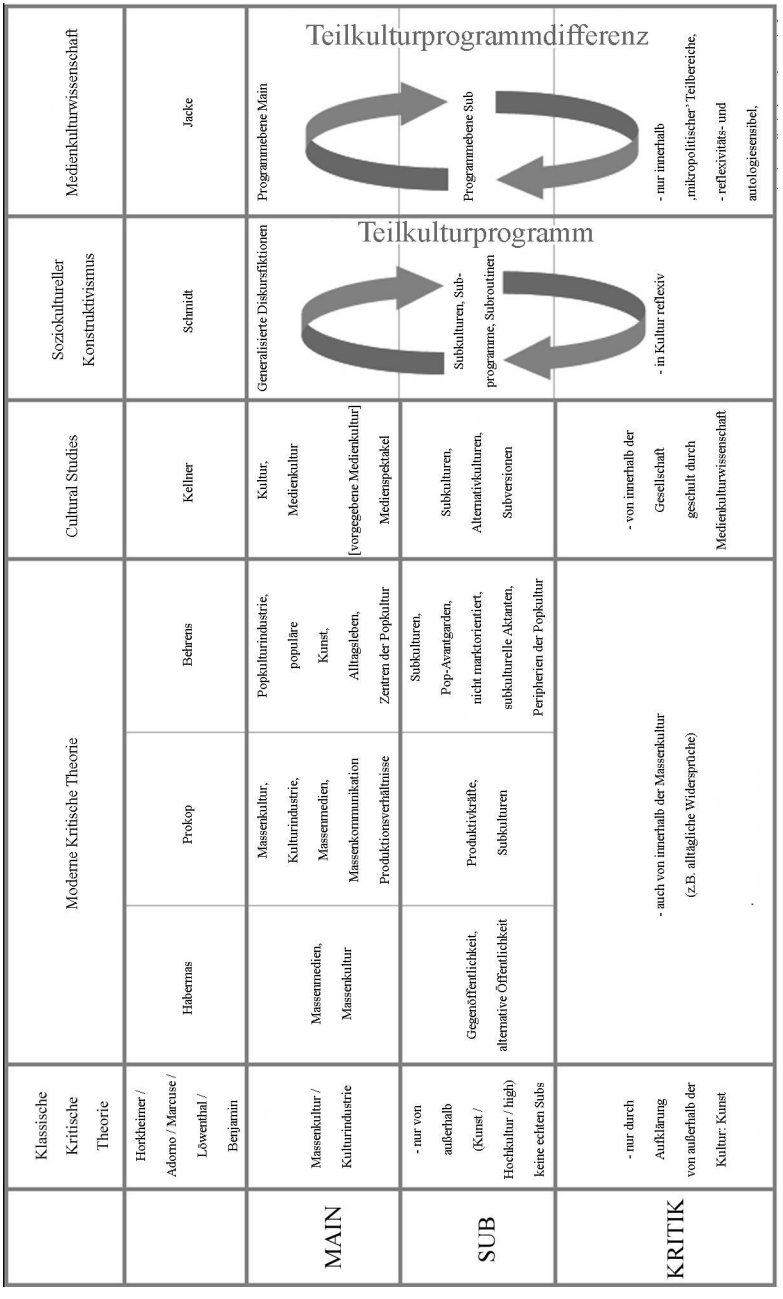
Einschub: Konnex der Kulturbeschreibungen

Der hier eingefügte Konnex soll noch einmal übersichtlich und in tabellarischer Form verdeutlichen, inwiefern die durchdeklinierten Kulturbeschreibungen der klassischen bzw. modernen Kritischen Theorie, der *Cultural Studies* (Schwerpunkt Kellner) und des soziokulturellen Konstruktivismus (Schwerpunkt Schmidt) auf die Ebenen des eigenen, vorgeschlagenen Beobachtungsrasters *Main/Sub* beziehbar und anwendbar sind. Dabei geht es nur en passant um das Auffinden von Desideraten. Horkheimer und Adorno z.B. vorzuwerfen, sie hätten etwa die *Sub*-Ebene in ihren Überlegungen nicht genügend berücksichtigt, hilft nicht wirklich weiter, zumal sie ihre Texte in einer Zeit verfassten, zu der die Ausdifferenzierung des (deutschen) Medienssystems gerade erst begonnen hatte. Ergiebiger als Manko-Vorwürfe sind hier die Feststellungen, welche Ebenen des eigenen Rasters abgedeckt wurden. Ebenso hilft eine nebeneinander gestellte Übersicht, die Entwicklungen zwischen den Theorien besser beobachten zu können.

Zur Lesart der Tabellen:

Tabelle 1 stellt die in den Kapiteln 2 bis 4 ausführlich dargelegten und ausgewerteten Überlegungen der Kritischen Theorie (klassischer und moderner Prägung), der *Cultural Studies* (Schwerpunkt Douglas Kellner) und des soziokulturellen Konstruktivismus (Schwerpunkt Siegfried J. Schmidt) nebeneinander und zählt noch einmal zentrale Beschreibungen dieser Ansätze auf, die im Laufe der Arbeit auf das eigene *Main/Sub*-Raster bezogen worden sind. In der Zeile *Kritik* werden ebenso die Punkte skizziert, an denen die untersuchten Ansätze so etwas wie Kritik als Möglichkeit zum gesellschaftlichen Wandel verstehen. Die aus den Theorien emergierte eigene Vorstellung einer Medienkulturwissenschaft wird dem gegenüber in der rechten Spalte kurz zusammengefasst präsentiert.

Tabelle 2 verdeutlicht die ‚Tiefe' bzw. ‚Weite' der unterschiedlichen Kulturbegriffe unter Maßgabe der verwendeten Dialektik von *Main/Sub*, um Anknüpfungsmöglichkeiten eventueller Kulturanalysen zu vereinfachen und die divergierenden Kompatibilitäten zu signalisieren. Dabei werden die Kulturebenen im Fall der modernen Kritischen Theorie durch eine unregelmäßig unterbrochene Linie von der Kritikebene getrennt, da hier vereinzelt und eher unsystematisch (Ausnahme Prokop) über Möglichkeiten von Kritik aus der Kultur heraus diskutiert wird.



	Klassische Kritische Theorie	Moderne Kritische Theorie			Cultural Studies	Soziokultureller Konstruktivismus	Medienkulturwissenschaft
	Horkheimer / Adorno / Marcuse / Löwenthal / Benjamin	Habermas	Prokop	Behrens	Kellner	Schmidt	Jacke
MAIN	Massenkultur / Kulturindustrie	Massenmedien, Massenkultur	Massenkultur, Kulturindustrie, Massenmedien, Massenkommunikation Produktionsverhältnisse	Popkulturindustrie, populäre Kunst, Alltagsleben, Zentren der Popkultur	Kultur, Medienkultur [vorgegebene Medienkultur] Medienspektakel	Generalisierte Diskursfiktionen	Programmebene Main
SUB	- nur von außerhalb (Kunst / Hochkultur / high) keine echten Subs	Gegenöffentlichkeit, alternative Öffentlichkeit	Produktivkräfte, Subkulturen	Subkulturen, Pop-Avantgarden, nicht marktorientiert, subkulturelle Aktanten, Peripherien der Popkultur	Subkulturen, Alternativkulturen, Subversionen	Subkulturen, Sub-programme, Subroutinen - in Kultur reflexiv	Programmebene Sub
KRITIK	- nur durch Aufklärung von außerhalb der Kultur: Kunst	- auch von innerhalb der Massenkultur (z.B. alltägliche Widersprüche)			- von innerhalb der Gesellschaft geschult durch Medienkulturwissenschaft		- nur innerhalb ‚mikropolitischer' Teilbereiche, - reflexivitäts- und autologiesensibel,

Tabelle 1: Kulturtheorienübergreifendes Beobachtungsraster

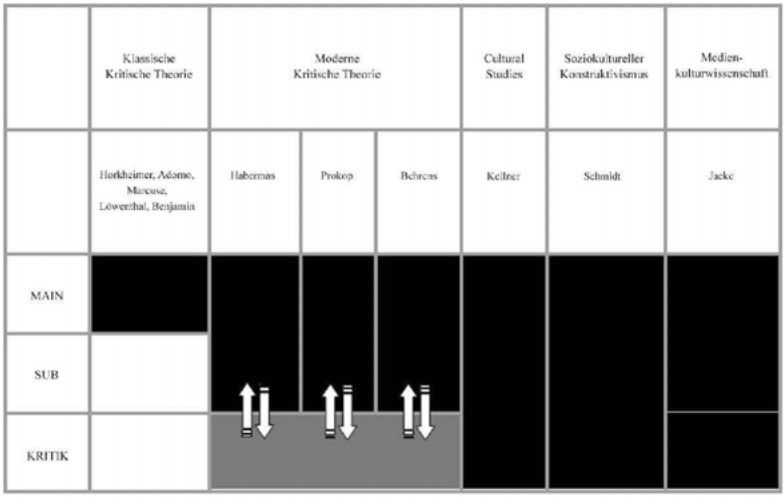


Tabelle 2: Verweisungstiefe der Lokalisation der Kulturbegriffe

Im Laufe der Recherchen zu dieser Arbeit fielen Begriffe diverser, meist wissenschaftlicher Beobachter ins Visier, die weitere Spuren in Richtung der hier skizzierten produktiven Dialektik einer Medienkulturgesellschaft legen und die als Aufforderung für anknüpfende Forschungen verstanden sein sollen. Ausreichend Potenzial reflexiver Schlaufen scheint vorhanden:

- Anti-Mode-Mode (J. Savage, D. Kellner)
- Anti-Partei-Partei (P. Kelly)
- Anti-Star-Star (Chr. Jacke)
- Anti-Werbungs-Werbung (N. Bolz, G. Zurstiege)
- Anti-Roman-Roman (U. Eco)
- Anti-Maler-Maler (R. Metzger)
- Anti-Intellektuellen-Intellektuelle (H. Marcuse)
- Anti-Kunst-Kunst (P. Weibel)
- Anti-Stil-Stil (S. Sontag, U. Poschardt)
- Anti-Terminator-Terminator (Filmcharakter John Connor/*Terminator 3*)
- Anti-Bildungs-Bildung (R. Williams, R. Hoggart)
- Anti-Theorie-Theorie (D. Kellner)
- Anti-Verschwörungs-Verschwörung (M. Bröckers)

Aus diesem angesammelten und vor allem die Quellen betreffend sehr heterogenen Katalog von Dialektik-Beschreibungen soll der Bereich der Anti-Star-Stars (vgl. auch Jacke 1996, 1997, 1998) im folgenden Kapitel (5) noch einmal genauer behandelt werden, da diese Medienfiguren eine entscheidende Rolle in den Dimensionen der Medienkultur spielen.

5. Kulturprogrammanwender in der Medienproduktion: Stars und Prominente

„Lass Dich ruhig von anderen leben oder lebe selbst mittels anderer – vorzugsweise irgendwelcher Stars, da lässt es sich am schönsten träumen. Hauptsache, man sorgt dafür, dass man wieder verschwunden ist, wenn ihr Stern zu sinken beginnt oder sie, ihre Seele vom Ruhm verzehrt, *jenseits des Ruhms* [Hervorhebung im Original, C.J.] angelangt sind – dies ist die heftigste, zerstörerischste Form der Denarration und endet oft tödlich." (Bentz van den Berg 1999: 117)

Kein Kulturprogramm und keine Mediatisierung von Kultur ohne Anwendung durch User und Programmierer: In einer Medienkulturgesellschaft werden Anwendungen und Anwender in der Medienberichterstattung thematisiert, denn ohne Themen haben ausdifferenzierte Mediensysteme nichts zu mutmaßen. Diese Thematisierungen lassen Folgerungen zu, wonach auch im Rahmen von Stars und Prominenten die Ebenen des hier eingeführten Kulturbeobachtungsrasters *Main/Sub* zu identifizieren sind. Wie diese genauer aussehen und welche Gruppierungen von Stars und Prominenten diese konstituieren, soll im Folgenden präziser und unter Berücksichtigung der zuvor benutzten Medienkulturtheorien untersucht werden (vgl. grundlegend Tabelle 3: 298). Ergänzend sind in diesem Kapitel einige ausweitende Exkurse und Fallbeispiele zur Mediatisierung und Vermarktung von Stars und Prominenten erforderlich, um dieses in den Wissenschaften bisher wenig bearbeitete Feld zu statuieren und ein profunderes Verständnis zu entwickeln.

Betrachtet man nun den massenmedialen Kommunikationsprozess genauer, so sind darin – wie in der vorliegenden Arbeit bereits erwähnt – im Wesentlichen die vier Handlungsbereiche Produktion, Distribution, Rezeption und Weiterverarbeitung zu kategorisieren. Die Handelnden, also die Aktanten in diesen Bereichen, koorientieren sich über Wirklichkeitsmodelle und Kulturprogramme. Möchte man nun das Konzept von *Main* und *Sub* der Kulturprogramme auf diese Dimensionen übertragen, so bieten sich im

Rahmen von medialer Personalisierung zunächst zwei Dimensionen an, die in einer Medienkulturwissenschaft zentral erscheinen: Produktion (plus Distribution) sowie Rezeption (plus Weiterverarbeitung). Für die soziologische und pädagogische Subkulturforschung erscheint eine intensive Auseinandersetzung mit Rezipienten, Rezeptionsweisen, Rezeptionssituationen und vor allem deren Weiterverarbeitungen in Form von Fantum interessant. Die ist sicherlich als einer der Schwerpunkte der Jugendkulturforschung zu betrachten. Man kann demenstprechend versuchen, Rezipientengruppen dann wiederum nach deren Kulturprogrammanwendungen in die Ebenen *Main* und *Sub* einzuteilen. Ergiebiger für eine mediensubkulturtheoretische Analyse erscheinen die Medienfiguren[1] auf der Produktionsdimension, da diese als Repräsentanten für Stile, Szenen und Trends gesehen werden können. Sie sind gewissermaßen die mediatisierten Verkörperungen personalisierter Kulturprogrammanwendungen auf den Ebenen *Main* und *Sub* und eignen sich daher besonders gut für Analysen zu den Ebenen bzw. zum Wandel zwischen *Main* und *Sub*. Zudem wurden diese medial angebotenen Figuren bisher (medienkultur)wissenschaftlich eher selten in den Fokus genommen – ganz entgegen der Auffassung von Behrens: „Die Vorstellung von Subkulturen verzerrt sich damit zunehmend und konzentriert sich mehr und mehr auf deren Stars, zu denen der Subkulturforscher auf einmal selbst gehört." (Behrens 1998b: 146)

Zum Handlungsbereich der Produktion gehören selbstverständlich die verschiedenen Rollen und Berufsbilder wie etwa Kabelträger, Casting-Agent, Regisseur oder Cutter im Falle des Fernsehens.[2] Filtert man aus diesen Rollen die öffentlich-medial vorrangig Wahrgenommenen, so landet man unweigerlich bei den Medienfiguren wie Stars oder Prominenz.

Im Folgenden gilt es demnach, Stars und ihre Ausprägungen als Medienfiguren genauer zu betrachten, um an ihnen als konkreterem Untersuchungsgegenstand aus der Medien- und Popkultur zu überprüfen, ob die bis hierher aus den medienkulturtheoretischen Gruppierungen abgeleitete These einer generellen produktiven Dialektik zwischen *Main* und *Sub* und einer abnehmenden Kritikmöglichkeit auf ‚abstraktem Plateau' auch für die personalisierte ‚Fläche von Aktanten' gilt und ob diese Phänomene in den zuvor behandelten Ansätzen medienkulturtheoretischer Ausrichtung berücksichtigt wurden. Mit anderen Worten: Es soll nun versucht werden, die gesamtgesellschaftlichen und popkulturellen Mechanismen zwischen *Sub* und *Main* anhand von Medienfiguren zu personalisieren und zu konkretisieren. Das dialektische Raster von *Main* und *Sub* sowie deren Reflexion wird dafür aus der Generaltität der medienkulturtheoretischen Beobachtungsdimensio-

1 Dieser Begriff wird gegenüber dem der ‚Medienmenschen' von Westerbarkey (1995b, 2002) präferiert, da er zum einen die Künstlichkeit und Inszenierung verdeutlicht und zum anderen auch Comic-Figuren, Computer-Animationen etc. integriert.

2 Zum Medium Fernsehen und seinen Dimensionen und Handlungsrollen vgl. Schmidt 1994a.

nen auf die Konkretion der Rollen im Bereich medienkultureller Produktion bezogen. Analog zum *Main*-Begriff wird hier die Figur des Stars (Kapitel 5.1) eingeführt, von der aus tentativ die Ableitungen von Teilkulturprogrammdifferenzierungen modelliert wird. Das genaue Gegenteil zum Star (auf der *Main*-Ebene) wird durch den Anti-Star auf der *Sub*-Ebene (Kapitel 5.2) beschrieben. Wie in den medienkulturtheoretischen Überlegungen bereits beschrieben, so greift auch auf der Ebene von Aktanten die Dialektik durch Reflexivität und begründet eine dritte Gruppe von Stars: die Anti-Star-Stars (Kapitel 5.3).

Dabei sollte klar sein, dass die vorliegende Arbeit keine starre Typologie von Stars und Prominenz präsentieren will, sondern die Dialektik anhand von Medienfiguren abzugleichen versucht, die in der Praxis aber oftmals synchron und auch diachron zwischen diesen Typen wechseln. Das Gegenüber von *Main* und *Sub* kann darüber hinaus sicherlich für alle möglichen gesellschaftlichen Teilbereiche überprüft werden, ebenso wie es verschiedene inhaltliche Füllungen von Stars und Prominenz gibt. In den folgenden Beobachtungen wird der Schwerpunkt auf Star-Phänomene in der Popmusik gelegt, um ein besonders Zeitgeist spiegelndes und prägendes Terrain als prototypisch herauszustellen.[3]

5.1 Stars: gesellschaftskonforme Aktanten der Medienproduktion (*Main*)

„Noch nie gab es soviel Prominenz wie heute; noch nie gab es einen solchen Rummel um die bekannten Gesichter." (Franck 1998: 151)

Bei einer genaueren Betrachtung von Stars und Prominenten in den Medien fallen mittlerweile zwei Aspekte ins Auge: zum einen die von Franck genannte Inflation von Personen bzw. von Medienfiguren im Allgemeinen und zum Anderen die in der Wissenschaft fehlende Reflexion. Findet man speziell im Rahmen einer Medienkulturwissenschaft überhaupt Literatur, die sich intensiv mit Stars und Prominenz auseinandersetzt, so besteht selten Einigkeit, was die Begriffe anbelangt und paradoxerweise zudem die wissenschaftstypische Neigung, die Phänomene ganz genau definieren und typologisieren zu wollen. Will man unterschiedliche Ebenen von Prominenz und vor allem Stars auf der Produktionsseite untersuchen, so wird rasch klar, dass dies nicht ganz ohne die Perspektive der Rezeption funktioniert. Trotzdem soll diese Ebene für die folgenden Betrachtungen vernachlässigt und nur en passant einbezogen werden. Denn hier geht es weniger um klare Kategorien, denn vielmehr um das Transformieren der *Main*- und *Sub*-

3 Um die Dialektik und vor allem Bezugnahme der Star-Gruppierungen auf die in den Kapiteln 2 bis 4 durchdeklinierten Medienkulturtheorien zu verdeutlichen, empfiehlt es sich, die zusammengefassten Beobachtungen in Form der Tabelle 3 parallel zu lesen.

Ebenen und der sie koppelnden Mechanismen auf den Bereich der Medienfiguren. Bei letzteren wiederum sind Prominente und Stars als Repräsentanten gesellschaftlicher Teilbereiche und zeitgeistlicher Phänomene hoch interessant, weil sie immer auch ein Stückweit für gesellschaftliche Zustände und Veränderungen gelesen werden können. Innerhalb der großen Gruppe von Medienfiguren sind Stars offenkundig die am meisten beachteten Aktanten.

Zwischen den beiden Arten von Medienfiguren (Stars und Prominente) gibt es – insofern scheinen sich die Wissenschaftler einigermaßen einig – eine Abstufung: Wer prominent ist, ist bekannt (Quantität); wer ein Star ist, ist mindestens genauso bekannt, aber zusätzlich beliebt (Quantität und Qualität). Wer ein Star ist, ist auch prominent. Wer hingegen prominent ist, ist noch lange kein Star (vgl. Jacke 2001c). Wer für eine bestimmte Zeit oder noch besser dauerhaft in den Medien präsent ist, ist prominent (vgl. Peters 1996: 30-34). Wer bis zu seinem Tod bekannt ist, ist prominent. Wer darüber hinaus einen Nachruhm erhält, ist ein Star. Dies bedeutet aber keinesfalls, dass tote Prominente automatisch Stars sind (vgl. L. Müller 2003: I). „In der antiken Mythologie gab es die Götter, die Halbgötter und Menschen. In der modernen Mythologie gibt es die Stars, die Prominenten und das allgemeine Publikum." (Ebd.) Diese Umschreibungen unterschiedlicher Beachtungsniveaus verdeutlichen das ganze Malheur der Starkultforschung: Irgendwie scheint man sich einig, genau definieren oder typologisieren lassen sich Prominente und Stars aber eher nicht, weswegen man sich oft Einzelbeispiele oder Star-Arten (Cyberstars, Politikerstars, Rock-Stars etc.) heraussucht und diese dann ganz genau analysiert.[4] Da es einen stillschweigenden Konsens unter Star-Forschern zu geben scheint, dass Stars größere Publika erreichen und größeren Erfolg haben als Prominente, soll sich im Folgenden also auf Stars in den Medien beschränkt werden. Dabei wird der Fokus auf den Bereich der Stars der Popmusik gelenkt, da diese wiederum innerhalb unterschiedlicher gesellschaftlicher Bereiche als Zeitgeist-Seismographen exemplarisch eingeschätzt werden können, denn die Popmusik steht unter dauerhaftem Innovationszwang, Neues zu produzieren, Entwicklungen auf und zwischen *Main* und *Subs* verschiedener Teilprogramme sowohl zu verarbeiten als auch zu prägen.

Zunächst sollen einige Daten zur Geschichte der Stars im Allgemeinen geliefert werden, um das hier verwendete und vorausgesetzte Verständnis zu erklären. Der aus dem Englischen stammende Star-Begriff entspringt aus

4 Vgl. bspw. zu *Madonna* (Dance) Barber-Kersovan 2000, Curry 1999, Fiske 2000: 113-131, Kellner 1995: 263-296 und Schmiedke-Rindt 1998, 1999. Vgl. zu *Nirvana* (Rock) Kussius 1997 und Jacke 1996, 1997, 1998. Vgl. zu den *Simpsons* (Comic) etwa die Beiträge in Gruteser/Klein/Rauscher (Hg.) (2002) – dort vor allem Diederichsen 2002b. Vgl. zu deutschen Fernsehstars etwa Strobel/Faulstich 1998. Vgl. zu Stars und Werbung Jacke 2001c, Jacke/Zurstiege 2003b, Lenze 2002 und Séguéla 1983. Vgl. darüber hinaus die am Münsteraner *Institut für Kommunikationswissenschaft* entstandenen Abschlussarbeiten zu Stars von Bruhn 2001, Köster 2001, Lüke 2001, Niewöhner 2001.

der Showbranche bzw. Filmindustrie. Als Ausdruck für einen Publikumsliebling war der Terminus bereits um die Jahrhundertwende (19./20. Jahrhundert) verbreitet. Entscheidende Prägung erhielt das Prädikat Star zweifelsohne zunächst durch die amerikanische Filmindustrie vor allem in den zwanziger bis fünfziger Jahren des zwanzigsten Jahrhunderts. In den sechziger Jahren kamen zunächst in den USA, dann auch in Europa und gerade in Deutschland die Popstars auf, welche die Filmstars unter (jungen) Rezipienten in ihrer Bedeutung als mediatisierte Idole teilweise sogar verdrängten. Dieser Vorgang hing insbesondere damit zusammen, dass Hollywood zu jener Zeit nicht genügend Jung-Stars produzierte, sodass ein Mangel an Orientierungs- und Identifikationsobjekten[5] entstand, der durch die Stars des Musikmarkts behoben werden konnte (vgl. Buxton 1983 und Faulstich 1991). Ein zweiter Grund für die ansteigende Konjunktur der Musikstars war das stete Aufkommen neuer Medien(technologien), die dazu beitrugen, dass die Popmusik bis weit in die siebziger Jahre einen immensen Boom erlebte. In den achtziger und neunziger Jahren ging dieser Aufschwung etwas zurück, was in bestimmten Genres auch an der vorübergehenden Entpersonalisierung der populären Musik lag: „Another factor in the decline of the star has been the emergence of computer technology in music. [...] Music making has become an affair of technicians and record producers." (Buxton 1983: 437) Das Emergieren neuer Star-Genres sorgte allerdings offensichtlich nicht kausal für das Verschwinden der älteren. Stattdessen wurde die Palette von Stars schlichtweg erweitert.

In letzter Zeit können einige neue Entwicklungen beobachtet werden: Erstens werden die Disk Jockeys, die zur Entpersonalisierung der Musik beitragen, selbst zu Stars. Zweitens besteht demgegenüber eine lebendige ‚klassische' Rockstarszene mit all ihren Ausprägungen. Drittens gibt es einen Hang zur Konstruktion virtueller bzw. selbst erzeugbarer Stars. Viertens und zuletzt sicherlich am deutlichsten in den Medien zu beobachten: Der Trend, die Star-Genese ebenfalls zu mediatisieren. Wenn es nicht genug bei etablierten Stars zu berichten gibt oder deren Geschichten schon abgenutzt sind, so zeugen sich die Fernsehsender selbst welche und deren Geschichten in Form perfekter Star-Simulationen: *Popstars* und *Deutschland sucht den Superstar* waren nur der Anfang unzähliger Casting-Shows. Im Sinne einer *self-fulfilling prophecy* werden diese anschließend vereinzelt sehr wohl zu erfolgreichen, echten Stars. Bei letzterem Trend sollte nicht außer Acht gelassen werden, dass das Phänomen „Heute kann jede und jeder prominent werden" (Franck 2003: 5) die Zuschauer sogleich mit ins Konzept einbezieht, bevor diese eventuell anschließend sogar noch zum Fan werden können. Dabei wird übersehen, dass es einfacher ist, prominent, denn zum Star zu werden. Wenn eine ganze Sendeanstalt mit ihrer geballten Produktions- und Distributionsmacht hinter der Vermarktung von Personen steht und dementsprechend Aufmerksamkeitserregung garantiert, dann liegt nahe, wie

5 Keller (2003) spricht von parasozialen Interaktionsobjekten.

unproblematisch die Bekanntmachung, die ‚Prominenzierung' von Zlatkos, Alexanders und Lieschen Müllers ist. Die Sender haben nicht nur das notwendige Geld, sondern auch die gesamte Hardware (Technik, Menschen etc.) und Software (Sendeplätze) zur Verfügung. Wer unter diesen Voraussetzungen nicht zumindest prominent, geschweige denn zum Star wird, ist aus Produzentenperspektive gewissermaßen doppelt gescheitert: Innerhalb der Casting-Show als auch auf dem öffentlichen Boulevard der Sendeplätze (vgl. dazu auch Jacke/Zurstiege 2003b). Ein letzter Hinweis zu den Starsimulationen: Ihr Auftreten unterliegt einem besonderen Orientierungs- und Identifikationsreiz durch das Unperfekte, Fehlerhafte. Im Grunde trifft auf sie zu, was Prokop bereits ca. 30 Jahre zuvor über den perfekten Schlagerstar befand:

„Der Star dagegen – der perfekte – präsentiert nicht sich selbst als Naturschönheit; Sinnlichkeit zerlegt er in ihre formalen Rollenaspekte, in Gesten der Hingabe, des Tanzes, des Augenaufschlags, des Neckischen, auch des Aggressiven und Pathetischen. Das Bild von Sinnlichkeit stellt er in den Köpfen der glotzenden Zuschauer durch Kombination der Elemente her." (Prokop 1974: 42)

Wenn man sich genauer mit der Ausstrahlung der Stars beschäftigt und die Überlegungen zum Mythos seitens R. Barthes (1964) hinzuzieht, lässt sich erläutern, warum insbesondere Star-Simulationen niemals zum Mythos des Alltags werden können, denn wer sich zum Startum so dermaßen deutlich und vorhersehbar bekennt, obwohl sie oder er doch nur in einer Star-Spielshow beteiligt sind, der zerstört laut Barthes den Mythos sogleich wieder. Starsimulationen wären demnach mythenlos, was sie in ihrer massenmedialen Themenkarriere auch so schnell unattraktiv macht. Es gibt kaum Geschichten und Daten, die sie für weitere Geschichten öffnen. Nahezu ironisch beurteilt Prokop (vgl. 2003: 95) das Phänomen der medialen Stellvertreter(stars): „Wenn Fernsehzuschauer, selbst vom Leben geplagt, keine Götter, keine leidenden göttlichen Stars mehr brauchen, wenn die Stellvertreter ihrer Leiden jetzt reale Menschen sind – ist das nicht ein Fortschritt?" (Prokop 2003: 95) Ganz im Gegenteil: Dieser Fortschritt führt offensichtlich zu einem wachsenden Bedürfnis des Jedermann, in den Medien zu erscheinen, beachtet und somit prominent zu werden, einerlei, in welcher noch so peinlichen Rolle. Idealiter ist man sogar stolz darauf, sich selbst besonders gut zu spielen: Ich selbst als die Rolle meines Lebens als ich selbst[6] – gut gemacht:

6 Dabei kann es zu hyperauthentischen Extremen kommen: Eine Wohngemeinschaft etwa wird nach Vorstellungen eines Redaktionsteams zusammengestellt, um besonders authentisch zu wirken. Führt diese Kombination zu Langeweile beim Zuschauer, müssen Authentizitäts-Regressunterbrecher wie ein Besuch von Guido Westerwelle, Verona Feldbusch oder ein Spitzel eingebaut werden: „authentic inauthenticity (or 'in-difference') is a popular logic which refuses to distinguish between the authentic and the inauthentic, between boredom and terror – and a set of practices which celebrates the affectivity of investment while refusing to discriminate be-

„Wir haben damit [Web Cams etc., C.J.] die tragikomische Umkehrung der Orwell'schen Beschreibung einer panoptischen Gesellschaft, in der wir potenziell »dauernd unter Beobachtung stehen« und wo es keinen Platz gibt, an dem wir uns vor dem Blick dieser Macht verstecken können. Heute geht eher die Angst davor um, nicht die ganze Zeit von dieser Macht beobachtet zu werden, so dass die Leute den Blick der Kamera als Beweis für ihre Existenz brauchen." (Žižek 2000: 152)

Allerdings sei noch einmal bewusst darauf hingewiesen, dass diese Star-Simulationen nur in Einzelfällen den kommerziellen und aufmerksamkeitsökonomischen Erfolg von ‚echten' Stars haben. Eine solche Differenzierung wurde in der Star-Forschung bereits bei Prokop vollzogen, indem dieser in Künstler und nichtkünstlerischen Star unterteilt (vgl. 1974: 43); ganz ähnlich im Übrigen der Unterscheidung bei Löwenthal (vgl. 1964: 196-243), der in einer aufwendigen Inhaltsanalyse von amerikanischen Illustrierten seit den 1930er Jahren ein Verschwinden von Geschäftsleuten und Politikern zugunsten von neuen Massenidolen des Konsums konstatiert. Vergleichbar unterscheidet auch die Soziologin B. Peters (vgl. 1996: 58-66) in Medienprominenz versus künstlerische Prominenz.[7] Offensichtlich firmieren unter dem Begriff des Stars als Medienfigur auf der Kulturprogrammebene *Main* vielerlei Bezeichnungen.

Womit wir zurück beim Begriff sind: Die Problematik des Star-Begriffs liegt vorrangig in der häufigen Verwechslung der Begriffe Idol, Star, Vorbild, Leitbild, Prominenz, Held etc. Da an dieser Stelle nicht die Funktionen von Stars aus Rezipientenperspektive, sondern die medial produzierten Repräsentanten als Anwender von Kulturprogrammebenen interessieren, wird auf eine präzise Definition der aufgezählten Begriffe verzichtet. Letztendlich bezeichnen die genannten Ausdrücke weniger unterschiedliche Kategorien von Stars als vielmehr mögliche Bedeutungen ein und desselben Aktanten. Ferner könnten wahrscheinlich für alle diese Arten von Medienfiguren dialektische Mechanismen identifiziert werden. Wichtig ist: Stars können nicht isoliert betrachtet werden, sondern stehen stets im Fokus unterschiedlicher hochkomplexer Bezugssysteme und allgemeingesellschaftlicher Bedingungen:

„[S]tardom appears as a phenomenon appropriate to a certain moment in the development of industrial societies, in which it fulfils certain variable functions which depend on the socio-political configuration of the society. Stardom carries a time dimension, which enables us to make a dynamic study of it." (Alberoni 1962: 95)

Neben dieser relationalen Dimension besitzt das Startum eine funktionale Ebene. Der Ausdruck ‚relational' bedeutet, dass zu unterschiedlichen Zeiten

tween different forms and sites of investment – as the only viable response to contemporary conditions." (Grossberg 1998: 215)

7 Peters weist als weitere Prominenz-Kategorien Politik- und Sportprominenz auf.

von verschiedenen Individuen in divergenten Teilsystemen unter dem Begriff Star etwas Unterschiedliches verstanden wurde und wird. Unter Funktionen werden z.B. die schon genannten Bezeichnungen Idol, Held oder Werbeträger verstanden (vgl. Faulstich 1991: 50-51). Der Begriff des Stars entbehrt zunächst einer ausdrücklichen (normativen) Wertigkeit, da es zwar um eine Erhöhung gegenüber ‚normalen' Individuen geht, der Terminus aber eben noch keine Idealisierung oder vollkommene Erfüllung des gesellschaftlichen Wertesystems anzeigt. Natürlich können sich Stars zu Idolen oder Leitbildern eignen.[8] Sie sind zunächst einmal Aktanten, die via Massenmedien Publizität, d. h. die Möglichkeit rezeptiver Aufmerksamkeitsgenerierung und nicht automatisch Aufmerksamkeit, erfahren. Wie gesagt, grundsätzlich kann also jedermann, zumindest kurzzeitig, zum Prominenten werden. Zum echten Star wird man allerdings erst kontinuierlich (vgl. Dyer 1998, Faulstich/Korte/Lowry/Strobel 1997 sowie Lowry 1997). Auch Stars der Popmusik erlangen natürlich unterschiedliche Publizität, und zwar unterschiedlich lange und unterschiedlich intensiv.[9] Vom Musiker zum Prominenten oder Star werden sie dabei durch diese ihnen zuteilgewordene Bekanntheit und Beliebtheit. Der Grad ihrer Berühmtheit und ihr Erfolg misst sich an Publizität und ökonomischem Durchbruch. So definiert der amerikanische Ökonom Hamlen Superstars wie folgt: „The superstar phenomenon is said to exist when relatively small numbers of people earn enormous amounts of money and seem to *dominate* [Hervorhebung im Original, C.J.] the fields which they engage." (Hamlen 1991: 729) Hamlen untersucht in seiner Studie den Zusammenhang zwischen ökonomischem Erfolg und stimmlicher Qualität von Superstars.[10] Im Bereich der Popmusik ist diese Kombination für Stars interessant, aber auf Seiten der Produktion nicht sehr ergiebig, da als Hauptkriterium der Differenzierung messbare Publizität und messbarer Erfolg sinnvoller erscheinen und nicht von rein subjektiven Urteilen abhängig sind. Die Steigerung des Star-Begriffs zu Superstar, Megastar oder mittlerweile sogar Hyper- und Gigastar in den Medien scheint unabwendbar, da nur eine permanente Attraktivitätssteigerung das Rezipienteninteresse binden oder überhaupt erst erwecken kann, doch sollte in der

8 Vgl. zum Prozess vom Star zum Idol auch Westerbarkey 1995b. Es kann sogar das Gegenteil einer Konformität mit dem Wertesystem der Fall sein: Stars besitzen oft gesellschaftliche Sonderrechte.

9 Der bekannte amerikanische Musikjournalist und Pop-Soziologe Marcus offeriert pointiert (und sicher nicht ganz ernst gemeint, aber als Beispiel aufschlussreich und hier bereits einige Male zur Lektüre zwischen Journalismus, Zeitgeist und Wissenschaft empfohlen) als Differenzkriterium zum Beispiel die Schulterpolster bei männlichen Rocksängern: „Man soll die Polster nicht bemerken, sondern nur unterschwellig registrieren und, ohne groß nachzudenken, begreifen, dass Rockstars, im Gegensatz zu Nicht-Stars, so was tragen. Das ist praktisch: Wenn man MTV einschaltet, kann man so automatisch die Stars von den gewöhnlichen Sterblichen unterscheiden." Marcus 1994: 429.

10 Das sicher nicht überraschende Ergebnis: Lediglich drei der zehn finanziell erfolgreichsten Stars erscheinen in den Top Ten der schönsten Stimmen. Vgl. Hamlen 1991: 732. Hierbei erscheint allerdings die Unterscheidung schön/nicht-schön sehr subjektiv.

Wissenschaft mit Rücksicht auf Übersichtlichkeit darauf verzichtet werden (vgl. auch Faulstich 2000b). An anderer Stelle verbindet Faulstich (1991) mit dem problematischen Begriff des Stars vier unterschiedliche Relationen: Die Beziehungen der Stars zu anderen Vertretern derselben Personengruppe, die Beziehungen zu der Gruppe, welche die Stareinschätzung vertritt, insbesondere den Fans, die Beziehung zu einem bestimmten geographischen und zeitlichen Bezugsrahmen und schließlich die Beziehungen zu einem bestimmten Distributionsmechanismus bzw. zu den Medien im Allgemeinen. Stars wissen, dass jede ihrer Handlungen nachhaltige Bedeutung hat, weil sie permanent von Medien und Rezipienten gedeutet werden. Ökonomisch betrachtet sind Stars mannigfaltig effektiv. Die Eskalation des Star-Begriffs, der längst vom Showgeschäft z.B. in die Justiz (Staranwalt), die Wirtschaft (Starmanager), den Sport (Starspieler) oder auch die Mode (Starmannequin[11]) diffundiert ist, führte und führt zu immer neuen Superlativen, die zur Diskriminierung nicht sehr hilfreich erscheinen und eher noch die Unklarheit der Termini forcieren.

Die Mystifikation, die bei den meisten Stars durch die Einschränkung des persönlichen Kontakts zwischen Star und Publikum erreicht wird, erschwert eine wissenschaftliche Auseinandersetzung mit den Phänomenen des Starkults. Goffman (vgl. 2002: 62), dessen Beobachtungen zur (Selbst)Inszenierung im Rahmen von Starkultanalysen noch viel zu wenig beachtet worden sind, nennt diese Limitation in Form von Wahrung der sozialen Distanz, als Methode, um beim Publikum Ehrfurcht zu erzeugen.[12] Da die Fans zumeist lediglich in anonymer Beziehung zu den Stars bzw. Anti-Star-Stars stehen und somit interpersonale Interaktion höchst unwahrscheinlich wird, sind die Rezipienten für den (parasozialen) Kontakt mit ‚ihren' Stars auf die Medienberichterstattung angewiesen. Unbestritten ist die Rolle der Stars und der Fans für die Mystifikation und den Starkult. Die Grunddichotomie zwischen Stars und Fans bildet die Grundlage für jeglichen Mythos oder Kult. Die Fans konstruieren sich personale Mythen, ergo Stars, um letztlich mit dem Star interagieren und sich mit seinem Kult identifizieren zu können (vgl. Baacke 1993: 101-108). Letztlich ist „Pop-Kommunikation [...] immer ein Gemisch aus Mythen, Mythen-Konstruktion und -Dekonstruktion" (Diederichsen 1993: 277). Die Darstellung einer Person via Medien wird zu einer als ‚real' wahrgenommenen Gestalt, die erkannten und interpretierten Eigenschaften entwickeln sich zu Stützen einer individuellen Konstruktion des den jeweiligen Wünschen und Vorstellungen entsprechenden menschlichen Phantasiebilds. Somit ist die Interaktion des Fans mit dem Star über mediale Angebote vielmehr eine Art parasoziale Interaktion des Rezipienten mit den der Medienfigur zugeschriebenen Eigen-

11 M. K. Leiner alias QRT geht in seiner Analyse postmoderner Helden und Krieger (1999: 83-84) gar soweit, die Models (ob nun *Marlboro Man* oder Cindy Crawford) als Heldenfiguren der Werbung zu benennen.

12 Ausgiebig setzt sich Keller (2003, 2004) mit Goffman im Rahmen von Starkonstruktionen auseinander.

schaften bzw. dem Konstrukt Star. Das Individuum benutzt die Kulte, um sein Wertesystem anhand von Orientierungen zu strukturieren. Die Stars strukturieren daher die Kulturprogrammanwendungen der Fans vor. Häufig kann dies dazu führen, dass der Fan sozial erwünschte oder unerwünschte Werte über die ‚Identifikation' internalisiert. Trotzdem sind die Fans keine kulturprogrammlich Leichtgläubigen, sondern verknüpfen ihre Entscheidungen für bestimmte Starkulte mit eigenen sozialen Erfahrungen. Die Massenmedien weichen dabei traditionell festgeprägte Unterscheidungen in hohe und niedrige Kultur, Wesentliches und Oberflächliches, guten und schlechten Geschmack auf. „Je nach ‚kulturellem Kapital' [...] genießen Gruppen Medienangebote und produzieren anhand ihrer Wahrnehmung Bedeutungen, die ihre je eigenen Interessen ausdrücken und fördern." (Schmidt 1994b: 308) Beide Seiten der Unterscheidung Star/Fan können ohne die andere nicht existieren. Die Popmusikforscherin K. Kriese spricht in diesem Zusammenhang vom Starkult als Gestaltphänomen der Musikindustrie mit dem Hauptelement der auratischen Beziehung zwischen Star und Rezipient: „So werden die Musik und auch der Musiker selbst zu Produkten der Veröffentlichung [sic!] und sie erfahren bei Erfüllung auratischer Gestalteigenschaften ihre Metamorphosen zum Hit und zum Star." (Kriese 1994b: 118) Diese Prozesse von Ritualen und Symboliken konstituieren Sinnsysteme, die das Gerüst des kollektiven und individuellen Wissens bilden können, an denen sich die Individuen orientieren können. Die fast schon axiomatischen Erklärungsmuster operieren aus Kulturprogrammen heraus. Haben diese einen stark rituellen und symbolischen Charakter in ihrer Kontingenz-Reduktion, so können sie sogar zur Ersatzreligion avancieren. Insbesondere bei von Bands und Fans zum Teil gleichermaßen zelebrierten Rockkonzerten zeigt sich dieser Charakter deutlich: „The live performance of popular music is highly ritualistic, and, like all rituals, its repetition is symbolic of identity, commitment, shared value." (Tetzlaff 1994: 109) Diese ‚Identifikation' kann gerade in popkulturellen Teilbereichen, zu denen eben auch ein identischer Musikgeschmack zählt, gefunden werden.

„Indem man mit anderen über Musik spricht, bilden sich Interessengruppen, die sich zunächst ausschließlich über Geschmack definieren. Über den Umweg der kulturellen Produkte [d. h. der Gegenstände und deren Bedeutungen, die aufgrund semantischer Interpretationen zu kollektivem Wissen werden können, C.J.], der Tonträger, werden kulturelle Gemeinsamkeiten geschaffen, die keine persönlichen oder politischen Anknüpfungspunkte benötigen. So weiß ich über die meisten Leute aus meiner peer group, welche Musik sie hören, nicht aber, welche Partei sie wählen oder wann ihr Geburtstag ist." (Marquardt 1995: 83)

Allerdings vergleicht Marquardt unverständlicherweise die Begriffe ‚Starkult' für das bei ihm mit ‚*Mainstream*-Kultur' Bezeichnete und ‚Bands' für das bei ihm mit ‚Gegenkultur' Betitelte. Offensichtlich fungieren diese Inte-

ressengruppen doch aufgrund kulturfolienartiger Interpretationen, die auch verschiedenen Ebenen und in Differenz funktionieren: eben *Main* und *Sub*.

Werden bestimmte Kommunikatoren, hier insbesondere Popmusikstars, von Fans sogar als Vor- oder Leitbild übernommen und entstehen Orientierungen, Gefühlsbindungen und ‚Identifikationen', so entwickelt sich der Starkult. Die Mystifizierung eines Stars potenziert sich mit der ihn umgebenden Aura, dem Mythos, u.a. durch Verschleierungen und Geheimnisse um seine Person.[13] Die Gleichzeitigkeit von Distanz und Nähe zwischen Star und Fan fördert den Kult und wird gerade von den Massenmedien konstituiert.[14] Mythos und Kult um einen Star argumentieren oder beweisen nicht, sie behaupten. Die Rezipienten, vor allem die Fans, folgen dem Star nicht nur auf der Ebene des Wissens oder der ratio, sondern vor allem auf der Emotionsebene.

Die Theologin J. Haberer (vgl. 1993: 121-137) kategorisiert zusammenfassend die vier Hauptfunktionen des Starkults:

1. Die Entlastung und Beruhigung am Menschen,
2. die Schaffung kultureller Identität,
3. das Angebot einer Wertorientierung,
4. die Schaffung von Beispielgeschichten (Heraushebung von Figuren mit ihren Lebensgeschichten zu Archetypen) zur Identifikation.

Der vierte Aspekt ist für die vorliegende Überprüfung von Stars als Aktanten auf den Kultur-Ebenen *Main* und *Sub* besonders interessant, da diese Stereotypik das Charakteristische für die Begründung von Stars darstellt:

„Wir hängen unsere Träume an die Markenversprechen, die Stars oder die Prestigeobjekte alternativer Begehrlichkeiten. Sie müssen uns und anderen glauben machen, dass wir nicht anonym, kommunikationslos, grau in grau und ohne jegliche Besonderheit vor uns hinvegetieren." (Kriese 1994a: 101)

Der die Stars umgebende Kult kann Garant sein für ökonomischen Erfolg. Der Ausdruck der Einmaligkeit, der Besonderheit dieser Person muss in irgendeiner Form hergestellt sein. „Myth is the vital link between communication and culture, having a multi-faceted presence in today's mass media." (Breen 1987: 8) Um Stars und Fans in Verbindung zu bringen, bedarf es nicht nur rein ökonomischer Vermarktungsprozesse, sondern auch der medialen Darstellungsplattform. Insbesondere Jugendlichen, aber zunehmend auch großen Teilen der mediatisierten Gesellschaft dienen die Medienangebote dazu, Interaktionsbedürfnisse auszugleichen und sich imaginäre Partner

13 Zur kommunikativen Bedeutung von Geheimnissen vgl. grundlegend Westerbarkey 1991.

14 Zu den komplexen Zusammenhängen von Berühmtheit der Stars und Wünschen des Publikums im Bereich Musik vgl. auch gesellschaftskritisch Sennett 2002: 363-370.

über parasoziale Kontakte zu konstruieren. „Rock reaches its audience via other media - radio, television, newspapers, the music press; for most rock consumers these media are the source of their knowledge and interpretations of particular rock styles, stars and sounds." (Frith 1978: 207)

Ob nun Popmusik oder ein gänzlich anderes gesellschaftliches Subsystem, das von den Medien fokussiert wird: Auf der öffentlichen Bühne dienen Stars als Vertreter und vor allem Anbieter ganz bestimmter Kulturprogrammanwendungen, die in der Regel große Mengen von Rezipienten ansprechen, nicht gegen die Regeln verstoßen[15] und somit auf der Programmebene *Main* ablaufen.

5.2 Anti-Stars: von den Rändern des Kulturprogramms emergierend (*Sub*)

Der Begriff des Anti-Stars wird zwar in den Medien häufig benutzt, um sich verweigernde, provozierende Stars etwa in der Popmusik zu bezeichnen, doch erscheint gerade dieser Terminus semantisch widersprüchlich und unzureichend. Anti-Stars kann es, gerade in den *Mainstream*-Medien und daran anschließend als Thema in großen Öffentlichkeiten, nicht geben. Bei der Diskussion über populäre Helden spricht Orrin E. Klapp interessanterweise bereits 1948/49 von antiheroischen Rollen und Merkmalen wie Schwäche, Verrat, Verfolgung oder dem Besitz von Charakterzügen eines Clowns oder Fools. Obwohl Klapp von Anti-Helden und eben nicht von Anti-Stars spricht, verwendet er bereits den Begriff *slacker*, welcher über 40 Jahre später zu einer der medial verwendeten Bezeichnungen für die bummelnden, trödelnden Zeitgenossen der so genannten *Grunge*-Bewegung und ihrer Stars werden wird. Das Paradoxon des Begriffs Anti-Star zeigt sich z.B. in einer Pressemeldung über die Schauspielerin Hanna Schygulla, die darin als „in den 60er und 70er Jahren gefeierter Anti-Star" (N. N. 1996a: o. S.) bezeichnet wird, obwohl sie ja insbesondere über Fassbinder-Verfilmungen eben in genau der Zeit zum (Film-)Star wurde. Auch hier ist lediglich ein Werteverstoß gemeint. Schygulla wird im *Spiegel* zur gleichen Thematik interviewt und adäquater mit „Star der Subkultur" (N. N. 1996b: 152) tituliert.

Folglich verwendet man den Begriff Anti-Star entweder, um Musiker zu bezeichnen, die erst gar nicht in die Medien gelangen, weil sie sich total verweigern und nur in *face-to-face*-Gruppen (Familie, Verwandtschaft, Freundeskreis, Nachbarschaft, Gleichaltrigengruppe etc.) auftreten (vgl. Baacke 1993: 149-152), evtl. also in kleinsten Teilöffentlichkeiten und Spezial-Medien (Fanzines, Nischensendungen etc.) Kleinst-Publizität erfahren, ohne bei den *Main*-Medien Aufmerksamkeit zu wecken:

15 Diese Aspekte bedingen sich wechselseitig.

„Öffentlichkeit, einst gedacht als ‚übergreifende Gesamtvernunft', löst sich auf in unterschiedliche Teil-Öffentlichkeiten, die – teils machtvoll und etabliert, teils ohnmächtig und subversiv – je eigenen sozio-kulturellen Wertsystemen gehorchen." (Roß 1993: 26)

Es erscheint sinnvoll, von speziellen Teilöffentlichkeiten und konkreten (Teil-)Publika zu sprechen. So entgeht man der Frage nach der einen Öffentlichkeit und einer, wie und wo auch immer gelagerten, Gegenöffentlichkeit. Zudem wird durch die Verwendung des Publikumsbegriffs die Werthaltigkeit der Termini ‚gegenöffentlicher' Motivationen und Einstellungen reduziert. Letztendlich ist jede Öffentlichkeit auch eine Teilöffentlichkeit und wird gebildet durch ein Teilpublikum, das sich sozial orientiert. In diesem Zusammenhang ist das (Teil-)Publikum die gesellschaftsinterne Umwelt sozialer Teilsysteme wie etwa subkultureller Bewegungen oder popkultureller Organisationen und Interaktionen (vgl. Luhmann 1996: 183-189).

Oder man betrachtet den Anti-Star als begriffliche Hilfskonstruktion, um zwischen einem etablierten, die Werte eines Gesellschaftssystems nicht verletzenden Star auf *Main*-Ebene (Kapitel 5.1) und einem erfolgreichen, aber rebellierenden (Anti-Star-)Star (Kapitel 5.3), der aus einem *Sub* in das *Main* wechselt, zu unterscheiden. Demnach bezeichnet Anti-Star das Stadium der verweigernden, protestierenden Musiker einer Subkulturprogrammanwendung, bevor sie ökonomisch erfolgreich werden und, damit unwiderruflich verbunden, in den Medien erhöhte Publizität erfahren können. Musiker, die vor einem quantitativ kleinen Publikum spielen, sind demnach Anti-Stars auf der *Sub*-Ebene, Musiker, die vor einem größerem Publikum spielen, das etablierte Wertesystem nicht stören, ökonomisch Erfolg haben und mediale Publizität erhalten, sind Stars auf der *Main*-Ebene, und Musiker, die vor einem größeren Publikum spielen, sich auf irgendeine Art verweigern, provozieren oder protestieren und dabei sowohl ökonomisch erfolgreich sind als auch mediale Publizität erhalten, können als Anti-Star-Stars bezeichnet werden (vgl. Kapitel 5.3). Unter einem kleinen Publikum soll hier verstanden werden, dass mindestens eine weitere Person anwesend ist, z.B. ein Familienmitglied oder Freund. Für die unterschiedlichen Publikumsgrößen macht es aus Gründen der Relationalität keinen Sinn, quantitativ festgelegte Grenzen anzugeben, zumal diese auch gar nicht genau bestimmbar sind. Entscheidender für die Kategorie des Anti-Stars sind die relativ variablen bzw. flexiblen Erwartungen des Publikums und der Medien. Dieses Beziehungsgefüge ist beim (erfolgreichen und vollständig im Vermarktungsvorgang stehenden) Anti-Star-Star in Form von Erwartungserwartungen im Grunde manifest geworden. Publikum und Medien haben die Erwartung des Erwartungsdurchbruchs seitens des Anti-Star-Stars. Dieser kann sich dem Prozess nicht mehr entziehen, während der Anti-Star instabileren Erwartungshaltungen gegen übersteht und somit noch nicht in ein kompaktes Erwartungserwartungsgefüge eingebunden ist.

Bereits Schwendter (vgl. 1993 [1973]: 185-191) führte Überlegungen zu den öffentlichen Protagonisten von Gegen-Eliten aus, wenn er zwischen Nonkonformisten in Form von entfremdeten Anti-Helden, Märtyrern des Systems, aktiven Revolutionären und kreativen, unorthodoxen Leitbildern (Gurus) unterscheidet. Er kam zu dem Ergebnis, dass eine vollständige gesellschaftliche Disintegration nicht möglich ist. Wenn jemand – ob nun Medienfigur oder wie bei Schwendter das alltägliche Individuum – disintegriert ist, dann um den Preis einer Isolation, die eine Wirkung zur grundsätzlichen Veränderung der Gesamtgesellschaft so gut wie unmöglich macht. Der Totalverweigerer taugt schlecht als Gesellschaftsveränderer. Über 25 Jahre später und offensichtlich wesentlich medienerfahrener erweitert D. Diederichsen diese Ausdifferenzierungen von etwas wie Subkulturen auf popkulturelle Gruppierungen:

„Für diese Fülle von nebeneinander existierenden Pop-Kulturen ist allerdings konstitutiv, dass jede einzelne noch so strukturiert ist, wie Pop-Kulturen immer schon strukturiert waren: Um käufliche Kulturgegenstände herum wird eine mehr oder weniger von diesen Gegenständen begünstigte Semantik errichtet, die eine Gruppe für verbindlich erklärt – diese Semantiken reichen natürlich heute, wo die Leitdifferenzen nicht mehr (wie früher links/rechts, jung/alt, neu/alt und langhaarig/kurzhaarig) untereinander kongruent sind, von reaktionär bis progressiv, von sexistisch und rassistisch bis zu emanzipativ." (Diederichsen 1999b: 282)

Diederichsen erkennt im Anschluss drei größere Gruppen von mediatisierten[16] Pop-Kulturen, die so etwas wie Subkulturen bei Schwendter abgelöst haben: Pop-Kulturen mit vermeintlicher Authentizität (Blues-Rock, *R.E.M.*, *U2*), Pop-Kulturen mit vermeintlicher Synthetizität von Pop-Kulturen (Disco, Electro Clash) und als dritte Gruppe

„[...] gibt es immer noch professionelle subkulturelle Lebens- und Produktionszusammenhänge (klassische Musik-Subkulturen, heutzutage vor allem um neue elektronische Musikformen), die sich immer noch gegen die Verwertungslogik donquichotesk stemmen und etwa durch Anonymisierung, Verweigerung von Öffentlichkeit und »White Labels« das alte Independent-Projekt des Punk-Rock fortzusetzen suchen." (Ebd.: 283)

16 Es darf nicht übersehen werden, dass gesamtgesellschaftlich und nicht zwingend an massenmediale Berichterstattung gekoppelt *Sub*-Anwender existieren, die gewissermaßen zu Aufmerksamkeits-Experten werden und Lücken in den Medien- und Alltagswelten nutzen wie etwa Sprayer oder Hacker. Bei den vorliegenden Betrachtungen geht es aber eher um die Stars in den Medien. „Bei genauerem Hinsehen wird Protest vernehmlich. Die Invasion der Marken war vom Einsickern der Graffiti begleitet. Die Sprayer drehten den Spieß um. Sie reagieren auf den Großkampf um die Aufmerksamkeit, indem sie direkt in die Augen stechen. In den Graffiti regte sich früh der Einwand, der sich zur Protestbewegung gegen die Okkupationspolitik der Marken weiten sollte." (Franck 2003: 13)

Für die vorliegende Untersuchung spielen hier die medialen Kulturprogrammanwendungen auf *Main* und *Sub* eine Rolle, weswegen insbesondere die dritte Gruppe von Diederichsen die *Sub*-Ebenen definiert, auf denen sich deren Anti-Stars entwickeln können.

Auf diesen Sub-Ebenen bewegen sich zahlreiche kleine oder eben Anti-Stars, die in ihren Szenen und Bereichen bekannt und beliebt und dort auf ihre Art erfolgreich sind und die vor allem grundsätzliche gesellschaftliche Differenzen umcodieren. Von diesen Anti-Stars geraten einige in das Scheinwerferlicht der jeweiligen (z.B. Popmusik) *Main*-Ebene. Wie dies abläuft und wie die Umcodierungen von Anti-Stars dementsprechend kommerzialisiert, assimiliert und auf eine gewisse Art und Weise in das *Main* hinein etabliert werden, soll im folgenden Kapitel genauer untersucht werden.

5.3 Anti-Star-Stars: Erfolgreiche Verweigerer auf dem Weg vom *Sub* ins *Main*

„Kurt Cobain stand für das letzte theoretische Modell, das man Alexander, dem Superstar, entgegensetzen konnte. An dieser Theorie ist er gestorben. Und die Theorie starb gleich mit." (Kniebe 2003: 19)

Was also passiert, wenn repräsentative Kulturprogrammanwender auf Seiten der *Subs* (Anti-Stars) qua Medienproduktion selbst in das Rampenlicht der *Main*-Medien gelangen? Nimmt man nochmals den Mythos-Begriff von R. Barthes zur Hilfe, dann wird klar, dass diese Programmveränderer (Lernwilligkeit) auf Grundlage von bereits ablaufenden Programmen (Lernunwilligkeit) stark mythosverdächtig sind:

„Der Mythos kann alles erreichen, alles korrumpieren, sogar die Bewegung, durch die sich etwas ihm gerade entzieht, so dass, je mehr die Objektsprache ihm am Anfang Widerstand leistet, desto größer ihre schließliche Prostitution ist. Wer vollkommen Widerstand leistet, gibt vollkommen nach." (Barthes 1964: 117)

Wenn also Programmanwender aus einem *Sub* heraus Programmteile umcodieren und die Ergebnisse ihrer Anwendungen zunächst in kleineren Teilöffentlichkeiten publizieren und repräsentieren, können diese früher oder später die Aufmerksamkeit der von *Main*-Medien wecken. Wenn diese Programmanwender nun als mediale Opinion Leader fungieren, so können die vormaligen Anti-Stars durchaus zu den bei Schwendter (vgl. 1993: 62-63 sowie 193-194) genannten Drehpunktpersonen werden, die auf der Schwelle

zwischen *Sub* und *Main* ‚stehen'.[17] Besonders interessant ist dabei der Moment des Übersprungs in der Medienberichterstattung. Im Spannungsfeld zwischen *Main* und *Sub* verhalten sich diese Drehpunktpersonen gewissermaßen kognitiv als auch kommunikativ dissonant. Als Surfer zwischen den Programmebenen sind sie potenzielle Verlierer, die aber in einer Hinsicht erfolgreich sein können. Es kann ihnen syntheseartig gelingen, Interpretationen und Anwendungen aus Subprogrammen populär zu machen und somit zum Wandel der Kulturprogramme beizutragen. Dieser Aspekt erinnert frappierend an die Dialektik der Kulturindustrie bei Prokop, der ja in popkulturellen Zusammenhängen durchaus die Chance auf Weiterentwicklung und Innovation erkennt (vgl. auch Kapitel 2.2.2).

Widmen wir uns im Folgenden dieser Gruppe von im *Main* erfolgreichen Anti-Stars, den Anti-Star-Stars, noch einmal genauer, weil sie die Dialektik der Kulturprogramm-Ebenen konkretisiert. Dabei liegt der Fokus wiederum und aus den bereits genannten Gründen des Indikatorentums der Popmusik. Musiker einer subkulturprogrammanwendenden Gruppe, welche die vier Bedingungen Nachweis eines Publikums, verweigerndes Verhalten, ökonomischer Erfolg und mediale kontinuierliche Publizität erfüllen, werden also zu Anti-Star-Stars, zu im *Main* erfolgreichen Anti-Stars. Auf diese Weise können allgemein so bezeichnete ‚Verlierer' oder besser ‚Verweigerer', und zwar nicht nur in der subkulturellen Musikszene, sondern ebenso im Sport, Film oder auch Politik[18] zu Berühmtheit gelangen. Die Differenz zwischen Star und Anti-Star-Star konstituiert sich demnach aus dem Kriterium ‚verweigerndes Verhalten', welches in Anlehnung an die vorhergehenden Überlegungen zum Kulturbegriff besser Umcodierung, Veränderung oder sogar Infragestellung von Kategorien bedeutet. Verweigerndes Verhalten impliziert Verstöße gegen ein bestehendes gesellschaftliches Werte- und Normensystem. Deswegen sind Anti-Star-Stars beim Übertritt in die *Main*-Ebene von den anderen Anwendern eines Subprogramms sowohl angesehen (Etablierungsanerkennung) als auch umstritten (Verkaufs- bzw. Verratsvorwurf). Aus der Umweltperspektive des Programmteils *Main* besitzen Anti-Star-Stars gegenüber herkömmlichen Stars oftmals kein hohes Ansehen bzw. werden weniger oder gar nicht wahrgenommen. Das Differenzkriterium der Verweigerungshaltung führt zu differierenden Publika und ist ebenso mit Erwartungen und Erwartungserwartungen verbunden, wie dies bei etablierten Stars der Fall ist. Hierbei spielen demnach die Wahrnehmungsperpektive (aus *Main* oder aus *Sub*) sowie die weitere Ausdifferenzierung (*Main* des *Main*, *Sub* des *Main*, *Main* des *Sub*, *Sub* des *Sub*) eine entscheidende Rolle, die hier aber nicht weiter begutachtet werden können.[19]

17 Auf die damit zusammenhängenden Probleme und Vorwürfe seitens der unterschiedlichen Programmanwender (Ausverkaufsvorwürfe, aber auch Etablierungschancen) insbesondere bei Rezipienten kann hier nicht weiter eingegangen werden.

18 Als Beispiel für einen Anti-Star-Star in seiner Genese im Subsystem Politik kann Joschka Fischer eingestuft werden (vgl. Kraushaar 2001b).

19 Erste Anbindungen zu diesen weiterführenden Ausdifferenzierungen leisten Diederichsen 1999a, 1999b und Holert/Terkessidis 1996.

Exkurs I: Medienverweigerung

Ausgehend von den Erläuterungen zu Subprogrammen von Kultur und deren Stars, die im Moment des Übertritts in die *Main*-Ebene zu Anti-Star-Stars werden, soll nun noch einmal genauer und anhand von Beispielen dargelegt werden, mit welchen Strategien die Protagonisten sich den Medien verweigern, gegen bestimmte *Main*-Codierungen medial protestieren oder sie ablehnen. Dabei ist, und dies soll noch einmal betont werden, die jeweilige Beobachterperspektive, also die Sicht aus *Main* heraus oder die Selbstbeobachtung im *Sub* von entscheidender Bedeutung.

Anti-Star-Stars und Stars unterliegen im *Main* gleichermaßen einem ständigen Druck, den Medien Themen liefern zu müssen, um nicht von deren Berichterstattungs-Agenda zu verschwinden und demnach medial erfolglos zu werden. Im Unterschied aber zu Stars, die eher herkömmliche Nachrichtenwertkriterien erfüllen und aktive Imagepflege in Form von ständiger medialer Präsenz und Selbstdarstellung betreiben, spielen bei (bewusst oder unbewusst) rebellierenden Musikern (Anti-Star-Stars) die Attribute Negativität (Skandale), Überraschung und Normverstöße eine besonders große Rolle.[20] Des Weiteren wollen sie sich den Erwartungen seitens der Medien und des Publikums entziehen, welches aber, sind sie erst einmal zu Anti-Star-Stars geworden, praktisch unmöglich ist. Aus einem Lebensgefühl insbesondere der Jugendlichen entsteht eine (musik)subkulturelle Szene wie z.B. Ende der 1980er, Anfang der 1990er Jahre die so genannte *Generation X*, die dann gegebenenfalls durch bestimmte Medien thematisiert, verschlagwortet, propagiert und durch die Musikwirtschaft vermarktet wird. Die Bedeutsamkeit einer Lebensphilosophie besonders für junge Erwachsene betont Schulze. Lebensphilosophien werden im Stil (vor allem bei oppositionellen Subkulturen) zur „unterschwellig gespürten Atmosphäre" (Schulze 1995: 113). Wer diese Atmosphäre spürt, eignet sich besonders gut für eine Analyse solcher Phänomene, dies haben Vertreter der *Cultural Studies* immer wieder betont (vgl. Terkessidis 2003). Stil symbolisiert wiederum Leitdifferenzen wie Distinktion/Identifikation und Abgrenzung/Eingrenzung, also im Grunde ganz ähnlich den kultur-programmlichen Unterscheidungen innerhalb der Kategorien im Kulturbegriff Schmidts.

Gewisse Verhaltensweisen von Ablehnung, Verweigerung oder Protest bis hin zur Resignation von Stars unterschiedlicher Subkulturen erscheinen z.B. in der Popmusikgeschichte immer wieder. Die Motive dafür sind äußerst schwer nachzuweisen, weswegen sich eben ja auch Mythen im Sinne Barthes darum ranken können. Doch zumindest sollen die Charakteristika skizziert werden, die sie in Differenz zu den (*Main*)Stars für die Medien und somit im Weiteren zumeist auch für die Rezipienten interessant machen.

Solche publikumswirksamen Handlungen, ob geplant oder spontan, können den Anti-Star-Stars jene besondere, aus Sicht der Rezipienten exoti-

20 Zu Nachrichtenwertkatalogen und zur Nachrichtentheorie vgl. einführend Westerbarkey 1992, grundlegend Staab 1990 und im Besonderen Luhmann 1996: 58-72. Zu Nachrichtenwerten von Stars vgl. Jacke 1996 und 2001c.

sche und mystische Note verleihen. Durch Verweigerung von Auskunft z.B. über ihre eigene Person können die Anti-Star-Stars auf sich aufmerksam machen und ihre Mystifikation seitens der Fans steigern. Abweichung von der Norm überrascht, und „sie fällt auf und prägt sich dadurch dem Gedächtnis ein." (Luhmann 1996: 193)

Abweichende Programminterpretationen und -anwendungen von Seiten dieser (Anti-)Stars provozieren anscheinend journalistische Berichterstattung. Das abweichende Geschehen wird gebrochen an Erwartungsbildungen aus dem *Main* als Störung sichtbar und provoziert Reaktion. Produzenten wie Konsumenten etwa von Popmusik bringen jeweils Erwartungen ein und unterstellen auch Erwartungen, so dass sich Erwartungserwartungen und damit kommunikationsverdächtige Strukturen ausbilden können: „Abweichungen vom Erwarteten, Erwartungsdurchbrüche, Überraschungen sind, indem sie registriert werden, Initialzündungen für ganze Ketten sich anschließender Gedanken." (Fuchs 1987: 225) Diese unerwarteten Veränderungen heben sich in Form von Differenzen oder Überraschungen vom Alltagsleben der Rezipienten ab und müssen somit zunächst von den Medienredaktionen erkannt werden. Die von Westerbarkey (vgl. 1991: 175-177 und 1993: 98) auf Öffentlichkeitsarbeit (Live-Auftritte, Pressetermine und Medienberichte haben u.a. diese Funktion für eine Rockband) bezogene Strategie ‚Ablenkung durch Hinlenkung' kann auf Anti-Star-Stars angewendet umgedreht werden zur Mediatisierungsstrategie ‚Hinlenkung durch Ablenkung'.[21] Viele Verhaltensweisen und Behauptungen von Anti-Star-Stars einer Subkultur lenken zwar zunächst davon ab, dass auch sie sich im Vermarktungsmechanismus der Musikwirtschaft befinden, doch kann es passieren, dass sie sich durch die Ablenkung bzw. Distanzierung für Medien und Fans erst recht interessant machen. Baacke (vgl. 1993: 170-176) nennt als Manifestationen solcher Regelverletzungen in jugendkulturellen Bewegungen die Desavouierung etablierter Rituale, Abwanderung in die Sprachlosigkeit, Provokation und Demontage der Grundregeln. Dem müssen umcodierende bzw. re-asymmetrisierende Unterscheidungsanwendungen in Kulturprogrammen hinzugefügt werden. Diese Demontage kann sich bei subkulturellen Phänomenen nicht nur der so genannten dominanten Kultur (*Main*) entgegen setzen, sondern zu einer Rekontextualisierung bzw. Neuordnung in Form von Bricolage[22] führen (vgl. Clarke 1979). Dabei darf nicht außer Acht gelassen werden, dass auch subkulturelle Dekonstruktionen abermals Konstruktionen sind. Auch hierin zeigt sich die Unmöglich-

21 Zu ähnlichen wissenschaftlichen Herangehensweisen vgl. die Beiträge in Jacke/Zurstiege (Hg.) (2003).

22 Ähnlich wie zuvor schon zwischen statischem und produktivem Recycling im Rahmen der Popmusik gesprochen wurde, so gibt es mit Kellner (1995) auch moderne (statische, konservative) als auch postmoderne (progressive) Bricolage etwa im Falle von Madonna und Laurie Anderson. Zu den beiden Figuren vgl. Barber-Kersovan 2000, Curry 1999, Fiske 2000: 113-131, Kellner 1995: 263-296 und Schmiedke-Rindt 1998, 1999 (zu Madonna) sowie Anderson 1998, Bardmann 2000, Thomsen 1998 und Weibel 1987 (zu Anderson).

keit, diesen Medien- und Marktmechanismen zu entfliehen. Diese auf Anti-Star-Stars zutreffenden Kriterien erweitert Diederichsen um eine Art Geheimdienstmetaphorik, eine Metaphorik des Untergrunds, die Komplizierung und „die Abweisung der stets dialogischen Struktur der Kritik oder des Protestes zugunsten von Scheinaffirmation oder Affirmation als Versuch von Überlagerung." (Diederichsen 1993: 35) Diederichsen meint damit eine der *Generation X* nicht unbekannte Art von Resignation und Passivität im Gegensatz zum offenen, aggressiven Protest z.B. des Punks. In jugendlichen Rezipientenkreisen erweckt dabei sicherlich der David/Goliath-Komplex Aufmerksamkeit und Empathie. Viele Bands aus subkulturellen Szenen scheinen gegen die totale Vermarktung und die übermächtige Musikwirtschaft förmlich ‚donquichottesk' anzukämpfen. Dies kann für Anti-Star-Stars, außer bei totaler Publizitäts- und Erfolgsverweigerung, nicht funktionieren, selbst wenn es eine Band oder ein Musiker oder allgemeiner ein zum Anti-Star-Star generierter ehemaliger Anti-Star wollte. Der Aspekt der Vermarktung einer Subkultur und ihrer Musiker soll dementsprechend anschließend kurz präziser beschrieben werden.

Exkurs II: Vermarktung der Verweigerung

Um den Fans die Stars und Anti-Star-Stars der einzelnen Musikszenen erreichbar zu machen, bedarf es neben einer Medienberichterstattung bzw. eines Medieninteresses genauso der Bereitstellung und Vermarktung ihrer Musik.[23] Subkulturelle Erscheinungen und die dazugehörigen Musiker sind, trotz oder gerade wegen ihrer Gegenposition, unwiderruflich Bestandteil eines musikwirtschaftlichen Marktes: „[A]lle Formen so genannter subkultureller Kunst finden sich für die Zwecke des Profits integriert, selbst und gerade die, die einmal im Dienste der Kapitalmusikkritik als vermeintliche Gegenbeispiele entstanden." (Behrens 1996: 24) Behrens argumentiert zwar aus einer gefestigten kulturkritischen Position (vgl. auch Kapitel 2.2.3), doch ist ihm zu attestieren, dass es im subkulturellen Bereich viele Bands gegeben hat, die von der einen Seite der Unterscheidung *Sub/Main* auf die andere wechselten bzw. durch den Markt gewechselt wurden. Auch Behrens nennt das Beispiel der *Sex Pistols*, die zwar „I don't know what I want but I know I'm against it" sangen, sehr wohl aber von ihrem Manager Malcom McLaren strategisch und profitorientiert eingesetzt wurden und so mit ihrer Musik und dem darumrankenden Markt stattliches Geld einbrachten. Der dafür notwendige Markt der Jugend- und Musikszene entstand zunächst im Amerika der fünfziger Jahre. Diederichsen (vgl. 1993: 261-262) spricht hier von der Erfindung des Konzeptes Jugend, welches zwar kapitalistisch blieb, aber dennoch auch als progressives Gegenbeispiel zu allen Thesen von der totalisierenden Wirkung des Kapitalismus zu gebrauchen ist. Auch in Deutschland entwickelte sich ein ähnlicher Massenmarkt, der von Musik

23 Zu musikwirtschaftlichen Aspekten vgl. grundlegend die Beiträge in Moser/Scheuermann (Hg.) (2003) sowie Schneidewind/Tröndle (Hg.) (2003).

gespeist wird, die nicht nur für den puren Konsum der Rezipienten bestimmt, sondern auch von immer stärkerer ideologischer Bedeutung ist. An diesem Punkt treffen (Sub-)Kulturprogrammanwendungen und Vermarktung aufeinander:

„The accumulation of both popular and official cultural capital is signalled materially by collections of objects – artworks, books, records, memorabilia, ephemera. Fans, like buffs, are often avid collectors, and the cultural collection is a point where cultural and economic capital come together." (Fiske 1992: 43)

Das Kauf- und Sammelbedürfnis von Tonträgern und Accessoires ihrer Bands ist bei sich orientierenden Rezipienten aber auch Fans im Allgemeinen sehr ausgeprägt. Insbesondere die im deutschen Musikmarkt agierenden so genannten Major-Plattenfirmen wissen darum und versuchen mit den bei ihnen unter Vertrag stehenden etablierten Stars und deren Images ökonomisch möglichst erfolgreich zu sein. Die auf die *Main*-Ebene gewechselten Stars der Subkulturen, die Anti-Star-Stars, zeichnen sich ebenfalls durch ökonomischen Erfolg aus.[24] Auch im kleineren Rahmen entwickeln sich die Musiker längst, wie Faulstich und Strobel (1994: 113) es auf Fernsehstars bezogen skizzieren, zu kommerziellen Betrieben. Allerdings lehnen Anti-Star-Stars oft eine intensive multifunktionale Verwertung und den Status von kommerzialisierbaren System-Crossroads zumeist ab.

Eine wichtige Rolle bei der Vermarktung spielt die Promotion, deren Aufgabe es ist, das Produkt über die Medien dem Konsumenten näher zu bringen. Selbst kleinere Plattenfirmen, die Independents, versuchen, diese Mechanismen einzusetzen, wenn auch auf einer niedrigeren Ebene. Häufig kommt es dabei dazu, dass Major-Companies erfolgreiche Independents aufkaufen, mit ihnen Joint Ventures eingehen oder Distributionsverträge abschließen und diese somit als Entdecker neuer Bewegungen benutzen. Unter den Independents auf dem Musikmarkt sind normalerweise kleinere Plattenfirmen zu verstehen, deren Selbständigkeit und Unabhängigkeit sich daraus zusammensetzt, dass sie musikalisch und kulturell eigenständigerer Wege gehen und sich vom Mainstream der Major-Labels abheben. Auch in der Diskussion über Independents und Majors erschwert eine gewisse Wertlastigkeit die Forschung. Rowe schlägt sinnvollerweise vor, von einer symbiotischen Beziehung zwischen beiden Arten von Plattenfirmen zu sprechen und nicht die Independents als stetig gute Musik und die Majors als permanent schlechte Musik produzierende Betriebe zu bezeichnen. In Anlehnung an Frith streitet er ab, dass, je größer eine Plattenfirma, desto schlechter die von ihr produzierte Musik sei (vgl. Rowe 1995: 24-31). Am Rande sei hier auf eine weitere Definitionsproblematik verwiesen: In popkulturellen und musikjournalistischen Veröffentlichungen erscheint der Begriff ‚Indepen-

24 Zu Vermarktungsphänomenen bei Independent und Major Labels vgl. Gurk 1996 sowie Kruse 2003. Zum Zusammenhang von Vermarktung, Werbung und Stars vgl. auch Fowles 1996, Jacke 2001c, Jacke/Zurstiege 2003b.

dent' des öfteren als Genre- oder Musikfarbenbezeichnung für eine oppositionelle, unangepasste Musik. Der Begriff ist in diesem Zusammenhang allerdings unzureichend und missverständlich und sollte sinnvollerweise durch die jeweilige Musikrichtungsbezeichnung ersetzt werden (vgl. auch Gruber 1996).

Ein zweiter Aspekt der Vermarktung ist die Bemusterung der Journalisten mit Mitteilungsangeboten der Bands.[25] An dieser Stelle ist es bei kleineren Plattenfirmen mit finanziell begrenztem Budget sehr wichtig, bestimmte Journalisten zu binden, damit im immer weiter ausdifferenzierten Tonträger- und Musikzeitschriftenmarkt kein zu großer Materialausschuss entsteht. Der dritte wichtige Gesichtspunkt im Zusammenhang mit der Vermarktung von Bands und ihrer Musik ist das ständig an Relevanz gewinnende Merchandising. Die Musikwirtschaft unterscheidet dabei zwei Arten von Merchandising, nämlich Licensing und Warengeschäft. Licensing hat das Ziel, das Image oder die Popularität einer bekannten Marke, einer berühmten Persönlichkeit oder einer Zeichentrickfigur auf ein Produkt zu übertragen und ihm dadurch einen ‚Mehrwert' zu verleihen und zu helfen, dass es sich von vergleichbaren Produkten absetzt. Diese Art der Lizensierung spielt in subkulturellen Musikszenen keine besonders große Rolle, da die meisten Bands kein massenkompatibles Image besitzen und sich (noch) nicht für größere Werbekampagnen zu eignen scheinen. Die zweite Variante des Handelsgeschäftes ist für unbekanntere bzw. mit Subkulturen einhergehende Musiker umso wichtiger: der Verkauf von Andenken, Postern, Programmen, Fotos, T-Shirts und anderen Sammler-Accessoires aus dem Umfeld der jeweiligen Band. Dieses Merchandising wird auf Tourneen (Tourmerchandising) und über Internet (Homepages, Distributoren), Versand bzw. Plattenläden (Retailmerchandising) betrieben und zum fest einkalkulierten Bestandteil des Vermarktungsverbunds einer Band. Wenn auch zahlreiche Bands aus Subkulturen mit ihren Anti-Star-Stars nicht für das Licensing in Frage kommen oder sich auch gar nicht erst anpassen wollen, so ist das Warengeschäft insbesondere auf Konzerten aufgrund der niedrigen Gagen und hohen Personal- und Fahrtkosten meist die Haupteinnahmequelle.[26] Das Merchandising fußt rechtlich zum einen auf dem Persönlichkeitsrecht der Künstler und zum anderen auf Schutzrechten wie Geschmacksmusterschutz, Warenzeichenrecht, Titelschutz und Urheberrecht, was aber nicht verhindern kann, dass insbesondere beim Retailmerchandising und via Internet so genannte Piratenware, respektive unlizensierte, widerrechtlich produzierte oder vorab veröffentlichte Produkte, sicherlich einen Teil des Umsatzes ausmacht.[27]

25 Dieser Ausdruck bezeichnet den Vorgang, dass Plattenfirmen Musikjournalisten unentgeltlich Tonträger, Konzertkarten und Presseinformationen zukommen lassen, in der Hoffnung, dass die Journalisten über die betreffende Band berichten.

26 Selbst eher unbekannte Bands verkaufen oft bereits, bevor sie sogar ihren ersten Tonträger veröffentlicht haben, T-Shirts nach Auftritten.

27 Zur Diskussion um Internet und Musikwirtschaft vgl. Röttgers 2003.

Im Zusammenhang mit Aktanten als Stars stellt das posthume Merchandising eine besonders makabere, aber ökonomisch effektive Verkaufsart dar, welches etwa im Fall der Band *Nirvana* nach dem Suizid des Sängers Kurt Cobain massiv betrieben wurde.[28] Ähnlich hohe Verkaufszahlen dürften sich nach dem Ableben der amerikanischen Country-Legende Johnny Cash im Herbst 2003 ergeben haben. Der Tod eines Stars bzw. Anti-Star-Stars besitzt nicht nur für die Medien einen sehr hohen Nachrichtenwert, sondern bedeutet für die Musikwirtschaft, dass diese bei gezieltem Einsatz von Merchandising sprunghaft steigende Einnahmen hat und den Marktwert des Musikers erhöhen kann. Des Weiteren kann der Kult bzw. Mythos um einen verstorbenen Musiker noch einmal wesentlich an Bedeutung gewinnen. Heuermann/Kuzina (1995: 217) etwa analysieren den Tod Elvis Presleys und gelangen zu folgendem Schluss: „Zur vollen Blüte erwuchs der Kult jedoch erst, nachdem das Idol 1977 gestorben war und sein frühzeitiges Ableben den Mythos regelrecht wuchern ließ." Kurt Cobains Fall steht in Bezug auf posthume Vermarktung in einer Reihe mit weiteren Toten des Rock'n'Roll, wie etwa dem schon genannten Elvis Presley, den an Drogenüberdosen verstorbenen Janis Joplin, Jim Morrison und Jimi Hendrix, dem ermordeten John Lennon und vor allem dem englischen Sänger Ian Curtis, der sich selbst tötete. Trotz der unterschiedlichen Todesursachen – vornehmlich Cobains und Curtis' Tode waren offensichtlich Willensbekundungen und keine zufälligen Drogenüberdosen – stiegen alle aufgezählten Musiker eigentlich erst posthum zu unwiderruflichen Ikonen der Popmusik auf. Dieses hohe Ansehen und das Einnehmen einer ganz bestimmten Rolle vor großen Publika waren Situationen, mit denen sowohl Cobain als auch Curtis ihre Schwierigkeiten zu Lebzeiten hatten (vgl. Marcus 1993 und Cobain 2002).

Die posthume Mythossteigerung ist insbesondere bei Anti-Star-Stars der Fall, wenn sie, wie Cobain, den Eindruck bei ihren Fans erwecken, dass sie an den gesellschaftlichen Umständen verzweifelt sind, im Suizid ihre letzte ‚Fluchtmöglichkeit' sehen und damit via Medien in den Köpfen der Rezipienten endgültig zu idealisierten Images generiert werden können (vgl. auch Bosshart 1995).

Aufgrund der bisherigen Beobachtungen lässt sich nunmehr eine modellhafte Konstellation beschreiben: Medial angebotene und von Rezipienten individuell konstruierte Anti-Star-Stars erzeugen eine verstärkte Nachfrage bei den Konsumenten, die Nachfrage führt zu verstärkter Herstellung von Tonträger- und Merchandising-Produkten dieser Bands, die sich als

28 Eine außergewöhnliche (wenn auch nicht ganz ernstzunehmende) ‚Studie' zu den Toden von Rockstars in den siebziger Jahren des letzten Jahrhunderts bietet Marcus (vgl. 1994: 80-102), der die Verstorbenen nach Rock'n'Roll-Beitrag zu Lebzeiten, hypothetischem, zukünftigem Beitrag und Todesumständen bewertet und so zu einer, zwar subjektiven, aber nachvollziehbaren Klassifizierung des Rock-Exitus gelangt.

umsatzstark erweisen, verbunden mit intensiven Promotion- und Marketingmaßnahmen.

Diese sich durchdringenden Mechanismen laufen auch über den Höhepunkt einer (musik-)subkulturellen Bewegung hinaus. Trotzdem kann man insbesondere bei den aus *Subs* im *Main* reintegrierten Musikrichtungen und ihren Protagonisten (Anti-Star-Stars) eine oftmalige Übersättigung und damit ein rasches Verschwinden nach einer gewissen Etablierung in den Medien feststellen.

Exkurs III: Exitus durch Etablierung im Main: Das ‚Ende' subkultureller Musikrichtungen

„Die Mode ist immer die neueste Mode, die neueste Differenz. Ein Emblem der Klasse (in jedem Sinne) verfällt, wenn es seine distinktive Macht verliert, das heißt, wenn es popularisiert wird. Wenn der Minirock in Hintertupfingen angekommen ist, fängt alles wieder von vorn an." (Bourdieu 1993: 191)

„[D]as Außerordentliche gibt es nicht mehr, denn die ganze Musik auf der ganzen Welt ist außerordentlich, und wo alles außerordentlich ist, gibt es naturgemäß nichts Außerordentliches mehr, da ist es direkt rührend [...] , wenn sich noch immer ein paar lächerliche Virtuosen die Mühe geben, außerordentlich zu sein, sie sind es nicht mehr, weil sie es nicht mehr sein können." (Bernhard 1985: 278)

Die Zitate von Pierre Bourdieu und Thomas Bernhard fassen die Problematik von subkulturellen Musikrichtungen passend zusammen. Diese können in so genannten Szenen (*Subs*) entstehen – und zwar in Form sozialer Netzwerke, welche die alten Strukturen der Gesellschaft und somit vorherrschende Kulturprogrammanwendungen aufweichen und dementsprechend neue erzeugen –, die häufig von Medien und Werbeagenturen beobachtet werden. Deren Beobachter – als ‚Trend-Scouts' bezeichnete Mitarbeiter – spähen aus, ob ein Phänomen lohnend vermarktbar ist. Nicht nur für Medienkulturwissenschaftler, sondern insbesondere für die Wirtschaft und Werbung ist diese Zeitgeist- und Wandlungssensibilität der *Subs* also außerordentlich ergiebig.

Die Popkulturwissenschaftlerin Blair (1993) stellt in Anlehnung an Gottdiener ein Drei-Phasen-Modell auf, welches die (Themen)Karriere von Objekten von der Sub- zur Massenkultur beschreibt.[29] In der ersten Phase werden Objekte wegen ihres Kaufwertes von Produzenten hergestellt und beispielsweise durch Werbung mit einem Image versehen. Dieses Image kann dafür sorgen, dass die Käufer in den Objekten über ihren Nutzwert hinaus kulturelle Symbole für bestimmte Dinge sehen bzw. sich konstruieren. Die Hersteller fabrizieren diese Produkte zunächst aber nicht unbedingt

29 Vgl. konstitutiv Gottdiener 1985. Blair (1993) untersucht das Beispiel der Subkultur des amerikanischen Rap/HipHop. Das Modell ist übertragbar auf nahezu jede subkulturelle Musikrichtung, die vom *Sub* in den *Mainstream* gelangt.

gezielt für ausgewählte Subkulturen. Während der zweiten Phase können die Konsumenten diese Objekte zum Gebrauch oder zur Abgrenzung innerhalb von subkulturellen Bewegungen benutzen, so dass die Objekte als Kennzeichen dienen können. Werte und Einstellungen, die aus Perspektive der Rezipienten von Musikstilen und Musikern jener Bewegungen verkörpert werden, können auf weitere Bereiche wie etwa Kleidung oder Verhaltensweisen projiziert werden. „The youth subcultures transform everyday objects to show that they are different from the mainstream, using clothing and hairstyles as weapons or visible insults in a cultural war." (Ebd.: 27) Somit können Objekte, aber eben auch viel basaler Kulturprogramm-Elemente, entfremdet und zu Aushängeschildern subkultureller Szenen (*Subs*) werden. In der dritten Phase schließlich greifen die Produzenten der Massenindustrie laut Blair diese subkulturellen Trends auf und entradikalisieren sie, um sie *Main*-kompatibel und vermarktbar zu machen. Wird die subkulturelle Erscheinung, respektive Musikrichtung, aus ihrem eigentlichen Kontext gelöst und in der Massenkultur kommerzialisiert, hört sie auf der *Sub*-Ebene auf zu existieren. Der Verlust der Aura und der mystischen Erscheinung ist insbesondere bei ehemals subkulturellen Anti-Star-Stars oft auf eine massive Berichterstattung in den Medien zurückzuführen, die bei den Rezipienten zu einer bereits angesprochenen Übersättigung führen kann. Schmidt (1994b: 300-301) spricht in Anlehnung an den Kommunikationswissenschaftler und Medientheoretiker J. Meyrowitz von einer ‚Entmystifizierung' genereller Autoritäten durch die Mediatiserung der Gesellschaft. Diese Argumentation erinnert an Benjamins Auraverlust.

Gänzlich ohne mediale Berichterstattung würden aber auch subkulturelle Phänomene schwer erreichbar bleiben: „If punk, for example, originated among small, creative youth groups, its meaning for its subsequent fans was derived not just from the music itself, but also from the various punk images and analyses battling it out in the media." (Frith 1978: 207-208) Die Konstellation wiederholt sich nach dem immergleichen Muster: Eine subkulturelle Innovation wird durch Vermarktung und mediale Darstellung vom *Main* absorbiert, und gleichzeitig enstehen in den *Subs* neue Anti-Stars. Gleichfalls liegt hier aber auch die Relevanz für medienkulturwissenschaftliche und kommunikationswissenschaftliche Forschungsansätze begründet, denn erst durch Massenproduktion und Medienberichterstattung werden vollkommen disperse Publika einer Band und des sie umgebenden Phänomens zu dem ‚einen' Publikum derselben Mitteilungsangebote. Diese breite mediale Bekanntmachung eines Themas, das heißt einer zuerst subkulturellen Musikrichtung und ihrer Aktanten, die Kulturprogrammelemente alternativ anwenden, erzeugt einen Sog bei den Rezipienten. Die Entscheidung, eine Musikrichtung zu konsumieren, fällt unter Umständen anders aus, wenn man der alleinige oder sich in einer kleinen (subkulturellen) Gruppe bewegende Adressat zu sein glaubt. Insbesondere Rezipienten subkultureller Musikrichtungen scheinen auf der ständigen Suche nach abseitigen Trends zu sein, bevor sich diese etablieren und durch (musik)industri-

elle Verwertung zur subkulturübergreifenden Kommunität werden. Sie sind oftmals Trend-Scouts aus Berufung, intentiös ohne Auftraggeber und Erlös und zählen sich zur Entsagungselite:

„Die Indie-Hörer sehen sich in ihrer Rolle als musikalische Konsumpioniere bestärkt und fühlen eine gewisse Genugtuung, wenn sie bei im kommerziellen Radio und in den Charts neu auftauchenden Moden wie [...] dem Nirvana-, Sub Pop- und Grunge-Hype Anfang der 90er Jahre von sich behaupten können, das jeweilige Phänomen schon seit ein paar Jahren aus dem Underground zu kennen." (Gruber 1996: 9-10)

Die massenhafte Präsenz kann die Bands in den meisten Fällen anschließend aus Sicht der Medien und auch der Rezipienten wieder uninteressant machen, weil die Art des Regelverstoßes selbst wieder etabliert ist. Dies ist die subkulturelle Falle, in die insbesondere Trendforscher oft geraten, wenn sie überstürzt neue Kleidungsarten oder Verhaltensweisen als subkulturelle Mode zu entdecken glauben. Zudem darf nicht vergessen werden, wieviele Moden und Stile aus den Subs überschnell von der Massenkultur verschlagwortet und aufgereitet wurden, aber niemals den Durchbruch schafften (z.B. Art Punk, Grebo sowie diverse verfrühte Revivalbemühungen).

Diederichsen geht sogar soweit, eine Leitdifferenz zwischen *Sub* (*Underground*) und *Main* (*Mainstream*) anzuzweifeln, da die enge Verknüpfung der Plattenfirmen mit der Hardware-Industrie und die zunehmende Visualisierung nicht zuletzt durch Musiksender und Clips (vgl. auch Jacke 2003) zu einer „Hollywoodisierung [des Musikmarktes führt, C.J.] , der in Zukunft auch ein ohnehin fast nur noch als Geste vorhandener Underground kaum entschlüpfen können wird." (Diederichsen 1993: 272) Diederichsen schlägt im Weiteren dennoch vor, bei der Unterscheidung E/U-Musik zu bleiben, wobei E die Musik bezeichnet, die egal auf welcher Ebene (*Main*, *Sub*) mehr Beschäftigungszeit bzw. kognitive Auseinandersetzung fordert. Darüber hinaus lässt sich eine Tendenz der strukturellen Kopplung divergierender Kultur(teil/sub)programme erkennen (vgl. Schmidt 1994a: 245-247 und 2000c), weswegen sich der erweiterte Kulturbegriff Schmidts für eine entdramatisierte Analyse popkultureller Phänomene besonders gut eignet. Gerade in den letzten Jahren entstehen etwa auffallend häufig Kooperationen z.B. zwischen Stars der Klassik und des Rock'n'Roll (vgl. Rowe 1995). Der im amerikanischen *Underground* bekannte Plattenfirmen-Mitarbeiter Joe Carducci (1994: 105) bestätigt, dass selbst der intendierteste Anti-Rock letztlich nichts anderes als purer Pop sei. Gleichzeitig attestiert Carducci der Band *Nirvana*, dass ihr Hit *Smells Like Teen Spirit*, auch ohne bei den großen und wichtigen Radiostationen gespielt worden zu sein, den (medialen) Durchbruch bedeutete. Die Unterscheidung kann vom Marketing, Anti-Marketing oder De-Marketing (vgl. Bolz 1995a, 1995b) daher immer wieder im Sinne eines Re-Entry ins Unterschiedene importiert werden, was bereits

häufig zu beobachten ist, wenn beispielsweise Lagerfeld den Punk oder Gaultier den Grunge in Form von Kollektionen aus der Unterscheidung *Main/Sub* in die *Main*-Ebene selbst wieder einführen.[30]

Die Auflösung des Paradoxons von Erfolg und totaler Verweigerung ist letztlich einer der Gründe für sozialen Wandel. Obwohl also häufig zunächst subkulturelle Erscheinungen, wie z.B. Techno, Hip Hop oder Grunge, versuchen, den Popkultur-Mythos zu zerstören, sind sie letztlich doch auch unverzichtbares Thema dieser Kulturprogrammanwendungen. Somit besteht keine Differenz zwischen Starkult und Anti-Star-Starkult in der Prozesshaftigkeit. Der Vorgang ist derselbe, der Starkult ist lediglich eine Mythenbildung um Stars und der Anti-Star-Starkult eine Mythenbildung um Anti-Star-Stars, welche sich im Übrigen für die Mythenbildung besonders gut zu eignen scheinen (vgl. auch Frith 1992).

5.4 Vorläufiges Fazit Stars

„Die Geschichte ist täglich ein Friedhof einer Elite." (Schwendter 1993: 293)

„He who lives by the media can also die by the media, though like old soldiers, media celebrities sometimes just fade away rather than disappear." (Kellner 1997c: 119)

Auch wenn Schwendter seinerzeit in Bezug auf nachrückendes, provisorisches Establishment vom Tod der dadurch bedrängten (politischen) Elite (aus dem echten Establishment) spricht, und auch wenn Kellner mit seiner Beschreibung ganz konkret auf den Popstar Michael Jackson bzw. dessen Image anspielt, veranschaulichen beide Zitate die für eine Medienkulturgesellschaft und auch deren Wissenschaften charakteristischen Gesichtspunkte: Zum einen gibt es auch unter Medienfiguren bekannte und weniger bekannte Aktanten. Unter den bekannten gibt es dann wiederum verschiedene Gruppen, die sich als ganz konkrete Anwender von Kulturprogrammen der Ebenen *Main* und *Sub* beobachten lassen. Diese kann zum anderen nur über mediale Berichterstattung und deren Auswertungen ablaufen. Stars werden in den Medien ‚geboren' (ob nun aus dem *Sub*- oder *Main*-Programm heraus), sie ‚leben' dort und ‚sterben' gegebenenfalls auch wieder in den Medien, weswegen manche von ihnen ‚unsterblich' sind: Die mediale Berichterstattung vergisst sie aus diversen eigennützigen Gründen nie.

Genauso wie in den Kapiteln 2 bis 4 gezeigt werden sollte, dass Subkulturprogramme Bestandteile von Kulturprogrammen sind, so sollte im Laufe des 5. Kapitels klar geworden sein, dass Stars Aktanten der *Main*-Ebene,

30 Für einen ausgiebigen soziologischen Überblick über die unterschiedlichen Theorien des Modewandels sei auf Schnierer (1995) verwiesen. Vgl. des weiteren Hebdige 1983: 84-91. Hier zeigt sich, dass subkulturelle Phänomene, die sich etablieren und ihren Protestcharakter dadurch verlieren, durchaus als Modeschöpfer agieren.

Anti-Stars Aktanten der *Sub*-Ebene und Anti-Star-Stars von der *Sub*- auf die *Main*-Ebene überführte Aktanten sind. Anti-Star-Stars sind demnach Stars, wenn auch behaftet mit dem Merkmal der Wertverletzung auf unterschiedliche Art und Weise. Der Begriff des Anti-Stars, welcher in den Medien häufig benutzt wird, bezeichnet dort oft die Gruppe der Anti-Star-Stars und nicht etwa die lediglich in den *Subs* erfolgreichen Aktanten. Mit dem neu konstituierten Begriff der Anti-Star-Stars sind rebellierende, Normen verletzende oder zumindest ablehnende Stars gemeint, die zudem durchaus finanziell erfolgreich sind (vgl. zur Übersicht Tabelle 3: 298).

Anti-Star-Stars können nur funktionieren, wenn sie ein Publikum haben. Neben lokalen Publika spielt für alle Kategorien von Stars und jegliche Inszenierungen von Starkult und die mediale Herstellung von Öffentlichkeit eine immens wichtige Rolle. Mit Hilfe der Medien erhöhen die Musiker ihre Publikumsreichweite. So können fast weltweit potenzielle Rezipienten zu Fans und somit Käufern werden.[31]

Ob als Vermarktungsstrategie cleverer Manager oder als authentisches Lebensgefühl: Zu untersuchen sind in weiteren exemplarischen und vergleichenden Analysen und an die hier getätigten historischen und theoretischen Vorüberlegungen anschließend somit etwa die speziellen Nachrichtenwerte und Kriterien, die Anti-Star-Stars für Rezipienten via Medien so interessant erscheinen lassen und welche unterschiedlichen Medienangebote wie und welche Anti-Star-Stars und die sie umgebenden Mythen oder Kulte generieren. So absurd es klingen mag: Trotz aller Verweigerung, überhaupt erst thematisiert zu werden, durchlaufen solche Themen gewisse medienkulturelle Karrieren und verschwinden später eventuell wieder – oder auch nicht. Verankert werden sie in jedem Fall an Aktanten und Figuren,[32] die sie anschaulich gestalten, Kultur beobachtbar machen und mit der notwendigen Portion *human touch* versehen.

Bevor abschließend einige Beispiele für Stars, Anti-Stars und Anti-Stars-Stars aufgelistet werden, wird nun in Form einer tabellarischen Übersicht (vgl. Tabelle 3: 298) der Zusammenhang von Star-Gruppierungen auf Kultur-Ebenen resümiert und anhand eines Katalogs von Star-Umschreibungen aus den hier behandelten medienkulturtheoretischen Ansätzen konkretisiert.

31 Hier wird bewusst nicht das Verbum ‚machen' verwendet, da dies wieder auf die Allmacht der Medien und die Unmündigkeit der Rezipienten deuten würde. Letztlich können die Medien den Rezipienten nur Angebote liefern.

32 Nur am Rande: Prominent können auch Gegenstände oder Marken in Form von Zeichen und Symbolen werden, nicht umsonst wird von Marketing-Spezialisten deren Markenpersönlichkeit gemessen. Ob sie auch zu Stars werden können, müsste an anderer Stelle diskutiert werden (vgl. Jacke/Zurstiege 2003b, Lenze 2002 und Prokop 2003).

Zur Lesart der folgenden Tabelle:

Tabelle 3 stellt die in den Kapiteln 2 bis 4 ausführlich behandelten und ausgewerteten Überlegungen der Kritischen Theorie (klassischer und moderner Prägung), der *Cultural Studies* (Schwerpunkt Douglas Kellner) und des soziokulturellen Konstruktivismus (Schwerpunkt Siegfried J. Schmidt) nebeneinander. Es werden noch einmal zentrale Beschreibungen dieser Ansätze zu Stars angeboten, die auf das eigene *Main/Sub*-Raster und die damit zusammenhängenden Begriffe Star(*Main*)/Anti-Star(*Sub*)/Anti-Star-Star(Re-Entry *Main*) bezogen werden können. Die aus den Theorien emergierte eigene Vorstellung von Stars wird also sowohl über die Theorien gelegt als auch noch einmal in der rechten Spalte knapp zusammengefasst dargestellt.

Auch für diese Übersicht gilt, dass eine starre Tabelle die Überschneidungen und Veränderungen der dynamischen Bezugnahmen auf Stars nur analytisch ‚festhalten' kann.

	Klassische Kritische Theorie	Moderne Kritische Theorie			Cultural Studies	Sozio-kultureller Konstruktivismus	Medienkulturwissenschaft
	Horkheimer / Adorno / Marcuse / Löwenthal / Benjamin	Habermas	Prokop	Behrens	Kellner	Schmidt	Jacke
STARS Main	Idole der Massenkultur, Verführer, programmgemäße Faszinatoren, von der Warenform beherrscht, Prinzip ist totalitär, Ähnlichkeit, Verstümmelung der Mündigkeit und Ausdrucksfähigkeit, Starsystem als kommerzielle Exploitation der Kunst	Potenzial zum Künstler, Sinnlichkeit, perfekter Warenkörper, Star als emanzipatorischer Vermittler und Ventil, mächtige Stars, Stars als notwendiger Bestandteil des Massenkinos, Idole des Konsums, Stars mit divergierenden Images und Charaktereigenschaften			zahlreiche Fallbeispiele mit unterschiedlichen Funktionen: Stars als massenkulturelle Repräsentanten für Zeitgeist, emanzipatorische Funktion etc.	Handlungsdimensionen / -rollen: Aktanten auf Produktionsebene	mediatisierte Vertreter und Anbieter bestimmter Kulturprogrammanwendungen (Main), die bekannt und beliebt sind und gesellschaftskonform codieren
ANTI-STARS Sub	X	X		Stars der Subkulturen	Stars der Subkulturen, Helden/Vorbilder von Minoritäten	X	mediatisierte Vertreter und Anbieter alternativer Kulturprogrammanwendungen (Subs), die dort bekannt und beliebt sind und etablierte gesellschaftliche Differenzen umcodieren
ANTI-STAR-STARS Kritik	X	X			X	X	mediatisierte Vertreter und Anbieter alternativer Kulturprogrammanwendungen (Subs), die kommerzialisiert, assimiliert und per Re-Entry in die Main-Ebene eingeführt werden

Tabelle 3: Kulturtheorien und Stars

Einige charakteristische Beispiele aus der Geschichte der Popmusik:

Stars:
Die Gruppe der genuinen Stars auf Main-Ebene ist besonders groß und zeichnet sich durch Konformität aus. Hier ließen sich für die Popmusik zahlreiche Beispiele finden. Besonders auffallend sind natürlich Musiker, die von Anfang an von großen Plattenfirmen unterstützt werden, weitreichende Publizität erfahren und kommerziellen Erfolg haben, ohne bestehende Codierungen zu tangieren, sondern diese eher bestätigen: *DJ Ötzi*, *DJ Bobo*.

Anti-Stars:
Genaugenommen wendete auch der mittlerweile bekannte amerikanische Musiker und Produzent u.a. des dritten *Nirvana*-Albums *In Utero* (1993), Steve Albini, für seine eigene Band namens *Shellac* eine Art verheimlichender Veröffentlichungspolitik an. Die ersten zwei Veröffentlichungen erschienen als schwer vermarktbare Vinyl-Singles im aufwendig gedruckten und gefalteten Cover und waren nur über einschlägige Plattenversände und Plattengeschäfte zu erhalten. Beworben wurden sie in Deutschland überhaupt nicht, obwohl Albini und sein Management davon ausgehen konnten, dass sich die *Shellac*-Platten nicht schlecht verkaufen lassen würden. Nach längerer Pause erschien die erste LP der Band auf massenkompatiblerer CD, und schließlich tourten *Shellac* dann auch 1995 erstmals durch Europa, erneut ohne größere Werbekampagnen und Merchandising. Trotzdem waren die Konzerte sehr gut besucht, und *Shellac* verschafften sich Publizität in den Medien durch eine Art von Geheimhaltung. Allerdings haben sie den Sprung auf die *Main*-Ebene wohl nie wirklich geschafft, was offensichtlich laut Albini auch nie beabsichtigt war. Albini betonte immer wieder, dass er bei Rockbands stets die Gefahr eines Auraverlusts durch Akkumulation in den Medien und den Konzerthallen sieht (vgl. Koether 1995).

Anti-Star-Stars:
Rein physisch etwa fand bei Jim Morrison von den *Doors* eine kommerziell erfolgreiche Verweigerung Anwendung: Er stand bei Konzerten zu Beginn seiner Karriere Ende der 1960er Jahre mit dem Rücken zum Publikum und verdrehte damit die von den Rezipienten erwartete Kommunikationssituation (vgl. Hopkins/Sugerman 1991). Die in der Popmusik wohl bekannteste Verweigerungshaltung in der Musikgeschichte war sicherlich der Punk mit seinem Flaggschiff *Sex Pistols*, die durch Skandale, oppositionelle Songtexte u.v.m. auffielen. Dabei darf allerdings nicht vergessen werden, dass die *Sex Pistols* im Grunde ein vermarktbares, gecastetes Protest-Konstrukt ihres Managers Malcom McLaren waren.[33] Interessant ist die Tatsache, dass sich

33 Vgl. dazu Herman 1996: 255-259 und speziell zum Verweigerungskonstrukt der *Sex Pistols* Diederichsen 1985: 126-132.

die ursprünglichen *Sex Pistols* (mit Ausnahme des 1979 an einer Heroinüberdosis verstorbenen Bass-Gitarristen Sid Vicious) im Sommer 1996 wiedervereinigt haben und vorwiegend auf ihren Konzerten zur Kenntnis nehmen mussten, dass das Verweigerungsmodell ihrer Band aus den späten siebziger Jahren nicht mehr greift, was an den Arten der Provokation und des damit zusammenhängenden Anachronismus der Band, aber auch anderen veränderten Kontexten liegen mag. Offensichtlich waren die frühen Programm-Umcodierungen seitens der Band längst in die *Main*-Ebene diffundiert und somit nicht mehr weiter irritationsfähig (vgl. auch Marcus 1993, 1994). Die auf die *Sex Pistols* folgende Band des Sängers Johnny Lydon (ehemals Rotten) namens *Public Image Limited* (kurz *P.I.L.*) steht ebenfalls in der Tradition der Anti-Star-Stars:

„Die Musik von PIL ist kein Witz. Sie ist, wie Lydon behauptet, ‚Anti-Rock'n'Roll', ein Territorium, in bewusster Opposition von allem abgegrenzt, was man bisher als Rock'n'Roll akzeptiert hat, aber nichtsdestoweniger eine Spielart davon." (Ebd.: 126)

Ein weiteres, charakteristisches Beispiel[34]: Der amerikanische Musiker *Beck* trat in der wichtigsten englischen Musiksendung *Top Of The Pops* mit einer grotesken Rentnerband namens *Losers* auf, obwohl er seine Musik alleine eingespielt hatte und sang gegen „das Mastermedium (‚MTV Makes Me Want To Smoke Crack')." (Holert 1996: 30)

Auch im Bereich der Klassischen Musik gab und gibt es solche erfolgreichen ‚Verweigerer'. Der italienische Pianist Arturo Benedetti Michelangeli sagte sehr oft Konzerte kurzfristig ab. „Michelangeli ist geheimnisvoll, weil er sich entzieht." (Kaiser 1985: 154) Der kanadische Pianist Glenn Gould sagte ebenfalls Konzerte ab, betrat mit Turn- oder Handschuhen das Podium oder räkelte sich während seiner Auftritte provokativ-grotesk am Flügel (vgl. ebd.: 171).

Sicherlich lassen sich unzählige weitere Beispiele für solcherlei Medienfiguren zwischen Anti-Stars und Anti-Star-Stars finden, doch sollen diese kurzen exemplarischen Ausführungen zur Illustration hier genügen.

34 Zu ausführlichen Betrachtungen zur Rockband *Nirvana* als Anti-Star-Stars vgl. Jacke 1996, 1997, 1998.

6. Resümee und Ausblick

„So wenig wie es Absicht dieser Betrachtungsweise ist, sich dem anschwellenden Chor der Medienmoralisten anzuschließen, High culture gegen Low culture, das Anspruchsvolle gegen das Populäre auszuspielen, geht es darum, eine angeblich wertvolle diskursive Textkultur der Konzentration gegen eine wertlose präsentative Bildkultur der Zerstreuung zu verteidigen. Vielmehr richtet sich das kultur- und kommunikationssoziologische Interesse auf die Analyse beider Symbolismen, den Wandel ihres Wechselverhältnisses, um empirisch gehaltvolle Aussagen über Formen und Inhalte kultureller Ausdrucksweisen in der Moderne machen zu können." (Müller-Doohm/Neumann-Braun 1995: 20-21)

Aus einem vergleichbaren Verständnis heraus wurde das vorliegende Vorhaben angegangen. Vieles wird mittlerweile über Popkultur gesagt und geschrieben. Meist sind die Ausführungen aber immer noch von Normierungen oder Privilegierungen in die eine oder andere Richtung geprägt. Bei der vorliegenden Analyse geht es jedoch nicht darum, ob Bruce Springsteen schlechte Musik macht, ob Dieter Bohlen den Untergang der Fernsehkultur bedeutet oder ob die *White Stripes* den Rock'n'Roll (mal wieder) gerettet haben. Solche Gespräche gehören zum Diskursstrang Pop und sind sicherlich für dessen Fruktifikation ungemein wichtig. Für eine wissenschaftliche Betrachtungsweise von Popkultur im weitesten Sinne erscheint es hingegen notwendig, unaufgeregt an den jeweiligen Untersuchungsgegenstand heran zu treten, wobei dies durchaus ein gewisses Involvement voraussetzt. Wer prinzipiell nie in den Clubs, Konzerthallen oder Diskotheken gestanden hat, wer sich nie für die neuen Tonträger, Bekleidungen, Filme oder Homepages popkultureller Phänomene interessiert hat, dem ist wohl kaum zu attestieren, dass er die dem zugrundeliegende Atmosphäre (G. Schulze) gespürt und nachvollzogen hat. Zudem ist die Popkultur ein schnelllebiger Bereich, der sich über Retro-Phänomene beinahe selbst überholt und dessen Zukunft sich in unserem Rücken abspielt, so dass Wissenschaftler sich nur bemühen können, möglichst nah am Vergangenem ihres Feldes zu bleiben. Aber wer ein Phänomen – es sei denn aus rein pophistorisierender oder archivierender Perspektive – erst wahrnimmt, wenn es schon etabliert oder gar institutionalisiert ist (z.B. Grafittiwände an Schulen oder auf Stadtfesten, Skateboard-

Rampen in Wohnblocks oder kommerziellen Hallen), der kommt gewissermaßen doppelt zu spät. Diese Unaufgeregtheit suspensiver Aufmerksamkeit für die Mechanismen und Phänomene der Popkultur wurde als Voraussetzung der Arbeit gesetzt.

Aus dieser Erfahrung ergaben sich auch die eingangs gestellten Behauptungen, die nun noch resümierend überprüft werden sollen:

1. In der vorliegenden Arbeit sollte das theoretische Beobachtungsraster *Main* und *Sub* von Kultur aus unterschiedlichen Perspektiven beschrieben, analysiert und für den eigenen Ansatz fruchtbar gemacht werden.

Wer sich medienkulturwissenschaftlich mit popkulturellen Phänomenen beschäftigt, der kommt an zwei Diskurssträngen nicht vorbei: der Kritischen Theorie und den *Cultural Studies*. Das allein genügt allerdings keinesfalls als Begründung für die Auswahl des vorliegenden Forschungsvorhabens. Damit wird lediglich angedeutet, dass rein quantitativ Aufmerksamkeit durch diese Stränge erregt wird, wenn man sich an die Lektüre begibt. Warum aber sind diese Ansätze so attraktiv, und warum wurden sie für die Analyse benutzt? Die Denker der Kritischen Theorie der *Frankfurter Schule* (M. Horkheimer, Th. W. Adorno, H. Marcuse, L. Löwenthal, W. Benjamin) haben gewissermaßen den hochgeistigen Boden für spätere Überlegungen zu popkulturellen Phänomenen gelegt. Sie haben sich zwar in der Regel eher pessimistisch zu pop(ulär)kulturellen Erscheinungen geäußert, dadurch aber solche Thematiken überhaupt erst einmal in wissenschaftliche und philosophische Diskussionen eingebracht. Im Anschluss werden sie jedoch zumeist nur auf Schlagworte verkürzt oder gar nicht in Betracht gezogen. In ihrer großen Themenweite lassen diese Forscher generelle Zeichen und Bedeutungen von Popkultur als Untersuchungsgegenstand zu. Ferner gehören sie, auch wegen der zeitlichen Parallele, zu den wohl intensivsten Begleitern der mit dem Siegeszug des Leitmediums Fernsehen aufkommenden Betrachtung der Gesellschaft als Mediengesellschaft. Darüber hinaus entwickelen sie Perspektiven, die einen vollkommen vagen Bereich wie Kultur in verschiedene, wenn auch zunächst klar normativ konnotierte Unterbereiche (Kunst/Massenkultur etc.) einteilen.

Um auf der einen Seite dem Vorwurf der Gestrigkeit dieser Überlegungen zu entgehen und auf der anderen Seite die insbesondere im Jubiläumsjahr Theodor W. Adornos permanent auftauchende Frage nach dem ‚Was Adorno wohl heute denken würde?' zu vermeiden, wurden im Anschluss Wissenschaftler (J. Habermas, D. Prokop, R. Behrens) hinzugezogen, die sich zwar in der Tradition der Kritischen Theorie verstehen, aber wesentlich näher am Selbstverständnis einer heutigen Mediengesellschaft und ihrer popkulturellen Themen operieren. Über diverse Fäden, die von der Kritischen Theorie klassischer als auch moderner Art zu den *Cultural Studies* (insbesondere zu den Ansätzen von D. Kellner) führen, bestehen ganz klare

Einflüsse, die bis heute in vielen der angloamerikanischen Texte und ebenfalls in ersten deutschsprachigen Überlegungen verdeutlicht werden. Wichtig für das eigene Vorhaben ist die damit einhergehende Beachtung der Kritischen Theorie. Deren Modellierung und Akzeptanz popkultureller Themenfelder werden wiederum von einigen Vertretern der *Cultural Studies* (wie eben D. Kellner) benutzt, entdramatisiert und ausgeweitet. Auch bei diesen Forschern stehen Popkultur und Medien zumeist im Vordergrund. Die große damit zusammenhängende Gefahr ist eine gewisse Beliebigkeit und ‚Ausfransung' der basalen Theorieüberlegungen, Analysemethoden und auch Themenbereiche. Genau aus diesem Grunde erscheint es erforderlich, ein präzises, aber doch auch thematisch belastbares Theoriegerüst zu entwickeln, welches sich im Konzept der Kultur als Programm im Rahmen des soziokulturellen Konstruktivismus von S.J. Schmidt anbietet. Da sich dieser integrative Ansatz sowohl von normativ-normativen als auch von gegenständlichen Vorstellungen von Kultur vorläufig verabschiedet und zudem mannigfaltige Anknüpfungspunkte – mal reibend, mal fließend – zu den anderen Ansätzen von Theorien bestehen und nachgewiesen werden konnten, erscheint dieses Konzept als Bezug prädestiniert. Da in Schmidts kulturprogrammatischen Entwürfen bisher nur wenige Modifikationen in Richtung Pop- oder Subkultur vorgenommen wurden, war eine Anwendung bei gleichzeitiger Ausweitung des Konzepts obligatorisch. Diese behutsame Umgestaltung konnte nur auf Basis der ausgiebigen Lektüre der Ansätze von Schmidt sowie einiger seiner Begleiter und eben der vorhergehend geschilderten Ausarbeitungen der Kritischen Theorie und der *Cultural Studies* geschehen. Somit versteht sich der eigene Ansatz als eher integrativ und beansprucht keinen wissenschaftstheoretischen Paradogmenwechsel (sensu Mitterer 1992). Hier sollte man gegenüber großen Revolutionsbekundungen eher skeptisch sein.

Ein weiterer, durchaus alltagsempirischer Aspekt ist für die Auswahl der hier verwendeten drei Gruppen von Kulturbeobachtungen ausschlaggebend: Jeder, der sich in das Diskurs- und Geschichtengeflecht von Medienrezeption und -nutzung (auch und gerade auf Ebene der Popkultur) begibt, gerät in die vielfältigen Unterstellungen, die gerade von Wissenschaftlern an den Medienrezipienten und -nutzer herangetragen werden. Liegt bei der Kritischen Theorie die Betonung im Rahmen der Beobachtung der Rezeption massenmedialer Angebote auf dem Aspekt der Unfreiheit und Manipulation des Rezipienten, so neigen viele der *Cultural Studies*-Vertreter dazu, den Rezipienten die (Medien)Allmacht zuzuschreiben. Kultur als Programm entzieht sich der Verantwortungslosigkeit von Verantwortungs-zuschreibungen und betont die Gleichzeitigkeit von ‚Unfreiheit' (soziale Orientierung) und ‚Freiheit' (kognitive Autonomie) in der Medienwahrnehmung als wechselseitige Bedingung. Das eigene *Main/Sub*-Raster beansprucht ebenfalls eine solche Abkehr von ostentativen Normativitäten.

2. In der vorliegenden Arbeit sollte die dynamische Dialektik der mediengesellschaftlichen Kulturebenen *Main* und *Sub* genauer analysiert und beschrieben werden. Diese Dialektik ließ sich in verschiedenen gesellschaftlichen Bereichen konstatieren, besonders in der so genannten Popkultur. Die innerhalb der Popkultur erklärbare Dialektik ist ein mediengesellschaftlich besonders sensibler Indikator für weitere gesellschaftliche Teilbereiche.

Auf Basis der behandelten Theorieansätze und der eigenen Fortführungen lässt sich eine Einteilung der gesellschaftlichen Kulturprogramme im Sinne von Schmidt vornehmen. Diese Programme bestehen zum einen aus Teilprogrammen, die die basalen Kategorien für Teilbereiche von Mediengesellschaften konstituieren. Innerhalb dieser Teilprogramme können insofern *Main*- und *Sub*-Ebenen beobachtet werden, deren produktives Gegenüber überhaupt erst Wandel als Möglichkeit und Beschreibungen von Ent- und Ausdifferenzierung erlaubt. Nachvollziehbar lässt sich dies an der kritisch-theoretischen Aufteilung von Kultur skizzieren. Demnach und bezogen auf das eigene Konzept wäre Kunst nicht *high*, sondern wiederum in *Main* (Tradition) und *Sub* (Innovation) einteilbar. Dabei ist vorausgesetzt, dass *Main* und *Sub* nicht ausdrücklich normativ belastet sind. Weder ist *Main* = schlecht, noch bedeutet *Sub* = gut oder umgekehrt. Geschmacksurteile sind subjektabhängig und hier – bei allem Einfluss auf Rezeptions- oder Kaufhandlungen von Aktanten – für die zunächst abstrakte Beobachtung von Kultur und Kulturbeschreibungen außer Acht zu lassen.

Prägnanter als solche persönlichkeits- und situationsabhängigen Variablen sind für die vorliegende Arbeit die Zusammenhänge zwischen den Ebenen. Nicht irgendeine Differenz, sondern die Komplementarität der Ebenen und die gemeinsame Berücksichtigung in Kultur als Programm sind entscheidend. Diese Art von Dialektik kann aus den Grundlagen Kritischer Theorie (vor allem von M. Horkheimer/Th. W. Adorno) und ihren Fortführungen (vor allem D. Prokops Dialektik der Kulturindustrie) in den Ansatz von Kultur als Interpretationsprogramm kollektiven Wissens modifiziert übernommen werden. Dabei ist klar, dass ein analytisches Modell von *Main* und *Sub* in Kultur den ‚schwirrenden' Themen Kultur und Popkultur nur bedingt gerecht werden kann. Deswegen wird darauf hingewiesen, dass *Main* und *Sub* im Plural in Kultur und in Gesellschaft, genauer gesagt in jedem Teilprogramm zu beobachten und ferner zunehmend gesellschaftsübergreifend identifizierbar sind. Daran müssen sich anschließende Forschungen zu Intra-, Inter-, Trans- und Multikulturalität orientieren und messen lassen.[1]

Ebenfalls lässt sich an diesem Konzept erläutern, wieso Anwender der Programmebene *Sub* (Beispiel Popmusik) an ihrem kommerziellen Erfolg scheitern, wenn sie antreten, um die Gesellschaft umzustoßen. Der Wandel läuft zunächst nur in den Teilbereichen ab. Selbst dort ist nicht genau vor-

1 Hier wird zukünftig ausgiebiger zu berücksichtigen sein, dass es durchaus auch quergelagert zu Gesellschaften oder Nationen *Main* und *Sub* gibt.

hersehbar, welche *Subs* potenziell den Wechsel provozieren können.[2] Dort aber halten die Anwender der *Subs* die Umbildungen auf Grundlage der Differenz zum jeweiligen *Main* und eben als Teil dieser Programme in Gang. Die gesellschaftliche Ent- und Ausdifferenzierung macht also auch vor den Popkulturen nicht halt. Sie bilden offensichtlich ihrerseits *Mains* und *Subs* heraus, die dann wiederum Geschmacksurteilen unterliegen können.[3] Ihre jeweilige Identität können die Anwender auf den Ebenen immer nur in Differenz zu etwas erzeugen: „Gegen(warts)kultur = Subculture vs. Mainstream." (Bianchi 1996b: 66) Ferner soll durch die Erweiterung des Konzepts von Kultur als Programm – bei aller eingestandenen Schwierigkeit, Prozessuales beobachtbar zu machen – die Betonung auf die Beobachtungs*weisen* und deren Erklärung gelenkt werden. Diese lassen sich wiederum besonders schlüssig über verschiedene Ebenen erklären, wie es auch Hügel (2002) insbesondere für den Bereich der Popkultur als notwendig erachtet, zumal gerade dort nach wie vor identitätskonstituierende Unterschiede getroffen werden.[4]

3. Diese Dialektik lässt sich in den Medien prototypisch über verschiedene Ebenen der Personalisierung von Prominenten und Stars erkennbar und analysierbar machen.

Wenn von Kulturprogrammen und deren Ebenen die Rede ist, geht es auch immer um die konkreten Anwendungen dieser Vorgaben, weil erst diese die Programmanwendungsresultate beobachtbar machen. Aktanten sind in mediatisierter Popkultur auf den Dimensionen Produktion, Distribution, Rezeption und Weiterverarbeitung in ihren jeweiligen Rollenzuschreibungen zu beobachten. Als exemplarischer Test für das eigene Konzept wurde hier der Bereich der Produktion, respektive der Stars als Repräsentanten für die Ebenen *Main* und *Sub* ausgesucht und durchdekliniert, da diese nicht nur oft für bestimmte Teilprogramme charakteristisch erscheinen, sondern im massenmedialen Kommunikationsprozess besonders gut – da ubiquitär präsent –

2 Für die Bereiche Medien und Kunst enthüllen das sehr nachvollziehbar etwa Diederichsen 2000, Klier 1989 und Bourdieu 1998 – freilich, ohne ihre Kritik außermedial verbreiten zu können.

3 Diese Geschmäcker sind insbesondere in der Popkultur nicht immun gegen anschließende Umcodierungen: „Die Camp-Erfahrungen basieren auf der großen Entdeckung, dass die Erlebnisweise der hohen Kultur keinen Alleinanspruch auf Kultur hat. Camp erklärt, dass guter Geschmack nicht einfach guter Geschmack ist, ja, dass es einen guten Geschmack des schlechten Geschmacks gibt." (Sontag 1999: 340) bzw. „De facto verläuft die kulturelle Grenze heute ohnedies nicht mehr zwischen ›neuer‹ und ›alter‹ Kultur, sondern einzig zwischen verschiedenen Graden von ›Tiefe‹ bzw. ›Existenzialität‹ der rezeptiven Affizierung und Aneignung." (Ullmaier 1995: 103)

4 Ganz ähnlich sehen dies Diederichsen (1999b), Göttlich/Winter (1999), Groys (1997, 1999) und Jacob (2002), wobei Groys unter dem Motivverdacht steht, den thematischen Boom massenkultureller Phänomene zugunsten einer erhöhten Beachtung der Hochkultur entwerten, Elitismus also durch die normative Hintertür aus dem Bereich der Kunstbeobachtung wieder einführen zu wollen.

wahrnehmbar sind. Auch auf der personalisierten Bühne können demzufolge kulturprogrammliche Anwendungen in verschiedenen Ebenen herauskristallisiert werden: Stars als beliebte Prominenz der Ebene *Main*, Anti-Stars als beliebte Prominenz der Ebene *Sub* und in Differenz zu denen der Ebene *Main*, und Anti-Star-Stars als beliebte Prominenz, die von einer *Sub*- auf die *Main*-Ebene übertreten. Dabei können Anti-Star-Stars als Wiedereintritt in die Form der Unterscheidung *Main/Sub* versinnbildlicht werden.

4. Auf Grundlage des Kultur-Beobachtungsrasters von *Main* und *Sub* und zudem anhand der konkreteren Ebene der Stars sollten Kritik- und Wandelmöglichkeiten geprüft werden.

Die Ansprüche an die mediengesellschaftliche Kritik und Revolution werden offensichtlich immer bescheidener. Ist es bei den ‚klassischen' Kritischen Theoretikern *der radikale Umsturz des massenkulturellen Systems (sozial, Kritik in und an der Gesellschaft)*, der zunächst utopisch, letztlich aber doch möglich erschien, so wechseln die Möglichkeiten der Kritik anschließend in Beobachtungen der ‚Nachkommen' Kritischer Theorie in die Kulturindustrie bzw. Massenkultur: *Kritik an der Massenkultur in der Massenkultur (kommunikativ)*. Im Rahmen zahlreicher Analysen der *Cultural Studies* verbleibt dann die Möglichkeit der *subversiven Nutzung in der Massenkultur (kognitiv, Faszination in und an der Massenkultur)*. Strukturiert man Kultur und Kulturbeschreibungen nach dem Programmbegriff Schmidts und erweitert diesen um das eigene Raster *Main* und *Sub*, wird dieses ‚Verschwinden' der großen radikalen Gesellschaftskritik bis in die kleinsten Teilbereiche und Lesarten nachvollziehbar: Die Effektivität der Kritik geht nicht etwa verloren, wie es Bolz (1999) prophezeit, weil jegliche Kritik sogleich wieder als Anregung vonseiten der Popkultur und Werbung nach deren Regeln instrumentalisiert wird. Sie diffundiert vielmehr bis in die Teilprogramme und deren jeweilige Dialektiken von *Main* und *Sub* und ist auf diesen Ebenen wiederum besonders ausdrücklich an der Dialektik von bekannten und beliebten Aktanten in Form von Stars, Anti-Stars und Anti-Star-Stars ablesbar. Insofern bilden Anti-Star-Stars das Resultat der voraussetzenden Verweisung der Differenzen von *Main* und *Sub* und sind somit entscheidend für das Aufrechterhalten von sozialem Wandel.

Was bleibt? Zukünftige Analysen können das vorliegende Konzept widerlegen oder erweitern, auf jeden Fall aber anwenden und durch konkretisierende Fallstudien etwa auf den Dimensionen Produktion, Distribution, Rezeption und Weiterverarbeitung (horizontal) oder in ausgewählten mediatisierten gesellschaftlichen Bereichen (vertikal) für Diskursanschlüsse präparieren.

Somit konnte hoffentlich ein wenig Ordnung in den Phänomenbereich gebracht werden, wie eingangs der Arbeit im Zitat von Deleuze und Guattari gefordert, wobei die Popkultur auch diesen Versuch wieder in Form eines

Statements des verstorbenen britischen Schrifstellers und Literaturwissenschaftlers Douglas Adams augenzwinkernd auskontern kann:

„There is a theory which states that if ever anyone discovers exactly what the Universe is for and why it is here, it will instantly disappear and be replaced by something even more bizarre and inexplicable. [...] There is another theory which states that this has already happened." (Adams 1994: o. S.)

Und letztlich: Da sich auch Wissenschaft – wie Popkultur, Mode und prinzipiell jede Kunst – nicht nur auf die Gesellschaft, sondern vor allem auf sich selbst bezieht, Differenzen bildet zwischen Epochen, Schulen sowie zu diesem Zwecke zitiert und adaptiert, statisch als auch progressiv recyclet und überdies das alles kultürlich auch aus anderen Perspektiven beobachtet werden kann, sei diese Untersuchung vorläufig mit den Worten Paul Feyerabends zum Zusammenhang von Wissenschaft und Kunst abgeschlossen:

„Man entscheidet sich also für oder gegen die Wissenschaften genauso, wie man sich für oder gegen punk rock entscheidet, mit dem Unterschied allerdings, dass die gegenwärtige soziale Einbettung der Wissenschaften die Entscheidung im ersten Fall mit viel mehr Gerede und auch sonst mit viel größerem Lärm umgibt." (Feyerabend 1984: 78)

-tbc-

7. LITERATURVERZEICHNIS

Adams, Douglas (1994): The Restaurant at the End of the Universe. London: Millennium.

Adorno, Theodor W. (1969): Minima Moralia. Reflexionen aus dem beschädigten Leben. Frankfurt/Main: Suhrkamp.

Adorno, Theodor W. (1973): Ästhetische Theorie. Hg. von Gretel Adorno und Rolf Tiedemann. Frankfurt/Main: Suhrkamp.

Adorno, Theodor W. (1975): Negative Dialektik. Frankfurt/Main: Suhrkamp.

Adorno, Theodor W. (1977a): Filmtransparente. In: Tiedemann, Rolf (Hg.): Theodor W. Adorno. Gesammelte Schriften. Band 10/1. Frankfurt/Main: Suhrkamp, 353-361.

Adorno, Theodor W. (1977b): Kulturkritik und Gesellschaft. In: Tiedemann, Rolf (Hg.): Theodor W. Adorno. Gesammelte Schriften. Band 10/1. Frankfurt/Main: Suhrkamp, 11-30.

Adorno, Theodor W. (1977c): Résumé über Kulturindustrie. In: Tiedemann, Rolf (Hg.): Theodor W. Adorno. Gesammelte Schriften. Band 10/1. Frankfurt/Main: Suhrkamp, 337-345.

Adorno, Theodor W. (1977d): Thesen zur Kunstsoziologie. In: Tiedemann, Rolf (Hg.): Theodor W. Adorno. Gesammelte Schriften. Band 10/1. Frankfurt/Main: Suhrkamp, 367-374.

Adorno, Theodor W. (1977e): Wissenschaftliche Erfahrungen in Amerika. In: Tiedemann, Rolf (Hg.): Theodor W. Adorno. Gesammelte Schriften. 10/2. Frankfurt/Main: Suhrkamp, 702-738.

Adorno, Theodor W. (1977f): Zeitlose Mode. Zum Jazz. In: Tiedemann, Rolf (Hg.): Theodor W. Adorno. Gesammelte Schriften. Band 10/1. Frankfurt/Main: Suhrkamp, 123-137.

Adorno, Theodor W. ([7]1991 [1956]): Dissonanzen. Musik in der verwalteten Welt. Göttingen: Vandenhoeck und Ruprecht.

Adorno, Theodor W. ([8]1992 [1962]): Einleitung in die Musiksoziologie: 12 theoretische Vorlesungen. Frankfurt/Main: Suhrkamp.

Ästhetik und Kommunikation (1976): Heft 24. Freizeit im Arbeiterviertel. 7. Jahrgang. Kronberg/Taunus: Scriptor.

Agentur Bilwet (1997a): Der Datendandy. Über Medien, New Age, Technokultur. Mannheim: Bollmann.

Agentur Bilwet (1997b): Elektronische Einsamkeit. Was kommt, wenn der Spaß aufhört? Köln: Supposé.

Agger, Ben (1992): Cultural Studies as Critical Theory. London und Washington: Falmer.

Aguigah, René (2003): Es ist schwarz, aber es schimmert. 100 Jahre Theodor W. Adorno: Was von seiner Kulturkritik bleibt. In: Literaturen. Das Journal für Bücher und Themen. Nr. 06/2003, 12-17.

Ahlemeyer, Heinrich W. (1995): Soziale Bewegungen als Kommunikationssystem. Einheit, Umweltverhältnis und Funktion eines sozialen Phänomens. Opladen: Leske + Budrich.

Alberoni, Francesco (1962): The Powerless 'Elite': Theory and Sociological Research on The Phenomenon of The Stars. In: McQuail, Denis (Hg.) (1972): Sociology of Mass Communication. Harmondsworth: Penguin, 75-98.

Ammann, Judith (1987): Who's been sleeping in my brain? Interviews Post Punk. Frankfurt/Main: Suhrkamp.

Anders, Günther (^{7}1994 [1956]): Die Antiquiertheit des Menschen. Band 1: Über die Seele im Zeitalter der zweiten industriellen Revolution. München: C. H. Beck.

Anderson, Laurie (1998): „Im Wettlauf gegen die Geschwindigkeit". Im Gespräch mit Theodor M. Bardmann. In: Bardmann, Theodor M. (Hg.): Zirkuläre Positionen 2. Die Konstruktion der Medien. Opladen und Wiesbaden: Westdeutscher, 29-60.

Ang, Ien (1996): Living Room Wars. Rethinking Media Audiences for a Postmodern World. London und New York: Routledge.

Ang, Ien (1999): Radikaler Kontextualismus und Ethnographie in der Rezeptionsforschung. In: Hepp, Andreas; Winter, Rainer (Hg.) (^{2}1999): Kultur – Medien – Macht. Cultural Studies und Medienanalyse. Opladen und Wiesbaden: Westdeutscher, 87-104.

Arning, Holger (2003): Macht und Widerstand im Diskurs. In: Jacke, Christoph; Zurstiege, Guido (Hg.): Hinlenkung durch Ablenkung. Medienkultur und die Attraktivität des Verborgenen. Münster, Hamburg, London: LIT, 191-204.

Attali, Jacques (1985): Noise: an essay on the political economy of music. Manchester: University Press.

Baacke, Dieter (1968): Beat – die sprachlose Opposition. München: Juventa.

Baacke, Dieter (^{2}1993 [1987]): Jugend und Jugendkulturen. Darstellung und Deutung. Weinheim und München: Juventa.

Baacke, Dieter; Ferchhoff, Wilfried (1995): Von den Jugendsubkulturen zu den Jugendkulturen. Der Abschied vom traditionellen Jugendsubkulturkonzept. In: Forschungsjournals Neue Soziale Bewegungen. 8. Jahrgang. Nr. 02/1995, 33-46.

Baecker, Dirk (1999): Kultur, begrifflich. Unveröffentlichtes Manuskript.

Baecker, Dirk (^{2}2001 [2000]): Wozu Kultur? Berlin: Kadmos.

Barber-Kersovan, Alenka (2000): Madonna – The Material Girl. Eine amerikanische Karriere. In: Barber-Kersovan, Alenka; Kreutziger-Herr, Annette; Unseld, Melanie (Hg.): Frauentöne – Beiträge zu einer ungeschriebenen Musikgeschichte. Karben: Coda, 261-282.

Bardmann, Theodor M. (2000): No pilot! Aufzeichnungen zu den Aufzeichnungen von Laurie Anderson. In: Göttlich, Udo; Winter, Rainer (Hg.): Politik des Vergnügens. Zur Diskussion der Populärkultur in den Cultural Studies. Köln: Herbert von Halem, 251-266.

Barthes, Roland (1964): Mythen des Alltags. Frankfurt/Main: Suhrkamp.

Barthes, Roland (1985): Die Sprache der Mode. Frankfurt/Main: Suhrkamp.

Barthes, Roland (1989): Die helle Kammer. Bemerkung zur Photographie. Frankfurt/Main: Suhrkamp.

Baudrillard, Jean (2002a): Der Geist des Terrorismus. Wien: Passagen.

Baudrillard, Jean (2002b): Die Globalisierung hat noch nicht gewonnen. Requiem für die Twin Towers oder: Hat der Terrorismus einen Sinn? Der französische Soziologe Jean Baudrillard über den ‚Selbstmord des Systems' und dessen Folgen. In: Frankfurter Rundschau. Nr. 52 vom 02.03.2002, 19.

Baudrillard, Jean (2003a): Das Globale und die Gewalt. In unserer Moderne entspringt der Terrorismus der Logik des Systems. In: Frankfurter Rundschau. Nr. 184 vom 09.08.2003, 9.

Baudrillard, Jean (2003b): Kultur ist überflüssig. Revanche gegen das Spektakel. In: Frankfurter Rundschau. Nr. 172 vom 26.07.2003, 9.

Beck, Martin; Poledna, Mathias (1996): Opposition und alternative Container. Interviews mit Julie Ault und Brian Wallis. In: Springerin (Hg.) (1999): Widerstände. Kunst – Cultural Studies – Neue Medien. Interviews und Aufsätze aus der Zeitschrift springerin 1995 – 1999. Wien und Bozen: Folio, 111-125.

Behrens, Roger (1996): Pop, Kultur, Industrie: zur Philosophie der populären Musik. Würzburg: Königshausen und Neumann.

Behrens, Roger (1998a): Hauptstrom – Zur Krise der Kritik. Teil I: Living in the Melting Pot – Der Popdiskurs im Fettnapf. Oder: Wie man sich Feinde schafft, ohne welche zu haben. In: Testcard. Beiträge zur Popgeschichte. Heft 6: Pop-Texte, 22-37.

Behrens, Roger (1998b): Ton Klang Gewalt. Texte zu Musik, Gesellschaft und Subkultur. Mainz: Dreieck.

Behrens, Roger (1999): Hauptstrom – Zur Krise der Kritik. Teil II: Anekdoten zur Rekonstruktion der Musikkritikgeschichte. In: Testcard. Beiträge zur Popgeschichte. Heft 7: Pop und Literatur, 6-19.

Behrens, Roger (2000): Übersetzungen – Studien zu Herbert Marcuse. Konkrete Philosophie, Praxis und kritische Theorie. Mainz: Ventil.

Behrens, Roger (2001): Tomorrow is the question: zu einer Futorologie der Popkultur. In: Testcard. Beiträge zur Popgeschichte. Heft 10: Zukunftsmusik, 6-19.

Behrens, Roger (2002a): »Alles geht kaputt... und ich lach, ha, ha, ha!« Humor in der Kulturindustrie. In: Testcard. Beiträge zur Popgeschichte. Heft 11: Humor, 6-15.

Behrens, Roger (2002b): Kritische Theorie. Hamburg: eva.

Behrens, Roger (2003a): Adorno-ABC. Leipzig: Reclam.

Behrens, Roger (2003b): »Komm mit ins Abenteuerland... « Pop als Mythos. In: Testcard. Heft 12: Linke Mythen, 154-159.

Behrens, Roger (2003c): Shoppen und Tanzen. Gegen den Technoremix der Cultural Studies. In: Behrens, Roger (2003): Die Diktatur der Angepassten. Texte zur kritischen Theorie der Popkultur. Bielefeld: transcript, 199-212.

Benjamin, Walter (1977a [1934/35]): Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit. In: Benjamin, Walter (1977): Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit. Drei Studien zur Kunstsoziologie. Frankfurt/Main: Suhrkamp, 7-44.

Benjamin, Walter (1977b [1931]): Kleine Geschichte der Photographie. In: Benjamin, Walter (1977): Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit. Drei Studien zur Kunstsoziologie. Frankfurt/Main: Suhrkamp, 45-64.

Benjamin, Walter (1977c [1937]): Eduard Fuchs, der Sammler und der Historiker. In: Benjamin, Walter (1977): Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit. Drei Studien zur Kunstsoziologie. Frankfurt/Main: Suhrkamp, 65-107.

Benjamin, Walter (1982a): Das Passagen-Werk. Fünfter Band. Erster Teil. Hg. von Rolf Tiedemann. Frankfurt/Main: Suhrkamp.

Benjamin, Walter (1982b): Das Passagen-Werk. Fünfter Band. Zweiter Teil. Hg. von Rolf Tiedemann. Frankfurt/Main: Suhrkamp.

Benjamin, Walter (1985): Zur Geschichtsphilosophie, Historik und Politik. In: Benjamin, Walter (1985): Gesammelte Schriften. Band 6. Hg. von Rolf Tiedemann/Hermann Schweppenhäuser. Frankfurt/Main: Suhrkamp, 90-108.

Bentele, Günter (2003): Kommunikatorforschung: Public Relations. In: Bentele, Günter; Brosius, Hans-Bernd; Jarren, Otfried (Hg.): Öffentliche Kommunikation. Handbuch Kommunikations- und Medienwissenschaft. Wiesbaden: Westdeutscher, 54-78.

Bentz van den Berg, Roel (1999): Die unsichtbare Faust. Magische Momente der Popkultur. Frankfurt/Main: Suhrkamp.

Berking, Helmuth (1989): Kultur – Soziologie: Mode und Methode? In: Berking, Helmuth; Faber, Richard (Hg.): Kultursoziologie – Symptom des Zeitgeistes? Würzburg: Königshausen und Neumann, 15-34.

Berking, Helmuth (2001): Kulturelle Identitäten und kulturelle Differenz im Kontext von Globalisierung und Fragmentierung. In: Loch, Diet-

mar; Heitmeyer, Wilhelm (Hg.): Schattenseiten der Globalisierung. Frankfurt/Main: Suhrkamp, 91-110.

Bernet, Mark (1989): Rockmusik und ästhetische Subkultur. Zur kommunikativen Funktion der Rockmusik für Jugendliche. Münster: Unveröffentlichte Magisterarbeit.

Bernhard, Thomas (1985): Alte Meister. Frankfurt/Main: Suhrkamp.

Bertemes, Claude (2001): Definitionen ex negativo: (Fernseh-)Unterhaltung im Theorienvergleich. In: Schmidt, Siegfried; Westerbarkey, Joachim; Zurstiege, Guido (Hg.): a/effektive Kommunikation. Unterhaltung und Werbung. Münster: LIT, 75-94.

Bezzola, Tobia (1996): Massenboheme. Das Lächeln der Beatles und das Schweigen von Marcel Duchamp. In: Kunstforum International. Band 134: Art & Pop & Crossover, 177-182.

Bhabha, Homi K. (1996): Culture's In-Between. In: Hall, Stuart; Du Gay, Paul (Hg.): Questions of Cultural Identity. London u.a.: Sage, 53-60.

Bhabha, Homi K. (2000): Die Verortung der Kultur. Tübingen: Stauffenburg.

Bianchi, Paolo (1996a): Pubertät der Ästhetik. Assoziationen im Spiegel von Kindheit, Selbstsubversion, Techno und Familie. In: Kunstforum International. Band 135: Cool Club Cultures, 68-96.

Bianchi, Paolo (1996b): Subversion der Selbstbestimmung. Assoziationen im Spiegel von Kunst, Subkultur, Pop und Realwelt. In: Kunstforum International. Band 134: Art & Pop & Crossover, 56-75.

Blackmore, Susan (2000): Die Macht der MEME oder Die Evolution von Kultur und Geist. Mit einem Vorwort von Richard Dawkins. Heidelberg und Berlin: Spektrum.

Blair, Elizabeth M. (1993): Commercialization of The Rap Music Youth Subculture. In: Journal of Popular Culture. 27. Jahrgang. Nr. 03/1993, 21-33.

Böhme, Hartmut; Matussek, Peter; Müller, Lothar (^{2}2002 [2000]): Orientierung Kulturwissenschaft. Was sie kann, was sie will. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.

Bolz, Norbert (1995a): Die Öffentlichkeit der Werbung. In: Bolz, Norbert; Bosshart, David (1995): KULT-Marketing. Die neuen Götter des Marktes. Düsseldorf: Econ, 152-176.

Bolz, Norbert (1995b): Die Renaissance des Bösen. In: Bolz, Norbert; Bosshart, David (1995): KULT-Marketing. Die neuen Götter des Marktes. Düsseldorf: Econ, 287-311.

Bolz, Norbert (1997): 1953 – Auch eine Gnade der späten Geburt. In: Hörisch, Jochen (Hg.): Mediengenerationen. Frankfurt/Main: Suhrkamp, 60-89.

Bolz, Norbert (1999): Die Konformisten des Andersseins. Ende der Kritik. München. Wilhelm Fink.

Bolz, Norbert (2001a): Die Expedition ins Virtuelle und die Entdeckung des Körpers. In: Zurstiege, Guido; Schmidt, Siegfried J. (Hg.): Werbung, Mode und Design. Wiesbaden: Westdeutscher, 17-34.

Bolz, Norbert (2001b): Jenseits der großen Theorien: das Happy End der Geschichte. In: Schröder, Gerhart; Breuninger, Helga (Hg.): Kulturtheorien der Gegenwart. Ansätze und Positionen. Frankfurt/Main, New York: Campus, 203-215.

Bolz, Norbert (2002): Das konsumistische Manifest. München: Wilhelm Fink.

Bolz, Norbert (2003): Der Pyrrhus-Sieger. Warum vom Meisterdenker Theodor W. Adorno wenig blieb außer einer Ahnung vom Glück des Philosophierens. In: Literaturen. Journal für Bücher und Themen. Nr. 06/2003, 34-35.

Bonß, Wolfgang; Honneth, Axel (1982): Einleitung: Zur Reaktualisierung der Kritischen Theorie. In: Dies. (Hg.): Sozialforschung als Kritik. Zum sozialwissenschaftlichen Potential der Kritischen Theorie. Frankfurt/Main: Suhrkamp, 7-27.

Bonz, Jochen (2002): Der Welt-Automat von Malcom McLaren: Essays zu Pop, Skateboardfahren und Rainald Goetz. Wien: Turia & Kant.

Bonz, Jochen (2003): Die Welt der Techno Music – Gestalt annehmen im Raum des Glaubens an das Vorhandensein von Begehren. Bremen: Manuskript.

Bosshart, David (1995): „S(m)ells like Teen Spirit": Pop als Prophetie und Cash Cow. In: Bolz, Norbert; Bosshart, David (1995): KULT-Marketing. Die neuen Götter des Marktes. Düsseldorf: Econ, 332-345.

Bosshart, Louis (1998): Populär-Kultur in der Informations-Gesellschaft. In: Mahle, Walter A. (Hg.): Kultur in der Informationsgesellschaft. Konstanz: UVK, 45-53.

Bourdieu, Pierre (1993): Haute Couture und Haute Culture. In: Bourdieu, Pierre (1993): Soziologische Fragen. Frankfurt/Main: Suhrkamp, 187-197.

Bourdieu, Pierre (1998 [1996]): Über das Fernsehen. Frankfurt/Main: Suhrkamp.

Bourdieu, Pierre ([11]1999a [1979]): Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft. Frankfurt/Main: Suhrkamp.

Bourdieu, Pierre (1999b [1992]): Die Regeln der Kunst. Genese und Struktur des literarischen Feldes. Frankfurt/Main: Suhrkamp.

Brake, Mike (1981): Soziologie der jugendlichen Subkulturen. Eine Einführung. Frankfurt/Main und New York. Campus.

Brecht, Bertolt (1932): Der Rundfunk als Kommunikationsapparat. Rede über die Funktion des Rundfunks. In: Pias, Claus; Vogl, Joseph; Engell, Lorenz; Fahle, Oliver; Neitzel, Britta (Hg.) (1999): Kursbuch Medienkultur. Die maßgeblichen Theorien von Brecht bis Baudrillard. Stuttgart: DVA, 259-263.

Breen, Myles (1987): Definitions and Functions of Myths in Mass Media. In: Media Development. Nr. 02/1987, 8-10.

Breines, Paul (1968): Marcuse and the New Left in America. In: Habermas, Jürgen (Hg.): Antworten auf Herbert Marcuse. Frankfurt/Main: Suhrkamp, 133-151.

Brock, Bazon (1989): Das Veraltete der traditionellen Ästhetik – der neuen nicht? Theodor W. Adornos Kampf gegen Oberpriester und Oberkellner eines Wissenschaftsideals. In: Kunstforum International. Band 100: Kunst und Philosophie, 236-241.

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

Bronfen, Elisabeth (2000): Vorwort. In: Bhabha, Homi K. (2000): Die Verortung der Kultur.Tübingen: Stauffenburg, IX-XIV.

Bruhn, Gesa (2001): Stars im Wandel. Eine Expertenbefragung zur Konstruktion von Cybestars. Münster: Unveröffentlichte Magisterarbeit.

Bühl, Walter L. (1986): Kultur als System. In: Niedhardt, Friedhelm; Lepsius, M. Rainer; Weiß, Johannes (Hg.): Kultur und Gesellschaft. Sonderheft 27/1986 der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. Opladen: Westdeutscher, 118-144.

Büsser, Martin (1998): Antipop. Mainz: Dreieck.

Büsser, Martin; Plesch, Tine; Ullmaier, Johannes (2000): Le douzième sexe. Im Gespräch über Geschlechterverhältnisse und Gender-Konstruktionen in der Popkultur. In: Testcard. Beiträge zur Popgeschichte. Heft 8: Gender – Geschlechterverhältnisse im Pop, 8-29.

Büttner, Jean-Martin (1997): Sänger, Songs und triebhafte Rede. Rock als Erzählweise. Basel und Frankfurt/Main: Stroemfeld.

Buhr, Elke (2002a): Depressions-Chill-out. In: Frankfurter Rundschau. Nr. 188 vom 15.08.2002, 17.

Buhr, Elke (2002b): Sommerreise. Nida-Rümelins Kanon. In: Frankfurter Rundschau. Nr. 184 vom 10.08.2002, 17.

Bunz, Mercedes (2003a): Einen Moment! Filesharing von innen, oder: Was teilen sich Musik und Digitalität? In: De:Bug. Monatszeitung für elektronische Lebensaspekte. Heft 74. Nr. 09/2003, 26-27.

Bunz, Mercedes (2003b): Yo, Entfremdung! Geistiges Eigentum oder warum man der Wiederholung nicht entkommen kann. In: De:Bug. Zeitschrift für elektronische Lebensaspekte. Heft 69. Nr. 03/2003, 25.

Buxton, David (1983): Rock Music, The Star System, and the Rise of Consumerism. In: Frith, Simon; Goodwin, Andrew (Hg.) (^{2}1994): On Record. Rock, Pop, and the Written Word. London: Routledge, 427-440.

Carducci, Joe (^{2}1994): Rock and the Pop Narcotic. Los Angeles: 2.13.61.

Cascone, Kim (2003): Deterritorialisierung, historisches Bewusstsein, System. Die Rezeption der Performance von Laptop-Musik. In: Kleiner,

Marcus S.; Szepanski, Achim (Hg.): Soundcultures. Über elektronische und digitale Musik. Frankfurt/Main: Suhrkamp, 101-106.

Chaffee, Steven H. (1985): Popular Music and Communication Research. An Editorial Epilogue. In: Communication Research. An International Quarterly. 12. Jahrgang. Nr. 03/1985, 413-424.

Chomsky, Noam (2003): Media Control. Wie die Medien uns manipulieren. Hamburg und Wien: Europa.

Clarke, John (1979): Stil. In: Honneth, Axel; Lindner, Rolf; Paris, Rainer (Hg.): Jugendkultur als Widerstand. Milieus, Rituale, Provokationen. Frankfurt/Main: Syndikat, 133-157.

Clarke, John; Hall, Stuart; Jefferson, Tony; Roberts, Brian (1979): Subkulturen, Kulturen und Klasse. In: Honneth, Axel; Lindner, Rolf; Paris, Rainer (Hg.): Jugendkultur als Widerstand. Milieus, Rituale, Provokationen. Frankfurt/Main: Syndikat, 39-131.

Cobain, Kurt (2002): Tagebücher. Köln: Kiepenheuer & Witsch.

Cohen, Albert C. (1955): A General Theory of Subcultures. In: Gelder, Ken; Thornton, Sarah (Hg.) (1997): The Subcultures Reader. London und New York: Routledge, 44-54.

Collins, Jim (1989): Uncommon Cultures. Popular Culture and Post-Modernism. New York und London: Routledge.

Crary, Jonathan (1997): Fernsehen im Zeitalter des Spektakels. In: Herzogenrath, Wulf; Gaethgens, Thomas W.; Thomas, Sven; Hoenisch, Peter (Hg.): TVkultur. Das Fernsehen in der Kunst seit 1879. Amsterdam und Dresden: Verlag der Kunst, 66-75.

Crary, Jonathan (2002): Aufmerksamkeit. Wahrnehmung und moderne Kultur. Frankfurt/Main: Suhrkamp.

Critical Art Ensemble (1996): Electronic Civil Disobedience and Other Unpopular Ideas. Brooklyn: Autonomedia.

Curry, Ramona (1999): Madonna von Marilyn zu Marlene: Pastiche oder Parodie? In: Neumann-Braun, Klaus (Hg.): VIVA MTV! Popmusik im Fernsehen. Frankfurt/Main: Suhrkamp, 175-204.

Danto, Arthur C. (1996): Kunst nach dem Ende der Kunst. München: Wilhelm Fink.

Debord, Guy (1996 [1967]): Die Gesellschaft des Spektakels. Berlin: Tiamat.

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

Deleuze, Gilles (1993): Unterhandlungen. 1972-1990. Frankfurt/Main: Suhrkamp.

Deleuze, Gilles; Guattari, Félix (1992): Tausend Plateaus. Kapitalismus und Schizophrenie. Berlin: Merve.

Deleuze, Gilles; Guattari, Félix (2000): Was ist Philosophie? Frankfurt/Main: Suhrkamp.

Diederichsen, Diedrich (1985): Sexbeat. 1972 bis heute. Köln: Kiepenheuer & Witsch.

Diederichsen, Diedrich (1993): Freiheit macht arm. Das Leben nach Rock'n'Roll 1990-93. Köln: Kiepenheuer & Witsch.

Diederichsen, Diedrich (1996): Politische Korrekturen. Köln: Kiepenheuer & Witsch.

Diederichsen, Diedrich (1999a): Das Visuelle und das Visionäre. Für einen neuen Umgang mit der Computerkultur. In: Frankfurter Rundschau. Nr. 198 vom 27.08.1999, 10.

Diederichsen, Diedrich (1999b): Der lange Weg nach Mitte. Der Sound und die Stadt. Köln: Kiepenheuer & Witsch.

Diederichsen, Diedrich (1999c): Spätsommer der Subkultur. Vor 30 Jahren platzten die Träume. In: Süddeutsche Zeitung. Nr. 204 vom 04./ 05.09.1999, 15.

Diederichsen, Diedrich (2000): Die Politik der Aufmerksamkeit. Visual Culture, Netzkunst und die Unterscheidung von Kunst und Nichtkunst. In: Holert, Tom (Hg.): Imagineering. Visuelle Kultur und Politik der Sichtbarkeit. Jahresring 47. Köln: Oktagon, 70-84.

Diederichsen, Diedrich (2002a): And then they move, and then they move – 20 Jahre später. In: Diederichsen, Diedrich (2002 [1985]): Sexbeat. 1972 bis heute. Köln: Kiepenheuer & Witsch, I-XXXIV.

Diederichsen, Diedrich (2002b): Die SIMPSONS der Gesellschaft. In: Gruteser, Michael; Klein, Thomas; Rauscher, Andreas (Hg.): Subversion zur Prime-Time. Die Simpsons und die Mythen der Gesellschaft. Marburg: Schüren, 18-24.

Diederichsen, Diedrich (2002c): Moral, Ironie, Demokratie. In: Fohrmann, Jürgen; Orzessek, Arno (Hg.): Zerstreute Öffentlichkeiten. Zur Programmierung des Gemeinsinns. München: Fink, 195-201.

Diederichsen, Diedrich (2002d): Ohne Fallhöhe. Vernutzt sind nicht die Gegenstände, sondern das Prinzip: Subkulturen zwischen Ästhetik und Politik. In: Frankfurter Rundschau. Nr. 98 vom 27.04.2002, 19.

Diederichsen, Diedrich (2003a): Es streamt so sexy. Die Dialektik von Clicks & Cuts. In: Neumann-Braun, Klaus; Schmidt, Axel; Mai, Manfred (Hg.): Popvisionen. Links in die Zukunft. Frankfurt/Main: Suhrkamp, 58-74.

Diederichsen, Diedrich (2003b): Radical chic. Revolutionäre Bewegungen wollten sich stets abgrenzen von der so genannten Mode – und schufen dadurch immer wieder neue Moden. Die Geschichte einer Hassliebe. In: Die Zeit, Nr. 37 vom 04.09.2003, 69.

Diederichsen, Diedrich (2003c): »Was schert mich mein Geschwätz von gestern« Im Gespräch mit Robert Defcon und Max Dax. In: Alert. Heft 9, 62-76.

Diederichsen, Diedrich; Hebdige, Dick; Marx, Olaph-Dante (1983): Schocker. Stile und Moden der Subkultur. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt

Diederichsen, Diedrich (Hg.) (1998): Loving The Alien. Science Fiction, Diaspora, Multikultur. Berlin: ID.

Downing, John D. H. (2001): Radical Media. Rebellious Communication and social Movements. Thousand Oaks u.a.: Sage.

Dubiel, Helmut (1990): Kulturtheorie der Frankfurter Schule. In: Brackert, Helmut; Wefelmeyer, Fritz (Hg.): Kultur. Bestimmungen im 20. Jahrhundert. Frankfurt/Main: Suhrkamp, 255-275.

Dubiel, Helmut ([2]1992 [1988]): Kritische Theorie der Gesellschaft. Eine einführende Rekonstruktion von den Anfängen im Horkheimer-Kreis bis Habermas. Weinheim und München: Juventa.

Düllo, Thomas (1998): Normalisierung und Wiederverzauberung. Antworten der Popular Culture auf den Prozess der Modernisierung. In: Düllo, Thomas; Berthold, Christian; Greis, Jutta; Wiechens, Peter (Hg.): Einführung in die Kulturwissenschaft. Münster: LIT, 204-259.

Dungs, Tino G. K. (2003): [Unternehmung]kommunizieren. Anmerkungen zur reflexiven Stabilisierung der Beobachtung von Unternehmung. Münster: Manuskript.

Dyer, Richard (1998 [1979]): Stars. London: British Film Institute Publishing.

Eagleton, Terry (2001): Was ist Kultur? Eine Einführung. München: C. H. Beck.

Eco, Umberto (1984): Apokalyptiker und Integrierte. Zur kritischen Kritik der Massenkultur. Frankfurt/Main: Fischer.

Eco, Umberto ([6]2000 [1985]): Über Gott und die Welt. Essays und Glossen. München: dtv.

Elias, Norbert ([19]1995 [1969]): Über den Prozeß der Zivilisation. Soziogenetische Untersuchungen. Erster Band: Wandlungen des Verhaltens in den weltlichen Oberschichten des Abendlandes. Frankfurt/Main: Suhrkamp.

Engell, Lorenz (2000): Über den Abfall. In: Bergermann, Ulrike; Winkler, Hartmut (Hg.): TV-Trash. The TV-Show I Love to Hate. Marburg: Schüren, 11-22.

Enzensberger, Hans Magnus (1970): Baukasten zu einer Theorie der Medien. In: Pias, Claus; Vogl, Joseph; Engell, Lorenz; Fahle, Oliver; Neitzel, Britta (Hg.) (1999): Kursbuch Medienkultur. Die maßgeblichen Theorien von Brecht bis Baudrillard. Stuttgart: DVA, 264-278.

Enzensberger, Hans Magnus (2000): Das digitale Evangelium. Die Diskussion über Computer und neue Medien wird beherrscht von Heilsverkündern und Apokalyptikern. Beide haben etwas gemein: Propheten sind gegen die Tatsachen immun. In: Der Spiegel. Nr. 02/2000, 92-101.

Eshun, Kodwo (1999): Heller als die Sonne. Abenteuer in der Science Fiction. Berlin: ID.

Evans, Jessica; Hall, Stuart (Hg.) ([2]2001 [1999]): Visual culture: the reader. London u.a.: Sage.

Fabo, Sabine (1998): Ephemeriden – Mode, Kunst, Medien. Strategien des Flüchtigen. In: Kunstforum International. Band 141: Mode, 162-171.

Fabo, Sabine (2003): Über Nahtgenossen und andere Verdächtige. Parasitenmode. In: Spex. Nr. 08/2003, 64-65.

Fahlenbrach, Kathrin (2002): Protest-Inszenierungen. Visuelle Kommunikation und kollektive Identitäten in Protestbewegungen. Wiesbaden: Westdeutscher.

Falckenberg, Harald (2003): Auf Wiedersehen: Zur Rolle des Grotesken in der Gegenwartskunst. In: Kort, Pamela (Hg.): Grotesk! 130 Jahre Kunst der Frechheit. München u.a.: Prestel, 183-193.

Farin, Klaus (2001): generation-kick.de: Jugendsubkulturen heute. München: C. H. Beck.

Faßler, Manfred (2003): Leben Ameisen gefährlich? Widersprüchliche Gründe, kulturelle Evolution ernst zu nehmen. In: Heinzelmann, Markus; Weinhart, Martina (Hg.): Auf eigene Gefahr. Frankfurt/Main: Revolver – Archiv für aktuelle Kunst, 89-111.

Faulstich, Werner (1991): Stars: Idole, Werbeträger, Helden. Sozialer Wandel durch Medien. In: Deutsches Institut für Fernstudien an der Universität Tübingen (Hg.): Funkkolleg *Medien und Kommunikation*. Studienbrief 7. Weinheim und Basel: Beltz, 39-79.

Faulstich, Werner (2000a): Kulturwissenschaft als Metawissenschaft. Zur Pragmatik einer neuen Disziplin. In: Düllo, Thomas; Meteling, Arno; Suhr, André; Winter, Carsten (Hg.): Kursbuch Kulturwissenschaft. Münster u.a.: LIT, 133-140.

Faulstich, Werner (2000b): Sternchen, Star, Superstar, Megastar, Gigastar. Vorüberlegungen zu einer Theorie des Stars als Herzstück populärer Weltkultur. In: Faulstich, Werner (2000): Medienkulturen. München: Fink, 201-212.

Faulstich, Werner (2002): Einführung in die Medienwissenschaft. Probleme – Methoden – Domänen. München: Fink [UTB].

Faulstich, Werner; Korte, Helmut; Lowry, Stephen; Strobel, Ricarda (1997): „Kontinuität" – zur Imagefundierung des Film- und Fernsehstars. In: Faulstich, Werner; Korte, Helmut (Hg.): Der Star. Geschichte – Rezeption – Bedeutung. München: Wilhelm Fink, 11-28.

Faulstich, Werner; Strobel, Ricarda (1994): Prominente und Stars – Fernsehgeschichte als Stargeschichte. In: Faulstich, Werner (Hg.): Vom „Autor" zum Nutzer: Handlungsrollen im Fernsehen. München: Fink, 93-118.

Ferguson, Marjorie; Golding, Peter (Hg.) (1997): Cultural Studies in Question. London u.a.: Sage.

Feyerabend, Paul (1984): Wissenschaft als Kunst. Frankfurt/Main: Suhrkamp.

Fiske, John (1989): Understanding Popular Culture. London und New York: Routledge.

Fiske, John (1991): Populärkultur: Erfahrungshorizont im 20. Jahrhundert. Im Gespräch mit Eggo Müller. In: montage/av. Zeitschrift für Theorie

& Geschichte audiovisueller Kommunikation. 2. Jahrgang. Nr. 1/1993, 5-18.

Fiske, John (1992): The Cultural Economy of Fandom. In: Lewis, Lisa A. (Hg.): The Adoring Audience. Fan Culture and Popular Media. London u.a.: Routledge, 30-49.

Fiske, John (1999): Populäre Texte, Sprache und Alltagskultur. In: Hepp, Andreas; Winter, Rainer (Hg,) (^{2}1999): Kultur – Medien – Macht. Cultural Studies und Medienanalyse. Opladen und Wiesbaden: Westdeutscher, 67-86.

Fiske, John (2000): Lesarten des Populären. Wien: Turia und Kant.

Flusser, Vilém (1989): Auf dem Weg zum Unding. In: Flusser, Vilém (^{2}1999): Medienkultur. Frankfurt/Main: Fischer, 185-189.

Foucault, Michel (1999): In Verteidigung der Gesellschaft. Vorlesungen am Collège de France (1975-76). Frankfurt/Main: Suhrkamp.

Foucault, Michel (^{8}2001 [1972]): Die Ordnung des Diskurses. Frankfurt/Main: Fischer.

Fowles, Jib (1996): Advertising and Popular Culture. Thousand Oaks u.a.: Sage.

FR (2003): Erweitert. Das neue FR-Feuilleton. In: Frankfurter Rundschau. Nr. 219 vom 19.09.2003, 9.

Franck, Georg (1998): Ökonomie der Aufmerksamkeit. Ein Entwurf. München: Hanser.

Franck, Georg (2000): Medienästhetik und Unterhaltungsarchitektur. In: Merkur. Deutsche Zeitschrift für europäisches Denken. 54. Jahrgang. Heft 615, 590-604.

Franck, Georg (2003): Mentaler Kapitalismus. In: Merkur. Deutsche Zeitschrift für europäisches Denken. 57. Jahrgang. Heft 645, 1-15.

Frith, Simon (1978): The Sociology of Rock. London: Constable.

Frith, Simon (1983): Sound effects. Youth, leisure, and the politics of rock. Constable: London.

Frith, Simon (1992): The Industrialization of Popular Music. In: Lull, James (Hg.) (^{2}1992): Popular Music and Communication. Newbury Park u.a.: Sage, 49-74.

Frith, Simon (1996): The Cultural Study of Pop. Kultursoziologische Betrachtung sowie Kritik am subkulturellen Mythos der Popmusik. In: Kunstforum International. Band 134: Art & Pop & Crossover, 140-149.

Frith, Simon (1999): Das Gute, das Schlechte und das Mittelmäßige. Zur Verteidigung der Populärkultur gegen den Populismus. In: Bromley, Roger; Göttlich, Udo; Winter, Carsten (Hg.): Cultural Studies. Grundlagentexte zur Einführung. Lüneburg: zuKlampen!, 191-214.

Frith, Simon (2002): Fragments of a Sociology of Rock Criticism. In: Jones, Steve (Hg.): Pop music and the press. Philadelphia: Temple University Press, 235-246.

Frith, Simon; Goodwin, Andrew (1994a): From Subcultural Studies to Cultural Studies. In: Frith, Simon; Goodwin, Andrew (Hg.) (^{2}1994): On Record. Rock, Pop, and the Written Word. London: Routledge, 39-42.

Frith, Simon; Goodwin, Andrew (1994b): Preface. In: Frith, Simon; Goodwin, Andrew (Hg.) (^{2}1994): On Record. Rock, Pop, and the Written Word. London: Routledge, IX-XI.

Fromm, Erich (^{8}2003 [1956]): Die Kunst des Liebens. München: Wilhelm Heyne.

Fuchs, Peter (1987): Vom Zeitzauber der Musik. Eine Diskussionsanregung. In: Baecker, Dirk; Markowitz, Jürgen; Stichweh, Rudolf; Tyrell, Hartmann; Willke, Helmut (Hg.): Theorie als Passion. Niklas Luhmann zum 60. Geburtstag. Frankfurt/Main: Suhrkamp: 214-237.

Fuchs, Peter (1992): Die Erreichbarkeit der Gesellschaft. Zur Konstruktion und Imagination gesellschaftlicher Einheit. Frankfurt/Main: Suhrkamp.

Füllsack, Manfred (1997): „Dialektik der Post-Aufklärung". Zur Situation der kritischen Gesellschaftstheorie 50 Jahre nach Erscheinen der „Dialektik der Aufklärung". In: Soziale Welt. 48. Jahrgang. Nr. 03/1997, 313-327.

Gans, Herbert J. (1999 [1970]): Popular Culture and High Culture. An Analysis and Evaluation of Taste. Revised and Updated Edition. New York: Basic.

Gebhardt, Richard (2001): Zur Rezeption der Cultural Studies in »Spex – Magazin für Pop-Kultur«. In: Göttlich, Udo; Mikos, Lothar; Winter, Rainer (Hg.): Die Werkzeugkiste der Cultural Studies. Perspektiven, Anschlüsse und Interventionen. Bielefeld: transcript, 175-200.

Gebhardt, Winfried (2001): Vielfältiges Bemühen. Zum Stand kultursoziologischer Forschung im deutschsprachigen Raum. In: Soziologie: Forum der Deutschen Gesellschaft für Soziologie. Nr. 02/2001, 40-52.

Geertz, Clifford (1987): Dichte Beschreibung. Bemerkungen zu einer deutenden Theorie der Kultur. In: Geertz, Clifford (1987): Dichte Beschreibung. Beiträge zum Verstehen kultureller Systeme. Frankfurt/Main: Suhrkamp, 7-43.

Gelder, Ken; Thornton, Sarah (Hg.) (1997): The Subcultures Reader. London und New York: Routledge.

Genette, Gérard (2001): Paratexte. Das Buch vom Beiwerk des Buches. Frankfurt/Main: Suhrkamp.

Göttlich, Udo (1996): Kritik der Medien. Reflexionsstufen kritisch-materialistischer Medientheorien. Opladen: Westdeutscher.

Göttlich, Udo (1997): Cultural Studies und Medienkulturwissenschaft. In: Medien Journal. 21. Jahrgang. Nr. 04/1997, 10-18.

Göttlich, Udo (2003): Kulturindustrie. In: Hügel, Hans-Otto (Hg.): Handbuch Populäre Kultur. Begriffe, Theorien und Diskussionen. Stuttgart und Weimar: J. B. Metzler, 45-48.

Göttlich, Udo; Winter, Carsten (1999): Wessen Cultural Studies? Zur Rezeption der Cultural Studies im deutschsprachigen Raum. In: Bromley, Roger; Göttlich, Udo; Winter, Carsten (Hg.): Cultural Studies. Grundlagentexte zur Einführung. Lüneburg: zuKlampen!, 25-39.

Goetz, Rainald (1999): Celebration. 90s Nacht Pop. Frankfurt/Main: Suhrkamp.

Goetz, Rainald; Terkessidis, Mark; Werber, Niels (1992): Schlagabtausch – Über Dissidenz, Systemtheorie, Postmoderne, Beobachter mehrerer Ordnungen und Kunst. In: Texte zur Kunst. 2. Jahrgang. Heft 7, 57-75.

Goffman, Erving (1975): Stigma. Über Techniken der Bewältigung beschädigter Identität. Frankfurt/Main: Suhrkamp.

Goffman, Erving (^{10}2002 [1959]): Wir alle spielen Theater. Die Selbstdarstellung im Alltag. München: Piper.

Gottdiener, Mark (1985): Hegemony and Mass Culture: A Semiotic Approach. In: American Journal of Sociology. 90. Jahrgang.. Nr. 05/1985, 979-1001.

Grasskamp, Volker (1999): Die Kernfusion von Gegenkultur und Kulturindustrie. In: Bianchi, Paolo (Hg.): LKW. Dinge zwischen Leben, Kunst & Werk. Klagenfurt: Ritter, 208-212.

Grether, Sandra (1995): Ich zieh mein Studium durch. Kunstakademien im Test. In: Spex. Nr. 08/1995, 51.

Groetz, Thomas (2002): Kunst – Musik: deutscher Punk und New Wave in der Nachbarschaft von Jospeh Beuys. Berlin: Schmitz.

Grossberg, Lawrence (1992): Rock and Roll in Search of an Audience. In: Lull, James (Hg.) (^{2}1992): Popular Music and Communication. London u.a.: Sage, 152-175.

Grossberg, Lawrence (1998): Replacing Popular Culture. In: Redhead, Steve (Hg.) (^{2}1998): The Clubcultures Reader. Readings in Popular Cultural Studies. Oxford und Malden: Blackwell, 199-219.

Grossberg, Lawrence (1999a): Was sind Cultural Studies? In: Hörning, Karl H.; Winter, Rainer (Hg.): Widerspenstige Kulturen. Cultural Studies. Frankfurt/Main: Suhrkamp, 43-83.

Grossberg, Lawrence (1999b): Zur Verortung der Populärkultur. In: Bromley, Roger; Göttlich, Udo; Winter, Carsten (Hg.): Cultural Studies. Grundlagentexte zur Einführung. Lüneburg: zuKlampen!, 215-236.

Grossberg, Lawrence (2000): What's going on? Cultural Studies und Popularkultur. Wien: Turia + Kant.

Grossberg, Lawrence (2002): Die Definition der Cultural Studies. In: Musner, Lutz; Wunberg, Gotthart (Hg.): Kulturwissenschaften. Forschung – Praxis – Positionen. Wien: WUV, 46-68.

Grossberg, Lawrence (2003): E- und U-Kultur. In: Hügel, Hans-Otto (Hg.): Handbuch Populäre Kultur. Begriffe, Theorien und Diskussionen. Stuttgart und Weimar: J. B. Metzler, 164-167.

Großegger, Beate; Heinzlmaier, Bernhard (2002): Jugendkultur-Guide. Wien: öbv & hpt.

Groys, Boris (1997): Logik der Sammlung. Am Ende des musealen Zeitalters. München und Wien: Carl Hanser.

Groys, Boris (1999): Der Verrat der Theorie. Die Massenkultur hat gesiegt – und doch kann sie die Hochkultur niemals ersetzen. In: Süddeutsche Zeitung. Nr. 110 vom 15./16.05.1999, 17.

Gruber, Siegfried (1996): Das Independent-Publikum. Einige Ergebnisse einer Analyse der Hörer von „unpopulärer Populärmusik". In: Rösing, Helmut (Hg.): Mainstream, Underground, Avantgarde. Rockmusik und Publikumsverhalten. Beiträge zur Popularmusikforschung. Heft 18. Karben: Coda, 6-22.

Gruteser, Michael; Klein, Thomas; Rauscher, Andreas (Hg.) (2002): Subversion zur Prime-Time. Die Simpsons und die Mythen der Gesellschaft. Marburg: Schüren.

Gurk, Christoph (1996): Wem gehört die Popmusik? Die Kulturindustriethese unter den Bedingungen postmoderner Ökonomie. In: Holert, Tom; Terkessidis, Mark (Hg.): Mainstream der Minderheiten. Pop in der Kontrollgesellschaft. Berlin und Amsterdam: Edition ID-Archiv, 20-40.

Gyöngyösi, Stefan (1995): Girl oder Grrrl. Implosion oder Ikonographie? In: Medien Journal. 19. Jahrgang. Nr. 02/1995, 44-51.

Haberer, Johanna (1993): Die verborgene Botschaft. Fernseh-Mythen – Fernseh-Religion. In: Kortzfleisch, Siegfried von; Cornehl, Peter (Hg.): Medienkult – Medienkultur. Berlin und Hamburg: Reimer, 121-137.

Habermas, Jürgen (1968): Werden wir richtig informiert – Antwort auf vier Fragen. In: Habermas, Jürgen (1981): Kleine Politische Schriften (I – IV). Frankfurt/Main: Suhrkamp, 245-248.

Habermas, Jürgen (1969): Die Scheinrevolution und ihre Kinder. Sechs Thesen über Taktik, Ziele und Situationsanalysen der oppositionellen Jugend. In: Negt, Oskar (Hg.): Die Linke antwortet Jürgen Habermas. Frankfurt/Main: Europäische Verlagsanstalt, 5-15.

Habermas, Jürgen (1985): Ein Interview mit der *New Left Review*. In: Habermas, Jürgen (1985): Die Neue Unübersichtlichkeit. Kleine Politische Schriften V. Frankfurt/Main: Suhrkamp, 213-257.

Habermas, Jürgen (1990) [1962]: Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft. Frankfurt/Main: Suhrkamp.

Habermas, Jürgen (^{3}1994) [1990]: Die Moderne – ein unvollendetes Projekt. Philosophisch-politische Aufsätze. Leipzig: Reclam.

Habermas, Jürgen (1995a) [1981]: Theorie des kommunikativen Handelns. Band 1: Handlungsrationalität und gesellschaftliche Rationalisierung. Frankfurt/Main: Suhrkamp.

Habermas, Jürgen (1995b) [1981]: Theorie des kommunikativen Handelns. Band 2: Zur Kritik der funktionalistischen Vernunft. Frankfurt/Main: Suhrkamp.

Habermas, Jürgen (1998): Die postnationale Konstellation und die Zukunft der Demokratie. In: Habermas, Jürgen (1998): Die postnationale Konstellation. Politische Essays. Frankfurt/Main: Suhrkamp, 91-169.

Habermas, Jürgen (2003): Persönliches Fax an Christoph Jacke vom 22.02.2003.

Hall, Stuart (1999a): Die zwei Paradigmen der Cultural Studies. In: Hörning, Karl H.; Winter, Rainer (Hg.): Widerspenstige Kulturen. Cultural Studies als Herausforderung. Frankfurt/Main: Suhrkamp, 13-42.

Hall, Stuart (1999b): Kodieren/Dekodieren. In: Bromley, Roger; Göttlich, Udo; Winter, Carsten (Hg.): Cultural Studies. Grundlagentexte zur Einführung. Lüneburg: zu Klampen, 92-110.

Hall, Stuart (2000): Cultural Studies. Ein politisches Theorieprojekt. Ausgewählte Schriften 3. Hamburg: Argument.

Hall, Stuart (2002): Die Zentralität von Kultur. Anmerkungen über die kulturelle Revolution unserer Zeit. In: Hepp, Andreas; Löffelholz, Martin (Hg.): Grundlagentexte zur transkulturellen Kommunikation. Konstanz: UVK [UTB], 95-117.

Hamlen, Jr., William A. (1991): Superstardom in popular music: empirical evidence. In: The Review of Economics and Statistics. Volume LXXIII. o.O.: 729-733.

Hansen, Klaus P. (^{2}2000 [1995]): Kultur und Kulturwissenschaft. Eine Einführung. Tübingen und Basel: Francke [UTB].

Hardt, Michael; Negri, Toni (2001): Empire – Konstituierende Macht und transnationaler Staat. Eine Analyse der herrschenden Ordnung. In: Subtropen. Kritik und Versprechen. Nr. 1. Monatliches Supplement der Jungle World, 1-4.

Hardt, Michael; Negri, Toni (2002): Empire. Die neue Weltordnung. Frankfurt/Main und New York: Campus.

Harenberg, Michael (2003): Virtuelle Instrumente zwischen Simulation und (De)Konstruktion. In: Kleiner, Marcus S.; Szepanski, Achim (Hg.): Soundcultures. Über elektronische und digitale Musik. Frankfurt/Main: Suhrkamp, 69-93.

Harms, John B.; Dickens, David R. (1996): Postmodern Media Studies: Analysis or Symptom? In: Critical Studies in Mass Communication. 13. Jahrgang. Nr. 03/1996, 210-227.

Hartung, Klaus (1993): Der Untergang der Jugend. Ein Monolog über einen gealterten Begriff. In: Kursbuch. Heft 113: Deutsche Jugend, 144-157.

Haug, Wolfgang Fritz (1971): Kritik der Warenästhetik. Frankfurt/Main: Suhrkamp.

Hauskeller, Michael (1997): Nur das Unverständliche ist wahr. Adorno über den Sinn des Sinnlosen. In: Frankfurter Rundschau. Nr. 281 vom 03.12.1997, 8.

Hebdige, Dick (1983): Subculture – Die Bedeutung von Stil. In: Diederichsen, Diedrich; Hebdige, Dick; Marx, Olaph-Dante: Schocker. Stile und Moden der Subkultur. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt, 7-120.

Hebdige, Dick (1987 [1979]): Subculture. The Meaning of Style. London und New York: Routledge.

Hebdige, Dick (1997): »Heute geht es um eine anti-essentialistische Kulturproduktion vom DJ-Mischpult aus«. Über Cultural Studies, die Autorität des Intellektuellen, Mode und über die Module des Theorie-Samplings. Im Gespräch mit Christian Höller. In: Kunstforum International. Band 135: Cool Club Cultures, 160-164.

Hepp, Andreas (1998): Fernsehaneignung und Alltagsgespräche. Fernsehnutzung aus der Perspektive der Cultural Studies. Opladen: Westdeutscher.

Hepp, Andreas (1999): Cultural Studies und Medienanalyse. Eine Einführung. Opladen und Wiesbaden: Westdeutscher.

Hepp, Andreas (2001): Medienkultur als »Nationalkultur« im Wandel: Cultural Studies und die Perspektive einer transkulturellen Medienforschung im deutschsprachigen Raum. In: Göttlich, Udo; Mikos, Lothar; Winter, Rainer (Hg.): Die Werkzeugkiste der Cultural Studies. Perspektiven, Anschlüsse und Interventionen. Bielefeld: transcript, 243-282.

Hepp, Andreas (2002): Populäre Medienevents zwischen Werbung und skeptischem Vergnügen: Die Aneignung des Medienereignisses ‚Zindler/Maschendrahtzaun'. In: Willems, Herbert (Hg.): Die Gesellschaft der Werbung. Kontexte und Texte. Produktionen und Rezeptionen. Entwicklungen und Perspektiven. Wiesbaden: Westdeutscher, 868-893.

Hepp, Andreas; Winter, Carsten (2003): Cultural Studies als Projekt: Kontroversen und Diskussionsfelder. In: Hepp, Andreas; Winter, Carsten (Hg.): Die Cultural Studies Kontroverse. Lüneburg: zuKlampen!, 9-32.

Herman, Gary (1996): Rock'n'Roll Babylon. Skandale der Popmusik. München: Hannibal.

Heuermann, Helmut; Kuzina, Matthias (1995): Gefährliche Musen. Medienmacht und Medienmissbrauch. Stuttgart und Weimar: J. B. Metzler.

Hickethier, Knut (2003): Einführung in die Medienwissenschaft. Stuttgart und Weimar: J. B. Metzler.

Hinz, Ralf (1998): Cultural Studies und Pop. Zur Kritik der Urteilskraft wissenschaftlicher und journalistischer Rede über populäre Kultur. Opladen: Westdeutscher.

Hitzler, Ronald; Bucher, Thomas; Niederbacher, Arne (Hg.) (2001): Leben in Szenen. Formen jugendlicher Vergemeinschaftung heute. Opladen: Leske + Budrich.

Hitzler, Ronald; Pfadenhauer, Michaela (Hg.) (2001): Techno-Soziologie. Erkundungen einer Jugendkultur. Opladen: Leske + Budrich.

Höller, Christian (1996): Widerstandsrituale und Pop-Plateaus. Birmingham School, Deleuze/Guattari und Popkultur heute. In: Holert, Tom; Terkessidis, Mark (Hg.): Mainstream der Minderheiten. Pop in der Kontrollgesellschaft. Berlin und Amsterdam: Edition ID-Archiv, 55-71.

Höller, Christian (1998): Offene Blockaden – geschlossene Transfers. Anmerkungen zur deutschsprachigen Cultural-Studies-Rezeption. In: Springerin (Hg.) (1999): Widerstände. Kunst – Cultural Studies – Neue Medien. Interviews und Aufsätze aus der Zeitschrift springerin 1995 – 1999. Wien und Bozen: Folio, 173-181.

Höller, Christian (1999): Konsolidierungsschwächen. Zum anhaltenden Cultural Studies Boom. In: Texte zur Kunst. 9. Jahrgang. Heft 35, 139-142.

Höller, Christian; Niemczyk, Ralf (1995): Dick Hebdige. Ein Ringkampf mit Engeln. In: Spex. Nr. 07/1995, 52-53.

Hoffjann, Olaf (2001): Journalismus und Public Relations. Ein Theorieentwurf der Intersystembeziehungen in sozialen Konflikten. Wiesbaden: Westdeutscher.

Hoggart, Richard (1957): The Uses of Literacy. Aspects of Working-Class Life with Special Reference to Publications and Entertainments. London: Chatto and Windus.

Holert, Tom (1995a): College Rock. Die Ästhetik von Cultural Studies. In: Spex. Nr. 07/1995, 54-55.

Holert, Tom (1995b): Kulturwissenschaften zu Cultural Studies. Wo geht es hier zum Institut? In: Spex. Nr. 08/1995, 50.

Holert, Tom (1996): Beck. In: Spex. Nr. 06/1996, 28-31.

Holert, Tom; Terkessidis, Mark (1996): Einführung in den Mainstream der Minderheiten. In: Holert, Tom; Terkessidis, Mark (Hg.): Mainstream der Minderheiten. Pop in der Kontrollgesellschaft. Berlin und Amsterdam: Edition ID-Archiv, 5-19.

Holert, Tom (2000): Bildfähigkeiten. Visuelle Kultur, Repräsentationskritik und Politik der Sichtbarkeit. In: Holert, Tom (Hg.): Imagineering. Visuelle Kultur und Politik der Sichtbarkeit. Jahresring 47. Köln: Oktagon, 14-33.

Hollstein, Walter (^{3}1980 [1979]): Die Gegengesellschaft. Alternative Lebensformen. Bonn: Neue Gesellschaft.

Home, Stewart (^{2}1991): The assault on culture: utopian currents from Lettrisme to class war. Edinburgh: AK Press.

Honer, Anne (1989): Einige Probleme lebensweltlicher Ethnographie. Zur Methodologie und Methodik einer interpretativen Sozialforschung. In: Zeitschrift für Soziologie. 18. Jahrgang. Nr. 04/1989, 297-312.

Honneth, Axel (1982): Von Adorno zu Habermas. Zum Gratwandel kritischer Gesellschaftstheorie. In: Bonß, Wolfgang; Honneth, Axel (Hg.): Sozialforschung als Kritik. Zum sozialwissenschaftlichen Potential der Kritischen Theorie. Frankfurt/Main: Suhrkamp, 87-126.

Hopkins, Jerry; Sugerman, Daniel ([8]1991): Keiner kommt hier lebend raus. Die Jim Morrison Biographie. Augsburg: Maro.

Horkheimer, Max (1941): Neue Kunst und Massenkultur. In: Prokop, Dieter (Hg.) (1973): Kritische Kommunikationsforschung. Aufsätze aus der Zeitschrift für Sozialforschung. München: Carl Hanser, 28-46.

Horkheimer, Max; Adorno, Theodor W. ([12]2000 [1944/47]): Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente. Frankfurt/Main: Fischer.

Hügel, Hans-Otto (2002): Zugangsweisen zur Populären Kultur. Zu ihrer ästhetischen Begründung und zu ihrer Erforschung. In: Göttlich, Udo; Gebhardt, Winfried; Albrecht, Clemens (Hg.): Populäre Kultur als repräsentative Kultur. Die Herausforderung der Cultural Studies. Köln: Herbert von Halem, 52-78.

Hügel, Hans-Otto (Hg.) (2003): Handbuch Populäre Kultur. Begriffe, Theorien und Diskussionen. Stuttgart und Weimar: J. B. Metzler.

Ilschner, Frank (2003): Irgendwann nach dem Urknall hat es Click gemacht. Das Universum von Mille Plateaux im Kontext der elektronischen Musik. In: Kleiner, Marcus S.; Szepanski, Achim (Hg.): Soundcultures. Über elektronische und digitale Musik. Frankfurt/Main: Suhrkamp, 18-33.

Imhof, Kurt (2003): Wandel der Gesellschaft im Licht öffentlicher Kommunikation. In: Behmer, Markus; Krotz, Friedrich; Stöber, Rudolf; Winter, Carsten (Hg.): Medienentwicklung und gesellschaftlicher Wandel. Beiträge zu einer theoretischen und empirischen Herausforderung. Wiesbaden: Westdeutscher, 153-182.

Institut für Sozialforschung (1956a): Gruppe. In: Adorno, Theodor W.; Dirks, Walter (Hg.) (1956): Soziologische Exkurse. Band 4. Frankfurt/Main: Europäische Verlagsanstalt, 55-69.

Institut für Sozialforschung (1956b): Kultur und Zivilisation. In: Adorno, Theodor W.; Dirks, Walter (Hg.) (1956): Soziologische Exkurse. Band 4. Frankfurt/Main: Europäische Verlagsanstalt, 83-92.

Jacke, Christoph (1996): Die millionenschweren Verweigerer. Anti-Starkult in der Darstellung ausgesuchter Printmedien. Eine exemplarische Inhaltsanalyse. Münster: Unveröffentlichte Magisterarbeit.

Jacke, Christoph (1997): Nirvana – der Anti-Star als Medienheld. In: Testcard. Beiträge zur Popgeschichte. Heft 5: Kulturindustrie – Kompaktes Wissen für den Dancefloor, 150-160.

Jacke, Christoph (1998): Millionenschwere Medienverweigerer: Die US-Rockband NIRVANA. In: Rösing, Helmut; Phleps, Thomas (Hg.):

Neues zum Umgang mit Rock- und Popmusik. Beiträge zur Popularmusikforschung. Heft 23. Karben: Coda, 7-30.

Jacke, Christoph (1999): Hey ho, let's go to Cultural Studies-Land! Eine rein subjektive (was sonst?) Diskussionsanregung. In: Harakiri. Heft 10, 46-47.

Jacke, Christoph (2000): Wirklichkeits-Crossover: einige Beobachtungen zu den spielerischen Ersatzkriegen Big Brother und "EM 2000". In: Weber, Frank (Red.): Big Brother: Inszenierte Banalität zur Prime Time. Münster, Hamburg, London: LIT, 179-193.

Jacke, Christoph (2001a): Prominente und Stars. Aufmerksamkeitskonglomerate und Werbeknotenpunkte. In: Telepolis. URL: http://www.heise.de/tp/deutsch/special/auf/7017/ 1.html (Stand: 02.06.2003)

Jacke, Christoph (2001b): Top of the Pops – Top of the Spots – Top of the Stocks: Zur Popularität von Subkulturen für das Werbesystem. In: Zurstiege, Guido; Schmidt, Siegfried J. (Hg.): Werbung, Mode und Design. Wiesbaden: Westdeutscher, 295-318.

Jacke, Christoph (2001c): White Trash und Old School: Prominente und Stars als Aufmerksamkeitsattraktoren in der Werbung. In: Schmidt, Siegfried J.; Westerbarkey, Joachim; Zurstiege, Guido (Hg.): a/effektive Kommunikation: Unterhaltung und Werbung. Münster: LIT, 197-212.

Jacke, Christoph (2003): Kontextuelle Kontingenz: Musikclips im wissenschaftlichen Umgang. In: Helms, Dietrich; Phleps, Thomas (Hg.): Clipped Differences. Geschlechterrepräsentationen im Musikvideo. Beiträge zur Popularmusikforschung. Heft 31. Bielefeld: transcript, 27-40.

Jacke, Christoph; Jünger, Sebastian; Zurstiege, Guido (2000): Aufdringliche Geschichten – Zum Verhältnis von Musik und Werbung. In: Rösing, Helmut; Phleps, Thomas (Hg.): Populäre Musik im kulturwissenschaftlichen Diskurs. Beiträge zur Popularmusikforschung. Heft 25/26. Karben: Coda, 25-42.

Jacke, Christoph; Zurstiege, Guido (2003a): Schöner Schrott: Werbe-Rauschen im Kultur-Programm. Münster: Vortrag am 05.12.2003 (Tagung „Kulturschutt, Pragmatismus und Recycling").

Jacke, Christoph; Zurstiege, Guido (2003b): Vom erfolgreichen Scheitern. In: Jacke, Christoph; Zurstiege, Guido (Hg.): Hinlenkung durch Ablenkung. Medienkultur und die Attraktivität des Verborgenen. Münster u.a.: LIT, 97-106.

Jacke, Christoph; Zurstiege, Guido (Hg.) (2003): Hinlenkung durch Ablenkung. Medienkultur und die Attraktivität des Verborgenen. Münster u.a.: LIT.

Jacob, Günther (1993): Agit-Pop. Schwarze Musik und weiße Hörer. Berlin: ID.

Jäckel, Michael; Peter, Jochen (1997): Cultural Studies aus kommunikationswissenschaftlicher Perspektive. Grundlagen und grundlegende

Probleme. In: Rundfunk und Fernsehen. 45. Jahrgang. Nr. 01/1997, 46-68.

Jacob, Günther (1995): From Substream to Mainculture. Das endgültige Ende des Subversionsmodells Pop-Subkultur. In: 17°C. Zeitschrift für den Rest. Heft 11, 83-84.

Jacob, Günther (2002): Archäologie des Hipnessverfalls. In: Rösing, Helmut; Schneider, Albrecht; Pfleiderer, Martin (Hg.): Musikwissenschaft und populäre Musik. Versuch einer Bestandsaufnahme. Frankfurt/Main: Peter Lang, 293-317.

Jensen, Stefan (1999): Erkenntnis – Konstruktivismus – Systemtheorie. Einführung in die Philosophie der konstruktivistischen Wissenschaft. Opladen und Wiesbaden: Westdeutscher.

Jöhnk, Jan Ole (2003): Jetzt gevoict. Rhythm & Sound. In: De:Bug. Monatszeitung für elektronische Lebensaspekte. Heft 75. Nr. 10/2003, 20.

Johnson, Richard (1999): Was sind eigentlich Cultural Studies? In: Bromley, Roger; Göttlich, Udo; Winter, Carsten (Hg.): Cultural Studies. Grundlagentexte zur Einführung. Lüneburg: zuKlampen!, 139-188.

Jones, Steve (1994): Populäre Musik, Musikkritik, Werbung und die Musikindustrie. In: Forschungszentrum Populäre Musik (Hg.): Popscriptum 2. Aufsätze zur Populären Musik. Berlin: Zyankrise, 46-61.

Jones, Steve; Featherly, Kevin (2002): Re-Viewing Rock Writing. Narratives of Popular Music Criticism. In: Jones, Steve (Hg.): Pop music and the press. Philadelphia: Temple University Press, 19-40.

Jünger, Sebastian (2000): Chaos Kultur - Beobachtungshorizonte zwischen Kulturdeterminismus und mediatisierter Selbstorganisation. In: Rusch, Gebhard; Schmidt, Siegfried J. (Hg.): Konstruktivismus in Psychiatrie und Psychologie. DELFIN 1998/99. Frankfurt/Main: Suhrkamp, 207-224.

Jünger, Sebastian (2001): Aufmerksamkeit ist Bedingung für die Beschäftigung mit ihr. Zum Autologieproblem der Aufmerksamkeitswissenschaftler. In: Telepolis. URL: http:// www.heise.de/tp/deutsch/special/auf/4813/1.html (Stand: 02.06.2003)

Jünger, Sebastian (2002): Kognition, Kommunikation, Kultur. Aspekte integrativer Theoriearbeit. Wiesbaden: DUV.

Kage, Jan (2002): American Rap. Explicit Lyrics – US-HipHop und Identität. Mainz: Ventil.

Kaiser, Joachim ([6]1985): Große Pianisten unserer Zeit. München: Piper.

Karnik, Olaf (1998): Rhythm & Sound. Techno sprach Dub und ging Reggae. In: Spex. Magazin für Popkultur. Nr. 08/1998, 24-27.

Kausch, Michael (1988): Kulturindustrie und Populärkultur. Kritische Theorie der Massenmedien. Frankfurt/Main: Fischer.

Keller, Katrin (2000): Hate-Pages im World Wibe Web: Negativer Starkult und die Konstruktion von (In-)Authentizität. Eine exemplarische Inhaltsanalyse. Münster: Unveröffentlichte Magisterarbeit.

Keller, Katrin (2003): Legitimation durch Verachtung. Identitätskonstruktionen von (Anti-)Fans in distinktionskritischen Zeiten. In: Jacke, Christoph; Zurstiege, Guido (Hg.): Hinlenkung durch Ablenkung. Medienkultur und die Attraktivität des Verborgenen. Münster, Hamburg, London: LIT, 107-119.

Keller, Katrin (2004): Ego/Star. Starkult und Identität. Ein theoretischer Entwurf. Münster: Manuskript.

Kellner, Douglas (1978): Ideology, Marxism, and Advanced Capitalism. In: Socialist Review. Heft 42 (Nov./Dez.), 37-65.

Kellner, Douglas (1979): TV, Ideology, and Emancipatory Popular Culture. In: Socialist Review. Heft 45 (Mai/Juni), 13-53.

Kellner, Douglas (1982): Kulturindustrie und Massenkommunikation. Die Kritische Theorie und ihre Folgen. In: Bonß, Wolfgang; Honneth, Axel (Hg.): Sozialforschung als Kritik. Zum sozialwissenschaftlichen Potential der Kritischen Theorie. Frankfurt/Main: Suhrkamp, 482-515.

Kellner, Douglas (1988): Postmodernism as Social Theory: Some Challenges and Problems. In: Theory, Culture & Society. Explorations in Critical Social Science. 5. Jahrgang. Nr. 2-3/1988 (Special Issue on Postmodernism), 239-269.

Kellner, Douglas (1989): Critical Theory, Marxism, and Modernity. Baltimore: Johns Hopkins.

Kellner, Douglas (1990): Advertising and Consumer Culture. In: Downing, John; Mohammadi, Ali; Sreberny-Mohammadi, Annabelle (Hg.): Questioning the Media: A Critical Introduction. Newbury Park u.a.: Sage, 242-254.

Kellner, Douglas (1992): Toward a Multiperspektival Cultural Studies. In: The Centennial Review. 36. Jahrgang. Nr. 01/1992, 5-41.

Kellner, Douglas (1995): Media Culture. Cultural Studies, Identity and Politics between the Modern and the Postmodern. London und New York: Routledge.

Kellner, Douglas (1997a): Die erste Cybergeneration. In: SpoKK (Arbeitsgruppe für Symbolische Politik, Kultur und Kommunikation) (Hg.): Kursbuch JugendKultur. Stile, Szenen und Identitäten vor der Jahrtausendwende. Mannheim: Bollmann, 310-316.

Kellner, Douglas (1997b): Jugend im Abenteuer Postmoderne. In: SpoKK (Arbeitsgruppe für Symbolische Politik, Kultur und Kommunikation) (Hg.): Kursbuch JugendKultur. Stile, Szenen und Identitäten vor der Jahrtausendwende. Mannheim: Bollmann, 70-78.

Kellner, Douglas (1997c): Overcoming the Divide: Cultural Studies and Political Economy. In: Ferguson, Marjorie; Golding, Peter (Hg.): Cultural Studies in Question. London u.a.: Sage, 102-120.

Kellner, Douglas (1999): Medien- und Kommunikationsforschung vs. Cultural Studies. Wider ihre Trennung. In: Bromley, Roger; Göttlich, Udo; Winter, Carsten (Hg.): Cultural Studies. Grundlagentexte zur Einführung. Lüneburg: zuKlampen!, 341-363.

Kellner, Douglas (2002): Warenspektakel: McDonald's als globale Kultur. In: Göttlich, Udo; Gebhardt, Winfried; Albrecht, Clemens (Hg.): Populäre Kultur als repräsentative Kultur. Die Herausforderung der Cultural Studies. Köln: Herbert von Halem, 220-243.

Kellner, Douglas (2003): Media Spectacle. London und New York: Routledge.

Kendall, Gavin; Wickham, Gary (2001): Understanding Culture. Cultural Studies, Order, Ordering. London u.a.: Sage.

Khurana, Karen (2003): Install Jodi! In: De:Bug. Zeitschrift für elektronische Lebensaspekte. Heft 68. Nr. 02/2003, 5.

Kittler, Friedrich (^{2}2001 [2000]): Eine Kulturgeschichte der Kulturwissenschaft. München: Wilhelm Fink.

Klapp, Orrin E. (1948/49): The Creation of Popular Heroes. In: The American Journal of Sociology. 24. Jahrgang. July 1948 - May 1949, 135-141.

Klein, Gabriele (1999): Electronic Vibration. Pop Kultur Theorie. Hamburg: Rogner & Bernhard.

Klein, Gabriele; Friedrich, Malte (2003): Is this real? Die Kultur des Hip-Hop. Frankfurt/Main: Suhrkamp.

Klein, Naomi (^{2}2002 [2000]): No Logo! Der Kampf der Global Players um Marktmacht. Ein Speil mit vielen Verlierern und wenigen Gewinnern. München: Riemann.

Klier, Peter (1989): Warum man die Öffentlichkeit so schlecht belügen kann (De incorrupta rei publicae fide pudoris causa). In: Klier, Peter; Evard, Jean-Luc (Hg.): Mediendämmerung. Zur Archäologie der Medien. Berlin: Tiamat, 40-51.

Kniebe, Tobias (2003): Die Horrorshow. Gegen die Superstars aus der Fernsehretorte hilft keine Hasstirade, kein wohlformuliertes Argument, einfach gar nichts mehr. Eine Kapitulationsschrift. In: SZ Magazin. Nr. 42 vom 17.10.2003, 17-19.

Kögler, Hans-Herbert (1999): Kritische Hermeneutik des Subjekts. Cultural Studies als Erbe der Kritischen Theorie. In: Hörning, Karl H.; Winter Rainer (Hg.): Widerspenstige Kulturen. Cultural Studies als Herausforderung. Frankfurt/Main: Suhrkamp, 196-237.

Köster, Eva (2001): Mediale Starkonstruktion am Fallbeispiel Jan Ullrich. Münster: Unveröffentlichte Magisterarbeit.

Koether, Jutta (1995): Shellac. Material Man. In: Spex. Nr. 05/1995, 38-41.

Konersmann, Ralf (Hg.) (^{2}1998 [1996]): Kulturphilosophie. Leipzig: Reclam.

Konersmann, Ralf (2001): Das kulturkritische Paradox. In: Konersmann, Ralf (Hg.): Kulturkritik. Reflexionen in der veränderten Welt. Leipzig: Reclam, 9-37.

Kramer, Jürgen (1997): British Cultural Studies. München: Fink [UTB].

Kraushaar, Wolfgang (2001a): Denkmodelle der 68er-Bewegung. In: Aus Politik und Zeitgeschichte. Nr. 22-23 vom 25. Mai 2001, 14-27.

Kraushaar, Wolfgang (2001b): Vom Außenseiter zum Außenminister. Ein für Deutschland einzigartiges gesellschaftliches Cross-over: Joschka Fischers politische Karriere. In: Frankfurter Rundschau. Nr. 17 vom 20.01.2001, 19.

Kreuzer, Helmut (1968): Die Boheme. Beiträge zu ihrer Beschreibung. Stuttgart: J. B. Metzlersche Verlagsbuchhandlung.

Kreuzer, Helmut (Hg.) (1977): Literaturwissenschaft – Medienwissenschaft. Heidelberg: Quelle & Meyer.

Kriese, Konstanze (1994a): Inflation der Stars. Industrialisierung der göttlichen Einmaligkeit. In: Autorenkollektiv: Zwischen Rausch und Ritual. Zum Phänomen des Starkults. Berlin: Zyankrise, 100-124.

Kriese, Konstanze (1994b): Rock'n'Ritual. Der Starkult als Kommunikationsstereotyp moderner Musikkulturen und als Gestaltphänomen der Musikindustrie. In: Forschungszentrum Populäre Musik (Hg.): Popscriptum 2. Aufsätze zur Populären Musik. Berlin: Zyankrise, 94-120.

Krotz, Friedrich (1992): Kommunikation als Teilhabe. Der ‚Cultural Studies Approach'. In: Rundfunk und Fernsehen. 40. Jahrgang. Nr. 03/ 1992, 412-431.

Krotz, Friedrich (1998): Kultur, Kommunikation und die Medien. In: Saxer, Ulrich (Hg.): Medien-Kulturkommunikation. Publizistik-Sonderheft Nr. 2. Opladen: Westdeutscher, 67-85.

Krotz, Friedrich (2001): Die Mediatisierung kommunikativen Handelns. Der Wandel von Alltag und sozialen Beziehungen, Kultur und Gesellschaft durch die Medien. Opladen: Westdeutscher.

Krotz, Friedrich (2003): Kommunikationswissenschaft, Kulturwissenschaft: Glückliches Paar oder Mesalliance? In: Karmasin, Matthias; Winter, Carsten (Hg.) (2003): Kulturwissenschaft als Kommunikationswissenschaft. Projekte, Probleme und Perspektiven. Wiesbaden: Westdeutscher, 21-48.

Kruse, Holly (2003): Site and Sound. Understanding Independent Music Scenes. New York u.a.: Peter Lang.

Kuhn, Thomas ([14]1997 [1962]): Die Struktur wissenschaftlicher Revolutionen. Frankfurt/Main: Suhrkamp.

Kussius, Julia (1997): Musik als Ausdruck einer Generation am Beispiel von "Nirvana". Diplomarbeit. Berlin: Hochschule der Künste.

Lash, Scott (1996): Reflexivität und ihre Doppelungen: Struktur, Ästhetik und Gemeinschaft. In: Beck, Ulrich; Giddens, Anthony; Lash, Scott (Hg.): Reflexive Modernisierung. Eine Kontroverse. Frankfurt/Main: Suhrkamp, 195-286.

Lash, Scott (1998): Der komplette Text: Wir leben im Zeitalter der globalen Kulturindustrie. Wenn alles eins wird. In: Die Zeit. URL: http://

www.zeit.de/archiv/1998/10/thema.txt.19980226.xml (Stand: 10.09. 2003)

Lasswell, Harold D. (1948): The Structure and Function of Communication in Society. In: Bryson, Lyman (Hg.): The Communication of Ideas. A Series of Addresses. New York und London: Harper, 37-51.

Legnaro, Aldo (2000): Subjektivität im Zeitalter ihrer simulativen Reproduzierbarkeit: Das Beispiel des Disney-Konzerns. In: Bröckling, Ulrich; Krasmann, Susanne; Lemke, Thomas (Hg.): Gouvernementalität der Gegenwart. Studien zur Ökonomisierung des Sozialen. Frankfurt/Main: Suhrkamp, 286-314.

Lenze, Malte (2002): Postmodernes Charisma. Marken und Stars statt Religion und Vernunft. Wiesbaden: DUV.

Leonard, Marion (1998): Paper Planes. Travelling the New Grrrl Geographies. In: Skelton, Tracey; Valentine, Gill (Hg.): Cool Places. Geographies of Youth Cultures.London und New York: Routledge, 101-118.

Lindner, Rolf (1979): Editorial. In: Honneth, Axel; Lindner, Rolf; Paris, Rainer (Hg.): Jugendkultur als Widerstand. Milieus, Rituale, Provokationen. Frankfurt/Main: Syndikat, 7-14.

Lindner, Rolf (1981): Jugendkultur und Subkultur als soziologische Konzepte. In: Brake, Maike (1981): Soziologie der jugendlichen Subkulturen. Eine Einführung. Frankfurt/Main und New York. Campus, 172-193.

Lindner, Rolf (1985): Theorie der Subkultur: 12 Thesen. In: Tholen, Georg Christoph; Winheim, Rosa-M. (Hg.): Zeichen ohne Botschaft. Verliert die Forschung ihre Jugend? Frankfurt/Main: Extrabuch, 59-66.

Lindner, Rolf (2000): Die Stunde der Cultural Studies. Wien: WUV.

Lindner, Rolf (2001): »Lived Experience«. Über die kulturale Wende in den Kulturwissenschaften. In: Musner, Lutz; Wunberg, Gotthart; Lutter, Christina (Hg.): Cultural Turn. Zur Geschichte der Kulturwissenschaften. Wien: Turia + Kant, 11-19.

Lindner, Rolf (2002): Konjunktur und Krise des Kulturkonzepts. In: Musner, Lutz; Wunberg, Gotthart (Hg.): Kulturwissenschaften. Forschung – Praxis – Positionen. Wien: WUV, 69-87.

Lindner, Werner (1996): Jugendprotest seit den fünfziger Jahren. Dissens und kultureller Eigensinn. Opladen: Leske + Budrich.

Link, Jürgen (2003): Kulturwissenschaft, Interdiskurs, Kulturrevolution. In: kultuRRevolution. Zeitschrift für angewandte Diskurstheorie. Heft 45/46, 10-23.

Lipsitz, George (1999): Dangerous Crossroads. Popmusik, Postmoderne und die Poesie des Lokalen. St. Andrä-Wördern: Hannibal.

Löwenthal, Leo (1960): Das Problem der Populärkultur. In: Rundfunk und Fernsehen. 8. Jahrgang. Nr. 01/1960, 21-32.

Löwenthal, Leo (1964): Literatur und Gesellschaft. Das Buch in der Massenkultur. Neuwied am Rhein und Berlin: Hermann Luchterhand.

Löwenthal, Leo (1972): Die Entwicklung der Massenkultur. In: Scheuch, Erwin K.; Meyersohn, Rolf (Hg.): Soziologie der Freizeit. Köln: Kiepenheuer & Witsch, 74-87.

Löwenthal, Leo (1980): Literatur und Massenkultur. Schriften Band 1 (Hg. von Helmut Dubiel). Frankfurt/Main: Suhrkamp.

Lovink, Geert (2001): Network-Kritik im Zeitalter des E-Goldrauschs. In: Maresch, Rudolf; Rötzer, Florian (Hg.): Cyberhypes. Möglichkeiten und Grenzen des Internet. Frankfurt/Main: Suhrkamp, 123-137.

Lowry, Stephen (1997): Star images: Questions for semiotic analysis. In: Nöth, Winfried (Hg.): Semiotics of the media: state of the art, projects, and perspectives. Berlin und New York: Mouton de Gruyter, 307-320.

Lüke, Bettina (2001): Printjournalisten als Medienstars. Münster: Unveröffentlichte Magisterarbeit.

Luger, Kurt (1991): Die konsumierte Rebellion. Geschichte der Jugendkultur 1945-1990. Wien und St. Johann/Pongau: Österreichischer Kunst- und Kulturverlag.

Luhmann, Niklas (1975): Über die Funktion der Negation in sinnkonstituierenden Systemen. In: Weinrich, Harald (Hg.): Positionen der Negativität. München: Wilhelm Fink, 201-218.

Luhmann, Niklas (1979): Öffentliche Meinung. In: Langenbucher, Wolfgang R. (Hg.): Politik und Kommunikation. Über die öffentliche Meinungsbildung. München u.a.: Piper, 29-61.

Luhmann, Niklas (1990): Weltkunst. In: Luhmann, Niklas; Bunsen, Frederick D.; Baecker, Dirk (1990): Unbeobachtbare Welt. Über Kunst und Architektur. Bielefeld: Haux, 7-45.

Luhmann, Niklas (^{2}1993 [1990]): Gesellschaftliche Komplexität und öffentliche Meinung. In: Luhmann, Niklas (1993): Soziologische Aufklärung 5. Konstruktivistische Perspektiven. Opladen: Westdeutscher, 170-182.

Luhmann, Niklas (^{7}1994 [1984]): Soziale Systeme. Grundriß einer allgemeinen Theorie. Frankfurt/Main: Suhrkamp.

Luhmann, Niklas (1995): Protestbewegungen. In: Hellmann, Kai-Uwe (Hg.) (1996): Niklas Luhmann. Protest. Systemtheorie und soziale Bewegungen. Frankfurt/Main: 201-215.

Luhmann, Niklas (^{2}1996 [1995]): Die Realität der Massenmedien. Opladen: Westdeutscher.

Luhmann, Niklas (1997a): Die Gesellschaft der Gesellschaft. Frankfurt/Main: Suhrkamp.

Luhmann, Niklas (1997b): Die Kunst der Gesellschaft. Frankfurt/Main: Suhrkamp.

Luhmann, Niklas (1999): Gesellschaftsstruktur und Semantik. Studien zur Wissenssoziologie der modernen Gesellschaft 4. Frankfurt/Main: Suhrkamp.

Lull, James (1992): Popular Music and Communication: an Introduction. In: Lull, James (Hg.) (^{2}1992): Popular Music and Communication. Newbury Park u.a.: Sage, 1-32.

Lull, James (^{2}2000 [1995]): Media, Communication, Culture. A Global Approach. New York: Columbia.

Lull, James (2002): Superkultur. In: Hepp, Andreas; Löffelholz, Martin (Hg.): Grundlagentexte zur transkulturellen Kommunikation. Konstanz: UVK [UTB], 750-773.

Maase, Kaspar (1992): BRAVO Amerika. Erkundungen zur Jugendkultur der Bundesrepublik in den fünfziger Jahren. Hamburg: Junius.

Maase, Kaspar (1997): Grenzenloses Vergnügen. Der Aufstieg der Massenkultur 1850-1970. Frankfurt/Main: Fischer Taschenbuch.

Maase, Kaspar (2003): Massenkultur. In: Hügel, Hans-Otto (Hg.): Handbuch Populäre Kultur. Begriffe, Theorien und Diskussionen. Stuttgart und Weimar: J. B. Metzler, 48-56.

Magdanz, Fee (2001): Prêt-à-Pop. Stoff-Fetzen – Fragmente einer Geschichte von Maskerade und Pop. In: Bonz, Jochen (Hg.): Sound Signatures. Pop-Splitter. Frankfurt/Main: Suhrkamp, 131-140.

Mai, Manfred (2003): Kultur-Kitt – zur Antiquiertheit der Medienkritik und zur Realität der Freizeitgesellschaft. In: Neumann-Braun, Klaus; Schmidt, Axel; Mai, Manfred (Hg.): Popvisionen. Links in die Zukunft. Frankfurt/Main. Suhrkamp, 154-182.

Maida, Markus (2000): Ein Gespräch mit Terre Thaemlitz über Geschlecht, Kunst, Musik und Technologie. In: Testcard. Beiträge zur Popgeschichte. Heft 8: Gender – Geschlechterverhältnisse im Pop, 106-119.

Malbon, Ben (1999): Clubbing. Dancing, Ecstasy and Vitality. London und New York: Routledge.

Marcinkowski, Frank (1993): Publizistik als autopoietisches System. Politik und Massenmedien. Eine systemtheoretische Analyse. Opladen. Westdeutscher.

Marcus, Greil (^{2}1993 [1989]): Lipstick Traces. Von Dada bis Punk – kulturelle Avantgarden und ihre Wege aus dem 20. Jahrhundert. Hamburg: Rogner & Bernhard.

Marcus, Greil (1994): Im faschistischen Badezimmer. Punk unter Reagan, Thatcher und Kohl – 1977 bis 1994. Hamburg: Rogner & Bernhard.

Marcus, Greil (1996): Der Mülleimer der Geschichte. Über die Gegenwart der Vergangenheit – Eine Zeitreise mit Bob Dylan, Wim Wenders, Susan Sontag, John Wayne, Adolf Hitler, Elvis Presley, Bill Clinton, Miou-Miou, Umberto Eco u.a. Hamburg: Rogner & Bernhard.

Marcuse, Herbert (1937): Über den affirmativen Charakter der Kultur. In: Marcuse, Herbert (1979): Aufsätze aus der Zeitschrift für Sozialforschung. Schriften. Band 3. Frankfurt/Main: Suhrkamp, 186-226.

Marcuse, Herbert (1967): Bemerkungen zu einer Neubestimmung der Kultur. In: Marcuse, Herbert (1967): Kultur und Gesellschaft 2. Frankfurt/Main: Suhrkamp, 147-171.

Marcuse, Herbert (1970): Der eindimensionale Mensch. Studien zur Ideologie der fortgeschrittenen Industriegesellschaft. Sonderausgabe. Neuwied und Berlin: Luchterhand.

Marcuse, Herbert (^{2}1973 [1972]): Konterrevolution und Revolte. Frankfurt/Main: Suhrkamp.

Marquardt, Volker (1995): Klang und Körper. Von der Selbstfindung in der Musik. In: Kursbuch. Heft 121, 79-94.

Mayer, Ruth; Terkessidis, Mark (1998): Retuschierte Bilder. Multikulturalismus, Populärkultur und Cultural Studies. Eine Einführung. In: Mayer, Ruth; Terkessidis, Mark (Hg.): Globalkolorit. Multikulturalismus und Populärkultur. St. Andrä/Wördern: Hannibal, 7-23.

McLuhan, Marshall (1964): Understanding Media. The Extensions of Man. London: Routledge & Paul.

McLuhan, Marshall; Fiore, Quentin (1967): The Medium is the Massage. An Inventory of Effects. New York u.a.: Bantam.

McRobbie, Angela (1999a): Jenseits des Kanons. In: Texte zur Kunst. 9. Jahrgang. Heft 35, 143-144.

McRobbie, Angela (1999b): Kunst, Mode und Musik in der Kulturgesellschaft. In: Hoffmann, Justin; von Osten, Marion (Hg.): Das Phantom sucht seinen Mörder. Ein Reader zur Kulturalisierung der Ökonomie. Berlin: b_books, 15-42.

Medosch, Armin (2003): Demonstrieren in der virtuellen Republik. Politischer Aktivismus im Internet gegen staatliche Institutionen und privatwirtschaftliche Unternehmen. In: Schulzki-Haddouti, Christiane (Hg.): Bürgerrechte im Netz. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung, 261-306.

Medosch, Armin; Röttgers, Janko (Hg.) (2001): Netzpiraten. Die Kultur des elektronischen Verbrechens. Hannover: Heinz Heise.

Merten, Klaus (1974): Vom Nutzen der Lasswell-Formel – oder Ideologie in der Kommunikationswissenschaft. In: Rundfunk und Fernsehen. 22. Jahrgang. Nr. 02/1974, 143-165.

Merten, Klaus (1994): Wirkungen von Kommunikation. In: Merten, Klaus; Schmidt, Siegfried J.; Weischenberg, Siegfried (Hg.): Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Opladen: Westdeutscher, 291-328.

Merten, Klaus (1999): Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Bd. 1: Grundlagen der Kommunikationswissenschaft. Münster u.a.: LIT.

Merten, Klaus; Schmidt, Siegfried J.; Weischenberg, Siegfried (Hg.) (1994): Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Opladen: Westdeutscher.

Merten, Klaus; Westerbarkey, Joachim (1994): Public Opinion und Public Relations. In: Merten, Klaus; Schmidt, Siegfried J.; Weischenberg, Siegfried (Hg.): Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Opladen: Westdeutscher, 188-211.

Meyer, Erik (2000): Die Techno-Szene. Ein jugendkulturelles Phänomen aus sozialwissenschaftlicher Perspektive. Opladen: Leske + Budrich.

Mikos, Lothar (1994a): Es wird dein Leben! Familienserien im Fernsehen und im Alltag der Zuschauer. Münster: MAkS.

Mikos, Lothar (1994b): Fernsehen im Erleben der Zuschauer. Vom lustvollen Umgang mit einem populären Medium. München: Quintessenz.

Mikos, Lothar (1999): Die Rezeption der Cultural Studies im deutschsprachigen Raum. In: Hepp, Andreas; Winter, Rainer (Hg.) (^{2}1999): Kultur – Medien – Macht. Cultural Studies und Medienanalyse. Opladen und Wiesbaden: Westdeutscher, 161-171.

Mikos, Lothar (2003): Bad Music oder die Lust am Trash – Differenzästhetik in der popkulturellen Praxis. In: Neumann-Braun, Klaus; Schmidt, Axel; Mai, Manfred (Hg.): Popvisionen. Links in die Zukunft. Frankfurt/Main: Suhrkamp, 226-245.

Mills, Charles Wright (1962): Die amerikanische Elite. Gesellschaft und Macht in den Vereinigten Staaten. Hamburg: Holsten.

Mitterer, Josef (1992): Das Jenseits der Philosophie. Wider das dualistische Erkenntnisprinzip. Wien: Passagen.

Morley, David (1997): Where the Global Meets the Local. Aufzeichnungen aus dem Wohnzimmer. In: montage/av. Zeitschrift für Theorie & Geschichte audiovisueller Kommunikation. 6. Jahrgang. Nr. 01/1997, 5-35.

Moser, Rolf; Scheuermann, Andreas (Hg.) (^{6}2003): Handbuch der Musikwirtschaft. Starnberg und München: Josef Keller.

Mühlbauer, Peter (2002): Verbotene Musik. Das Bastard-Pop-Phänomen zeigt, wie sich die Musikindustrie selbst um Einnahmen bringt. In: Telepolis. URL:http://www.heise.de/tp/deutsch/inhalt/musik/11846/ 1. html (Stand 09.09.2003)

Müller, Andreas (2003): Rhythm & Sound. Die Guten. In: Spex. Magazin für Popkultur. Nr. 10/2003, 100-102.

Müller, Lothar (2003): Deutschland sucht den Polarstern. In einer Gesellschaft ohne wahre Helden wie Dylan oder Cash verbleibt nurmehr: die übliche Prominenz. Eine kleine Soziologie unserer so kleinen Skandale. In: Süddeutsche Zeitung. Nr. 246 vom 25./26.10.2003. Wochenende, I.

Müller, Mario (2003): „Gewerkschaften brauchen eine Gesellschaftsutopie" Der Soziologe Oskar Negt über die Krise der IG Metall und die geschrumpfte Legitimation von Streiks. In: Frankfurter Rundschau online. URL: http://www.fr-aktuell.de/uebersicht/alle_dossiers/politik_

inland/arbeit_2002_gewerkschaften_im_umbruch/?cnt=245810 (Stand: 15.07.2003)

Müller-Doohm, Stefan; Neumann-Braun, Klaus (1995): Kulturinszenierungen – Einleitende Betrachtungen über die Medien kultureller Sinnvermittlung. In: Müller-Doohm, Stefan; Neumann-Braun, Klaus (Hg.): Kulturinszenierungen. Frankfurt/Main: Suhrkamp, 9-23.

Müller-Funk, Wolfgang (2002): Die Kultur und ihre Narrative. Eine Einführung. Wien und New York: Springer.

Münch, Richard (1998): Kulturkritik und Medien – Kulturkommunikation. In: Saxer, Ulrich (Hg.): Medien-Kulturkommunikation. Publizistik-Sonderheft Nr. 2. Opladen: Westdeutscher, 55-66.

Muggleton, David (1998): The Post-subculturalist. In: Redhead, Steve (Hg.) (^{2}1998): The Clubcultures Reader. Readings in Popular Cultural Studies. Oxford und Malden: Blackwell, 167-185.

Muggleton, David (^{2}2002 [2000]): Inside Subculture. The Postmodern Meaning of Style. Oxford und New York: Berg.

Nassehi, Armin (1999): Die Paradoxie der Sichtbarkeit. Für eine epistemologische Verunsicherung der (Kultur-)Soziologie. In: Soziale Welt. Heft 50, 349-361.

Negt, Oskar (2003): Das falsche Pathos. Kapitalismus-Kritik ist nicht antiquiert. In: Frankfurter Rundschau. Nr. 197 vom 25.08.2003, 8.

Negt, Oskar (1969) (Hg.): Die Linke antwortet Jürgen Habermas. Frankfurt/Main: Europäische Verlagsanstalt.

Negt, Oskar; Kluge, Alexander (1972): Öffentlichkeit und Erfahrung. Zur Organisationsanalyse von bürgerlicher und proletarischer Öffentlichkeit. Frankfurt/Main: Suhrkamp.

Negt, Oskar; Kluge, Alexander (2001a): Der unterschätzte Mensch. Band 1. Frankfurt/Main: Zweitausendeins.

Negt, Oskar; Kluge, Alexander (2001b): Der unterschätzte Mensch. Band 2: Geschichte und Eigensinn. Frankfurt/Main: Zweitausendeins.

Neumann-Braun, Klaus (1999): Subversiver Kulturkampf oder dramatisierte Doppelung des Alltags? Bildhermeneutische Analysen der Werbekampagnen von MTV/Deutschland und VIVA in den Jahren 1994 bis 1997. In: Rundfunk und Fernsehen. 47. Jahrgang. Nr. 03/1999, 393-408.

Neumann-Braun, Klaus; Schmidt, Axel (1999): McMusic. Einführung. In: Neumann-Braunn, Klaus (Hg.): VIVA MTV! Popmusik im Fernsehen. Frankfurt/Main: Suhrkamp, 7-42.

Niekisch, Sibylle (2002): Kolonisation und Konsum. Kulturkonzepte in Ethnologie und Cultural Studies. Bielefeld: transcript.

Niewöhner, Petra (2001): AVANTI DILETTANTI. Das neue deutsche Fernsehstarphänomen und seine Rezipienten. Münster: Unveröffentlichte Magisterarbeit.

N. N. (1996a): Hanna zurück zum Theater. In: Westfälische Nachrichten. Nr. 158/1996 vom 10.07.1996, o.S. (Kulturelles Leben).

N. N. (1996b): „Wie eine Peep-Show". Die Schauspielerin Hanna Schygulla über ihre Karriere, die Autorin Elfriede Jelinek und den Geschlechterkampf. In: Der Spiegel. Nr. 28/1996, 152.

Oy, Gottfried (2001): Die Gemeinschaft der Lüge. Medien- und Öffentlichkeitskritik sozialer Bewegungen in der Bundesrepublik. Münster: Westfälisches Dampfboot.

Paetzel, Ulrich (2001): Kunst und Kulturindustrie bei Adorno und Habermas. Perspektiven kritischer TheorieWiesbaden: DUV.

Perniola, Mark (2003): Die Kunst und ihr Schatten. Berlin: Diaphanes.

Peters, Birgit (1996): Prominenz. Eine soziologische Analyse ihrer Entstehung und Wirkung. Opladen: Westdeutscher.

Pfütze, Hermann (1989): Von Adorno zu Beuys. In: Kunstforum International. Band 100: Kunst und Philosophie, 242-252.

Podak, Klaus (1997): Mit Odysseus bei den Sirenen. Das große Buch der Widersprüche: Vor 50 Jahren erschien Horkheimer/Adornos „Dialektik der Aufklärung". In: Süddeutsche Zeitung. Nr. 128 vom 07./08. Juni 1997. Wochenendbeilage, I.

Poschardt, Ulf (1998): Anpassen. Hamburg: Rogner & Bernhard.

Poschardt, Ulf (2002): Mutant. In: Kunstforum International. Band 158: Der erfundene Zwilling: Transgene Kunst II, 58 – 61.

Poster, Mark (1994): Critical Theory and Technoculture: Habermas and Baudrillard. In: Kellner, Douglas (Hg.): Baudrillard. A Critical Reader. Oxford: Blackwell, 68-88.

Pracht, Erwin et al (1975): Einführung in den sozialistischen Realismus. Berlin: Dietz.

Prange, Regine (2003): Reflexion auf die eigene Geschichte. Magische Mimesis und künstlerische Idiosynkrasie: Die anthropologischen Grundlagen von Adornos Ästhetik. In: Frankfurter Rundschau. Nr. 138 vom 17.06.2003, 11.

Prokop, Dieter (1974): Massenkultur und Spontaneität. Zur veränderten Warenform der Massenkommunikation im Spätkapitalismus. Frankfurt/Main: Suhrkamp.

Prokop, Dieter (1979): Faszination und Langeweile. Die populären Medien. Stuttgart: Ferdinand Enke/dtv.

Prokop, Dieter (1982): Soziologie des Films. Frankfurt/Main: Fischer.

Prokop, Dieter (1985): Die Bewusstseinsfixierung. In: Prokop, Dieter (Hg.): Medienforschung. Band 1: Konzerne, Macher, Kontrolleure. Frankfurt/Main: Fischer, 504-539.

Prokop, Dieter (1995): Medien-Macht und Medien-Wirkung. Ein geschichtlicher Überblick. Freiburg im Breisgau: Rombach.

Prokop, Dieter (2000): Der Medien-Kapitalismus. Das Lexikon der neuen kritischen Medienforschung. Hamburg: VSA.

Prokop, Dieter (2001): Der Kampf um die Medien. Das Geschichtsbuch der neuen kritischen Theorie. Hamburg: VSA.

Prokop, Dieter (2002a): Die Realität des Medien-Kapitalismus. Die Sicht der neuen kritischen Medienforschung. In: Hepp, Andreas; Löffelholz, Martin (Hg.): Grundlagentexte zur transkulturellen Kommunikation. Konstanz: UVK [UTB], 403-420.

Prokop, Dieter (2002b): Die Unzufriedenheit mit den Medien. Das Theorie-Erzählbuch der neuen kritischen Medienforschung. Hamburg: VSA.

Prokop, Dieter (2003): Mit Adorno gegen Adorno. Negative Dialektik der Kulturindustrie. Hamburg: VSA.

Prokop, Dieter (1972) (Hg.): Massenkommunikationsforschung. Band 1: Produktion. Frankfurt/Main: Fischer.

Prokop, Dieter (1973) (Hg.): Massenkommunikationsforschung. Band 2: Konsumtion. Frankfurt/Main: Fischer.

Prokop, Dieter (1977) (Hg.): Massenkommunikationsforschung. Band 3: Produktanalysen. Frankfurt/Main: Fischer.

Prokop, Dieter (1985a) (Hg.): Medienforschung. Band 1: Konzerne, Macher, Kontrolleure. Frankfurt/Main: Fischer.

Prokop, Dieter (1985b) (Hg.): Medienforschung. Band 2: Wünsche, Zielgruppen, Wirkungen. Frankfurt/Main: Fischer.

Prokop, Dieter (1986) (Hg.): Medienforschung. Band 3: Analysen, Kritiken, Ästhetik. Frankfurt/Main: Fischer.

QRT (1999): Schlachtfelder der elektronischen Wüste. Schwarzkopf, Schwarzenegger, Black Magic Johnson. Berlin: Merve.

Rademacher, Claudia (2000): Kitt oder Sprengstoff? Populärkultur zwischen Affirmation und Subversion. In: Rademacher, Claudia; Wiechens, Peter (Hg.): Verstehen und Kritik. Soziologische Suchbewegungen nach dem Ende der Gewissheiten. Wiesbaden: Westdeutscher, 321-345.

Rajchman, John (2000): Foucaults Kunst des Sehens. In: Holert, Tom (Hg.): Imagineering. Visuelle Kultur und Politik der Sichtbarkeit. Jahresring 47. Köln: Oktagon, 40-63.

Rau, Johannes (2003): Schiller-Rede von Bundespräsident Johannes Rau. Marbach, 10.11.2003. URL: http://www.bundespraesident.de/dokumente/Rede/ix_93434.htm (Stand: 11.11.2003)

Redhead, Steve (1997): Subculture to Clubcultures. An Introduction to Popular Cultural Studies. Oxford und Malden: Blackwell.

Renger, Rudi (2000): Eine Theorie vom nächsten Donnerstag? Zum Journalismus in der Populärkultur. In: Göttlich, Udo; Winter, Rainer (Hg.): Politik des Vergnügens. Zur Diskussion der Populärkultur in den Cultural Studies. Köln: Herbert von Halem, 215-232.

Richard, Birgit (1998): Die oberflächlichen Hüllen des Selbst. Mode als ästhetisch-medialer Komplex. In: Kunstforum International. Band 141: Mode, 48-95.

Rickert, Heinrich (1986 [1926]): Kulturwissenschaft und Naturwissenschaft. Stuttgart: Reclam.

Riesman, David (1958): Die einsame Masse. Eine Untersuchung der Wandlungen des amerikanischen Charakters. Hamburg: Rowohlt.

Roche, Charlotte (2002): Nur für Mädchen: Cool sein. In: Klotzek, Timm, Deckert, Marc (Hg.): Nur für Jungs – Nur für Mädchen. Meinungsverschiedenheiten. Köln: Kiepenheuer & Witsch: 26-27.

Röttgers, Janko (2003): Mix, Burn & R.I.P. Das Ende der Musikindustrie. Hannover: Heise.

Rosenberg, Bernard; White, David Manning (Hg.) (1957): Mass Culture. The Popular Arts in America. Glencoe: The Free Press.

Roß, Dieter (1993): Die neue Unverbindlichkeit. Der Zerfall der Öffentlichkeit und die Allgegenwart der Medien. In: Kortzfleisch, Siegfried von; Cornehl, Peter (Hg.): Medienkult - Medienkultur. Berlin und Hamburg: Reimer, 15-33.

Roszak, Theodore (1995 [1968, 1969]): The Making of a Counter Culture. Reflections on the Technocratic Society and Its Youthful Opposition. Berkeley, Los Angeles und London: California.

Rowe, David (1995): Popular Cultures. Rock Music, Sport and The Politics of Pleasure. London u.a.: Sage.

Rusch, Gebhard (2002): Medienwissenschaft als transdisziplinäres Forschungs-, Lehr- und Lernprogramm. Plädoyer für eine integrierte Medien- und Kommunikationswissenschaft. In: Rusch, Gebhard (Hg.): Einführung in die Medienwissenschaft. Konzeptionen, Theorien, Methoden, Anwendungen. Wiesbaden: Westdeutscher, 69-82.

Rushkoff, Douglas (1994): Media Virus. Hidden Agendas in Popular Culture. New York: Ballantine.

Rutschky, Michael (2003): Das Katastrophengefühl der Kritischen Theorie. Der Weg nach draußen: Eine studentische Erinnerung im Adorno-Jahr. In: Frankfurter Rundschau. Nr. 107 vom 09.05.2003, 11.

Sack, Fritz (1971): Die Idee der Subkultur: Eine Berührung zwischen Anthropologie und Soziologie. In: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. 23. Jahrgang. Nr. 02/1971, 261-282.

Sälzer, Christian (2001): Was Cultural Studies waren, sind und nicht mehr sein müssen. In: Deck, Jan; Dellmann, Sarah; Loick, Daniel; Müller, Johanna (Hg.): ich schau dir in die augen, gesellschaftlicher verblendungszusammenhang! texte zu subjektkonstitution und ideologieproduktion. Mainz: Ventil, 66-79.

Sandbothe, Mike (2003): Medien-Kommunikation-Kultur – Grundlagen einer pragmatischen Kulturwissenschaft. In: Karmasin, Matthias; Winter, Carsten (Hg.) (2003): Kulturwissenschaft als Kommunikationswissenschaft. Projekte, Probleme und Perspektiven. Wiesbaden: Westdeutscher, 257-271.

Saxer, Ulrich (1998): Zur Theorie von Medien-Kulturkommunikation. In: Saxer, Ulrich (Hg.): Medien-Kulturkommunikation. Sonderheft 2/ 1998 der Publizistik. Opladen und Wiesbaden: Westdeutscher, 9-43.

Saxer, Ulrich (2000): Mythos Postmoderne: Kommunikationswissenschaftliche Bedenken. In: Medien & Kommunikationswissenschaft. Nr. 1/ 2000, 85-92.

Schäfer, Sebastian (2003): Popmusik in der DDR. Eine Chronik. In: Testcard. Beiträge zur Popgeschichte. Heft 12: Linke Mythen, 24-30.

Schanze, Helmut (2002): Medien, Methoden, Theorien. Nachüberlegungen zum Methoden- und Theoriedialog des Sonderforschungsbereichs 240 »Bildschirmmedien«. In: Gendolla, Peter; Ludes, Peter; Roloff, Volker (Hg.): Bildschirm – Medien – Theorien. München: Wilhelm Fink, 23-32.

Schanze, Helmut (Hg.) (2001): Handbuch der Mediengeschichte. Stuttgart: Alfred Kröner.

Schanze, Helmut (Hg.) (2002): Metzler Lexikon Medientheorie/Medienwissenschaft. Ansätze – Personen – Grundbegriffe. Stuttgart und Weimar: J. B. Metzler.

Scheit, Gerhard (1997): Roll over Adorno? Kleine Musikgeschichte des Fordismus (notiert nach Art der Sonate). In: Weg und Ziel. Nr. 5. 55. Jahrgang, 3-11.

Schenk, Michael (1987): Medienwirkungsforschung. Tübingen: Mohr.

Schlichting, Hans Burkhard (1990): Pioniere des Medialen. Zur Aktualität der dadaistischen Kultur-Attacke. In: Brackert, Helmut; Wefelmeyer, Fritz (Hg.): Kultur. Bestimmungen im 20. Jahrhundert. Frankfurt/ Main: Suhrkamp, 32-85.

Schmidt, Axel; Neumann-Braun, Klaus (2003): Keine Musik ohne Szene? Ethnografie der Musikrezeption Jugendlicher. In: Neumann-Braun, Klaus; Schmidt, Axel; Mai, Manfred (Hg.): Popvisionen. Links in die Zukunft. Frankfurt/Main: Suhrkamp, 246-272.

Schmidt, Siegfried J. (1971): Ästhetische Prozesse. Beiträge zu einer Theorie der nicht-mimetischen Kunst und Literatur. Köln: Kiepenheuer & Witsch.

Schmidt, Siegfried J. (1973): Texttheoretische Aspekte von Negation. In: Zeitschrift für Germanistische Linguistik (ZGL). Heft 2, 178-208.

Schmidt, Siegfried J. (1987a): Der Radikale Konstruktivismus: Ein neues Paradigma im interdisziplinären Diskurs. In: Schmidt, Siegfried J. (Hg.): Der Diskurs des Radikalen Konstruktivismus. Frankfurt/Main: Suhrkamp, 11-88.

Schmidt, Siegfried (1987b): Kunst: Pluralismen, Revolten. Bern: Benteli.

Schmidt, Siegfried J. (1989): Die Selbstorganisation des Sozialsystems Literatur im 18. Jahrhundert. Frankfurt/Main: Suhrkamp.

Schmidt, Siegfried J. (1991): Grundriß der Empirischen Literaturwissenschaft. Frankfurt/Main: Suhrkamp.

Schmidt, Siegfried J. (1992a): Der Kopf, die Welt, die Kunst. Konstruktivismus als Theorie und Praxis. Wien u.a.: Böhlau.

Schmidt, Siegfried J. (1992b): Medien, Kultur: Medienkultur. Ein konstruktivistisches Gesprächsangebot. In: Schmidt, Siegfried J. (Hg.):

Kognition und Gesellschaft. Der Diskurs des Radikalen Konstruktivismus 2. Frankfurt/Main: Suhrkamp, 425-450.

Schmidt, Siegfried J. (1992c): Radikaler Konstruktivismus. Forschungsperspektiven für die 90er Jahre. In: Schmidt, Siegfried J. (Hg.): Kognition und Gesellschaft. Der Diskurs des Radikalen Konstruktivismus 2. Frankfurt/Main: Suhrkamp, 7-23.

Schmidt, Siegfried J. (1993): Zur Ideengeschichte des Radikalen Konstruktivismus. In: Florey, Ernst; Breidbach, Olaf (Hg.): Das Gehirn – Organ der Seele? Zur Ideengeschichte der Neurobiologie. Berlin: Akademie, 327-349.

Schmidt, Siegfried J. (1994a): Einleitung: Handlungsrollen im Fernsehsystem. In: Faulstich, Werner (Hg.): Vom „Autor" zum Nutzer: Handlungsrollen im Fernsehen. München: Fink, 12-26.

Schmidt, Siegfried J. (1994b): Kognitive Autonomie und soziale Orientierung. Konstruktivistische Bemerkungen zum Zusammenhang von Kognition, Kommunikation, Medien und Kultur. Frankfurt/Main: Suhrkamp.

Schmidt, Siegfried J. (1994c): Medien = Kultur? Wabern-Bern: Benteli.

Schmidt, Siegfried J. (1995): Werbung zwischen Wirtschaft und Kunst. In: Schmidt, Siegfried J.; Spieß, Brigitte (Hg.): Werbung, Medien und Kultur. Opladen: Westdeutscher, 26-43.

Schmidt, Siegfried J. (1996): Die Welten der Medien. Grundlagen und Perspektiven der Medienbeobachtung. Braunschweig: Vieweg.

Schmidt, Siegfried J. (1998a): Die Zähmung des Blicks. Konstruktivismus – Empirie – Wissenschaft. Frankfurt/Main: Suhrkamp.

Schmidt, Siegfried J. (1998b): Kultur und die große Fiktionsmaschine Gesellschaft. In: März Akademie Stuttgart (Hg.): Merz Akademie 2. Stuttgart: Merz Akademie, 29-36.

Schmidt, Siegfried J. (1998c): Modernisierung, Kontingenz, Medien: Hybride Beobachtungen. In: Vattimo, Gianni; Welsch, Wolfgang (Hg.): Medien-Welten Wirklichkeiten. München: Wilhelm Fink, 173-186.

Schmidt, Siegfried J. (1999a): Kultur als Programm. Zur Diskussion gestellt. In: Viehoff, Reinhold; Segers, Rien T. (Hg.): Kultur, Identität, Europa: Über die Schwierigkeiten und Möglichkeiten einer Konstruktion. Frankfurt/Main: Suhrkamp, 120-129.

Schmidt, Siegfried J. (1999b): Kunst als Konstruktion: Konstruktivistische Beobachtungen. In: Weber, Stefan (Hg.): Was konstruiert Kunst? Wien: Passagen, 19-46.

Schmidt, Siegfried J. (1999c): Medien-Kultur-Wissenschaft. In: Pias, Claus (Hg.): [me'diən]^{i} Dreizehn Vorträge zur Medienkultur. Weimar: Verlag und Datenbank für Geisteswissenschaften, 183-198.

Schmidt, Siegfried J. (1999d): Technik - Medien - Politik. Die Erwartbarkeit des Unerwartbaren. In: Maresch, Rudolf; Werber, Niels (Hg.): Kommunikation, Medien, Macht. Frankfurt/Main: Suhrkamp, 108-132.

Schmidt, Siegfried J. (2000a): Aufmerksamkeit – revisited. Das Mediensystem verstrickt sich in eine mörderische Paradoxie. In: Telepolis. URL: http://www.heise.de/tp/deutsch/special/auf/4543/ 1.html (Stand: 02.06.2003)

Schmidt, Siegfried J. (2000b): Kalte Faszination. Medien – Kultur – Wissenschaft in der Mediengesellschaft. Weilerswist: Velbrück Wissenschaft.

Schmidt, Siegfried J. (2000c): Kultur und Modi von Kulturalität. In: Autoren für die Festschrift (Hg.): Deutsche Literatur in Korea. Ein Beispiel für angewandte Interkulturalität. Seoul: Munmeni, 26-39.

Schmidt, Siegfried J. (2001a): Aufmerksamkeit: die Währung der Medien. In: Assmann, Aleida; Assmann, Jan (Hg.): Aufmerksamkeiten. Archäologie der literarischen Kommunikation VII. München: Fink, 183-196.

Schmidt, Siegfried J. (2001b): Kultur und Kontingenz: Lehren des Beobachters. In: Müller, Albert; Müller, Karl H.; Stadler, Friedrich (Hg.) (^{2}2001): Konstruktivismus und Kognitionswissenschaft. Kulturelle Wurzeln und Ergebnisse. Wien und New York: Springer, 183-192.

Schmidt, Siegfried J. (2002a): Es gibt keine Kultur, aber wir brauchen sie. In: Göttlich, Udo; Gebhardt, Winfried; Albrecht, Clemens (Hg.): Populäre Kultur als repräsentative Kultur. Die Herausforderung der Cultural Studies. Köln: Herbert von Halem, 105-124.

Schmidt, Siegfried J. (2002b): Interdisziplinarität – Empirisierung – Medienorientierung: Stationen eines glücklichen Scheiterns. Münster: Vortragsmanuskript DFG-Rundgespräch „Innovation und Modernisierung in der Germanistik von 1965 bis 1980. Perspektiven auf ein Fach im Wandel" vom 23.-25.10.2002 in der Katholischen Akademie Wolfsburg.

Schmidt, Siegfried J. (2002c): Medienwissenschaft und Nachbardisziplinen. In: Rusch, Gebhard (Hg.): Einführung in die Medienwissenschaft. Konzeptionen, Theorien, Methoden, Anwendungen. Wiesbaden: Westdeutscher, 53-68.

Schmidt, Siegfried J. (2002d): Vom Anfang (Von Franz Josef Czernin lernend). In: Schmidt, Siegfried J. (2002): Erfahrungen. Österreichische Texte beobachtend. Klagenfurt und Wien: Ritter, 7-16.

Schmidt, Siegfried J. (2003a): Geschichten & Diskurse. Abschied vom Konstruktivismus. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.

Schmidt, Siegfried J. (2003b): Medienkulturwissenschaft. In: Nünning, Ansgar; Nünning, Vera (Hg.): Konzepte der Kulturwissenschaften. Stuttgart und Weimar: J. B. Metzler, 351-369.

Schmidt, Siegfried J. (2003c): Über die Fabrikationen von Identität. In: Kimminich, Eva (Hg.): Kulturelle Identität. Konstruktionen und Krisen. Frankfurt/Main u.a.: Peter Lang, 1-19.

Schmidt, Siegfried J. (2004): Unternehmenskultur: Die Grundlage für den wirtschaftlichen Erfolg von Unternehmen. Göttingen: Velbrück.

Schmidt, Siegfried J.; Spieß, Brigitte (1996): Die Kommerzialisierung der Kommunikation. Fernsehwerbung und sozialer Wandel 1956-1989. Frankfurt/Main: Suhrkamp.

Schmidt, Siegfried J.; Westerbarkey, Joachim (2000): Mehr Querschläger als Blattschuss: Eine Replik auf Ulrich Saxers Philippika wider postmoderne Kommunikationstheoreme. In: Medien & Kommunikationswissenschaft. Nr. 2/2000, 247-251.

Schmidt, Siegfried J.; Zurstiege, Guido (2000a): Orientierung Kommunikationswissenschaft. Was sie kann, was sie will. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.

Schmidt, Siegfried J.; Zurstiege, Guido (2000b): Über die (Un-)Steuerbarkeit kognitiver Systeme. Kognitive und soziokulturelle Aspekte der Werbewirkungsforschung. In: Hejl, Peter M.; Stahl, Heinz K. (Hg.): Management und Wirklichkeit. Das Konstruieren von Unternehmen, Märkten und Zukünften. Heidelberg: Carl-Auer-Systeme, 297-331.

Schmidt, Siegfried J.; Zurstiege, Guido (2001): Werbung und Wirksamkeit. In: Best Patterns. Erfolgsmuster für zukunftsfähiges Management. Neuwied und Kriftel: Luchterhand, 377-387.

Schmiedke-Rindt, Carina (1998): „Express Yourself – Madonna be with you". Madonnafans und ihre Lebenswelt. Augsburg: Sonnentanz.

Schmiedke-Rindt, Carina (1999): She's Got herself a Universe 1 oder: Die Vorstellung einer Lebenswelt und ihrer BewohnerInnen im Widerschein des Madonna-Fanomens. In: Hepp, Andreas; Winter, Rainer (Hg.) (^{2}1999): Kultur – Medien – Macht. Cultural Studies und Medienanalyse. Opladen und Wiesbaden: Westdeutscher, 337-357.

Schnaidt, Malte (2003): [sprachesprechenjazz] Überlegungen zu Helge Schneider. In: kultuRRevolution. Zeitschrift für angewandte Diskurstheorie. Heft 45/46, 147-153.

Schneidewind, Petra; Tröndle, Martin (Hg.) (2003): Selbstmanagement im Musikbetrieb. Handbuch für Musikschaffende. Bielefeld: transcript.

Schnierer, Thomas (1995): Modewandel und Gesellschaft. Die Dynamik von 'in' und 'out'. Opladen: Leske + Budrich.

Schulze, Gerhard (^{5}1995 [1992]): Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart. Frankfurt/Main und New York: Campus.

Schulze, Gerhard (2000): Was wird aus der Erlebnisgesellschaft? In: Aus Politik und Zeitgeschichte. Beilage zur Wochenzeitung Das Parlament. Nr. 12/2000, 3-6.

Schumacher, Eckhard (2003): »Rückkopplungen von Rückkopplungen mit Rückkopplungen«. Störungen im Pop-Diskurs. In: Kümmel, Albert; Schüttpelz, Erhard (Hg.): Signale der Störung. München: Wilhelm Fink, 209-227.

Schwendter, Rolf (1990): Theoretiker der Subkultur. Brackert, Helmut; Wefelmeyer, Fritz (Hg.): Kultur. Bestimmungen im 20. Jahrhundert. Frankfurt/Main: Suhrkamp, 398-420.

Schwendter, Rolf ([4]1993) [1973]: Theorie der Subkultur. Hamburg: Europäische Verlagsanstalt.

Schwendter, Rolf (1996): Subkulturen & Avantgarden. In: Kunstforum International. Band 134: Art & Pop & Crossover, 95-99.

Séguéla, Jacques (1983): Hollywood wäscht weißer. Werbung mit dem Starsystem. Landsberg am Lech: Moderne Industrie.

Sennett, Richard ([13]2002 [1974]): Verfall und Ende des öffentlichen Lebens. Die Tyrannei der Intimität. Frankfurt/Main: Fischer.

Serres, Michel (1964): Das Kommunikationsnetz: Penelope. In: Serres, Michel (1991): Hermes I. Kommunikation. Berlin: Merve, 9-23.

Shusterman, Richard (1994): Kunst leben. Die Ästhetik des Pragmatismus. Frankfurt/Main: Fischer.

Shusterman, Richard (1998): Soma und Medien. In: Vattimo, Gianni; Welsch, Wolfgang (Hg.): Medien-Welten Wirklichkeiten. München: Wilhelm Fink, 113-126.

Singh, Simon ([8]2003 [1997]): Fermats letzter Satz. Die abenteuerliche Geschichte eines mathematischen Rätsels. München: dtv.

Soeffner, Hans-Georg (1986): Stil und Stilisierung. Punk oder die Überhöhung des Alltags. In: Soeffner, Hans-Georg (1992): Die Ordnung der Rituale. Die Auslegung des Alltags 2. Frankfurt/Main: Suhrkamp, 76-101.

Soeffner, Hans-Georg (1989): Rituale des Anti-Ritualismus – Materialien für Außeralltägliches. In: Soeffner, Hans-Georg (1992): Die Ordnung der Rituale. Die Auslegung des Alltags 2. Frankfurt/Main: Suhrkamp, 102-130.

Sontag, Susan ([5]1999 [1980]): Kunst und Antikunst. 24 literarische Analysen. Frankfurt/Main: Fischer.

Spahr, Angela (2000): Der Verfall der Aura. Walter Benjamin. In: Kloock, Daniela; Spahr, Angela ([2]2000): Medientheorien. Eine Einführung. München: Wilhelm Fink [UTB], 13-37.

Staab, Joachim Friedrich (1990): Nachrichtenwert-Theorie. Formale Struktur und empirischer Gehalt. Freiburg und München: Alber.

Stäheli, Urs (2000): Das Populäre zwischen Cultural Studies und Systemtheorie. In: Göttlich, Udo; Winter, Rainer (Hg.): Politik des Vergnügens. Zur Diskussion der Populärkultur in den Cultural Studies. Köln: Herbert von Halem, 321-336.

Stange, Raimar (2003): Zurück in die Kunst. Hamburg: Rogner & Bernhard.

Steinert, Heinz (1998): Kulturindustrie. Münster: Westfälisches Dampfboot.

Storey, John ([3]2001): Cultural Theory and Popular Culture: an Introduction. Harlow u.a.: Prentice Hall.

Storey, John (2003): Cultural Studies und Populärkultur. Oder: Warum sind Cultural Studies keine Politische Ökonomie? In: Hepp, Andreas;

Winter, Carsten (Hg.): Die Cultural Studies Kontroverse. Lüneburg: zuKlampen!, 166-180.

Storms, Christian (1995): Die Fabrik tanzt. In: Spex. Nr. 08/1995, 46-47.

Strasser, Johano (2001): Leben oder Überleben. Wider die Zurichtung des Menschen zu einem Element des Marktes. Zürich: Pendo.

Strinati, Dominic (1995): An Introduction to The Theories of Popular Culture. London und New York: Routledge.

Strobel, Ricarda; Faulstich, Werner (1998): Die deutschen Fernsehstars. Band 1-4. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.

Suchsland, Rüdiger (2000): „Da ist ja kein Adorno mehr…" Kultstätte der Empirie: Ein Besuch im Frankfurter Institut für Sozialforschung. In: Frankfurter Rundschau. Nr. 84 vom 08.04.2000, 10.

Tepel, Oliver (2002): Poison Arrow. Pop 1982. In: Spex. Das Magazin für Popkultur. Nr. 08/2002, 65.

Terkessidis, Mark (1998): Psychologie des Rassimus. Opladen: Westdeutscher.

Terkessidis, Mark (1999): Globale Kultur in Deutschland – oder: Wie unterdrückte Frauen und Kriminelle die Hybridität retten. In: Hepp, Andreas; Winter, Rainer (Hg.) (^{2}1999): Kultur – Medien – Macht. Cultural Studies und Medienanalyse. Opladen und Wiesbaden: Westdeutscher, 237-252.

Terkessidis, Mark (2001): Differenzkonsum. In: Zurstiege, Guido; Schmidt, Siegfried J. (Hg.): Werbung, Mode und Design. Wiesbaden: Westdeutscher, 261-268.

Terkessidis, Mark (2003): Wer zu spät kommt, den bestraft die Soziologie. Cultural Studies in Deutschland zehn Jahre nach dem „Ende der Jugendkultur". Münster: Vortrag am 05.12.2003 (Tagung „Kulturschutt, Pragmatismus und Recycling").

Terkessidis, Mark; Werber, Niels (1992): Grundlage für einen Schlagabtausch. In: Texte zur Kunst. 2. Jahrgang. Heft 6, 91-99.

Teske, Doris (2002): Cultural Studies: GB. Berlin: Cornelsen.

Testcard (1997): Heft 5. Kulturindustrie: Kompaktes Wissen für den Dancefloor. Mainz: Verlag Jens Neumann.

Tetzlaff, David (1994): Music for Meaning: Reading The Discourse of Authenticity in Rock. In: Journal of Communication Inquiry. 18. Jahrgang. Nr. 01/1994, 95-117.

Thompson, Edward P. (1963): The Making of the English Working Class. New York: Vintage.

Thompson, Edward P. (1987a): Die Entstehung der englischen Arbeiterklasse. Erster Band. Frankfurt/Main: Suhrkamp.

Thompson, Edward P. (1987b): Die Entstehung der englischen Arbeiterklasse. Zweiter Band. Frankfurt/Main: Suhrkamp.

Thompson, Edward P. (1999): Kritik an Raymond Williams' *The Long Revolution*. In: Bromley, Roger; Göttlich, Udo; Winter, Carsten (Hg.):

Cultural Studies. Grundlagentexte zur Einführung. Lüneburg: zuKlampen!, 75-91.

Thompson, Michael (²2003 [1979]): Mülltheorie. Über die Schaffung und Vernichtung von Werten. Stuttgart: Klett-Cotta.

Thomsen, Christian W. (1998): Kritischer Medienstar zwischen Pop und Avantgarde. In: Bardmann, Theodor M. (Hg.): Zirkuläre Positionen 2. Die Konstruktion der Medien. Opladen und Wiesbaden: Westdeutscher, 61-64.

Thornton, Sarah (1996): Club Cultures. Music, Media and Subcultural Capital. Hanover und London: Wesleyan UP.

Thurn, Hans Peter (1986): Abbau von Kultur: Dekulturation. In: Neidhardt, Friedhelm; Lepsius, Rainer M.; Weiß, Johannes (Hg.): Kultur und Gesellschaft. Opladen: Westdeutscher, 379-396.

Ullmaier, Johannes (1995): Pop Shoot Pop. Über Historisierung und Kanonbildung in der Popmusik. Rüsselsheim: Frank Hofmann.

Vannini, Phillip; Myers, Scott M. (2002): Crazy About You: Reflections on the Meanings of Contemporary Teen Pop Music. In: Electronic Journal of Sociology (2002). URL: http://www.sociology.org/content/vol006002/vannini_myers.html (Stand 23.07.2003).

Vaskovics, Laszlo A. (1995): Subkulturen und Subkulturkonzepte. In: Forschungsjournal Neue Soziale Bewegungen. 8. Jahrgang. Nr. 2/ 1995, 11-23.

Venker, Thomas (2003): Ignoranz und Inszenierung. Schreiben über Pop. Mainz: Ventil.

Vesper, Michael (2001): die messe in zitaten. In: Musikwoche. Das Nachrichtenmagazin für die Musikbranche. Nr. 35, 11.

Viehoff, Reinhold (2002): Von der Literaturwissenschaft zur Medienwissenschaft. Oder: vom Text- über das Literatursystem zum Mediensystem. In: Rusch, Gebhard (Hg.): Einführung in die Medienwissenschaft. Konzeptionen, Theorien, Methoden, Anwendungen. Wiesbaden: Westdeutscher, 10-35.

Vollbrecht, Ralf (2001): Zur Vermarktung von Jugendkulturen in der Werbung. In: Zurstiege, Guido; Schmidt, Siegfried J. (Hg.): Werbung, Mode und Design.Wiesbaden: Westdeutscher, 243-260.

Walder, Patrick (1999): Body & Sex. In: Anz, Philipp; Walder, Patrick (Hg.): Techno. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt, 266-279.

Wallerstein, Immanuel (2002): Utopistik. Historische Alternativen des 21. Jahrhunderts. Wien: Promedia.

Weber, Samuel (2003): Walter Benjamin: Medium als Störung. In: Kümmel, Albert; Schüttpelz, Erhard (Hg.): Signale der Störung. München: Wilhelm Fink, 31-41.

Weber, Stefan (1999): Kunst jenseits von Konstruktion und System? In: Weber, Stefan (Hg.): Was konstruiert Kunst? Wien: Passagen, 119-148.

Weber, Stefan (2001): Vom Fremdwort »Medienkritik«. Warum (nicht nur) die Kommunikationswissenschaft immer affirmativer wird. URL: http://www.heise.de/tp/deutsch/html/result.xhtml?url=/tp/deutsch/inhalt/co/4715/1.html&words=Stefan%20Weber%20Medienkritik (Stand: 02.06.2003)

Weibel, Peter (1987): Von der visuellen Musik zum Musikvideo. In: Bódy, Veruschka; Weibel, Peter (Hg.): Clip, Klapp, Bum. Von der visuellen Musik zum Musikvideo. Köln: DuMont, 53-163.

Weibel, Peter (1989): Der Ausstieg aus der Kunst als höchste Form der Kunst. Im Gespräch mit Sara Rogenhofer und Florian Rötzer. In: Kunstforum International. Band 98: Kunst und die neuen Technologien, 60-75.

Weinzierl, Rupert (2000): Fight the Power! Eine Geheimgeschichte der Popkultur und die Formierung neuer Substreams. Wien: Passagen.

Weinzierl, Rupert (2001): Subkultureller Protest in Zeiten des Pop-Entrepreneurs. In: sinn-haft. Heft 11, 16-21.

Weischenberg, Siegfried (1990): Der Kampf um die Köpfe. Affären und die Spielregeln der „Mediengesellschaft". In: Deutsches Institut für Fernstudien an der Universität Tübingen (Hg.): Funkkolleg *Medien und Kommunikation*. Studienbrief 1. Weinheim und Basel: Beltz, 11-49.

Weischenberg, Siegfried (1992): Journalistik. Medienkommunikation: Theorie und Praxis. Band 1: Mediensysteme, Medienethik, Medieninstitutionen. Opladen: Westdeutscher.

Weischenberg, Siegfried (1995): Journalistik. Medienkommunikation: Theorie und Praxis. Band 2: Medientechnik, Medienfunktionen, Medienakteure. Opladen: Westdeutscher.

Weißenborn, Rainer (2003): Post aus Holland. Münster: Agenda.

Welsch, Wolfgang (1994): Transkulturalität. Lebensformen nach der Auflösung der Kulturen. In: Luger, Kurt; Renger, Rudi (Hg.): Dialog der Kulturen. Die multikulturelle Gesellschaft und die Medien. Wien und St. Johann im Pongau: Österreichischer Kunst- und Kulturverlag, 147-169.

Wenzel, Harald (2001): Die Abenteuer der Kommunikation. Echtzeitmassenmedien und der Handlungsraum der Hochmoderne. Weilerswist: Velbrück.

Westerbarkey, Joachim (1991): Das Geheimnis: zur funktionalen Ambivalenz von Kommunikationsstrukturen. Opladen: Westdeutscher.

Westerbarkey, Joachim (1992): Grundlagen und Aspekte der Nachrichtentheorie. In: Communications. 17. Jahrgang. Nr. 03/1992, 283-295.

Westerbarkey, Joachim (1993): Virtuelle Publizität: Öffentlichkeit als imaginäres Kommunikationssystem. In: Faulstich, Werner (Hg.): Konzepte für Öffentlichkeit. 3. Lüneburger Kolloquium zur Medienwissenschaft. Bardowick: Wissenschaftler-Verlag Faulstich, 83-100.

Westerbarkey, Joachim (1995a): Journalismus und Öffentlichkeit. Aspekte publizistischer Interdependenz und Interpenetration. In: Publizistik. Vieteljahreshefte für Kommunikationsforschung. 40. Jahrgang. Nr. 02/ 1995, 152-162.

Westerbarkey, Joachim (1995b): Medienmenschen: Publizistische Komponenten personaler Attraktivität. In: Communications. The European Journal of Communication. 20. Jahrgang. Nr. 01/1995, 25-32.

Westerbarkey, Joachim (2002): Wervan: Strategien, Formen und Funktionen idealisierter Selbstinszenierungen. In: Willems, Herbert (Hg.): Die Gesellschaft der Werbung. Kontexte und Texte. Produktionen und Rezeptionen. Entwicklungen und Perspektiven. Wiesbaden: Westdeutscher, 345-357.

Wicke, Peter (1989): Rockmusik. Zur Ästhetik und Soziologie eines Massenmediums. Leipzig: Reclam jun.

Wicke, Peter (1995): Popmusik – Konsumfetischismus oder kulturelles Widerstandspotential? Gesellschaftliche Dimensionen eines Mythos. In: Heuger, Markus; Prell, Matthias (Hg.): Popmusic yesterday, today, tomorrow. Regensburg: ConBrio, 21-34.

Wicke, Peter (1997): Popmusikforschung in der DDR. In: Maas, Georg; Reszel, Hartmut (Hg.): Popularmusik und Musikpädagogik in der DDR. Forschung – Lehre – Wertung. Augsburg: Wißner, 52-68.

Wicke, Peter (1998): Popmusik in der DDR. Zwischen Anpassung und Widerstand. In: Kemper, Peter; Langhoff, Thomas; Sonnenschein, Ulrich (Hg.): but I like it. Jugendkultur und Popmusik. Ditzingen: Reclam, 268-283.

Wicke, Peter (2001): Von Mozart zu Madonna. Eine Kulturgeschichte der Popmusik. Frankfurt/Main: Suhrkamp.

Williams, Raymond (1961): The Long Revolution. London: Chatto and Windus.

Williams, Raymond (1972): Gesellschaftstheorie als Begriffsgeschichte. Studien zur historischen Semantik von »Kultur«. München: Rogner & Bernhard.

Williams, Raymond (1977): Innovationen. Über den Prozesscharakter von Literatur und Kultur (Hg. v. H. Gustav Klaus). Frankfurt/Main: Syndikat.

Williams, Raymond (1981): Culture. Glasgow: Fontana.

Williams, Raymond (1983 [1958]): Culture and Society 1780-1950. New York: Columbia University Press.

Williams, Raymond (1988 [1976]): Keywords. A Vocabulary of Culture and Society. London: Fontana.

Williams, Raymond (1998): Sprache und Avantgarde. In: Die Beute – neue Folge. Halbjahresschrift für Politik und Verbrechen. Heft 1: Politik und Kunst I: Subversion des Kulturmanagements, 57-75.

Willis, Paul E. (1978): Symbol und Realität. Zur gesellschaftlichen Bedeutung der Popmusik. In: Ästhetik und Kommunikation. Beiträge zur politischen Erziehung. 9. Jahrgang. Heft 31, 44-55.

Willis, Paul (1991): Jugend-Stile. Zur Ästhetik der gemeinsamen Kultur. Hamburg und Berlin: Argument.

Wimmer, Thomas (1989): Ästhetische Modelle der Kritischen Theorie oder durch die Eiswüste des Begriffs zur Sehnsucht nach dem Ganz-Anderen. In: Kunstforum International. Band 100: Kunst und Philosophie, 226-235.

Winter, Carsten (2003): Das „Medien-Kulturen-Konnektivitätsmodell" – Ein kulturtheoretischer Beitrag zur Entwicklung von Kommunikationstheorie und -forschung. In: Karmasin, Matthias; Winter, Carsten (Hg.) (2003): Kulturwissenschaft als Kommunikationswissenschaft. Projekte, Probleme und Perspektiven. Wiesbaden: Westdeutscher, 313-341.

Winter, Rainer (1992): Filmsoziologie. Eine Einführung in das Verhältnis von Film, Kultur und Gesellschaft. München: Quintessenz.

Winter, Rainer (1995): Der produktive Zuschauer. Medienaneignung als kultureller und ästhetischer Prozess. München: Quintessenz.

Winter, Rainer (1997): Die Herausforderung der Cultural Studies. In: Medien Journal. 21. Jahrgang. Nr. 04/1997, 3-9.

Winter, Rainer (2001): Die Kunst des Eigensinns. Cultural Studies als Kritik der Macht. Weilerswist: Velbrück.

Winter, Rainer (2003): Kultur, Kommunikation und Artikulation. Cultural Studies als generativer Diskurs. In: Karmasin, Matthias; Winter, Carsten (Hg.) (2003): Kulturwissenschaft als Kommunikationswissenschaft. Projekte, Probleme und Perspektiven. Wiesbaden: Westdeutscher, 203-221.

Winter, Rainer; Eckert, Roland (1990): Mediengeschichte und kulturelle Differenzierung. Zur Entstehung und Funktion von Wahlnachbarschaften. Opladen: Leske + Budrich.

Wiredu, Kwasi (2001): Gibt es kulturelle Universalien? In: Hejl, Peter M. (Hg.): Universalien und Konstruktivismus. DELFIN 2000. Frankfurt/Main: Suhrkamp, 76-94.

Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik (1972): Heft 6. Trivialliteratur und Medienkunde. 2. Jahrgang. Frankfurt/Main: Athenäum.

Zierold, Martin (2003): Gedächtniskultur – Gedächtnispolitik. Münster: Unveröffentlichte Magisterarbeit.

Zinnecker, Jürgen (1987): Jugendkultur 1940 – 1985. Opladen: Leske + Budrich.

Žižek, Slavoj (2000): Die Kamera liebt dich. Unser Leben als Seifenoper. In: Balke, Friedrich; Schwering, Gregor; Stäheli, Urs (Hg.): Big Brother. Beobachtungen. Bielefeld: transcript, 151-155.

Žižek, Slavoj (2001): Die Tücke des Subjekts. Frankfurt/Main: Suhrkamp.

Zurstiege, Guido (1998): Mannsbilder – Männlichkeit in der Werbung. Zur Darstellung von Männern in der Anzeigenwerbung der 50er, 70er und 90er Jahre. Opladen und Wiesbaden: Westdeutscher.

Zurstiege, Guido (2001a): Die Unwahrscheinlichkeit des Unvermeidbaren. Bei allen Aufmerksamkeitsgeschäften geht es stets um die lukrative Rolle der Aufmerksamkeitsqualitäten. In: Telepolis. URL: http://www.heise.de/tp/deutsch/special/auf/4699/1.html (Stand: 02.06.2003)

Zurstiege, Guido (2001b): KDW – Mediale Balztänze zwischen Kunst, Design und Werbung. In: Zurstiege, Guido; Schmidt, Siegfried J. (Hg.): Werbung, Mode und Design. Wiesbaden: Westdeutscher, 223-239.

Zurstiege, Guido (2003a): Die Gesellschaft der Werbung – was wir beobachten, wenn wir die Werbung beobachten, wie sie die Gesellschaft beobachtet. In: Willems, Herbert (Hg.): Die Gesellschaft der Werbung. Kontexte und Texte. Produktionen und Rezeptionen. Entwicklungen und Perspektiven. Wiesbaden: Westdeutscher, 121-138.

Zurstiege, Guido (2003b): Zwischen Kritik und Faszination. Was wir beobachten, wenn wir die Werbung beobachten, wie sie die Gesellschaft beobachtet. Münster: Manuskript.

Zurstiege, Guido; Schmidt, Siegfried J. (2003): Werbekommunikation. In: Bentele, Günter; Brosius, Hans-Bernd; Jarren, Otfried (Hg.): Öffentliche Kommunikation. Handbuch Kommunikations- und Medienwissenschaft. Wiesbaden: Westdeutscher, 492-503.

Die Titel dieser Reihe:

Gerhard Schweppenhäuser
»Naddel« gegen ihre Liebhaber verteidigt
Ästhetik und Kommunikation in der Massenkultur
(Cultural Studies 10, hrsg. von Rainer Winter)
November 2004, ca. 160 Seiten, kart., ca. 14,80 €,
ISBN: 3-89942-250-3

Christoph Jacke
Medien(sub)kultur
Geschichten – Diskurse – Entwürfe
(Cultural Studies 9, hrsg. von Rainer Winter)
Oktober 2004, 354 Seiten, kart., 26,80 €,
ISBN: 3-89942-275-9

Birgit Richard
Sheroes
Genderspiele im virtuellen Raum
(Cultural Studies 8, hrsg. von Rainer Winter)
Oktober 2004, 124 Seiten, kart., ca. 15,00 €,
ISBN: 3-89942-231-7

Brigitte Hipfl, Elisabeth Klaus, Uta Scheer (Hg.)
Identitätsräume
Körper und Geschlecht in den Medien.
Eine Topografie
(Cultural Studies 6, hrsg. von Rainer Winter)
September 2004, ca. 280 Seiten, kart., ca. 24,80 €,
ISBN: 3-89942-194-9

Kerstin Goldbeck
Gute Unterhaltung, schlechte Unterhaltung
Die Fernsehkritik und das Populäre
(Cultural Studies 7, hrsg. von Rainer Winter)
Juli 2004, 362 Seiten, kart., 26,80 €,
ISBN: 3-89942-233-3

Ruth Mayer, Brigitte Weingart (Hg.)
VIRUS!
Mutationen einer Metapher
(Cultural Studies 5, hrsg. von Rainer Winter)
April 2004, 318 Seiten, kart., 26,00 €,
ISBN: 3-89942-193-0

Leseproben und weitere Informationen finden Sie unter:
www.transcript-verlag.de

Die Titel dieser Reihe:

Ulrich Beck, Natan Sznaider, Rainer Winter (Hg.)
Globales Amerika?
Die kulturellen Folgen der Globalisierung
(Cultural Studies 4, hrsg. von Rainer Winter)
Übersetzt von Henning Thies

2003, 344 Seiten,
kart., 25,80 €,
ISBN: 3-89942-172-8

Jannis Androutsopoulos (Hg.)
HipHop
Globale Kultur – lokale Praktiken
(Cultural Studies 3, hrsg. von Rainer Winter)

2003, 338 Seiten,
kart., 26,80 €,
ISBN: 3-89942-114-0

Udo Göttlich, Lothar Mikos, Rainer Winter (Hg.)
Die Werkzeugkiste der Cultural Studies
Perspektiven, Anschlüsse und Interventionen
(Cultural Studies 2, hrsg. von Rainer Winter)

2001, 348 Seiten,
kart., 25,80 €,
ISBN: 3-933127-66-1

Rainer Winter, Lothar Mikos (Hg.)
Die Fabrikation des Populären
Der John Fiske-Reader
(Cultural Studies 1, hrsg. von Rainer Winter)
Übersetzt von Thomas Hartl

2001, 374 Seiten,
kart., 25,80 €,
ISBN: 3-933127-65-3

Leseproben und weitere Informationen finden Sie unter:
www.transcript-verlag.de