

Medienkultur und Gesellschaftsstruktur

Die diversen Facetten der gegenwärtigen Medienevolution finden – für sich gesehen – wahrlich nicht zu wenig wissenschaftliche und publizistische Resonanz. Allerdings spielen die damit verbundenen Phänomene, Diskurse und Praktiken nach Auffassung des Autors der vorliegenden Publikation „im bisherigen Konzert der Kultur- und Gesellschaftstheorien der Moderne [...] eine eher bescheidene bis gering geschätzte Rolle“ (S. 28). Wenn Andreas Ziemann dafür plädiert, dies zu korrigieren, so ist ihm angesichts der Faktenlage eindeutig zuzustimmen. Insofern bietet seine Habilitationsschrift, mit der er aus soziologischer Sicht eine entsprechende Theoriediskussion anzustoßen sucht, eine sehr empfehlenswerte Lektüre.

Ziemann konzentriert sich bei seinen Überlegungen auf die Frage, was die Medien mit der Gesellschaft machen und umgekehrt; was macht die Gesellschaft mit den Medien? Mit Bezug auf Niklas Luhmann sieht der Autor Kultur im Zentrum eines Begriffsdreiecks von Subjekt, Medien und Gesellschaft, die in wechselseitiger kausaler Abhängigkeit stehen. Bezüglich dieser vier Kategorien geht es Ziemann um „Analysen, Diagnosen und Reflexionen individueller wie kollektiver (spät-) moderner Verhältnisse“ (S. 35), die er differenziert in den Dimensionen „Fortschritt“, „Umbruch“ und „Kritik“ bzw. „Pathologie“ hinterfragt.

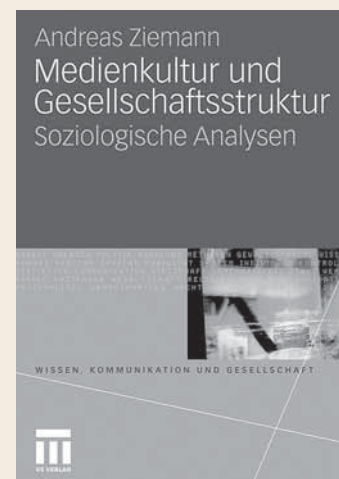
Das entsprechende theoretische Grundkonzept wird zunächst in einer sehr ausführlichen Einleitung dargelegt. Dem folgt ein breit gefächertes Kapitel, das sich mit der Fundierung von Me-

dienttechnologien und -kulturen durch Aufmerksamkeit und Aufmerksamkeitspraktiken auseinandersetzt. An die Quintessenz der Darlegungen zu diesem Themenfeld – die (spät-) moderne Medienkultur „erwartet und erregt so gut wie überall und jederzeit Aufmerksamkeit und produziert dabei gleichzeitige Konkurrenzverhältnisse zwischen medialen Angeboten, kommunikativen Kontakten, sozialen Verpflichtungen und individuellen Bedürfnissen bzw. Annehmlichkeiten“ (S. 114) – knüpfen die folgenden Analysen und Überlegungen vielschichtig an. Im dritten Kapitel geht es um die „Phänomenologie des Mediengebrauchs“, wobei insbesondere die Auseinandersetzung mit der Phänomenologie des Telefonierens und des Computerspielens im Reigen der zahlreichen Auslassungen zu diesen Komplexen einen besonders erhellenden Stellenwert einnimmt.

Ohne die anschließenden Ausführungen zu diversen Aspekten der Verknüpfung von Gesellschafts- und Mediengeschichte gering schätzen zu wollen, ist der Blick dennoch an dieser Stelle besonders auf die beiden abschließenden Kapitel zu lenken. Unter der Überschrift „Gesellschaftsgeschichte als Mediengeschichte“ geht der Autor davon aus, dass Geschichte „immer und grundsätzlich berichtete, erzählte, gemachte Geschichte“ ist. Ziemann konzentriert sich in diesem Umfeld auf die vielfach unterschätzten AV-Medien. Gestützt auf eine Analyse des TV-Materials zum Mauerfall 1989 kommt er zu der These, dass „Geschichte machen“ immer weniger bedeutet, „Geschichte schreiben“ – vielmehr: Geschichte ins Bewegtbild zu setzen und sie audiovisu-

ell dramaturgisch zu komponieren“ (S. 38). Mithin käme also die Aufgabe der Geschichtsdarstellung nicht mehr irgendeinem Mommsen zu, sondern einem Medienkollektiv. Aus dieser Sicht hat Ziemann im Kapitel zuvor konsequent den klassischen Intellektuellen, also Leute, „die die Macht des gesprochenen und geschriebenen Wortes handhaben“ (S. 292), aus dem relevanten Diskurs verabschiedet. An deren Stelle treten Akteure, die mit den Massenmedien umgehen können. Der Autor weiß allerdings um die Janusköpfigkeit solcher Entwicklung, da intellektuelle Autonomie leicht zugunsten der Inszenierungslogik eben jener Massenmedien aufgegeben werde. Alternativ denkt Ziemann folglich darüber nach, ob nicht einige Formate „im Feld der Massenmedien sich als ‚intellektuell‘ und als Substitut für die Rolle des Intellektuellen qualifizieren lassen“ (S. 317). Hier hat er speziell den Film im Blick, bei dem „das autonome Intellektuelle in Richtung Intellektuelle-Kollektiv“ (S. 317) transzendiere. Andreas Ziemann hat in seiner Argumentation den als unterrepräsentiert wahrgenommenen Medien im Wechselspiel mit dem Subjekt und der Gesellschaft Schritt für Schritt eine Vorrangstellung eingeräumt. Will man dem folgen, wofür es einige überzeugende Gründe gibt, muss man nunmehr allerdings hinsichtlich des Subjekts um die Balance innerhalb des zugrunde liegenden Begriffsdreiecks etwas fürchten.

Klaus-Dieter Felsmann



Andreas Ziemann:
Medienkultur und Gesellschaftsstruktur. Soziologische Analysen. Wiesbaden 2011: VS Verlag. 397 Seiten, 34,95 Euro