

Sektion Medien- und Kommunikationssoziologie: Massenmedien im Spannungsfeld von Traditionskultur und Populärkultur (Einleitung)

Keppler-Seel, Angela; Müller-Doohm, Stefan

Veröffentlichungsversion / Published Version

Sammelwerksbeitrag / collection article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Keppler-Seel, A., & Müller-Doohm, S. (1997). Sektion Medien- und Kommunikationssoziologie: Massenmedien im Spannungsfeld von Traditionskultur und Populärkultur (Einleitung). In K.-S. Rehberg (Hrsg.), *Differenz und Integration: die Zukunft moderner Gesellschaften ; Verhandlungen des 28. Kongresses der Deutschen Gesellschaft für Soziologie im Oktober 1996 in Dresden ; Band 2: Sektionen, Arbeitsgruppen, Foren, Fedor-Stepun-Tagung* (S. 229-230). Frankfurt am Main: Westdt. Verl. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-376848>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under Deposit Licence (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.

IX. Sektion Medien- und Kommunikationssoziologie

Leitung: Stefan Müller-Doohm und Angela Keppler-Seel

Massenmedien im Spannungsfeld von Traditionskultur und Populärkultur

1. Einleitung

Angela Keppler-Seel und Stefan Müller-Doohm

Es ist nicht zuletzt dem in den letzten Jahren wachsenden Einfluß der ›Cultural Studies‹ zu verdanken, daß die gängigen Bezeichnungen wie Vergnügungsindustrie und Massenkultur definitiv ausgespielt haben. Auch die einst wegweisende Kulturindustrieanalyse, die Max Horkheimer und Theodor W. Adorno unter dem Eindruck einer Expansion des kommerziellen Radiosystems und der Hollywood-Film-Konzerne in der Mitte der vierziger Jahre geschrieben haben und die Adorno im Hinblick auf die Programme des Fernsehens zu aktualisieren versucht hat, ist inzwischen unter empirischen Gesichtspunkten überholt. Angesichts weitreichender kultureller Differenzierungsprozesse sind die theoretisch-begrifflichen sowie empirischen Fortschreibungen ebenso nötig wie eine Abkehr vom Verdikt des medial inszenierten *Massenbetrugs* und des medial induzierten *Erfahrungsverlustes*. Bei dieser notwendigen Revision des Kulturkonzepts stehen insbesondere zwei Grundbegriffe zur Debatte. *Zum einen* die Leitkategorie des autonomen Kunstwerks, die in der älteren kritischen Theorie den normativen Bezugsrahmen für die Kritik massenmedialer Produktion und ihrer Rezeption als dominante Freizeit- und Unterhaltungstätigkeit des Kulturkonsumenten darstellt. Es ist zu bezweifeln, ob jene für die Kunst der ästhetischen Moderne geltend gemachten Maßstäbe – die Maßstäbe wahrhaftiger Kritik am inhumanen Zustand der Welt sowie der Authentizität des Ausdrucks – auf die weltumspannende Populärkultur übertragbar sind. Zusammen mit diesem Zweifel stellt sich die Frage, welche Rolle die Künste als ästhetische Ausdrucksformen heute in der Alltagspraxis spielen: welchen Stellenwert hat die Kunsterfahrung? In welchem Verhältnis steht sie zur Medienerfahrung?

Zum anderen ist die globale Medienkultur im Zeitalter der Digitalisierung in ihren enorm vielfältigten Erscheinungsformen selbst zum Gegenstand empirischer Analysen zu machen. Nicht nur die transkulturellen Darstellungs- und Deutungsmuster, nicht nur ihre manifesten und latenten Bedeutungs- und Sinngehalte sind text- und bildanalytisch zu dechiffrieren, sondern es gilt herauszufinden, wie sich die (bzw. ob sich eine) Deutungszuschreibung und Sinnggebung im Prozeß der Rezeption von massenmedialer Populärkultur milieuspezifisch vollzieht. In den Vordergrund der Diskussion rückt die bislang noch völlig offene Frage, ob sich mit den neuen Medien und mit den expandierenden Netzwerksyste-

men eine globale »Massen-Individual-Kultur« konstituiert und wie diese konturiert sein könnte.

Diese Spannweite medien- und kommunikationssoziologischer Aufgaben stellt eine enorme methodische Anforderung, weil die Medienkultur sich nicht nur hinsichtlich ihrer Organisationsstruktur, sondern auch hinsichtlich der Präsentationsweise ihrer Kommunikate mitten in einem Wandlungsprozeß befindet: Neben die konventionellen Texte treten als neuer Texttyp die Hypertexte und neben diese treten neuartige Formen von Bildern, die sich teilweise auf die Kombination fragmentierter Zeichen reduzieren. Diese aktuell beobachtbare Visualisierungsdynamik auf Basis empirischer Forschung zu erklären und zu verstehen, ist ebenso eine Herausforderung an die Medien- und Kommunikationssoziologie wie die Analyse der ästhetischen Wahrnehmung der neuen Medien. Zu untersuchen wäre hier, inwieweit deren Rezipienten, die niemals eine geschlossene Einheit waren, heute mehr denn je als Pluralität von Medienspezialkulturen in Erscheinung treten. Von informationeller Selbstgestaltung ist keineswegs prognostisch, sondern diagnostisch die Rede.

Diese hier exemplarisch aufgeführten Fragedimensionen bezeichnen den Problemhorizont einer theoretisch anspruchsvollen und empirisch gehaltvollen Medien- und Kommunikationssoziologie. Die im folgenden in Kurzform dokumentierten Vorträge haben eines gemeinsam: Es geht der Medien- und Kommunikationssoziologie weder darum, High-Culture gegen Low-Culture, das Anspruchsvolle gegen das Populäre auszuspielen, noch besteht die Absicht, eine angeblich wertvolle diskursive Textkultur gegen eine wertlose präsentative Bildkultur der Zerstreuung zu verteidigen. Vielmehr richtet sich das medien- und kommunikationssoziologische Interesse auf die Analyse beider Symbolwelten, auf den Wandel ihres Wechselverhältnisses.

Prof. Dr. Stefan Müller-Doohm, Universität Oldenburg, Postfach 25 03, D-26111 Oldenburg

2. Normierungsdiskurse in der Kommunikationsforschung – eine bilanzierende Reflexion

Klaus Neumann-Braun und Ulrich Wenzel

1. Ordnung und Wandel

Symbolische Ordnungen geraten in gesellschaftlichen Umbruchssituationen in der Regel unter Druck. Dann sind Revisionen bzw. Innovationen vonnöten, es besteht jedoch auch die Möglichkeit, angesichts des Neuen das Alte zu beschwören. Eine Situation forcierten gesellschaftlichen Wandels ist derzeit gegeben, für den unschwer in erster Linie gewichtige Entwicklungen auf dem Markt der Massenmedien bzw. Medienkommunikation verantwortlich zu machen sind. Das jüngste Neuerungsdatum stellt die Einführung des digitalen Fernsehens im Sommer des Jahres 1996 dar, das alle Beteiligten »in höhere Sphären« der