Georg Bollenbeck

Einleitung

Wer Medienmentalitäten erforschen will, dem geht es nicht in erster Linie um eine Theoriegeschichte – auch nicht um eine Sachgeschichte der Medien oder eine medienpsychologische Fragestellung. Vielmehr zielt das heuristische Konzept der Medienmentalitäten auf eine Geschichte heterogener, auf die Medien bezogener Argumentationsweisen oder kultureller Diskurse, an denen kollektive Vorstellungen gegenüber den Medien ablesbar werden. Wer von Medien und Mentalitäten spricht, sollte deshalb klären, was darunter zu verstehen ist. Schließlich handelt es sich bei beiden Gliedern des Kompositums um diffuse Ausdrücke, die in Alltagssprachlichen und fachsprachlichen Varianten auftauchen; die notorisch unterbestimmt und zudem in einzelnen Fachwissenschaften strittig sind. Dem soll hier nicht mit einem definitorischen Kraftakt begegnet werden. Doch sind präzisierende Merkmalszuweisungen notwendig.

Zum Bestimmungswort ›Medien‹ hat die Forschung bekanntlich eine kaum mehr überschaubare Anzahl von Definitionsversuchen hervorgebracht. Bei den heute gängigen Definitionen des Medienbegriffs bildet zumeist die Massenkommunikationsforschung den Definitionskontext. Der Begriff des Mediums entspricht in diesem Zusammenhang dem englischen *channel* und verweist auf die Technizität der Übertragung von Botschaften. Dieser Definitionskontext ist für die Erforschung der Medienmentalitäten zu eng, übergeht er doch den Zusammenhang von technischen Entwicklungen und kulturellen Praxen. Zudem gilt es, jeweilige Verhältnisse der Medienkonkurrenz – allgemeiner gesprochen: die intermedialen Beziehungen zu den älteren Medien – zu berücksichtigen, und zwar über den technischen Charakter der Vermittlung hinaus. Zu weit ist der Begriff des Mediums dagegen in jenen Theorietraditionen, die, wie etwa die Luhmann'sche Systemtheorie, den Begriff zu philosophischer Allgemeinheit überdehnen. Hier erscheint der Begriff des Mediums von all den interdiskursiven Qualitäten und kollektiven Vorstellungen abgekoppelt, die für den Zusammenhang von Begleitkommentierung und Medienevolution aufschlussreich sind. Dies gilt auch für die (durchaus anregenden) Medientheorien in der Tradition etwa Marshall McLuhans oder Friedrich A. Kittlers; also für jene Theorien, die mit einer Schlüsselattitüde auftreten und die Medien als den archimedischen Punkt jeder kulturwissenschaftlichen und gegenwartsdiagnostischen Erkenntnis in Anspruch nehmen. Dem gegenüber erscheint es heuristisch geboten, mit einem Medienbegriff zu operieren, der unterschiedliche Aspekte der technischen Speicherung, Präsentation, Reproduktion und Übertragung in ihrer zu erforschenden historischen Variabilität mit einbezieht. Das meint im Einzelnen

den basalen Prozess der technisch-industriellen Innovation, der Orientierung an Publikumsbedürfnissen und ökonomischen Gewinnerwartung innerhalb der Herausbildung einer völlig neuartigen *consumer society*.

Das Grundwort ›Mentalität‹ weist eine große Unbestimmtheit auf. Trotz unterschiedlicher Positionen sind allgemeine Merkmalszuweisungen möglich. Demnach sind ›Wahrnehmungsweisen‹ oder ›Sinnstiftungsmuster‹, ›Selbstdeutungen‹ oder ›Weltbilder‹ historischer Subjekte ebenso relevante ›Tatsachen‹ wie sozioökonomische Strukturprozesse oder ereignisgeschichtliche Abläufe. Mentalitäten ›enthalten‹ nicht individuelle, sondern kollektive Einstellungen von langer Dauer, die auch Unausgesprochenes und Unbewusstes umfassen. In sie gehen alltägliche Erfahrungen und theoretische Konzepte ein; sie sind ›vor-‹ und ›nachwissenschaftlich‹. Wer Mentalitäten untersucht, der sollte nicht allein auf die Inhalte achten, sondern auch auf die Formen – sie mögen logisch oder assoziativ, deduktiv oder induktiv sein. Wer Mentalitäten szientistisch mit der Elle des Wissensfortschritts bemessen will, der kann ihnen nicht gerecht werden. Weitgehende Einmütigkeit besteht auch darin, dass Mentalitäten nur analysierbar sind, wenn sie sich (im weitesten Sinne) als Handlungen und Vergegenständlichungen präsentieren – als Rituale, Institutionen, materielle Güter, Raum-Gegenstandsbeziehungen oder Texte.

Zum kommentierungsbedürftigen Phänomen werden die Medien nicht durch die technische Innovation ›an sich‹, sondern durch ihren Erfolg innerhalb des unaufhaltsamen Aufstiegs einer markt- und publikumsorientierten Massenkultur, durch ihren Einbruch ins Reich der schönen Kunst und durch ihre Präsenz in der Kultur rasonierenden Öffentlichkeit. Dass die populären Künste die nationalpädagogischen Bemühungen der Gebildeten ignorieren, ist kein Novum des ›Industriezeitalters‹. Aber sie entwickeln erst im Zeichen der industriellen Produktion, des einsetzenden Massenkonsums und der (zunächst) bescheidenen Freizeit eine neuartige dynamische Eigenlogik. Deshalb ist es sinnvoll, zwischen vorindustriellen populären Künsten und industriellen Massenkünsten zu unterscheiden. Die wertneutral verstandenen Bezeichnungen stehen für unterschiedliche Entwicklungen und mentale Konstellationen. Die Massenkünste sind Produkte der Technik und neuartiger Bedürfnislagen. Sie sind nicht bloß technisch reproduzierbar, sondern die meisten werden aus dem Geist der mechanischen Reproduktion geschaffen, um Gewinn bringend distribuiert zu werden. Die Massenkünste kümmern sich kaum um die Definitionsmacht der Gebildeten, um die ›hohe‹ Kunst, um ›Volkstum‹, ›Deutschtum‹ und Nationalkultur. Sie sind tendenziell ubiquitär. Ihr Ideal ist eine Art ›lingua franca‹ für alle Käufer. Sie wollen nicht bilden oder erziehen; sie wollen, zum Leidwesen der Gebildeten, lediglich unterhalten, zerstreuen und Käufer finden. Das wird hier nur erwähnt, um zu veranschaulichen, dass ihr Erfolg gerade für die deutschen Bildungsbürger ein Problem darstellt, beansprucht doch diese Schicht, mit hohem nationalpädagogischem Anspruch zu definieren, was unter Kunst zu verstehen ist. Die argumentativen Auseinandersetzungen entstehen deshalb zunächst aus der Diskrepanz zwischen der bildungsbürgerlichen Kunstsemantik und der Eigenlogik der neuen Medien.

Aber Medienmentalitäten sind nicht an eine bestimmte Trägerschicht gebunden. Sie artikulieren unterschiedliche Vorstellungen unterschiedlicher Gruppen in einer Kultur rasonierenden Öffentlichkeit. Dazu zählen auch Versuche, den Prozess der Medienevolution theoretisch zu reflektieren und programmatisch auszurichten. – Insofern muss in diesem Zusammenhang die gängige These, Mentalitäten umfassten lediglich das unreflektierte Alltagswissen, relativiert werden. Näher zu analysieren bleibt, wie das Verhältnis von theoretischer Reflexion, ästhetischer Option und unreflektierten Wertungs- und Ordnungsschemata von langer Dauer (ein vulgäridealistisches Kunstverständnis, kulturkritische Vorbehalte, nationalpädagogische Intentionen, kulturelle Hegemonieansprüche) zu bestimmen ist. Eine einschränkende Perspektivierung auf bildungsbürgerliche Deutungsmuster gilt es also zu vermeiden. Medienmentalitäten sind ebenso wenig eine feste Größe wie ihre Trägerschichten. Sie können nur erforscht werden, wenn man von ihrer Historizität und Plastizität ausgeht. In ihnen wirken zwar jene Annahmen von langer Dauer, aber sie artikulieren auch (seit der ›Kinoreformbewegung‹) neue Sinnzuschreibungen und Handlungsmöglichkeiten. In sie gehen unterschiedliche Weltdeutungen und Theorien ein. Umgekehrt können sie als Ausgangspunkt theoretischer Entwürfe dienen. Ihre Trägerschicht bleibt nicht auf das zunächst dominierende Bildungsbürgertum beschränkt. Die an den unterschiedlichen Argumentationsweisen ablesbare Ausdifferenzierung der Medienmentalitäten verweist auf einen Prozess der Professionalisierung bis hin zur Institutionalisierung der Medienwissenschaften; ein Prozess, der jedoch nicht als lineare Verwissenschaftlichung der Argumentationsweisen verstanden werden kann.

Der Prozess der fortlaufenden Ausdifferenzierung und Spezialisierung der medientheoretischen Wissensbestände zeigt zwar durchaus Züge systemischer Schließung und Selbstreferentialisierung, d.h. Medientheorien entstehen und entwickeln sich auch nach Maßgabe spezifischer wissenschaftsinterner Vorgaben. Der Autonomisierung der Medienwissenschaften sind aber auf der anderen Seite auch deutliche Grenzen gesetzt, und zwar nicht nur durch politische und ökonomische Abhängigkeiten, sondern auch durch mentale Imprägnierungen. So bleiben die Medienwissenschaften »osmotisch« mit allgemeinen Welt deutenden Vorstellungen verbunden.

In diesem Sinne sind Medienmentalitäten, wie die folgenden Aufsätze zeigen, zugleich ein Gegenstand und ein konstitutives Element der Medienwissenschaften. Die Beiträge dieses Sammelbandes wurden zum Teil durch das vom Wissenschaftsministerium des Landes NRW geförderte Projekt ›Medienmentalitäten‹ initiiert. Wesentliche Aspekte einzelner Beiträge sind auf der Tagung ›Medienmentalitäten‹ am 24./25.01.2003 zur Diskussion gestellt worden. Dieses Projekt wurde in Zusammenarbeit mit Werner Köster entwickelt.