

# sozusagen

Bielefelder Studierendenmagazin an der Fakultät für Sozialwissenschaften

Ausgabe 8  
Sommersemester 2000



# Medien

## INHALT

### 2 IMPRESSUM

### 3 VORWORT

### 6 NEUES

#### FAKULTÄT

8 • Studiengänge und andere Bewegungen

18 • Der Soziologinnensalon

21 • Europa Intensiv

22 • DJ Prof. Dr. Weingart legt auf

24 • Interview mit Thomas Poguntke

#### SCHWERPUNKT: MEDIEN

35 • Timm Westphal: Ein Medienkompetenzchen wagen

40 • Boris Winter: Stars und charismatische Herrschaft

54 • Christian Salzmann, Kirsten Schindler, Stefan Wörmann:  
Walk the Dinosaur? – Public Understanding of Science

58 • Heike Binder: Symbolischer Terrorist  
stößt an mediale Wirklichkeit

72 • Stefan Metzler: Frech kommt weiter – Fernsehen als Beruf

### 74 AUTOPOESIE

#### Studienlabor

Eine fortlaufende experimentelle Anordnung über die etwas anderen Formen des Studierens. Kurzberichte auf den Seiten 21 und 54.

Hinweise für Förderer und Autoren auf Seite XX.

## IMPRESSUM

### sozusagen

Bielefelder Studierendenmagazin  
an der Fakultät für Soziologie  
Ausgabe 8, Sommersemester 2000

**Redaktion:** Emanuel Beerheide, Frank Berner,  
Kristin Dette, Matthias Groß, Stefan Heisele,  
Heiko Hillebrand, Veronika Krüger, Katja Krug,  
Daniel Mackel, Stefan Mosemann,  
Corinna Schlombs, Ulf Schönheim, Daniel Tech

**Layout:** Ulf Schönheim

**Heimseite:** Emanuel Beerheide, Daniel Mackel

**Bilder:** Das Fernsehen

**Dank:** Stefan Wörmann, Peter Schulze

**Druck:** AJZ Druck & Verlag GmbH  
Heeper Str. 132, 33607 Bielefeld

### Zuschriften:

sozusagen, c/o Fachschaft  
Soziologie, Universität Bielefeld,  
Postfach 100 131, 33501 Bielefeld

**Telefon:** V. Krüger, E. Beerheide, 0521-890798  
**e-mail:** sozusagen@soziologiefs.uni-bielefeld.de

### Heimseite:

<http://soziologiefs.uni-bielefeld.de/sozusagen>

### Konto:

Veronika Krüger, Kto.-Nr. 587 450-209  
Postbank Niederlassung Hamburg,  
BLZ: 20010020

sozusagen erscheint einmal im Semester

# Vorwort

3

## Englisch oder Medium?

von Ulf Schönheim

Überschwang kennzeichnete die Reaktionen auf unsere letzte Ausgabe. Da waren die Lehrenden, die nicht müde wurden, uns verbal auf die Schulter zu klopfen ("rundum gelungen", "einfach klasse", "verschärftes Lob") und unser Vertriebschef Übersee, Mr Georg Krücken (Stanford), fragte mit folgenden Worten die Übersendung von noch mehr Exemplaren nach: "Der Absatz ist reißend (vor allem wegen des Meyer-Interviews),

MIT LINKS:

<http://staff-www.uni-marburg.de/~rillingr/net/netsoz.html>  
*Linkliste zur Soziologie im Internet*

außerdem wollen die hiesigen Ph.D. students das Heft als Vorlage für eine eigene Zeitschrift nutzen. Also: world polity einmal umgekehrt, auch nicht schlecht...". Man sieht, Ausgabe 7 wurde auch in den Vereinigten Staaten von A. rezipiert. Elaine Coburn vom student newsletter aus Stanford war gar "enthusiastic" und erkundigte sich nach unseren Layouttechniken. Wir warten gespannt darauf, ob sich ein an einer deutschen Fakultät erfolgreiches

MIT LINKS:

<http://soziologiefs.uni-bielefeld.de/sozusagen>

*Das Studierendenmagazin an der Fakultät für Soziologie*

Modell ins Land der arbiträren Möglichkeiten übertragen lässt und entschuldigen uns gleichzeitig bei unserer amerikanischen Leserschaft, ihr in dieser Ausgabe leider keinen Artikel in ihrer Muttersprache präsentieren zu können.

Im Überschwang auch die erste Reaktion von Christian Bartos auf seinen

eigenen Leserbrief und unsere noch dadaistische Replik: Er monierte, dass wir ein N unterschlagen hätten – sein Artikel müsse "Gegen-Lesen / Zeichnen" heißen und nicht "-Zeichen". Es stellte sich schließlich jedoch heraus, dass der kleine Konsonant woanders

abhanden gekommen sein musste: "... doch scheint sich das N an den Schnittstellen von meinem Drucker, meiner Festplatte und meinem Hirn irgendwie aus dem Staub gemacht zu haben".

Die letzte Ausgabe erwies sich also als überaus anschlussfähig. Doch wir sind nur eines der Medien, die die Moderne antreiben. Ob nun als symbolisches Kommunikationsmedium Geld, Macht, Wahrheit,



**Foucault**

MIT LINKS:

<http://www.uni-weimar.de/medien/lehrgebiet/soziologie.html>

*Lehrgebiet Mediensoziologie der Fakultät Medien an der UniWeimar*

Liebe oder als Verbreitungsmedium wie Buch, Radio, Fernsehen, Internet, *sozusagen* – jede Menge Kommunikation ist medial vermittelt. Und dies möchten wir wiederum mit dem Themenschwerpunkt der vorliegenden Ausgabe der *sozusagen* vermitteln.

Zum Einstieg ab Seite 35 lädt Timm Westphal Leserinnen und Leser zu einem bunten Reigen namens Medienkompetenz, im Zuge dessen die Geschichte des Begriffs und damit verbundene Problematiken und Paradoxien umkreist werden. Die Frage ist, ob der häufig eingeforderte kompetente Umgang mit Massenmedien eine Kulturtechnik oder ein allgemeiner Aspekt von Bildung ist.

Boris Winter beschäftigt, ob und inwiefern das Phänomen des medial vermittelten Stars durch Webers Herrschaftstypologie nachgezeichnet werden kann: Man darf sich ab Seite 40 überraschen lassen, dass Mao, Mun und Marylin

## MIT LINKS:

<http://staff-www.uni-marburg.de/~rillingr/net/netsoz.html>  
*Soziologie des Internets von Rainer Rilling*

Monroe über die Alliteration hinaus vergleichbar werden. Im Schwerpunktteil findet sich dieses Mal auch wieder ein Bericht aus einer Studiengruppe: "Walk the Dinosaur?" von Christian Salzmann, Kirsten Schindler und Stefan Wörmann (Seite 54) stellt das aus den angelsächsisch geprägten Ländern nach Deutschland schwappende Konzept des *Public Understan-*

*ding of Science* (PUS) vor: Wissenschaft zum Fernsehen und – im betreffend die Studiengruppe TRIA-LOG – zum Mitmachen für Bielefelder Studierende.

Baudrillards Medientheorie darf sich im Artikel von Heike Binder (Seite 58) mit Ergebnissen der empirischen Medienforschung messen – wer wird obsiegen, der symbolische Medienterrorist oder die von ihm herausgeforderte Wirklichkeit?

Den Abschluss unseres medialen Schwerpunkts liefert Stefan Metzler mit einem Kurzbericht über sein Praktikum beim Fernsehsender *Phoenix*, das ungeahnte Folgen für sein Studium hatte.

Dem Fernsehen verdanken wir auch den Großteil des Bildmaterials dieser Ausgabe; das *Public Understanding of Sociology* funktioniert über Charakterköpfe. Doch nicht nur Television, sondern auch die neuen Medien haben einen nachhaltigen Einfluss auf das gute alte Printmedium Studierendenmagazin: Einerseits ist unser Internetauftritt komplett neu gestaltet; man findet unter <http://soziologieifs.uni-bielefeld.de/> *sozusagen* Artikel aus der aktuellen und auch aus den teils vergriffenen alten Ausgaben; bald auch zum Her-



## MIT LINKS:

<http://www.dr-sagawe.de/>  
*Dr. phil. Helmuth Sagawe, Uni Heidelberg zu neuen Medien/Internet*

## MIT LINKS:

<http://fgidec1.tuwien.ac.at/media/blaetterteig/index.html>  
*Blätterteig, die etwas andere Medienzeitschrift*

## MIT LINKS:

<http://arthur.ihs.ac.at/~hensler/pubweb/sozmain.html>  
*Seminarskript zum Thema Öffentlichkeit*

## MIT LINKS:

<http://www.gep.de/medienpraktisch/welcome.html>  
*medien praktisch – Zeitschrift für Medienpädagogik*



der Fakultätsteil Berichte zum Soziologinnensalon, zum studienbegleitenden Qualifikationsangebot "Europa Intensiv" und zur Möglichkeit eines Praktikums beim neuen Campusradio HERTZ 87,9.

Das Interview mit Thomas Poguntke schließt daraufhin den Fakultätsteil und leitet durch Fragen zur Funktion der Medien

in der Politik zum Schwerpunkt über.

Wir hoffen nun, dass Euch auch das vorliegende Medium zusagt und wünschen viel Spaß und Erkenntnis beim kompetenten Umgang damit. Unser spezieller Dank gilt dieses Mal allen Spenderinnen und Spendern, die mit dem von ihnen zur Verfügung gestellten symbolisch generalisierten Kommunikationsmedium Geld einen großen Beitrag zum Erhalt des Magazins leisten. •

**MIT LINKS:**

<http://www.medien-peb.uni-siegen.de/m-pebhp.htm>

*Studiengang Medien-Planung, -Entwicklung und -Beratung an der Uni/GH Siegen*

unterladen.

Andererseits versuchen wir in dieser Ausgabe erstmals, die Verknüpfung zwischen alten und neuen Medien durch eine Auswahl von Links zum Themenschwerpunkt und den einzelnen Artikeln herzustellen. Surfjuchhei!

**MIT LINKS:**

<http://www.gmk.medienpaed.de>

*Inst. für Publizistikwiss. und Medienforschung der Uni Zürich*

**MIT LINKS:**

<http://staff-www.uni-marburg.de/~rillingr/net/netsoz.html>

*Ges. für Medienpädagogik und Kommunikationskultur*

Eure *sozusagen* bleibt also immer in Bewegung, und auch in der Fakultät brodelt es in letzter Zeit: In der Folge des Qualitätspakts des Landes mit seinen Hochschulen sprießen Vorschläge und Anregungen zur Gestaltung der Lehre der Zukunft allerorten. Ein wenig Licht ins Gestrüpp der Planungen bringt der Artikel "Studiengänge und andere Bewegungen" von Frank Berner und Katja Krug ab Seite acht. Weiterhin bietet



# neues

## Öffnungszeiten

### SozCafé

(L3-120)

**Montag: 12 -16 Uhr**

**Dienstag: 11 -14 Uhr**

**Donnerstag: 12 -16 Uhr**

#### Herr **Carsten Peters**

ist die neue wissenschaftliche Hilfskraft im **Medienlabors** der Fakultät. Eine seiner ersten erfolgreichen Taten: Die Neugestaltung der **Internetseiten** mit unter anderem einem Fakultätskalender und Stipendienausschreibungen – zu bewundern unter [www.uni-bielefeld.de/soz](http://www.uni-bielefeld.de/soz).

Die Verlängerung des Erziehungsurlaubs von Frau Dr. **Nicola Staeck** bis zum August 2001 wurde genehmigt. Herr **Jürgen Roth** vertritt die Stelle weiterhin.

Die Fakultätskonferenz beschloss die Richtlinien der Fakultät zur **Gleichstellung der Geschlechter**. Der Text ist in der Fachschaft einzusehen. Darüber hinaus soll die Gleichstellungskommission alle zwei Jahre einen qualitativen Bericht zur Realisierung der Beschlüsse erstellen.

Frau **Volkening** vertritt für den Zeitraum von drei Jahren Herrn Stichwehs Sekretärin Frau **Voß**, die im Erziehungsurlaub weilt.

**Sommerfest** und **Fußballturnier** der Fakultät finden am 28. 6. statt. Näheres auf Aushängen.

#### MIT LINKS:

<http://www.uni-bielefeld.de/soz>  
*Die neuen Seitender Fakultät*

Die **Fachschaft Soziologie** hält ihre Sitzung dieses Semester jeden **Donnerstag** um **18 Uhr** in **L3-126** ab. Interessierte sind immer willkommen!

Frau Dr. **Petra Hiller** hat ihre Arbeitszeit auf 50% reduziert; die dadurch vakante Stelle wird im Sommersemester von Herrn **Hendrik Vollmer** besetzt.

Die Einrichtung des **Instituts für Weltgesellschaft** wurde auf der Fakultätskonferenz vom 12. 1. beschlossen. Einrichtungsbeschluss sowie Verwaltungs- und Benutzungsordnung sind in der Fachschaft einsichtlich.

Für das Jahr 2000 wurden dem Institut **Landesmittel** in Höhe von DM 150 000 zur Verfügung gestellt.

Im Zuge des laufenden **Berufungsverfahrens C4-Politikwissenschaft** wurde die Berufungsliste erstellt und Fakultätskonferenz vorgelegt.

Frau HD Dr. **Angelika Engelbert** wurde als Nachfolgerin von Herrn Prof. Krohn als Vertreterin der ProfessorInnen in die **Gleichstellungskommission** gewählt.

Das **Bafög** schließt seit Kurzem das **Praktikumssemester** ein, die **Förderungshöchstdauer** beträgt somit **zehn Semester**.

Herr PD Dr. **Martin Rössler** vertritt in diesem Semester die C3-Professur **Sozialanthropologie**.

Frau **Sylvia Wilz** vertritt weiterhin die im verlängerten Erziehungsurlaub weilende Frau Dr. **Birgit Riegraf**.

Herr Dr. **Klaus Amann** vertritt im Sommersemester die C4-Professur "**Qualitative Methoden**".

Herr HD Dr. **Axel Groenemeyer** vertritt in diesem Semester eine Professur an der GH Essen. Sein Bielefelder Lehrdeputat wird von Frau **Silvia Wieseler** und Herrn **Stefan Buchholt** vertreten.

## Studienberatung

Sommersemester

2000

L3-127

### Montag:

H. Tyrell 13:00 - 15:00

### Dienstag:

S. Quellmalz<sup>1</sup> 12:00 - 14:00

### Mittwoch:

K. Eppert<sup>1</sup> 12:00 - 14:00

### Donnerstag:

C. Wehrsigg 13:00 - 15:00

### Freitag:

H. Harbach<sup>2</sup> 12:00 - 14:00

*1 studentische Studienberatung*

*2 auch Auslandsstudienberatung*

## Studienberatung:

### Informationen

### zum Hauptstudium

Auch dieses Semester bieten unsere Studienberaterinnen Simone und Kerstin in Zusammenarbeit mit dem Prüfungsamt eine Einführung ins Hauptstudium an. Lehrforschung, Praxisschwerpunkte, Freiversuche, Diplomprüfungen werden unter anderem thematisiert.

**Ort und Zeit** waren zu Redaktionsschluss noch nicht bekannt. Achtet auf Aushänge!

## STUDIENGÄNGE UND ANDERE BEWEGUNGEN

Zur Lehre der Zukunft an der Fakultät für Soziologie

von Frank Berner und Katja Krug

### 1. Aufgalopp

Als im letzten Jahr der beantragte ASFB „Weltgesellschaft“ nicht genehmigt wurde<sup>1</sup>, ging ein Raunen durch die Fakultät, und man fragte sich: Luhmann ist tot, der SFB nicht bewilligt: Was ist nur los mit unserer Fakultät? Kommt sie so langsam in die Jahre? Zugleich kann man feststellen, daß emsig neue Ideen gesponnen, Konzepte ausgetüftelt und Veränderungen gestrickt werden. Bei diesen Überlegungen geht es nicht nur um Reformen in den Details, sondern sie betreffen die Struktur der Fakultät. Es geht darum, die bisherige Struktur der Fakultät komplett zu verändern. Angedacht sind neue Studiengänge, die Stärkung verschiedener Themenschwerpunkte und auch vollkommen neue Forschungs- und Studienschwerpunkte.

Dieser Artikel soll diese Vorgänge etwas transparenter machen und die Vielfalt der kursierenden Ideen und Entwürfe wiedergeben. Wenn es um die Reform der Fakultät geht, muß man zum einen berücksichtigen, daß es gewisse Anstöße aus der relevanten Umwelt der Fakultät gibt, von denen die Entwicklung der Fakultät zweifellos mitbestimmt wird, die



sozusagen innerhalb der Fakultät auf Resonanz stoßen. Diese Außenbedingungen sind

eine Art notwendiges, aber kein hinreichendes Kriterium für die Erklärung bestimmter Entwicklungen. Sie treffen nämlich auf eine 31-jährige Fakultät mit bestimmten Interessenkonstellationen, Traditionen und sonstigen Binnenstrukturen.<sup>2</sup> Aus dem Aufeinandertreffen von Außenanstößen und Binnenstruktur entstehen Bewegungen, die konkret als Reformkonzepte oder sonstige Vorschläge auf die Tische gelegt werden. Beides konfliktiert miteinander – was kommt dabei heraus? Institutioneller Wandel geht langsam vor sich. Wandel muß immer an schon Vorhandenes anknüpfen (eine Revolution erwarten wir ja nicht gerade, und es werden auch nicht alle Professuren gleichzeitig neu besetzt), die theoretisch denkbaren Variationsmöglichkeiten sind durch eine solche institutionelle Pfadabhängigkeit schon enorm eingeschränkt.<sup>3</sup>

MIT LINKS:

<http://www.uni-bielefeld.de/soz>  
Fakultät für Soziologie

## 2. Anstöße: Reformdruck von außen

Einer der Anstöße für Reformüberlegungen innerhalb der Fakultät ist der sogenannte „Qualitätspakt“. Der Qualitätspakt ist eine Art Angebot der NRW-Bildungsministerin Gabriele Behler an die Hochschulen in NRW. Der Pakt besteht aus Leistungen der Hochschulen und Gegenleistungen des Landes. Das Ganze soll zur Sicherung und Steigerung der Qualität in Lehre, Studium und Forschung dienen. Zu Behlers Vision einer modernisierten Hochschul-landschaft gehören u. a. flexiblere Kostenrechnung an den Hochschulen, Selbststeuerung durch Evaluation, Stufung von Studiengängen sowie die Einführung von Kreditpunktsystemen (siehe auch *sozusagen* Nr. 7) und „professionelles Hochschulmanagement“ – meint: strukturelle Stärkung der Rektorate und Dekane, wie es mit dem neuen Hochschulgesetz schon geschieht.

Konkret wird's beim Thema Stellenstreichungen. Darum geht's letztlich beim Qualitätspakt, auch wenn die Verpackung davon ablenkt. Das Hochschulsystem soll im Zuge von Stelleneinsparungen so umgestaltet werden, daß am Ende alles besser ist als vorher. Die Stellen sollen also an den Schwachstellen wegfallen, wo sie eh wenig Nutzen bringen (wie

auch immer **MIT LINKS:** <http://www.socioweb.com/~markbl/socioweb>  
*The Socioweb - Soziologie im Netz*

„Schwachstellen“ und „Nutzen“ definiert werden). Die Hochschulen sollen sich also auf ihre jeweiligen Stärken besinnen, damit die Schwächen weg können, d.h., die Hochschulen sollen ein eigenes jeweils spezifisches Ausbildungs- und Forschungsprofil entwickeln und sich dabei auf Schwerpunkte konzentrieren. Das ist gemeint, wenn es heißt, das Modell der „Volluniversität“, die ein möglichst breites Angebot an Studiengängen bereithält, habe ausgedient.

Neben dem Qualitätspakt, der ein konkretes Projekt der Hochschulpolitik in NRW darstellt (wobei es ähnliche Unternehmungen auch in anderen Bundesländern gibt), müssen die Unis und Fakultäten auf Erwartungen reagieren, die in vielgestaltigen Diskursen über als notwendig erachtete Reformen an den Universitäten aufgebaut werden. Diese Diskurse drehen sich um die folgenden Schlagworte:\*

- *Stufung:* Die Aufteilung von Studiengängen in zwei Abschnitte: *Bachelor* und *Master of Arts*.<sup>4</sup> Meistens wird der erste Abschluß (Bachelor) als berufsqualifizierend gedacht, der zweite Abschluß (Master) soll dann wissenschaftlicher und forschungsorientiert vertiefend sein. Ein-

zelne Fachbereiche sind schon in gestufter Weise strukturiert, z.B. die Sozialwissenschaften in Osnabrück. Ob Bachelor/Master-Studiengänge die derzeitigen Diplom- und Magisterstudiengänge ablösen werden, oder ob sie parallel eingeführt werden, ist eine offene Frage.

- *Berufsbezogenheit:* Hierbei geht es um die Rolle der Universitäten als Ausbildungsstätten: Wie soll das Verhältnis sein zwischen der Ausbildung von WissenschaftlerInnen und der Qualifikation für

” Wenn ich mich schlechtfühle, gehe ich nicht in die Apotheke, sondern in meine Buchhandlung.

(P. Djian)



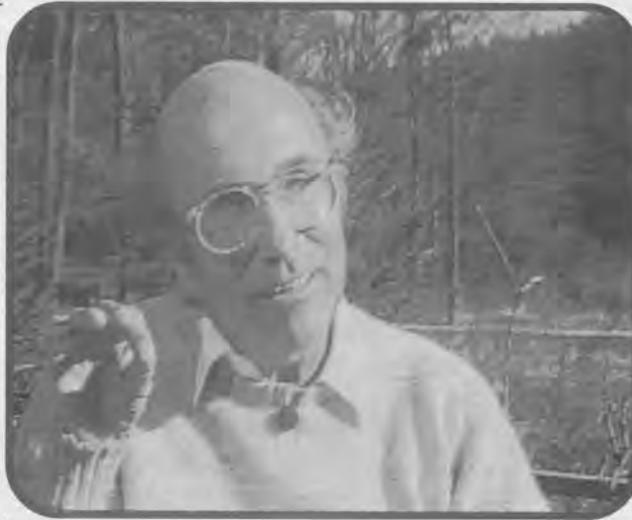
Hagenbruchstr. 7 33602 Bielefeld Tel. 17 50 49

\* Tanja Meyer danken wir für viele Informationen, auf die wir uns hier beziehen.

nicht unmittelbar forschende Tätigkeiten außerhalb der Wissenschaft? In Deutschland war die Berufsbezogenheit bisher Definitionsmerkmal der Fachhochschulen, während sich die Universitäten durch den Anspruch auf Ausbildung zur Wissenschaft davon absetzen.

- *Internationalisierung*: Es gibt mindestens drei Aspekte der „Internationalisierung von Studiengängen“, die vielfach durcheinandergeworfen werden. Erstens soll durch die Einführung von Bachelor/Master-Studiengängen die internationale Vergleichbarkeit deutscher Hochschulabschlüsse gewährleistet werden, damit AbsolventInnen deutscher Studiengänge bessere Chancen auf außerdeutschen Arbeitsmärkten haben. Zweitens soll eine höhere Zahl von Studierenden aus dem Ausland für ein Studium in Deutschland gewonnen und mehr deutsche Studierende zu einem Auslandsaufenthalt bewegt werden. Dafür ist die Einführung eines Kredittransfersystems<sup>5</sup> wichtig. Drittens bezieht sich „Internationalisierung“ auf die Anpassung

der Studieninhalte an das, was gemeinhin „Globalisierung“ genannt wird. Die Einführung internationaler Schwerpunkte, das Erlernen von Fremdsprachen und die Internationalisierung der inhaltlichen Kernbereiche sind hierbei von Bedeutung.



- *Straffung*: Meint zum einen die Verkürzung der Regelstudienzeit bis zum ersten berufsqualifizierenden Abschluß und zum anderen Maßnahmen, mit denen die Studierenden dazu gebracht werden, diese Regelstudienzeit auch einzuhalten. In der „repressiven Variante“ wird „Straffung“ mit Intensivierung des Studiums durch eine in hohem Maße festgelegte und mit Hilfe von Sanktionen durch-

geführte Absolvierung des Studiums gleichgesetzt. Eine klare Studienorientierung soll ergänzt werden durch eine intensivere Betreuung des Studienverlaufs und des Berufseinstiegs, wobei Betreuung natürlich auch Kontrolle bedeutet. Hieran macht sich dann die studentische Kritik an der „Verschulung des Studiums“ fest.<sup>6</sup>

- *Modularisierung*: Hierbei geht es um die Gliederung von Lernprozessen in zeitlich kompakte Einheiten und von Stoffgebieten zu thematisch abgeschlossenen (und abprüfbaren) Einheiten. Der Vorteil wird darin gesehen, daß die dabei entstehenden Einheiten flexibel zeitlich (in der Sequenzierung) und inhaltlich kombiniert werden können. Mit Modulen sind klare Vorgaben zu Lerneinheiten und Lernmengen verbunden, die regelmäßig auf Realisierbarkeit überprüft werden sollten und in aller Regel mit einem Leistungsnachweis abgeschlossen werden. Kritisiert wird, daß durch Modularisierung Wissen fragmentiert und desintegriert wird.

MIT LINKS:

<http://www.sociologicus.de>

Soziologisches Grundwissen per Mausclick

gesetzte

### 3. Binnenstruktur: Institutionelle Besonderheiten des Studiengangs

Die Bielefelder Fakultät für Soziologie zeichnet sich bis heute durch ihre Größe und durch ihren hohen Stellenwert als *eigenständige* Fakultät aus. Dies hängt damit zusammen, daß Helmut Schelsky, der Gründungsvater der Universität, mit der Einrichtung der Fakultät für Soziologie die Professionalisierung der Soziologie in Deutschland vorantreiben wollte. Das Studium sollte ganz auf die Soziologie bezogen sein. Es sollten also nicht Soziologie und noch andere Fächer unverbunden nebeneinander studiert werden, sondern die Nachbar- und Nebenfächer wurden institutionell in die Soziologie hereingenommen. So ist zu erklären, daß es Professuren für Sozialpsychologie, Politikwissenschaft und Politische Ökonomie innerhalb der Fakultät für Soziologie gibt. Professionalisierung meinte dabei auch die Akquisition der Zuständigkeit für (möglicherweise zum Leben zu erweckende) gesellschaftliche Aufgaben in bestimmten Praxisfeldern und die Ausbildung von Fachkräften zur Bewältigung

dieser Aufgaben. Es ging Schelsky und den anderen Gründungsmitgliedern der Fakultät also auch um einen berufsbezogenen Ausbildungsgang und darum, die Stellung der Soziologie in der Gesellschaft zu stärken. Die Formel für die Vorbereitung auf die Befriedigung latenter gesell-



schaftlicher Bedarfe an soziologischer Expertise lautete „aktive Professionalisierung“ (siehe Fußnote 2). Die Studierenden sollten so ausgebildet werden, daß sie durch „aktive Professionalisierung“ sowohl über allgemeine soziologische Kenntnisse als auch über spezifisches

Fachwissen in Praxisfeldern verfügen. Seine konkrete Form fand die Idee in der Einrichtung der Praxisschwerpunkte.

Die Praxisschwerpunkte stellen das für das Studium zentrale Strukturelement der Fakultät dar. Viele der Studierenden oder AbsolventInnen aus Bielefeld definieren ihren Standort innerhalb der Soziologie über den von ihnen gewählten Praxisschwerpunkt. Letztere sind ja nun wirklich eine Besonderheit in der soziologischen Landschaft; andererseits hat man den Eindruck, daß die Praxisschwerpunkte inzwischen in die Jahre gekommen sind. Die Curricula wirken teilweise verstaubt, die Beziehungen zur allgemeinen Soziologie sind unterbelichtet.<sup>7</sup> Klaus Bock (1995: 196) schreibt: „Sie wurden einmal eingerichtet und sind nun da“. Ein einziger Praxisschwerpunkt (Regional- und Raumplanung) lief zwi-

schendurch aus, weil der Professor (Dietrich Storbeck) emeritiert wurde und seine Stelle einen kw-Vermerk hatte und somit wegfiel. Ansonsten werden sie zwar dann und wann evaluiert, jedoch nie reformiert. Bock weist weiter darauf hin, daß die

scharfe Trennung zwischen Grund- und Hauptstudium auch darauf zurückzuführen ist, daß die Einrichtung der Praxisschwerpunkte im

MIT LINKS:

<http://www.sozioogie.de/sektionen/m01/index.htm>  
Sektion Medien und Kommunikation der DGS

Hauptstudium und die damit verbundene Schwerpunktbildung mit einem für alle Studierenden einheitlichen Grundstudium kompensiert werden sollte. Die „soziologische Allgemeinbildung“ sollte im Grundstudium vermittelt werden, die Anwendung und der Praxisbezug dann umso stärker im Hauptstudium erfolgen.<sup>8</sup>

Was das Studium betrifft, liegt das Besondere an Bielefeld also in der Verbindung zwischen theoretischer Orientierung und berufsfeldbezogener Spezialisierung. Die dreisemestrige Lehrforschung ist sozusagen die reine Umsetzung dieses Konzepts: Der Idee nach wird dabei ja ein lehrhaftes Forschungsprojekt zu einem Thema aus einem Praxis-schwerpunkt durchgeführt, inklusive theoretisch fundierter Auseinandersetzung mit dem zu findenden Problem zum einen und der Aneignung und Anwendung von Methoden der empirischen Sozialforschung zum anderen.

#### 4. Reformkonzepte, Vorschläge und Entwicklungen

Im Rahmen des Qualitätspakts zwischen dem Land NRW und den

Hochschulen waren die Fakultäten gehalten, einen Perspektivenbericht zu verfassen, der Auskunft geben sollte über geplante zukünftige strukturelle Entwicklungen der jeweiligen Fakultät. Auch von der Fakultät für Soziologie in Bielefeld gibt es diesen Perspektivenbericht.



Zwar ist Papier geduldig, und in einem solchen Bericht können Pläne aufgeführt werden, deren Umsetzung am weiten Sternenhimmel steht. Der Bericht ist vor allem interessant, weil er Reformvorschläge und Konzepte für neue Studiengänge bündelt, die in den letzten Monaten und Jahren unabhängig vom Qualitätspakt angedacht, entwickelt und erarbeitet worden sind. Außerdem wird in dem Bericht ein Leitbild für die Fakultät formuliert, mit dem die vorgelegten Konzepte

gemessen werden können und umgekehrt. Wie sieht also der Evaluations- und Perspektivenbericht die zukünftige Entwicklung der Fakultät für Soziologie?

Sowohl bezüglich der Forschung als auch bezüglich der Lehre wird das „traditionelle“ Leitbild der Fakultät stark gemacht: Die spezifische Verbindung zwischen der Theorieorientierung einerseits und dem Wissen über bestimmte gesellschaftliche Handlungsfelder andererseits. Die Anwendung der allgemeinen Theorien auf empirische Arbeitsfelder soll auch weiterhin bezeichnend für die Bielefelder Lehre und Forschung in der Soziologie sein. Dabei wird die Orientierung nach außen großgeschrieben – man erinnert sich an die Fakultätsgründung: „Wie zu Zeiten der Fakultätsgründung muß sie (die Fakultät) versuchen, an die gesellschaftlichen Bedingungen und Erwartungen anzuknüpfen“. Dabei sollten folgende Überlegungen eine Rolle spielen: „Es ist davon auszugehen, daß der *gesellschaftliche Bedarf an sozialwissenschaftlicher Expertise ... nicht abgenommen hat, sondern ständig steigt*“ (341). Soll die Bielefelder Soziologie zukunftsfähig sein, müsse sie „den Ausbau des Bereichs von Transfer, Expertise und Beratung“ stärken (S. 341). Anschließend

merkt man an, daß der SFB zur Weltgesellschaft genau dies geleistet hätte. Also soll zumindest die Idee in Form einer interdisziplinären Einrichtung weitergedacht werden (ebd.). Und ein Institut für Weltgesellschaft wurde ja bereits eingerichtet. Damit würde die Fakultät dem gestiegenen Bedarf an gesellschaftlicher Selbstbeobachtung entgegenkommen.

Soweit das im Perspektivbericht formulierte Leitbild für die Fakultät. Konkrete Projekte zur Neugestaltung einzelner Elemente der Fakultät kommen aus verschiedenen Bereichen – in den wissenschaftlichen Einheiten diskutiert man derzeit u. a. folgende Ideen:

- Eine Gruppe aus dem Mittelbau hat ein Konzept vorgelegt zum Aufbau eines Forschungs- und Praxisschwerpunktes „Soziologische Kultur-/Medienanalyse und -theorie“. Es wird angeregt, eine Professur dafür einzurichten mit den Schwerpunkten Kultur- und Medientheorie, Analyse von Populärkultur und Multimedia sowie Globalisierung und Kultur. Die Einrichtung eines Graduiertenkollegs sei zudem wünschenswert.
- Inzwischen wurde das *Institut*

für Weltgesellschaft gegründet, das einen institutionellen Rahmen abgibt für die Einzelprojekte, die im Zusammenhang mit dem geplanten Sonderforschungsbereich Weltgesellschaft entwickelt wurden. Damit ist die

geben.

- Die WE Methoden/Sozialstruktur schlägt die Einführung eines neuen Forschungs- und Praxisschwerpunkt „Längsschnittforschung moderner Gesellschaften im Vergleich“ vor: Hier scheint vor allem eine forschungsnahe Ausbildung sowie ein „effektives Curriculum“ und eine Senkung der durchschnittlichen Studiendauer im Mittelpunkt zu stehen. In diesem Zusammenhang ist zur Abrundung des Schwerpunkts an die Einrichtung einer „sozialwissenschaftlichen Graduiertenfakultät“ gedacht.

- Die WE Wissenschaft und Technik denkt an einen Schwerpunkt „Public Understanding of Science“. Mit Blick darauf, daß möglicherweise PUS in Zukunft ein eigenständiges Berufsfeld werden könnte, wird sogar ein entsprechender Aufbaustudienang nicht ausgeschlossen. Anwendungsorientierung soll im Vordergrund stehen. Daneben ist ein Schwerpunkt „Technikfolgenabschätzung“ geplant, auch hier soll regionaler und überregionaler Anwendungsbezug grundlegend sein.
- Die WE Entwicklungssoziologie denkt an einen *Masterstudien-*

**Bistro**  
an der Uni

# Uni Max

... come in and find out...

Inhaberin: Katja Rustemeier, Universitätsstr. 19, ☎ 162628



**Montag:**  
**Baguettetag**  
großes Baguette DM 6,50

**Mittwoch:**  
**Salattag: DM 7,50**  
(Salatsonderkarte)

**Freitag:**  
**Pizzatag**  
jede Pizza (hausgemacht)  
nur DM 6,50

**Sonntag:**  
**Großes Frühstücksbuffet**  
ab 10.00 Uhr, inkl. Heißgetränke  
satt, also Kaffee, Tee, Kakao,  
Milchkaffee, Cappuccino  
DM 15,00

**Öffnungszeiten:**  
täglich ab 11.00 Uhr,  
sonntags ab 10.00 Uhr, kein Ruhetag

Hoffnung verbunden, die inhaltliche Profilbildung, die der Sonderforschungsbereich für die gesamte Fakultät eingeläutet hätte, nicht ganz verloren zu

## MIT LINKS:

<http://www.heise.de/tp/deutsch/default.html>  
Zeitschrift *Telenolis (Cybersociety)*

gang mit den Schwerpunkten Sozialanthropologie, Osteuropastudien, internationale Geschlechterforschung, Politikforschung u. a.

- Der Praxisschwerpunkt „Soziale Probleme und Problemintervention“ plant die Einrichtung eines *Aufbaustudienganges Kriminologie*. Als Abschlüsse werden das Modell des M. Phil. in Criminology und M. Phil. in Criminological Research angedacht.
- Weitere Bewegungen gibt es im Bereich der Koordination der Lehre (neues Amt der Studiendekanin). Außerdem hat Klaus-Dieter Bock mit neuen Lehrformen im Grundstudium experimentiert und einen Vorschlag zur Reform des Grundstudiums vorgelegt.
- In der WE Politik und Verwaltung sind die Pläne schon am weitesten gediehen. Die Entwicklungen in dieser WE könnten nach den derzeitigen Plänen in zwei Richtungen gehen: a) „*innovative Erhaltung*“ des PSP „Öffentliche Verwaltung“ und Konstruktion eines (Aufbau-) Master-Studiengangs „*Public Administration*“, der interdisziplinär und international ausgerichtet sein soll bzw.

b) einen Studienschwerpunkt „*Public*

*Policy*“ nach amerikanischem Vorbild einzurichten, das ‚public‘ an Public Policy wäre durch eine Lehr- und Forschungskomponente ‚Kommunikation und Medien‘ (‚Communication Policy‘) abzusichern und mit den politikwissenschaftlich orientierten Spezialsoziologien (Policies: Entwicklung, Wis-

senschaft einbeziehen. Es gibt auch die Überlegung, darüber hinaus einen Magister-/ oder Master-Studiengang Public Policy einzurichten. Der Praxisschwerpunkt Öffentliche Verwaltung steht dabei zur Disposition.

- Die *Stärkung der Politikwissenschaft* scheint ein zentraler Punkt bei vielen der Reformüberlegungen zu sein. Die Idee, die Politikwissenschaft an der Universität Bielefeld zu stärken, gibt es schon lange. Man hat wohl irgendwann gemerkt, daß an anderen Universitäten mit einer ähnlichen Präsenz von Geistes- und Sozialwissenschaften immer auch die Politikwissenschaft eigenständig vertreten ist. Verschärfend kommt nun dazu, daß innerhalb der soziologischen Fakultät die Politikwissenschaft jahrelang dahin siechte. Erst jetzt läuft ja das Berufungsverfahren für die Professur, nachdem sie vorher jahrelang vertreten wurde. Es scheint im Moment noch offen zu sein, welche Fakultät die Trägerschaft für eine gestärkte Politikwissenschaft übernehmen wird. Die Fakultät für Soziologie hat mit den diesbezüglichen Skizzen im Perspektivenbericht sicherlich einiges vorgelegt.



Müller

senschaft und Technik, Sozialpolitik, Soziale Probleme, Umwelt- und Risiko, supranationale Entscheidungs- und Verhandlungssysteme) abzurunden. Hierfür würde man dann alle Professuren mit politikwissenschaftlichen Anteilen einspannen sowie die Geschichts- und Rechtswis-

## 5. Fazit: Ausblick

Wenn man beides zusammen sieht, die Anstöße von außen in Form des Qualitätspakts und die Reformideen, die innerhalb der Fakultät kursieren, dann wird deutlich, daß der Fakultät in nicht allzu ferner Zukunft grundlegende Umstrukturierungen bevorstehen. Professoren- und Mitarbeiterstellen sollen gestrichen werden und gleichzeitig die Qualität von Lehre und Forschung gesichert und ausgebaut werden. Die Beteiligten stricken an verschiedensten Konzepten – es wird also spannend. Erste Vorschläge für neue Studiengänge, Praxisschwerpunkte, Abschlüsse liegen auf dem Tisch und nun wird, vorerst hinter den Kulissen, eifrig geschoben und geplant. Dazu kommt, daß in den nächsten fünf Jahren acht (!) Professoren und Professorinnen ausscheiden und die Stellen neu besetzt werden müssen. Derzeit laufen drei Berufungsverfahren. Allein was das Personal angeht, wird viel frischer Wind wehen, damit werden sich auch die Inhalte verändern. Gute Zeiten also für strukturelle Umbauten.

Was aber bleibt übrig vom Bielefelder Diplomstudiengang Soziologie? Herauszulesen ist aus dem Evaluationsbericht, daß die Aktivitäten in

Forschung und Lehre sich in Zukunft um die drei Innovationsfelder Öffentlichkeit, Internationalität und Folgenorientierung ranken sollen. Dies sei der gemeinsame inhaltliche Nenner, auf den sich die meisten der neuen Konzepte bringen lassen.

Während die Fakultät ursprünglich als „Großforschungsinstitut“ angelegt wurde<sup>9</sup>, bei dem alles unter einem Dach ist und nicht aufgeteilt in verschiedene Fachbereiche und Institute, führen die Reformvorschläge diese Idee nicht unbedingt fort. Es scheinen sich forschungs- und berufsfeldbezogene Spezialisierungen durchzusetzen, bei denen der soziologische Zusammenhang allerdings unklar bleibt. Da es kein gemeinsames Konzept zur Entwicklung der Fakultät gibt, sondern lediglich eine Ansammlung verschiedener Ideen, ist im Moment überhaupt nicht abzusehen, wie ein gemeinsames Dach „Soziologie“ aus-

MIT LINKS:

<http://www.uni-potsdam.de/u/medienpaed/forsch1.htm>  
Entwicklung eines medienkundlichen Studienganges

sehen könnte, unter dem die vielen Studien- und Weiterbildungsgänge sich versammeln. In dem Papier zum Graduiertenstudiengang „Kriminologie und Kriminalpolitik“ kommt hieran implizit Kritik hervor. So wird angemerkt, daß die Praxisschwerpunkte aus gutem Grund nicht als Institute konzipiert wurden, in

denen Spezialabschlüsse gemacht werden konnten: „Im Vordergrund stand immer die Idee einer exemplarischen Spezialisierung, die mit einem einheitlichen Diplomabschluß ... schloß“. Wenn es jedoch neue eigenständige Studiengänge gibt, wird es auch unterschiedlich benannte Studienabschlüsse geben. Auch hier stellt sich die Frage nach der Identität des Fachs in der Fakultät.

Was an den einzelnen unter Punkt 4 aufgeführten Reformideen auffällt, ist die Fokussierung auf Konzepte und Strukturen. Die inhaltliche Ausgestaltung findet dagegen keine Erwähnung. Wenn das Studium sinnvoll gestrafft werden soll, kann dies nicht heißen, daß man nur die Studienzeiten kürzt. Vielmehr muß man auch Lehrformen finden, die schneller zum Ziel führen. Die stärkere Beteiligung von Studierenden an Lehrveranstaltungen, die (multi-) mediale Präsentation und Verarbeitung von Lehrinhalten, dies alles

scheint im derzeitigen Erneuerungselan eher etwas unterbelichtet. •

## Anmerkungen

1 Vgl. *sozusagen* Nr. 7, S. 6.

2 Viele Informationen und Anregungen zu diesem Artikel haben wir aus

dem Sammelband „Soziologie in Bielefeld. Ein Rückblick nach 25 Jahren“ gezogen, den wir all jenen wärmstens zur Lektüre empfehlen, die sich für die Fakultätsgeschichte interessieren und die sich z.B. fragen, warum es in Bielefeld eigentlich Praxisschwerpunkte und unsere akademischen Räte gibt.

3 Vor diesem Hintergrund ist man geneigt, die Gründer der Bielefelder Universität und Fakultät für Soziologie nachträglich um die Erfahrung zu beneiden, daß zu Beginn ja wirklich viele Optionen da waren. Warum zur Institutionalisierung, also zur konkreten sozialen Verwirklichung einer Idee (z.B. die Idee der „aktiven Professionalisierung“) dann bestimmte Optionen gewählt wurden und nicht andere, ebenso denkbare, ist wohl das Ergebnis von Macht- und Interessenkonstellationen. Vgl. dazu den Aufsatz von Klaus-Dieter Bock in Kaufmann/ Korff 1995.

4 In Deutschland wird einem immer das anglo-amerikanische Modell vorgeführt, das es jedoch als einheitliches Modell gar nicht gibt. In Großbritannien dauert ein Bachelor drei Jahre, der Master ein Jahr (3+1), wobei der letzte eher von wenig Leuten absolviert wird. In den USA werden 4+2 Jahre studiert. Das eine Jahr

länger für den Bachelor kompensiert Defizite und Niveauunterschiede in der Schulbildung. Hier sind die Studiengänge weniger spezialisiert, die Studis haben mehr Kombinationsmöglichkeiten mit einzelnen Modulen. Ca. 30-40 % machen nach dem Bachelor auch den Master.

5 Vgl. *sozusagen* Nr. 7, S. 8.



6 Bedauerlicherweise spielen Erkenntnisse der hochschuldidaktischen Forschung, deren Umsetzung sicherlich auch zu einer zügigeren, effektiveren und erfolgreicherem Absolvierung des Studiums beitragen könnten, bei der Diskussion um „Straffung“ kaum eine Rolle.

7 PET wurde übrigens eingerichtet, um eine Verbindung zwischen den Praxisschwerpunkten und der allge-

meinen Soziologie zu schaffen. Irgendwie ist diese ursprüngliche Absicht jedoch nie zufriedenstellend umgesetzt worden: Schon 1973 befand eine sogenannte „Visitation“ der DGS, daß das Verhältnis des Lehrgebiets PET zu den Praxisschwerpunkten ungeklärt sei. Bis heute hat sich daran nichts geändert, wohl deshalb ist PET im Rahmen der Reformideen nicht mehr mit auf dem Plan und wird im Zuge der Reform aufgelöst werden.

8 Diesem Konzept verdanken wir die „Abstrahiertheit und Theorielastigkeit“ des Grundstudiums, gegen die Klaus-Dieter Bock mit seinen Überlegungen zur Reform des Grundstudiums und seinen Modellversuchen mit geblockten, anwendungsbezogenen Einführungsveranstaltungen angeht.

Zu den Ansätzen von Klaus Bock vgl. *sozusagen* Nr. 4, S. 80 und *sozusagen* Nr. 7, S. 9.

9 siehe Franz Xaver Kaufmann: Soziologie. In: Reformuniversität Bielefeld 1994.

# Fakultätsturnier und Sommerfest

*am 28. Juni 2000*

Für genaueres zu Modalitäten und Attraktionen:

*Achtet auf Aushänge!*

Weitere Informationen  
auch in der Fachschaft Soziologie

L3-120

## DER SOZIOLOGINNENSALON

### Frauenpower: Schlauer statt sauer!

von Milena Kärtner

Zwei Kommilitoninnen (Antonia und ich: Milena) treffen sich eines Tages auf der Treppe, sprechen über Studienbedingungen im allgemeinen und über Bedingungen für Frauen im Besonderen... Damit fing alles an.

Wir waren uns zum Beispiel einig, daß es unserer Studienberatung gut täte, wenn sie um einige weibliche Gesichter bereichert würde. Unser Studium ist schon lange geprägt von der Geschlechterthematik, d.h. wir sind sensibilisiert für gewisse Sachverhalte, wie zum Beispiel: wieviele Frauen wo arbeiten, warum welche Unterschiede zwischen Frauen und Männern bzw. ihrem Verhalten und ihren Fähigkeiten in bestimmten Situationen gemacht werden, etc.pp.

#### Wieso nur für Soziologinnen?

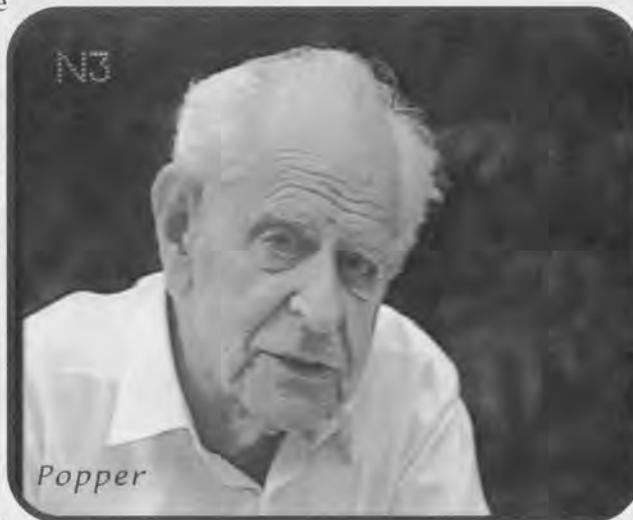
Ich erzähle hoffentlich den wenigsten etwas Neues, wenn ich erwähne, daß es auch heutzutage noch manchmal — trotz fortgeschrittener Gleichberechtigungsbemühungen - erhebliche Probleme mit sich bringt, eine Frau zu sein. Abgesehen

davon, daß ich fürchten muß, später für die gleiche Arbeit schlechter bezahlt zu werden als ein Mann, nur weil ich eine Frau bin; abgesehen davon, daß mir mein Mathelehrer in der 5. und in der 12. wieder zu verstehen gab, von Frauen könne man(n) in Mathe ja nicht viel erwarten; abgesehen davon, daß mir im Fernsehen dauernd weisgemacht wird, Frauen seien überall immer

Durchkämpfen eine typisch männliche Fähigkeit sei (schon in den Märchen geht das los!); abgesehen davon, daß Frauen ihr Leben lang aus unersichtlichen Gründen beträchtlich höhere Krankenkassenbeiträge zahlen als Männer; abgesehen davon gibt es bei uns noch viel zu wenig Frauen in hohen Positionen. Einerseits auf dem Arbeitsmarkt: An der Uni Bielefeld gibt es zum Beispiel nach wie vor nur 6% Professorinnen, was in etwa dem bundesdeutschen Durchschnitt an Professorinnen entspricht. Auch in der Politik gibt es viel zu wenig Frauen; ein Wunder und in Deutschland das erste Mal in dieser Form, daß Angela Merkel - eine Frau - Parteivorsitzende ist! Also: es gibt viel zu wenig Frauen, die was zu sagen haben in unserer westlichen Gesellschaft, die über öffentliche und private Gelder verfügen können, deren Wort gilt, die mitreden und deren

Erfindungen für wichtig erachtet werden usw. usf.

Solche Gedanken beunruhigten uns, machten uns aber auch deutlich, daß wir uns vielleicht bereits in unserer Berufsausbildung (doch, ja, ein Stu-



wieder hauptsächlich Opfer (zum Beispiel in Kriegen) und abgesehen davon, daß Kooperation angeblich eine typisch weibliche Fähigkeit sei während nur Männer Beschützer sein könnten und das Sich-Alleine-

dium sollte idealerweise schon zu einem Beruf führen!) darum kümmern sollten, welchen Status wir in dieser Gesellschaft einnehmen wollen: beispielsweise gut verdienen, selbstbewußt sein, politisch mitreden können (egal auf welcher Ebene), es unter Umständen beruflich und persönlich „zu was bringen“ ODER: im Halbschlaf irgendein Studium durchwandeln, uns irgendwann finanziell an einen Mann dranhängen, oder auch alleine an der Kasse bei Aldi versumpfen...

### Was machen wir im Salon?

Jedenfalls haben wir uns gedacht: Alle fangen klein an mit den Veränderungen und dem Erfolg, zum Beispiel mit einer gewissen Art zu studieren. Wir wollen Frauen ermutigen, ihr Studium mit Spaß und Erfolg zu Ende zu führen und nach ihrem Abschluß weiterführende Berufs- oder Qualifikationsmöglichkeiten ernst zu nehmen. Diese Überlegungen führten letztendlich dazu, daß sich insgesamt vier Kommilitoninnen als die Initiative FRISBEES einerseits in die Studienberatung eingemischt haben und andererseits den Soziologinnensalon gegründet haben. Antonia und ich leiten den Salon, und davon soll jetzt noch die Rede sein.

Klein anfangen, das hieß für uns: bei der Studienmotivation und der Selbstsicherheit von Frauen im Stu-

dium beginnen (das heißt überhaupt nicht, daß Männer hiermit nicht auch zu kämpfen hätten!). Daher entwickelten wir unsere drei „Grundpfeiler“ des Salonprogramms: 1. Eigene Arbeiten diskutieren, 2. gemeinsam sicher werden im wissenschaftlichen Arbeiten, 3. berufliche Perspektiven aufzeigen, indem wir berufstätige Soziologinnen in den Salon einladen.

Die Organisation dieses Salons erforderte von uns eine Menge Nerven und Spontantät, da wir im August planten, im Oktober zu beginnen. Wir haben zu Anfang, aber auch immer wieder zwischendurch reichlich Bekanntheit gemacht mit den Wirren der Universitätsverwaltung: Einerseits mit sehr netten und hilfsbereiten Menschen, andererseits mit bürokratischen Zwängen. Eins ist klar: Wir haben unsere Beinmuskulatur während all der Rennerei voll entwickelt, für einen Marathon wären wir während jeder heißen Organisationsphase ohne Probleme gerüstet.

Als Ergebnis haben wir in erstaunlich kurzer Zeit ein konkretes Programm für unsere ersten Salonabende entwickelt, einen Raum orga-

nisiert, uns persönliche Unterstützung von Lehrenden gesichert, sowie einen Geldbetrag für Materialien und Vorträge zugeteilt bekommen, der sich sehen lassen konnte. Wir haben eine flächendeckende Werbung an die Uniwände gezaubert und saßen Anfang Oktober tatsächlich mit fünf neugierigen Frauen zusammen. Unser Fazit aus dieser intensiven Gründungsphase: Es lohnt sich, sich für eigene Ideen einzusetzen, und es ist geradezu erstaunlich, wie weit mensch kommen kann, wieviel Unterstützung gegeben wird und wieviel Spaß es



macht, etwas aus eigener Kraft auf die Beine zu stellen!

Wir waren im Wintersemester schließlich acht Frauen, hatten eine Menge Spaß und haben gute Arbeit geleistet (es gab Befürchtungen,

diese Unternehmung könnte in einen Kaffeeklatsch ausarten). Wir haben eigene Arbeiten diskutiert, was von den jeweiligen Autorinnen, aber auch von allen anderen als sehr fruchtbar erlebt wurde. Wir haben uns unter anderem mit Marx beschäftigt und damit, ob es weibliches und männliches Sprachverhalten gibt und wie das dann aussieht und wir trauten uns auch (in heißer Diskussion) an die Frage des Rechtsradikalismus unter Feministinnen heran. Die Referate wurden deutlich und fair kritisiert, was uns schon für das nächste Seminarreferat einiges gebracht hat.

Ein Highlight war der Besuch von



Dipl.-Soz. Silvia Wilz und Prof. Dr. Birgit Geissler. Beide haben uns äußerst freimütig und konstruktiv über ihren bisherigen Karriereweg

erzählt und davon, welche Erfahrungen frau in der Berufswelt so machen kann. Nebenbei bekamen wir auch noch wertvolle Tips über Stipendienmöglichkeiten oder erhellende Einblicke darin, wie wir StudentInnen von der Seite der Lehrenden wahrgenommen werden. Diese Praxis werden wir fortführen; uns besuchen dieses Semester eine wissenschaftliche Hilfskraft der sfs (Sozialforschungsstelle Dortmund) und die Frauenbeauftragte der Uni Bielefeld, Andrea Löther.

Eine weitere spannende Unternehmung waren zwei Rhetoriknachmittage, die wir uns im kleinen Kreis gönnten. Am ersten Nachmittag leisteten wir harte Arbeit, um unsere Argumentationsfähigkeit zu erweitern, bzw. uns überhaupt erstmal bewußt zu werden, wie Argumentieren funktioniert! Unsere Dozentin war eine sehr fähige und hat uns vor allem mit Humor durch die teilweise echt anstrengenden Übungen gebracht. Im zweiten Teil ging es um Körpersprache. Wir hatten

während dieser Übungen so manche überraschende Erkenntnis über uns selbst und über die Wirkung von Körpersprache im allgemeinen – und

wahrlich auch eine Menge Spaß. Da wir noch nicht genug hiervon haben, werden wir in diesem Semester einen weiteren Kurs machen; diesmal kommt die Videokamera zum Einsatz und es geht um Sprecherziehung und Grundlagen der Kommunikation, also Dinge wie den Klang unserer Stimme, wie Infos grundsätzlich an GesprächspartnerInnen gelangen, Atemtechniken usw. Wir sind gespannt auf die neue Dozentin, die uns sehr empfohlen wurde.

Insgesamt können wir sagen - und wir wurden durch ein entsprechendes Feedback der Teilnehmerinnen in dieser Ansicht bestärkt, daß der Soziologinnensalon eine gute Idee war. Wir fühlen uns wohl in einer solchen Runde, da es nicht gar so trocken zugeht wie im Seminar. Andererseits ist die Runde wie gesagt auch kein Kaffeeklatsch und gibt uns allen viele Anregungen thematisch UND wissenschaftlich-technisch. Unsere Gruppe tritt mit den gleichen Frauen und bereits drei neuen Mitstreiterinnen wieder an zur zweiten Runde. Wir freuen uns auch weiterhin über neue Teilnehmerinnen!! Gerade, wenn Euch der Austausch unter den Studierenden manchmal zu selten ist, wenn ihr gerne wissen würdet, was andere Frauen eigentlich inhaltlich mit der Soziologie wollen, wie sie klarkommen mit wissenschaftlichen Methoden und wenn ihr da noch

Erklärungs- und  
Übungsbedarf habt;

Studienlabor

wenn ihr zu den Seminaren eine etwas effizientere und persönlichere Ergänzung gut gebrauchen könntet und gerne wissen würdet, wohin die Soziologie führen kann (beruflich z. B.); wenn ihr es auch sinnvoll findet, euch „allein unter Frauen“ auszutauschen und unsere Ausbildung ernster, aber nicht verbissen zu nehmen, dann seid ihr richtig bei uns. An dieser Stelle sei bemerkt, daß eine regelmäßige und aktive Teilnahme Bedingung ist – das heißt: alle werden entweder ein Referat übernehmen, eine Stunde als Moderatorin gestalten oder für uns wichtige Informationen recherchieren, Gäste kontaktieren und einladen bzw. sich an der schriftlichen Berichterstattung über den Salon oder anderweitig geplanten schriftlichen Aktionen beteiligen. Außerdem sollten bis zum zweiten Salontermin alle Teilnehmerinnen feststehen.

WIR LADEN ALSO HERZLICH EIN ZU EINEM SOLO! Termine, Ort und Zeit werden immer zum Anfang des Semesters an den üblichen Aushängestellen bekanntgegeben. •

#### Kontakt:

mikaertner@sozjur.uni-bielefeld.de  
(Tel: 16 400 16)

ankrummheuer@sozjur.uni-bielefeld.de (Tel: 52 16 170)



von Peimaneh Riahi

**E**uropa Intensiv ist ein interdisziplinäres Studienangebot der Universität Bielefeld. Das ausgewogene Verhältnis zwischen wissenschaftlich ausgewiesenen Hochschullehrern und Europa-Experten sichert einerseits das Lernen theoretischer Grundlagen und andererseits eine praxisbezogene Ausbildung. Im Vordergrund des Lehrangebots steht das Prinzip einer inhaltlichen Vernetzung von europäischen Wissensangeboten, die in den normalen Studiengängen in dieser Form nicht angeboten werden können. Das Programm läuft über zwei Semester und wird von einem Praktikum bei europäischen Institutionen ergänzt. Weiterhin werden gezielt Seminare und Kolloquien zu Europa-spezifischen Themen, Workshops über Verhandlungsanalyse sowie Fremdsprachenkurse angeboten.

Im ersten Semester werden zwei Veranstaltungen besucht (4-6 SWS), im zweiten Semester ist lediglich ein Leistungsnachweis zu erbringen (2-3 SWS). Zum Angebot gehören Veranstaltungen über den europäischen Einigungsprozess, Europarecht (Rechtswissenschaft), die Geschichte der europäischen Gemeinschaft (Geschichte), Parteien in

Europa (Soziologie), EU-Wirtschaft (WiWi).

Die Absolventen dieses Studiums erhalten nach einem erfolgreichen Abschluss ein Zertifikat. Die kleine Zahl der Teilnehmer, die Interdisziplinarität und die Vermittlung eines Praktikums, die anderweitig oft zeitaufwendig und erfolglos ist, sind ein weitere Vorteile.

Das Angebot wendet sich an alle Studierenden der Geistes- und Sozialwissenschaften der Universität Bielefeld, an EU-genauso wie an Nicht-EU-Bürger, die sich im Hauptstudium befinden. Aus den Bewerbern werden 30 Leute ausgewählt, die bestimmte Qualifikationen aufweisen sollten. Neben den Sprachkenntnissen, wichtig für ein Aufenthalt in Brüssel, werden Studienleistungen und erworbene Kenntnisse rund um das Thema Europa berücksichtigt. Ein schriftlicher Lebenslauf, Leistungsnachweise und eine kurze Begründung, warum eine Bewerbung angestrebt wird, müssen dieses Jahr bis zum 15 Juni 2000 am Lehrstuhl von Prof. Hatje (Koordinator) nachgereicht werden: Postfach 100131, Fakultät für Rechtswissenschaft, 33501 Bielefeld.

Ansprechpartnerin für Bewerbungen und Information ist:

Simone Knemeyer, Universität Bielefeld, K 3 - 128, Tel. (0521) 106 - 3342, Sprechstunden: Dienstag und Mittwoch jeweils 11 - 13 Uhr,  
mail: [simone.knemeyer@uni-bielefeld.de](mailto:simone.knemeyer@uni-bielefeld.de).

•

MIT LINKS:

[www.iura.uni-bielefeld.de/hatiweb/Europa\\_Intensiv/europa/index.html](http://www.iura.uni-bielefeld.de/hatiweb/Europa_Intensiv/europa/index.html)

# DJ PROF. DR. WEINGART LEGT AUF

## ... doch HERTZ 87,9 bietet den Soziologen weit mehr als das!

von Maria Tzankow

Vor genau einem Jahr wurde das Projekt CampusRadio schon einmal vorgestellt ('Die akustische Hausarbeit', *sozusagen* Nr. 6, Anm. der Red.). Die, die nichts damit zu tun haben, werden sich vermutlich fragen: Ja, wo bleibt er denn, der neue Sender? Eine berechtigte Frage. Frequenzsuche und Koordinierung legen in Deutschland einen langen und sehr bürokratischen Weg zurück; bürokratischer, als die Projektgruppe es vermutet hatte. Hin und her geht es zwischen der Landesanstalt für Rundfunk NRW (LfR), der Regulierungsbehörde für Telekommunikation und Post (RegTP), der Staatskanzlei und der Telekom.

### Wo bleibt er denn, der neue Sender?

Gefunden hat die Telekom die 87,9, aber freigegeben ist diese Frequenz noch nicht. Im Herbst soll es nun endlich so weit sein. HERTZ 87,9 wird dann mehrere Stunden live vom Campus senden. Bis dahin nutzen die Initiatoren die Zeit, um den neuen Hochschulsender bestmöglich mit den einzelnen Fakultäten zu ver-

knüpfen.

So natürlich auch mit der Soziologie. Und wer ist, wenn es um Wissenschaft und Medien geht, ein besserer Ansprechpartner als Prof. Dr. Peter Weingart? Im Gespräch mit HERTZ 87,9 bekundet er, er fände es gut,



CampusRadio für Bielefeld

„Inhalte bestimmter ausgesuchter Seminare mit der entsprechenden redaktionellen Brille in den Rundfunk zu geben“. Das sei eine ausgezeichnete Möglichkeit, den internen Dialog zu fördern. Denn er findet es wichtig, „dass sich die Wissenschaftler untereinander verstehen“ und auch, „dass die Leute, die sich außerhalb der Akademie befinden, sehen, wie Wissenschaft funktioniert“.

### Die akustische Hausarbeit

Die erste Möglichkeit gibt es in diesem Sommersemester: In Weingarts Seminar 'Wissenschaft, Medien und

Öffentlichkeit' können die Seminar- teilnehmerInnen erstmals die Ergebnisse ihrer Projektarbeit als Radiobeitrag präsentieren. Aus der schriftlichen Hausarbeit wird dementsprechend eine akustische - die Ergebnisse werden also von sich hören lassen!

In Zukunft kann es mehr davon geben, mehr praktische Radioarbeit also im Bereich Wissenschaft - sagt auch Weingart - so sich denn die Studierenden dafür interessieren. Doch das werden sie wohl, denn unbestreitbar macht Radiomachen Spaß. Und mit fertigen Beiträgen kann man sich beim WDR oder bei irgendeinem der anderen zahlreichen Sender um ein Praktikum oder Volontariat bewerben. Eine geschriebene Hausarbeit ist hier weit weniger beeindruckend. Aber auch für diejenigen, die keine Medienkarriere anstreben, macht die Zusammenarbeit mit HERTZ 87,9 Sinn: Schaden kann es auf gar keinen Fall, sich einmal gefragt zu haben: Wie um Himmels willen soll ich dieses komplexe Thema bitteschön auf einen vierminütigen Beitrag zusammenkür-

MIT LINKS:

<http://www.lili.uni-bielefeld.de/unifunk>  
HERTZ 87,9

zen? Das schärft die Sensibilität für die Probleme des Wissenschaftsjournalismus.

Die Bestrebungen der HERTZ 87.9-Menschen, die Fakultäten an den Sender zu binden, tragen nun aber auch im Praktikumsbüro Soziologie Früchte.

### **HERTZ 87.9 ist jetzt anerkannte Praktikumsstelle in der Soziologie...**

Das erfreuliche Ergebnis: HERTZ 87.9 wurde soeben zur anerkannten Praktikumsstelle gekürt. Das Praktikum von Soziologiestudierenden kann als Teilzeitpraktikum abgeleistet werden. Die 20 Stunden in der Woche können über 6 Monate abgeleistet werden. Dies wird dann als 3 Monate auf die gesamte Praktikumszeit angerechnet. Kürzer geht's natürlich auch. Vor dem Sendestart von HERTZ 87.9 können noch 2 PraktikantInnen angenommen werden, die an redaktionellen und PR-Tätigkeiten interessiert sein sollten. Wenn HERTZ 87.9 dann live im Äther ist, darf's auch ruhig ein bisschen mehr 'Soziologie pur' sein. Dann beginnt die heiße Phase der empirischen Untersuchungen: Pro-

grammanalysen, Rezipientenanalysen, Analysen zur Einstellungen der „allgemeinen Öffentlichkeit“ zu HERTZ 87.9 im Sendegebiet, allgemeine Hörgewohnheiten der Bielefelder usw. usf.

### **...für Praktika im redaktionellen Bereich und für Analysen, Analysen, Analysen.**

Auch redaktionell arbeitende Prakti-



kantInnen werden nach Sendestart verstärkt benötigt. Gilt es doch, täglich ein Programm anzubieten, von dem derzeit niemand genau weiß, wie aufwendig seine Produktion sein wird. Die Bewerbungen sind schriftlich an die Ausbildungsleitung zu richten.

Nach wie vor sind aber auch Hochschulangehörige, die kein Praktikum zu absolvieren gedenken, herzlich willkommen, bei HERTZ 87.9 mitzuarbeiten. Seit es das CampusRadio gibt, ist für viele klar: Radiomachen macht so viel Spaß, dass man hier auch sehr gut seine Freizeit verbringen kann.

Das finden auch manche Professoren. Unter ihnen: Peter Weingart, der momentan darüber nachdenkt, ob er nicht auf HERTZ 87.9 seine eigene Jazz-Show fahren möchte. •

### **HERTZ 87.9**

CampusRadio für Bielefeld

Universitätsstr. 25  
Raum C02-210  
33615 Bielefeld

Telefon: 0521 911 45 0  
Fax: 0521 911 45 45  
e-mail: hertz87\_9@yahoo.de

### **Chefredaktion:**

Maria Tzankow  
Telefon: 0521 911 45 20

### **Projektleitung:**

Marco Göllner  
Telefon: 0521 911 45 13

### **Ausbildungsleitung:**

Matthias Felling  
Tel. 0521 911 45 14

# DIE SOZIALWISSENSCHAFTEN IN DER ÖFFENTLICHKEIT, DIE GRÜNEN UND DIE MEDIEN

Ein Interview mit dem Politikwissenschaftler Thomas Poguntke

von Frank Berner und Holger Jlli

*Thomas Poguntke vertritt derzeit die Professur "Politikwissenschaft". Das Interview wurde Ende April geführt. Das Schicksal von Arminia Bielefeld und das der nordrhein-westfälischen Parteien für die nächste Saison bzw. Legislaturperiode ist inzwischen besiegelt.*

**W**issen Sie, wieviel Punkte Arminia Bielefeld im Moment hat?

Nein. Das hängt aber natürlich auch mit den speziellen Bedingungen eines Lehrstuhlvertreters zusammen, der ja mindestens an zwei verschiedenen Orten lebt und arbeitet. Aber ich weiß, daß es ziemlich schlecht aussieht, mehr oder weniger hoffnungslos.

*Wir wollten eigentlich wissen, wieviel Sie von Bielefeld generell wissen, von der Stadt, von der Universität und von der Fakultät für Soziologie.*

Da kann man sozusagen rückwärts antworten. Von der Fakultät weiß ich einiges, von der Universität auch ein



Th. Poguntke

schung über die Neuen Sozialen Bewegungen und anderem von Claus Offe.

#### **Studium:**

Politikwissenschaft und Geschichte in Stuttgart und an der London School of Economics

Abschluß: M.Sc. (Econ), LSE, 1983

Promotion: Dr. phil; Europäisches Hochschulinstitut in Florenz, 1989

Habil.: Venia legendi für Politische Wissenschaft, Universität Mannheim, 1999

#### **Tätigkeiten:**

1987- 1990: Wissenschaftlicher Mitarbeiter an der Forschungsstelle für gesellschaftliche Entwicklungen (FGE), Universität Mannheim

1990-1996: Hochschulassistent an der Fakultät für Sozialwissenschaften, Universität Mannheim

1996-1999: Habilitand am Mannheimer Zentrum für Europäische Sozialforschung, Universität Mannheim

seit 1999: Vertreter C4-Professur für Politikwiss., Fakultät für Soziologie, Universität Bielefeld

ab September 2000: Lehrstuhl für Politikwissenschaft an der Keele University, Großbritannien

bißchen was, natürlich auch über die Fakultät hinaus, und von der Stadt sehr sehr wenig. Was die Fakultät angeht, ist es klar, wofür Bielefeld steht: Sie ist die größte Fakultät für Soziologie in Deutschland und wahrscheinlich auch eine der größten weltweit, mit einem kleinen Bereich Politikwissenschaft. Sie ist vor allem mit dem Namen Luhmann, aber - für einen Politologen vielleicht genauso interessant - mit dem Namen Claus Offe verbunden. Also einerseits die Systemtheorie à la Luhmann, aber auch die Beiträge zur politischen Soziologie, zur For-

*Wird die Systemtheorie in der Politikwissenschaft denn rezipiert?*

Ja, aber Luhmann ist ja nicht der einzige, wenn auch ein sehr wichtiger Vertreter. Für die Politikwissenschaft spielen zum Teil andere Vertreter fast eine größere Rolle. Die empirische Forschung zur Legitimität und Stabilität von politischen Regimen bezieht sich stark auf einen Ansatz von David Easton zur politischen Unterstützung. Systemtheorie als eine Denkschule und Denktradition ist also auch in der Politikwissenschaft sehr wichtig, vor allem in den empirischen, umfrageorientierten Bereichen.

*Wie sehen Sie überhaupt das Verhältnis zwischen Politikwissenschaft und Soziologie? Liegt zwischen den beiden Disziplinen eher Komplementarität oder eher Konkurrenz vor?*

Da bin ich vielleicht geprägt von meiner Mannheimer Sozialisation, das ist ja eine Fakultät für Sozialwissenschaften, und viele der Mannheimer Kollegen betrachten sich gar nicht als Politikwissenschaftler oder Soziologen, sondern als empirisch arbeitende Sozialwissenschaftler. In bestimmten Bereichen ist die Kooperation zwischen Politikwissenschaft und Soziologie gar nicht mehr wegzudenken, nämlich aus dem Bereich der empirisch orientierten Poli-

MIT LINKS:

<http://www.uni-mannheim.de/i3v/00032900/01768991.htm>  
Die eine Seite des Thomas Poguntke

tikwissenschaft, wo die Soziologie bzw. die politische Soziologie nicht eine Hilfswissenschaft ist, sondern ein integraler Bestandteil der Politikwissenschaft. Die Berührungspunkte liegen da, wo es darum geht, wie Menschen in Institutionen sich verhalten und wie die Bauart der Institutionen von politischen Systemen auf das Verhalten von Menschen zurückwirkt. Das ist eine klassische Schnittmenge zwischen Politikwissenschaft und Soziologie. Denken Sie nur an die Wahlforschung, die Partizipationsforschung, die empirische Parteienforschung, ... Denken Sie an die neueren, in den letzten Jahren wichtiger gewordenen Ansätze der rationalen Entscheidung, bei denen es auch darum geht, die Schnittmenge zu erforschen zwischen individuellem Verhalten in Organisationen oder Institutionen und die jeweiligen Rückwirkungen der Institutionen auf das Verhalten der Menschen. Ich weiß nicht, ob man bei wissenschaftlichen Disziplinen von Konkurrenzverhältnissen sprechen kann.

*Konkurrenz könnte ja auch bestehen, wenn die Disziplinen ihr Wissen nach außen verkaufen wollen, z.B. der Politik. Was kann eigentlich die Politikwissenschaft oder die Soziologie der Politik an Beratungswissen anbieten, welche Kom-*

*petenzen könnten nachgefragt werden?*

Nun, da gibt's im Prinzip zwei Ebenen. Das eine ist die strategische Beratung, was jetzt doch eher eine klassische Beratung der Politikwissenschaft wäre, also Beratung zur Wahlkampfstrategie, zur Technik der Macht *sozusagen*. Aber zur Technik der Macht kann natürlich auch ein Organisationssoziologe hilfreiche Beratung geben. Die Wahlforschung als klassisches Feld der Politikwissenschaft - hier allerdings auch wieder politische Soziologie - ist ein klassischer Bereich der Politikberatung. Beratung. Und dann gibt es noch einen anderen, viel größeren Bereich, und zwar die substantielle inhaltliche Beratung.

Offset bis  
Din A1

AJZ DRUCK &

Heeperstr. 132  
33 607 Bielefeld  
☎ 05 21/ 17 72 39  
☎ 05 21/ 5 21 20 43  
ajzdruck@t-online.de

Hier sind Wissenschaftler gefragt, die mit bestimmten Politikfeldern besonders gut vertraut sind. Es gibt einen großen Beratungsbedarf in der Politik, aber auch in Unternehmen, wobei da die Politikwissenschaft selten zum Zuge kommt. In der Wirtschaft sind es eher die Spezialisten der verschiedenen Bindestrich-Soziologen, beispielsweise Arbeits- und Organisationssoziologen.

*Soziologie und Politikwissenschaft scheinen gerade im Vergleich mit den wirtschaftswissenschaftlichen Fächern derzeit wenig nachgefragt zu werden. Auch in den öffentlichen Debatten sind sie ja eher wenig präsent.*

Ja, das stimmt, und da sehe ich auch ein Problem. Ich denke, daß die Luft in Zukunft bleihaltiger werden wird. Ich rede jetzt über Hochschulevaluation und Evaluation der Lehre und damit verbundene Aspekte, die jetzt diskutiert werden. Das wird ja auf Deutschland auch zukommen, und dann werden Soziologie und Politikwissenschaften sich natürlich fragen lassen müssen, was sie denn an gesellschaftlicher Relevanz produzieren, und zwar indirekt



**MIT LINKS:**

<http://www.uni-bielefeld.de/soz/personen/poguntke.htm>  
Die andere Seite des Thomas Poguntke



über die Frage, wo denn nachher ihre Absolventen nachgefragt werden auf dem Arbeitsmarkt. Wenn die Sozialwissenschaften es nicht schaffen, auch gegenüber der Gesellschaft insgesamt ihre Relevanz deutlich zu machen - auch durch gelegentliche Eingriffe in öffentliche Debatten -, dann wird die Legitimationsgrundlage dieser

Fächer schwinden. Stichwort Globalisierung: In dem Maße, in dem sie sich auch außerhalb der Universität in die Debatte einmischen und sie nicht nur der Ökonomie überlassen, werden die Absolventen dieser Studiengänge interessant. Ein Hauptproblem unserer Fächer ist aber auch, daß wir keine Berufsausbildung anbieten. Jeder weiß, was ein Informatiker ist, aber keiner weiß so richtig, was ein Sozialwissenschaftler ist.

*Müssen die Studiengänge umgebaut werden, um auch in den Sozialwissenschaften Berufsbilder zu schaffen?*

Ich denke, zum Teil geschieht es, gerade auch in Bielefeld mit den Praxischwerpunkten. Generell glaube ich, daß mittelfristig kein Weg dran



Fromm

vorbeiführen wird an einer Zweigliederung des Studiums nach dem angelsächsischen Modell. Die Lehrenden müßten intensiv darüber nachdenken, was denn so die Kernkompetenzen sind, die erworben werden sollen in den verschiedenen Studienphasen. Nicht im Sinne einer Berufsausbildung, das können Querschnittsfächer wie Politikwissenschaft oder Soziologie nicht leisten, aber die Diskussion um die Kernkompetenzen muß geführt werden. Es sollen ja auch an dieser Fakultät spezialisierte Magisterstudiengänge eingerichtet werden, z.B. Public Administration. Das ist der richtige Weg, damit die Profilierung klarer wird.

*Machen wir einen kleinen Themensprung. Sie haben im letzten Semester*

*ein Seminar zu den Grünen angeboten. Sind Sie Parteifunktionär und wollt'n neue Mitglieder werben?*

Nein, nein, das liegt mir fern. Es wird häufig vermutet, daß man sich mit dem Forschungsthema entweder besonders stark identifiziert oder es besonders heftig ablehnt. Gerade bei der Parteienforschung

gibt es immer diese beiden Muster: Rechtsextremismusforscher hält man meistens für glühende Antifaschisten und den Grünenforschern unterstellt man, daß sie entweder Parteimitglieder sind oder im Auftrag der CDU die Bekämpfung der Grünen Partei erforschen. Beides trifft für mich nicht zu, wobei ich gewisse Sympathien für die Grünen gar nicht verhehlen will. Aber ich bin nicht Parteimitglied, auch weil ich der Meinung bin, daß man eine gewisse Distanz zu seinem Forschungsgegenstand behalten sollte.

*Und warum interessieren Sie sich dann gerade für die Grünen?*

Das ist die Frage danach, wie man zu seinem Forschungsthema kommt. Die Grünen sind ein ungeheuer spannendes Projekt gewesen, seit Ende der 70er Jahre. Sie haben diese relativ verkrustete Parteienlandschaft aufgebrochen, und entlang der Themen, die das Entstehen der Grünen begünstigt haben, haben sich die wichtigsten innenpolitischen Streitfragen entzündet, nehmen Sie die NATO-Nachrüstung, nehmen Sie die ganze Umweltdiskussion, die Anti-AKW-Bewegung. Das waren die großen Konflikte in den 70er und 80er Jahren. Es war einfach spannend, sich zu überlegen, wie man diese Partei erklären kann, wo sie herkommt, wie stabil die sein würde. Es gab damals viele, die gesagt



haben, es sei keine gute Idee, über dieses Thema promovieren zu wollen, weil die Gefahr bestünde, daß die Grünen vor dem Abschluß der Promotion schon wieder verschwunden sein könnten. Aber was die Stabilität der Grünen angeht, habe ich recht gehabt, aus guten theoretischen Gründen.

*Was sind die guten theoretischen Gründe dafür, daß die Grünen so lange durchgehalten haben?*

Die Grünen sind ein Produkt eines partiellen Paradigmenwandels der Politik westlicher Industriegesellschaften. Die Stichworte hier sind Partizipationswandel, Postmaterialismus, die Verschiebung der sozialen Struktur hin zu den neuen Mittelschichten und zu einem öffentlich abgesicherten wohlfahrtsstaatlichen Bereich. Das hat eine partiell neue politische Tagesordnung entstehen lassen in vielen westlichen Gesellschaften, die beschrieben werden kann durch Schlagworte wie Ökologie, Emanzipation, Partizipation, Mitbestimmung, ein relativ starkes antimilitärisches oder pazifistisches Element. Das ist das Motivationsbündel. Die traditionellen Parteien waren mit ihrer Verankerung in traditionellen Interessenorganisationen schlecht ausgerüstet, diese neuen

Forderungen und politischen Stile aufzunehmen, so daß es in fast allen westeuropäischen Ländern Platz gab auf diesem Teil des politischen Spektrums für eine neue Partei. Die neuen Parteien waren dann allerdings doch nicht so erfolgreich, wie man am Anfang glaubte, weil die



anderen Parteien als lernfähige Organisationen es dann doch geschafft haben, ein Stückweit auf die neuen Themen zu reagieren. Das ist das Problem der Grünen im Moment, daß man einen Teil ihrer Themen übernommen hat, ein anderer Teil ihrer Themen ist nicht mehr ganz so wichtig. Und die Radikalität läßt sich nicht so leicht durchhalten in der Regierungsverantwortung. In diesem Trilemma stecken sie jetzt.

*Und wie ist es mit der Lernfähigkeit der Grünen bestellt?*

Schlechter als mit der Lernfähigkeit ihrer Konkurrenten. Die Grünen haben noch nicht hinreichend begriffen, daß man als Partei nur Politik machen kann, wenn man sich stark genug um seine eigene Parteiorganisation kümmert – gerade weil sie sich nicht mehr auf die sozialen Bewegungen in dem Maße verlassen können, wie sie das früher konnten. Die Partei als Organisation ist zu schwach gegenüber der Parlamentsfraktion, aber darüber wird wenig diskutiert. Die Partei ist in der politischen Debatte nicht sehr präsent, weil ihr die Ressourcen fehlen, da sitzen nur ein paar Leute, während die Fraktion natürlich für jeden Politikbereich einen Sprecher und einen Stab hat.

*Bei den Grünen wird häufig von einem Vermittlungsproblem gesprochen, damit ist dann gemeint, daß komplizierte Inhalte den Wählern und Wählerinnen schlecht rübergebracht werden können. Gleichzeitig wird generell immer mehr mit Symbolen, einzelnen Schlagworten und Kampagnen Politik gemacht, man denke nur an Holzmann, Green Card, doppelte Staatsbürgerschaft oder – ganz extrem – Elián in den USA. Hat pro-*

*grammatische Politik heute überhaupt noch eine Chance, oder wird sie nur noch zum Vermittlungsproblem?*

Da schwingt eine gewisse Wehleidigkeit oder fast schon Beleidigtsein mit. Es ist zweifellos so - man kann sich der Tatsache nicht entziehen - daß Politik heutzutage in weiten Teilen über die Medien gemacht wird; besonders, wenn die Parteien nicht als soziale Organisation stark präsent sind, wenn es keine starke Basis gibt. Im Fall der doppelten Staatsbürgerschaft waren die Medien eher gegen die CDU-Kampagne positioniert. Trotzdem war die Partei als Organisation in der Lage, diese Unterschriftenkampagne durchzuführen. Dadurch hat sie ein Thema gesetzt, auf das die Medien reagieren mußten. Das war sicherlich nicht einfach ein Medienphänomen. Da hat die CDU gezeigt, daß sie auch gegen die Medien eine bestimmte Sache durchsetzen konnte. Das zeigt, wie wichtig es sein kann, über Präsenz vor Ort zu mobilisieren. Diese Möglichkeit, auch mal gegen die Medien ein Thema zu machen, haben die Grünen nur in geringem Maße, weil sie nicht so stark mobilisierungsfähig sind. Also sind sie noch stärker als eine große Partei darauf angewiesen, über die Medien für ihre Anliegen zu werben. Deshalb sollten sie sich immer vor-

her eine Medienstrategie überlegen, und nicht 5 Mark pro Liter Benzin beschließen und am nächsten Morgen überrascht die Bildzeitung aufschlagen und sich über die Schlagzeile wundern. Dazu braucht man dann auch wieder Beratung, das können Soziologen oder Politikwissenschaftler machen.



*Kann dann politisch nur noch das angegangen werden, was medienfähig ist, und langfristig angelegte Programme fallen unter den Tisch?*

Die Frage ist ein bißchen theoretisch. Man kann langfristige, grundsätzliche Umsteuerungen in der Gesellschaft oder in der Politik oder in der Ökonomie nur erreichen, wenn man auch gesellschaftliche Mehrheiten

dafür schafft, Koalitionen bildet. Das bedeutet, daß man die Reaktion der Medien nicht überschätzen darf. Ich warne davor zu sagen, alles, was man nicht kurzfristig über die Medien vermitteln kann, ist nicht zu machen. Und andersherum gilt: Nicht jeder, der in den Medien schnell und clever präsent ist, wird alles durchsetzen können. Das sind zwei paar Stiefel. Die unmittelbarste Sanktion, die über die Medien kommt, ist die Auswirkung auf Wählerstimmen. Da streitet sich zwar die Wahlforschung drüber, wie groß der Effekt ist, aber ich denke, zumindest in bestimmten Situationen kann man es kaum leugnen, daß es diesen Effekt gibt. Die Umsetzung langfristiger Politik wird in Deutschland allerdings dadurch erschwert, daß wir fast immer Wahlen haben.

*Manchmal hat man den Eindruck, daß es die Medien sind, die politische Issues setzen, auf die dann die Parteien reagieren müssen. Inwieweit sind die Medien auch politischer Akteur?*

In einem weiteren Sinne sind die Medien zweifelsohne ein Akteur im politischen Prozess. Sie haben ja nicht nur eine gewisse Eigengesetzlichkeit, die ja auch weitgehend erforscht ist, z.B. was die Kriterien

angeht, nach denen Medien Nachrichten selektieren. Aber es ist natürlich auch so, daß die Medien zum Teil selber auch bestimmte politische Absichten verfolgen. Das ist in Deutschland weniger so als in anderen Ländern. Am extremsten ist es vielleicht in Großbritannien, wo es die Tradition gibt, daß die großen Zeitungen vor der Wahl klar eine Wahlempfehlung aussprechen. Und im letzten Wahlkampf in England hat die Sun, gegenüber der die Bildzeitung noch ein Intelligenzblatt ist, die Seiten gewechselt und gesagt: dieses Mal Tony Blair, also Labour, und nicht Conservatives! Das hat wohl auch einen kleinen Effekt gehabt. Insofern sind Medien auch politische Akteure. Darüber hinaus tragen sie sicher dazu bei, daß bestimmte Themen hochgezogen werden, ohne daß es eine substantielle Basis dafür gibt. Das liegt nicht immer nur an den Medien selbst, sondern häufig auch an den sogenannten Spin Doctors, die versuchen, bestimmte Nachrichten oder Themen zu setzen. Und da die Zeitungen zueinander in einem Konkurrenzverhältnis stehen, muß man eigentlich nur dafür sorgen, daß ein Thema in einem der großen Publikationsorgane lanciert wird, und dann geht das einmal durch die Medienlandschaft durch.

*Politik wird in letzter Zeit sehr populär präsentiert oder präsentiert sich selbst sehr populär, wenn z.B. Andrea Fischer mit Harald Schmidt über die Gesundheitsreform diskutiert oder Oskar Lafontaine Techno tanzt. Was ändert sich da bei der Politik?*

Das hat zunächst etwas mit dem Generationswechsel der regierenden Politiker zu tun. Wir haben jetzt ja die 68er Generation am Ruder, die sind natürlich weniger steif, auch wenn Lafontaine auf dem Dance-



floor nicht ganz so gewirkt hat, aber die sind insgesamt weniger steif als die Generation davor. Bill Clinton hat z.B. kein Problem damit, mal zum Saxophon zu greifen, und Gerhard Schröder läßt sich gerne mal in legerer Kleidung fotografieren, nicht nur im Brioni-Anzug. Zweitens

spielt dabei die enorme Ausweitung der elektronischen Medien, also des Fernsehens, eine Rolle. Es gibt immer mehr Programme, und die müssen gefüllt werden. Und eine Möglichkeit, Programme billig zu füllen, sind Talkshows. Nachmittags zeigt man die Talkshows, die Sie vielleicht auch schon mal mit Entsetzen gesehen haben, und abends zeigt man die Talkshows, die im Grenzbereich zwischen Unterhaltung und Politik liegen. Die Nachfrage nach solchen Auftritten ist enorm gewachsen, weil das eine billige Programmform ist. Und Drittens haben sich die Medienstrategien der Politik einfach professionalisiert. Man weiß inzwischen, daß es wenig bringt, auf die traditionelle Art zu werben, sondern man muß sozusagen durch die Hintertüre reinkommen. Das hat damit zu tun, daß in der „guten alten Zeit“ Parteien in erster Linie „politische Aktionsausschüsse“ bestimmter gesellschaftlicher Milieus waren und Wahlkämpfe in erster Linie Mobilisierungswahlkämpfe waren. Der Anteil von potentiellen Wechselwählern war viel geringer. Das hat sich verändert. Wenn Sie einen Mobilisierungswahlkampf führen, müssen Sie an Ihre Gläubigen appellieren, und das können Sie mit direkten Botschaften machen. Die sind im Prinzip Ihrer Meinung

und wollen bloß nochmal dran erinnert werden. Wenn Sie sich im Zeitalter der Mediendemokratie um Wechselwähler bemühen, kommen Sie mit direkten politischen Botschaften gar nicht so weit. Etwas anderes ist es, eine nicht deutlich sichtbare politische Werbung zu betreiben. Neben der Strategie der Spin Doctors, Nachrichten selber zu lancieren, gibt es eben auch den Umweg über die Talkshows und über die Unterhaltungssendungen. Da sammelt man dann Sympatiepunkte. Da Personen wichtiger werden als Programme, ist es wichtig, daß die Personen sich in den Shows nett präsentieren können.

*Macht im Zeitalter des Infotainment und der Popularisierung eine Idee wie „politische Meinungsbildung“ überhaupt noch Sinn?*

Naja, es gibt ja auch immer noch die guten Tageszeitungen und Wochenzeitungen, die davon nicht erfaßt sind. Es gibt auch ernsthafte Diskussionssendungen mit Politikern über Politik. Aber es gibt eben auch diesen anderen Bereich, und der ist eben gewachsen. Das kann man beklagen, aber man kann es wahrscheinlich nicht zurückdrehen. Damit muß man leben. Die Qualität der politischen Bildung hängt sicher nicht nur von

den Medien ab. Man darf auch die Vergangenheit nicht idealisieren. Es gab ja immer diese Sprüche, daß, wenn die SPD im Ruhrpott einen Besenstiel aufstellen würde, der trotzdem mit 70% gewählt würde, und das gleiche hat man der CSU in



einer katholischen Landgemeinde in Niederbayern nachgesagt. Das waren ja auch keine Wahlentscheidungen, die von einem Übermaß an politischer Bildung inspiriert waren. Man darf die Medien keinesfalls nur als eine negative Entwicklung sehen, sondern sie bergen auch enorme Potentiale. Das bringt mich wieder zurück zu den Grünen. Die Grünen im Verein mit den Neuen Sozialen Bewegungen haben in ihrer Mobilisierungsphase Anfang der 80er Jahre die Medien - eher instinktiv als reflektiert - gut benutzt für öffent-

lichkeitswirksame Inszenierungen. Das kann mal so laufen in einem Bereich, der einem politisch näher steht, das kann natürlich auch von Leuten benutzt werden, die man politisch nicht so mag. Insofern sind die Medien eben Chance und Risiko zugleich. Wenn sich die Neonazis vor das Brandenburger Tor stellen, dann tun die das in erster Linie auch deswegen, weil sie wissen, daß 20 Kameras da sind, und nicht, weil sie mit 50 Leuten so gerne vor dem Brandenburger Tor stehen. Die Medien haben den Charakter des politischen Prozesses verändert, aber sie bieten sowohl reaktionären als auch progressiven Bewegungen Chancen. Wer wüßte das besser als Greenpeace oder die Organisatoren des Protestes gegen Treffen der Weltbank.

*Fußballspieler werden am Ende eines Interviews immer gefragt, wer deutscher Meister wird. Ein Politikwissenschaftler wird gefragt, wer die nächste Wahl gewinnt: Was ist Ihr Tip für die Landtagswahl in NRW?*

Was die Regierungszusammensetzung angeht, glaube ich, daß es bleibt, wie es ist. Ich kann mir aber vorstellen, daß die SPD für eine gewisse Phase in die Versuchung kommt, mit der FDP über eine sozial-liberale Koalition in NRW zu

reden, das wird noch spannend werden. Das werden die Grünen nicht zulassen können. Ansonsten wird es keine großen Erschütterungen geben. Die Grünen werden wieder etwas einbüßen, die SPD legt ein bißchen zu, die FDP vielleicht auch.

Ich denke, daß die CDU das Tal der Tränen noch nicht ganz durchschritten hat. •



Oben: Professor **Jürgen Habermas** erklärt **Christian Kämmerling** die Theorie des kommunikativen Handelns.

# *fs*-INFO

...für frisch gepresste Informationen aus der Fakultät!

Ihr wollt mehr wissen über die Fakultät, in der Ihr studiert?

Ihr möchtet regelmäßig per e-mail Neuigkeiten zu Studien- und Prüfungsordnungen, Vorschlägen zur Reform der Lehre und anderen aktuellen Diskussionen in der Fachschaft informiert werden?

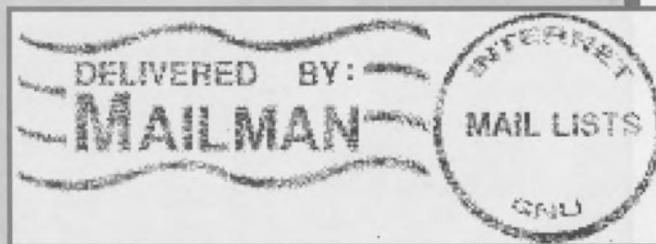
Dann abonniert *fs-info*! Tragt Euch unter folgender Adresse ein,

**MIT LINKS:**

<http://soziologiefs.uni-bielefeld.de/mailman/listinfo/fs-info>

oder schickt eine mail an die Fachschaft:

*fachschaft@soziologiefs.uni-bielefeld.de*



## MEDIEN

### *Inhalt*

Timm Westphal:  
*Ein Medienkompetenzchen wagen*  
Kulturtechnik oder Bildungsaspekt?  
S. 35

Boris Winter:  
*Stars und charismatische Herrschaft*  
S. 40

Christian Salzmann,  
Kirsten Schindler, Stefan Wörmann:  
*Walk the Dinosaur?*  
Public Understanding of Science  
S. 54

Heike Binder:  
*Symbolischer Terrorist*  
*stößt an mediale Wirklichkeit*  
Baudrillards Medientheorie und empirische  
Medienforschung kritisch gegenübergestellt  
S. 58

Stefan Metzler:  
*Frech kommt weiter*  
Fernsehen als Beruf  
S. 72

# EIN MEDIENKOMPETENZCHEN WAGEN

## Kulturtechnik oder Bildungsaspekt?

von Timm Westphal

Eine bekannte und provozierende These lautet: "Was wir über unsere Gesellschaft, ja über die Welt, in der wir leben, wissen, wissen wir durch die Massenmedien" (Luhmann 1996: 9). Luhmann konnte dies so radikal formulieren, da nach seiner Definition Bücher ebenso zu den Massenmedien gehören wie der Rundfunk und das Internet.<sup>1</sup> Dies ist analytisch betrachtet sicherlich richtig. Gegenüber dem Alltagswissen der meisten Menschen stellt es jedoch eine soziologische Spitzfindigkeit dar, denkt man doch bei Massenmedien an die Klassiker Print-, Rundfunk- und TV-Medien und neuerdings auch an das Internet.

Über diese Medien erfährt man aus den Medien meist weniger als man wünscht, und wenn, dann ist es oftmals mehr als einem lieb ist. Wissen über das Funktionieren der Medien ist bereits wieder Spezialwissen.

Was in den Medien ist, ist von Interesse. Fast ist man geneigt zu sagen, was von allgemeinem Interesse ist – als Medieninhalt von allgemeinem Interesse kann aber wohl nur der

Wetterbericht gelten, und, wenn man Optimist ist, die politische Information. In dieser findet sich immer wieder der Hinweis auf Medienkompetenz als grundlegende Kulturtechnik der aufkommenden Wissensgesellschaft. Es muss sich dabei um politische Information handeln, da drei Schlagworte in einem Atemzug genannt werden.



Medienkompetenz ist wichtig. Das wissen wir *aus den Medien*. Sie ist wichtig, weil sie die Schlüsselqualifikation für die auf Wissen basieren-

den Infrastrukturen und Güter der kommenden Wissensgesellschaft ist. Auch das wissen wir *aus den Medien*. Was aber ist Medienkompetenz überhaupt? Warum ist es eine grundlegende Kulturtechnik? Das wissen wir nicht *aus den Medien*. Man muss sich zu Klärung dieser Fragen offensichtlich anderen Medien zuwenden. Diese werden, wie im Fall des

Buches, nicht immer und sofort als Massenmedien erkannt, oder sie haben, wie im Fall des Internet, noch eine Aura des Neuen und Faszinierenden und werden nicht einfach so mal zu den Massenmedien gezählt. Buch und Internet haben offensichtlich als Medium eine andere Qualität: Man stolpert beim Zappen zufällig über eine journalistisch aufbereitete Darstellung der sich wandelnden Strukturen der Industriegesellschaft hin zur Wissensgesellschaft, aber nur Soziologen und Intel-

lektuelle gehen in Bibliotheken und leihen sich Bücher über dieses Thema aus. Man erfährt aus der Tageszeitung von noblen Gesten von Telekommunikationsfirmen, die

Schulen den kostenfreien Zugang zum Internet ermöglichen und so die Medienkompetenz der Schüler fördern; aber man startet die Internet-Suchmaschine nicht, um die positive Korrelation von Internetzugang und steigender Medienkompetenz zu verifizieren. Man will wissen, welche Kosten auf einen zukommen, wenn der Nachwuchs die eigens für die Schüler eingerichteten Accounts auch vom elterlichen Computer aus nutzt.

Die mediale Botschaft von der Kulturtechnik Medienkompetenz generiert beim Rezipienten zwar Information, aber kein nachhaltiges Wissen. Medienkompetenz verkommt in der Berichterstattung zu einem Schlagwort. Der allgemeine Informationsstand zum Schlagwort ist schnell dargelegt: Das Thema ist wichtig. Medienkompetenz wird als zentrale Kulturtechnik der Wissensgesellschaft eingefordert und gefördert. Eine klare Definition

dene medienpädagogische Konzeptionen ist.



Als moderne Variante der Literalität definiert sich Medienkompetenz als der Umgang mit massenmedialen Zeichensystemen und Botschaften. An dieser Definition zeigt sich schon die Bandbreite des Gemeintem. Während der Umgang mit Zeichensystemen auf die Bedingungen der

Mö g -  
lichkei  
t v o n  
Medienrezeption anspielt, handelt es sich beim Umgang mit Botschaften um einen nachgeordneten Prozess der Sinnkonstruktion, der in erster Linie die Wertung von Medieninhalten meint.

Lange Zeit stand der letztere Aspekt im Mittelpunkt der Aufmerksamkeit. Medienkompetenz wurde vor allem gefordert, um den Rezipienten vor negativen Auswirkungen des Medienkonsums zu schützen. "Gäbe es einen Willen des Publikums, und folgte man ihm unmittelbar, so betröge man das Publikum um eben jene Autonomie, die vom Begriff seines eigenen Wollens gemeint wird" (Adorno 1963: 57). Die Verwendung des Konjunktiv impliziert, daß Adorno dem Publikum der Massenmedien eine passive Rolle zuspricht. Die Autonomie des Rezipienten beschränkt sich im Diktum des Frankfurter

Denkers auf die Auswahl aus den von der Kulturindustrie angebotenen Produkten – friß oder stirb. Medienkritiker formulierten dies um – stirb weil du frißt. Negative Auswirkungen von massenmedialen Kommunikationen wurden den Medien ins Schwarzbuch geschrieben. Oberflächliche und sensationsheischende Berichterstattung wurden als primäre Quelle der Verdummung entlarvt. Ein Sinken des Niveaus der kulturellen Angebote im allgemeinen wurde beklagt, und Schuld waren die Massenmedien und ihre kapitalistische Organisiertheit. Als Antwort auf diese angenommenen negativen Wirkungen des Medienkonsums wurde an den

#### MIT LINKS:

<http://www.ecmc.de>

ecmc - Europäisches Zentrum für Medienkompetenz

ist jedoch nicht ohne weiteres zu finden. In den Medien sucht man sicherlich auch am falschen Ort, aber auch der akademische Diskurs kann nicht wirklich weiterhelfen, da Medienkompetenz kaum mehr als ein Oberbegriff für ganz verschie-

Verstand des Rezipienten appelliert und ein aufgeklärter Umgang mit massenmedialen Botschaften gefordert. Durch Medienkompetenz schützt sich der Rezipient vor den negativen Einflüssen des Medienkonsums. Ist er mit dem nötigen intellektuellen Rüstzeug ausgestattet, so kann ihm der größte Schund, das tiefste aller denkbaren kulturellen Niveaus nichts mehr anhaben. Wenn der Rezipient schlauer ist als die Medienmacher, so die Überlegung, kann auch niemand durch Medienkonsum Schaden nehmen.

Einer solchen Konzeption von Medienkompetenz liegt eine heute veraltete Sichtweise des Publikums zugrunde. Der Mythos vom nur passiven Rezipienten ist jedoch überholt. Die Medienwirkungsforschung hat längst erkannt, daß der vom Rezipienten konstruierte Sinn ein vollkommen anderer sein kann als es der Enkodierung des Autors entspricht. Das analysierende Instrumentarium des Medienwissenschaftlers, vor allem die Theorie, muß Medienwirkungen und den Umgang des Publikums mit den Medien in einem Atemzug nennen, sonst hagelt es konstruktivistisch motivierte Kritik. Der Schwarze Peter kann heute direkt an den Rezipienten weiterge-

geben werden: Negative Medienwirkungen sind nicht länger eine Folge des schlechten Einflusses der Medien auf den Menschen, sondern das Ergebnis mangelhafter oder gar fehlender Medienkompetenz.



MIT LINKS:

<http://www.lbw.bwue.de/kong98.htm>

*Dezentrales Medienkolleg. Konkrete Medienkompetenz*

Ist von Medienkompetenz die Rede, so bleibt das eigentlich gemeinte meist im Schatten des Schlagwortes. Konkret wird es erst, wenn man auf einzelne Medienformate zu sprechen kommt, etwa wenn Talkshows ins Rampenlicht des öffentlichen Diskurses rücken oder normative Vorgaben für die Beurteilung von distinkten Inhalten benannt werden und diese als moralisch verwerflich oder kulturell niveaulos bezeichnet wer-

den. Hinsichtlich der normativen Vorgaben ist auch keine Einigung zu erwarten. Da es sich bei medienpädagogischen Konzeptionen aber so oder so um normative Anliegen handelt, sollte der Diskurs um normative Einstellungen gegenüber Medieninhalten der moralischen Kommunikation überlassen werden. Eine Werterziehung sollte zudem in medienpädagogischen Konzeptionen nicht dupliziert werden, da dann Wertkonflikte zu erwarten sind, die ein Scheitern des medienpädagogischen Anliegens insgesamt wahrscheinlich machen.

Ursprünglich als ein verbraucher-schützendes Anliegen gestartet, ist das Konzept

Medienkompetenz heute längst über seine medienkritischen Wurzeln hinausgewachsen. Der Rezipient muss kraft seiner Medienkompetenz heute mehr leisten, als Medieninhalte aufgeklärt und kritisch zu hinterfragen. Die Bezeichnung von Medienkompetenz als Kulturtechnik und der Zusammenhang mit Karrierechancen in der aufkommenden Wissensgesellschaft verweist schon darauf, daß mehr dahinterstecken muß als der Schutz der Persönlichkeit vor

Computerspielen, Boulevardstil und Talkshows. Einen aufgeklärten Umgang mit Inhalten als grundlegende Kulturtechnik zu bezeichnen wäre auch zu dick aufgetragen, so

Für das Einholen von Informationen kommt man entsprechend zu einem paradoxen Befund: Man muß vorher wissen, was man überhaupt wissen will. Die zweite Seite, die Ansprüche

## MIT LINKS:

<http://www.jtg-online.de>

Jahrbuch Telekommunikation und Gesellschaft

wichtig er angesichts der Strukturbedingungen von öffentlichen Diskursen in der Medien- demokratie auch ist.

Mit Technik sind im Fall von Medienkompetenz als Kultur- technik auch keinesfalls nur Kenntnisse über Konstruktionsbedingungen gemeint. Diese sind im gewissen Umfang zwar nötig, aber nicht der Grund, warum von Kulturtechnik gesprochen wird. Die Verwendung des Terminus *Technik* referiert in diesem Fall auf das Verständnis des griechischen Altertums von Technik: *Techné*, die subjektive Könnerschaft durch Kenntnis von Handlungsregeln. Diese Könnerschaft wird von zwei Seiten her herausgefordert. Zum einen haben die massenmedialen Kommunikationssysteme einen immensen quantitativen und inhaltlichen Differenzierungsgrad erreicht. Der einzelne Rezipient nimmt je nach Medium zwischen 96% und 99% aller veröffentlichten Kommunikate *nicht* wahr. Er muß also vorab wissen, auf welche Art er unterhalten werden will.

an die Medienkompetenz



stellt, ist also der von Adorno noch im Konjunktiv geführte Wille des Rezipienten. Er definiert inhaltliche und qualitative Ansprüche an Medieninhalte. Vor jeder Rezeption steht so unweigerlich die Selektion von Medien und Formaten. Erst dann lassen sich Inhalte vor dem Hintergrund des aktuellen Verwendungszwecks oder der persönlichen kulturellen Vorlieben einschätzen und bewerten.

Die Einschätzung und Bewertung betrifft weniger Unterhaltungsangebote. Ob das Rezipierte einen unterhält oder nicht, merkt man auch ohne eine auf Medienkompetenz beruhende Prüfung des Angebots. Um Unterhaltung handelt es sich, wenn man unterhalten wird. Dieser

Tautologie von Robert Lembke ist nichts hinzuzufügen. Sollten die präferierten Unterhaltungsangebote von anderer Seite als moralisch in irgendeiner Weise verwerflich bezeichnet werden, so verschafft man sich kraft seiner Medienkompetenz Luft, indem man das Kritisierte als *Trash*<sup>2</sup> betitelt und den Kritikern so den Wind aus den Segeln nimmt.

Bewertung und Einschätzung von Inhalten wird in einem ganz anderen Zusammenhang wichtig, der die Begriffsverschiebung von *Medienkonsum* hin zu *Mediengebrauch* erst sinnvoll werden läßt. Es ist der Mythos von der zunehmenden Bedeutung der Telekommunikationsmedien für die Systeme der Aus- und Weiterbildung, der den auf Massenmedien bezogenen Selektionsleistungen eine neue Qualität zukommen läßt. Die sinkende Halbwertszeit von Wissensbeständen macht eine ständige Aktualisierung der Bestände nötig - Weiterbildung eben. Hier verwischt jedoch die Trennlinie von Medienkompetenz und Allgemeinwissen.

Vielleicht beschränkt sich Medienkompetenz ja doch nur auf Bedienung von Suchmaschinen? Für die Bewertung von Wissensbeständen ist jedenfalls kein medienspezifisches Wissen nötig. Zeichenketten bleiben eben solche, egal ob auf dem Bildschirm oder auf der Buchseite.

Daß viele der im Zusammenhang mit Medienkompetenz geforderten Fähigkeiten im Grunde die Bildung allgemein betreffen und nicht unbedingt ein nur medienspezifisches Problem darstellen, wird gerne übersehen. Ist in den Medien von Medienkompetenz die Rede, so wird dieser Sachverhalt jedenfalls nicht benannt. Es könnte am Zusammenhang des Themas mit Aus- und Weiterbildung liegen – Bildung an sich kommt auf der Agenda eigentlich nicht vor.

Fraglich bleibt, wie die nötigen Kompetenzen erworben werden sollen. Durch die landläufig als *die Medien* bezeichneten Medien mit Sicherheit nicht. Für ein Selbststudium des Sachverhalts im Internet müßte man eigentlich bereits Medienkompetenz besitzen. Natürlich denkt man sofort an Schulen und Universitäten als den angemessenen institutionellen Ort solcher Unterrichtsungen. Noble

Gesten von Telekommunikationsfirmen sind der öffentlichen Würdigung folgend bereits Fortschritte bei der Vermittlung von Medienkompetenz. Über die nötigen Lehrkräfte wird – wohl aus Wissen um die Situation – geschwiegen. Initiativen und Vorschläge gibt es sicherlich



MIT LINKS:

<http://www-user.uni-bremen.de/~wiedwald/doc/inhalt2.htm>

Linkliste Medienkompetenz und Informationsgesellschaft

genug. Die Vielfalt der Ansätze und der beteiligten Organisationen trägt dem Differenzierungsgrad der Medien und den vielschichtigen Erwartungen an die Medien Rechnung. Ob der Zuständigkeit von Bildung für die Bewertung und Einschätzung von Wissensbeständen muss die ausschließliche Zuständigkeit der Medienpädagogik jedoch bezweifelt werden. •

## Anmerkungen

1 Luhmann definiert als Massenmedien alle Einrichtungen der Gesellschaft, die sich zur Verbreitung von Kommunikation technischer Vervielfältigungsmittel bedienen (Luhmann 1996: 10).

2 Vgl. "Trash für alle", *Der Spiegel* 10/2000, S. 137-142.

## Literatur

*Der Spiegel* 10/2000. „Trash für alle.“ S. 137-142.

*Niklas Luhmann, 1996: Die Realität der Massenmedien. Opladen, Westdeutscher Verlag*

*Theodor W. Adorno: Kann das Publikum wollen? In: Anne Rose Katz (Hg.), 1963: 14 Mutmaßungen über das Fernsehen. München.*

# STARS UND CHARISMATISCHE HERRSCHAFT

von Boris Winter

## I. Einleitung

### *Charisma, Stars und Herrschaft*

In diesem Beitrag soll ergründet werden, ob und inwiefern die Möglichkeit besteht, Starpersönlichkeiten mit dem weberschen Begriffspaar der *charismatischen Herrschaft* zu beschreiben sowie zu analysieren. Bereits das Alltagsverständnis scheint zu suggerieren, daß die Begrifflichkeiten *Charisma* und *Star* zumindest in einem Sinnzusammenhang stehen und daß Charisma wenigstens teilweise zu erklären vermag, was eine Person zum Star macht. Anders verhält es sich da mit dem Herrschaftsbegriff: selbst wenn Stars den Alltag von Fans beeinflussen und dominieren können, so scheint die Bezeichnung *Herrschaft* doch weitaus zu hoch gegriffen.

Wie wir später noch sehen werden, eignet sich das Begriffspaar *charismatische Herrschaft* unter anderem für Analysen von sogenannten Starpolitikern. Als erster Beleg dafür soll die Tatsache genügen, daß Perikles (ein Politiker im antiken Griechenland) in der vorliegenden Literatur sowohl als Star (Kepplinger, 1997, S.

176) als auch als ein charismatischer Herrscher (Weber, 1968, S. 483) bezeichnet wird.

Daher soll zunächst eine Auseinandersetzung mit Personen erfolgen, die im weitesten Sinne als politische Persönlichkeiten bezeichnet werden



können: Mao Tse-tung, Ayatollah Khomeini und Sektenführer Mun<sup>1</sup>. Weiterhin wird auf das Starbild und Starverständnis Andy Warhols verwiesen sowie versucht, sich seinen Vorstellungen mit Hilfe des Begriffs *Charisma* anzunähern<sup>2</sup>.

### *Was ist das eigentlich – ein Star?*

Wie zu erwarten, gibt es auf obige Frage keine einheitliche und eindeutige Antwort. Stardefinitionen, Star-kategorien, Starannäherungen existieren wohl mindestens genauso viele, wie es die verschiedensten Startypen in Film, Sport, Wirtschaft, Politik, Mode, Kunst und Musik gibt. Dennoch möchte ich in diesem Abschnitt versuchen, die wichtigsten Merkmale und Aspekte, die einen Star kennzeichnen, herauszuarbeiten sowie kurz zusammenzufassen.

Als Star läßt sich eine Person bezeichnen, „die durch ihre körperliche Präsenz, ihr Auftreten, (ihre Fähigkeiten), ihre Gestik und Mimik nicht nur eine Rolle glaubhaft verkörpern kann<sup>3</sup>, sondern darüber hinaus auch noch ein Publikum zu faszinieren und auf seine Person zu fixieren weiß“ (Hickethier, 1997, S. 31). Der jeweilige Star ist dabei stets auf ein Medium angewiesen (z. B. Film, Fernsehen, Photographie), damit er überhaupt als bekannt, berühmt und populär – sprich als eine Starpersönlichkeit – wahrgenommen und verstanden wird. Entscheidend für die Bedeutung

eines Stars ist vor allem sein *Verhältnis zum Publikum*. Demnach kann nicht aus jeder beliebigen Person einfach so ein Star gemacht werden; denn erst wenn das Publikum eine Starpersönlichkeit akzeptiert, „wenn sich zwischen dem Publikum und dem Darsteller (einer Rolle) ... eine spezielle auratische Beziehung bildet“ (ebd., S. 31), haben wir es mit einem wahren Star zu tun. Von einem wahren Star kann man weiterhin nur dann sprechen, so Hickethier, „wenn das Publikum in ihm auf idealisierte, überhöhte Weise Eigenschaften wiedererkennt, die es sich selbst zuschreibt“ (ebd., S. 31).

Ein Star bewegt sich stets in einem Spannungsfeld zwischen *Nähe und Distanz*. Das heißt, zum einen muß er seine Verbundenheit mit dem Publikum zum Ausdruck bringen, „sinnliche Präsenz“ zeigen, zum anderen aber unerreichbar erscheinen und auf außeralltägliche Inszenierungen zurückgreifen (Thiele, 1997, S. 136 f.). Eine Starpersönlichkeit sollte folglich immer versuchen, den „Schein des Naturhaften, (Menschlichen) und zugleich Idealisierten“ (Hickethier, 1997, S. 32) zu verkörpern und aufrechtzuerhalten.

Damit wären wir beim Aspekt der *Außeralltäglichkeit von Stars* angelangt. Jeder Star muß über eine oder mehrere Fähigkeiten verfügen, die als außergewöhnlich wahrgenommen werden oder zumindest durch seine bloße Erscheinung zu begei-

stern beziehungsweise zu glänzen wissen<sup>4</sup>. Die besonderen Fähigkeiten von Stars „sind weder an Familie noch an Status in Beruf oder Bildung gebunden. Genau deshalb bieten sie auch Identifikationschancen, die durch andere herausgehobene Positionen und Ämter nicht angeboten werden können“ (Ludes, 1997, S. 88 f.).

Identifiziert sich ein Publikum teilweise oder ganz mit einer Starpersönlichkeit, so kann dies im wesentlichen zwei Auswirkungen haben: Sammlung oder Zerstreuung (Benjamin, 1974, S. 504), Integration und Vorbildgebung oder Kompensation und Verschleierung (Ludes, 1997, S. 89 f.), Erkenntnis oder Ablenkung, Ausbeutung und Entfremdung (Debord, 1996, S. 49). So kann zum Beispiel ein Starpolitiker (eines totalitären Staates) sein Publikum durch gezielte Propaganda für seine Politik, deren Ziele und Zwecke mißbrauchen. Oder ein Filmstar kann, indem er sich auf bestimmte „Außenseiterrollen“ spezialisiert (Darstellung eines AIDS-Kranken, eines Obdachlosen, eines Behinderten etc.), auf Mißstände in der Gesellschaft aufmerksam machen und versuchen, auf diese Weise einen öffentlichen Diskurs anzuregen.

Schließlich möchte ich noch darauf hinweisen, daß das Aufkommen und die Verbreitung immer neuer Medien (Photographie, Film, Fern-

#### Reiseservice

- individuelle Beratung
- Bahn-, Bus- und Flugtickets
- Visabesorgung
- kompetente Beratung für  
Reisen nach Rußland

#### Reiseorganisation

- Individual- und Gruppenreisen
- Russischkurse in  
Moskau, St. Petersburg,  
Tver' und Simferopol'

#### preisgünstige Reisemöglichkeiten

- umfangreiches Linien- und  
Charterflugprogramm GUS
- Linienflüge in alle Welt
- viele Jugendtarife
- online-Buchung im Internet

### Karsten **REISEN** Ehlebracht

Schloßhofstraße 47 33615 Bielefeld  
Tel. 0521 - 13 77 00 Fax 13 70 43  
info@ker.de <http://www.ker.de>

sehen, Video, Internet) zu einem inflationären Auftreten von Stars geführt hat. Paradebeispiel dafür, daß inzwischen jede Person ein kleiner „Star“ werden kann, sind die zahlreichen Talkshows, in denen Menschen wie-du-und-ich interviewt werden. Diese Tendenz hat Warhol bereits vor einigen Jahrzehnten vorhergesehen: „in der Zukunft wird jeder 15 Minuten lang berühmt sein“ (Printz, 1989, S. 451).

#### Weitere Vorgehensweise und Analyseschritte

Im Anschluß (unter II) soll zunächst der Herrschaftsbegriff bei Weber dargestellt werden; hierbei werden auch die relevanten Begrifflichkeiten definiert. Weiterhin wird auf den Typus *charismatische Herrschaft* eingegangen.

Im dritten Teil erfolgt die bereits angesprochene Analyse der Starpersönlichkeiten aus dem Roman *Mao II*; die Begriffe Charisma und Herrschaft werden hierbei als Grundlage der Analyse dienen.

Es folgt (unter IV) eine Auseinandersetzung mit Warhol und seinem Starbild, welches anhand der Bilder von Marilyn Monroe illustriert wird. Läßt sich seine Sichtweise mit Charisma ergründen?

Schlußendlich (unter V) werde ich ein Fazit ziehen und darin noch ein-

mal die wichtigsten Erkenntnisse zusammenfassen.



## II. Webers Herrschaftstypik

### *Herrschaft und Legitimität*

Zunächst zur weberschen Definition von *Herrschaft*: „Herrschaft soll ... die Chance heißen, für spezifische (oder: für alle) Befehle bei einer angebbaren Gruppe von Menschen Gehorsam zu finden. Nicht also jede Art von Chance, Macht<sup>5</sup> und Einfluß auf andere Menschen auszuüben“ (Weber, 1972, S. 122). Somit ist „ein bestimmtes Minimum an Gehorchenwollen, also: Interesse ... am Gehorchen“ (ebd., S. 122) für jedes Herrschaftsverhältnis vonnöten.

Nahezu jede Form von Herrschaft ist auf einen Verwaltungsstab angewiesen; „dieser Verwaltungsstab kann an den Gehorsam gegenüber dem (oder: den) Herren rein durch Sitte oder rein affektiv oder durch materielle Interesselage oder ideelle Motive ... gebunden sein“ (ebd., S. 122). Für die Beherrschten sind ebenfalls die genannten Gründe für ihren Gehorsam von Bedeutung.

Allerdings muß noch ein weiterer Aspekt berücksichtigt werden, der für die längerfristige Aufrechterhaltung eines Herrschaftsverhältnisses zwingend notwendig ist, und zwar der *Legitimitätsglaube*. Jede Form von Herrschaft versucht demzufolge „den Glauben an ihre Legitimität (bei den Beherrschten) zu erwecken und zu pflegen“ (ebd., S. 122). Dabei beinhaltet jeder der drei von Weber identifizierten reinen Herrschaftstypen seine eigene Legitimitätsgeltung; diese ist entweder rationalen, traditionellen oder charismatischen Charakters (ebd., S. 124). Daher spricht Weber auch von *legaler*, *traditionaler* und – für diese Hausarbeit von besonderem Interesse – *charismatischer* Herrschaft.

### *Charismatische Herrschaft*

Die charismatische Herrschaft wird legitimiert „kraft affektiver Hingabe an die Person des Herrn und

ihre Gnadengaben (Charisma), insbesondere: magische Fähigkeiten, Offenbarungen oder Heldentum, Macht des Geistes und der Rede"; als „Quellen persönlicher Hingebung“ gelten das Außeralltägliche, Niedergewesene, das ständig Neue sowie die emotionale „Betroffenheit“ der Beherrschten (ebd., S. 481).

*Charisma soll eine als außeralltägliche ... geltende Qualität einer Persönlichkeit heißen, um derentwillen sie als mit übernatürlichen oder übermenschlichen oder mindestens spezifisch außeralltäglichen, nicht jedem andern zugänglichen Kräften oder Eigenschaften [begabt] oder als gottgesandt oder als vorbildlich und deshalb als Führer gewertet wird (Weber, 1972, S. 140).*

Die jeweilige Qualität, über die die betreffende Persönlichkeit verfügt, entzieht sich in der Regel einer objektiven Bewertung und Betrachtung, für die charismatisch Beherrschten jedoch ist diese Qualität offensichtlich.

„Reinste Typen (der charismatischen Herrschaft) sind die Herrschaft des Propheten, des Kriegshelden, des großen Demagogen“ (Weber, 1968, S. 481); als Beispiele nennt Weber folgende Persönlichkeiten: Jesus, Napoleon und Perikles (ebd., S. 483). „Der Herrschafts-

verband ist die Vergemeinschaftung in der Gemeinde oder Gefolgschaft“ (ebd., S. 481 f.); Befehle werden ausschließlich vom Führer ausgegeben, während seine Gehorchenden, die Jünger, diese auszuführen haben (ebd., S. 482). Dem Führer wird „rein persönlich um seiner persönlichen, unwerktäglichen Qualitäten willen ... gehorcht, nicht wegen gesetzter Stellung oder traditionaler Würde“ (ebd., S. 482). Daher kann die Herrschaft des charismatischen Führers nur solange bestehen bleiben, wie sich sein Charisma durch Nachweise der Gnadengaben beziehungsweise



außeralltäglichen Fähigkeiten bewährt (ebd., S. 482). Die pflichtmäßige Anerkennung des Führers seitens der Beherrschten wird also ausschließlich durch Bewährung der außeralltäglichen Qualitäten gesi-

chert; „diese Anerkennung ist ... eine aus Begeisterung oder Not und Hoffnung geborene gläubige, ganz persönliche Hingabe“ (Weber, 1972, S. 140). Allerdings ist für die Anerkennung durch die Jünger ebenfalls ihr eigenes Wohlergehen entscheidend, welches der jeweilige Führer folglich keineswegs aus dem Auge verlieren darf (ebd., S. 140).

Die Auslese des Verwaltungsstabs erfolgt nach den Attributen Charisma und persönliche Hingebung (Weber, 1968, S. 482), das heißt der Herr beziehungsweise Führer wählt für diese Tätigkeit stets seine treuesten Anhänger, welche oftmals auch selbst über charismatische Qualitäten verfügen (Begriffe wie Kompetenz oder Privileg fehlen hier). Die Verwaltung läßt sich – verglichen mit denen legaler und traditionaler Herrschaft – als „irrational“ bezeichnen, da Entscheidungen von Fall zu Fall oder nach aktuellen Offenbarungen getroffen werden (ebd., S. 482). Dennoch sind sämtliche Herrschaftstypen auf einen Verwaltungsstab angewiesen, der durch sein Handeln gewährleisten soll, daß die Unterwerfung der Beherrschten unter die jeweilige Herrschaftsform als gesichert angesehen werden kann (ebd., 484).

Aufgrund ihrer Außeralltäglichkeit ist die charismatische Herrschaft den

beiden anderen Herrschaftstypen, die Alltagsformen von Herrschaft sind, eindeutig entgegengesetzt. Sowohl die legale als auch die traditionale Herrschaft sind an Regeln gebunden und somit rational; dagegen handelt es sich bei dem charismatischen Herrschaftstypus um eine regel-fremde, irrationale und daher auch *revolutionäre Kraft* (Weber, 1972, S. 141). Denn Charisma „kann ... eine Umformung von innen her sein, die, aus Not oder Begeisterung geboren, eine Wandlung der zentralen Gesinnungs- und Tatenrichtung unter völliger Neuorientierung aller Einstellungen zu allen einzelnen Lebensformen und zur Welt überhaupt bedeutet“ (ebd., S. 142).

### III. Analyse von Starpersönlichkeiten

#### *Stars und charismatische Führer*

Im Anschluß an die bisherige Darstellung hervorgegangen lassen sich zwischen Stars und charismatischen Führern durchaus einige Gemeinsamkeiten entdecken.

Die eindeutigste Übereinstimmung, die sich bereits im Wortlaut offenbart, bezieht sich auf den Aspekt der *Außeralltäglichkeit*. Demnach müssen Stars über außergewöhnliche Fähig-

keiten oder Eigenschaften oder aber über eine herausragende Erscheinung verfügen; gleiches gilt für die charismatisch legitimierte Persönlichkeit, welche ja qua Definition Charisma, also eine als außeralltäg-



lich zu bezeichnende Fähigkeit beziehungsweise Qualität ihr eigen nennt.

Das *Verhältnis zum Publikum* bei einem Star ähnelt ebenfalls der Beziehung zwischen einem Führer und seinen Beherrschten. In beiden Fällen handelt es sich um eine auratische beziehungsweise charismatische Verbindung und beide Male ist das betreffende Publikum auf eine Person fixiert, die durch ihre Fähigkeiten ein großes Maß an Faszination bei ihren Anhängern hervorzurufen in der Lage ist. Weitere Gemeinsamkeiten sind, daß das jeweilige „Publi-

kum in ... (der charismatischen Persönlichkeit) ... auf idealisierte ... Weise Eigenschaften wiedererkennt, die es sich selbst zuschreibt“ (Hickethier, 1997, S. 31) und daß die Anerkennung dieser Persönlichkeit „eine aus Begeisterung ... geborene ... ganz persönliche (emotionale) Hingabe“ (Weber, 1972, S. 140) ist.

Sowohl der Star als auch der charismatische Führer befinden sich in einem Spannungsfeld zwischen *Nähe und Distanz*. Denn der jeweilige Star muß stets seine Verbundenheit mit dem Publikum zum Ausdruck bringen und zugleich seine Unerreichbarkeit sowie Außeralltäglichkeit bewahren, das heißt, er muß menschlich und idealisiert in einem sein. Auch der charisma-

tisch legitimierte Führer ist auf seine Außeralltäglichkeit angewiesen, sie ist Garant für die Aufrechterhaltung seiner Herrschaft; meiner Meinung nach muß die Führerpersönlichkeit aber durchaus auch die Nähe zu den Jüngern bewahren, so beispielsweise um die Auslese der treuesten Anhänger für den Verwaltungsstab vornehmen oder um das Wohlergehen der Gefolgschaft im Auge behalten zu können.

Stars und charismatische Persönlichkeiten sind gleichermaßen auf mindestens ein (Massen-) *Medium* angewiesen, welches vor allem der Moti-

vation, Identifikation, Rekrutierung und Bewahrung von Anhängern dient. Denn von einem Star läßt sich nur dann sprechen, wenn er über einen gewissen Bekanntheitsgrad verfügt und wenn er eine gewisse Anzahl von Anhängern – sprich ein Publikum – vorzuweisen hat. Die Punkte Motivation und Identifikation spielen bei einem charismatischen Anführer sicherlich eine ganz besondere Rolle; folgende Zitate mögen dies verdeutlichen:

„Mao benutzte **Fotografien**, um seine Rückkehr zu verkünden und seine Vitalität zu demonstrieren, um der Revolution neuen Schwung zu geben“ (DeLillo, 1994, S. 184). „Eine taghelle Szene erscheint, eine Million Leute auf einem großen Platz, darüber viele Fahnen mit chinesischen Schriftzeichen. Sie sieht, daß Leute dasitzen, die Hände gelassen über den Knien gefaltet. Weit hinten sieht sie ein **Porträt** von Mao Tse-tung“ (ebd., S. 227).

Schließlich muß der Aspekt der *Identifikation* – oder genauer: die Folgen einer Identifikation – betrachtet werden. Wie wir inzwischen wissen, kann die Identifizierung mit einer charismatischen oder Starpersönlichkeit im wesentlichen zwei konträre Auswirkungen zur Folge haben:

Sammlung und Integration oder Zerstreuung und Verschleierung. Meiner Meinung nach ist die Frage nach der Auswirkung einer Identifikation eng mit der Art und Weise der Betrachtung verknüpft; demnach sind die Anhänger einer Persönlichkeit in der Regel von deren positiver und integrativer Qualität überzeugt („subjektive“ Sichtweise), während bei Außenstehenden („objektive“ Sichtweise) oftmals Kritik und



Unverständnis überwiegen. Die bisherige Darstellung hat gezeigt, daß die Begrifflichkeiten *Star* und *charismatischer Führer* in den genannten fünf Aspekten sehr ähnlich gelagert sind. Daher halte ich es für vertretbar und legitim, meine folgende Analyse auf eben diese fünf Punkte zu stützen:

1. **Die Außeralltäglichkeit von Stars,**
2. **Das Verhältnis Star – Publikum,**
3. **Das Verhältnis von Nähe und Distanz,**
4. **Die mediale Vermittlung/Medien,**
5. **Die Folgen der Identifikation.**

Die anschließende Staranalyse soll sich – wie bereits in der Einleitung angemerkt – auf die (Roman-) Figuren Mao, Khomeini und Meister Mun beschränken. Daß es sich bei diesen Personen nicht nur um charismatische Führer, sondern auch um Stars handelt, dürfte, bezugnehmend auf den Abschnitt, der sich mit der Definition und Beschreibung von Stars beschäftigt, nicht ernsthaft bezweifelt werden; diese „Behauptung“ wird sich spätestens im Verlauf der Analyse bewahrheiten. Im Mittelpunkt der Betrachtung wird der Starprophet Mun stehen, allerdings sollen ebenfalls die Starpolitiker Mao und Khomeini zur Analyse herangezogen werden.

### **Mun, Mao und Khomeini – die Analyse**

1. **Die Außeralltäglichkeit von Stars**  
Meister Mun, Anführer der nach ihm benannten Mun-Sekte, verfügt zweifelsfrei über Charisma, also über eine außeralltägliche Qualität. Diese

bezieht er aus der „Tatsache“, Jesus persönlich auf einem Berghang gesehen zu haben; aufgrund dieser Begegnung hat er „neun Jahre lang ... gebetet und so ausgiebig geweint, daß seine Tränen Pfützen bildeten und durch den Boden in das Zimmer darunter tropften und durch das Fundament des Hauses ins Erdreich sickerten“ (DeLillo, 1994, S. 14 f.). Die Begegnung hat schließlich dazu geführt, daß Mun das „messianische Geheimnis“ in sich aufzog und fortan verkörperte (ebd., S. 15). Allerdings gehört zur Außeralltäglichkeit Muns nicht nur seine Fähigkeit, den wahren Glauben offenbaren zu können. Er verfügt auch über besondere Gaben beziehungsweise Kräfte: denn obwohl er in einem Arbeitslager die Hälfte von seinem Essen abgab und dort Tag für Tag siebzehn Stunden in einem Bergwerk schuften mußte, schwanden seine (Körper-) Kräfte nie und er „fand ... immer noch Zeit zum Beten, seinen Körper reinzuhalten und sich das Hemd in die Hose zu stecken“ (ebd., S. 15). Diese außergewöhnlichen Fähigkeiten lassen sich möglicherweise mit Fähigkeiten vergleichen, die von Jesus berichtet werden. In der Bibel wird z.B. beschrieben, wie er aus Wasser Wein gemacht hat oder wie er über das Meer gelaufen ist. Die emotionale Hingabe an die Per-

son des Herrn und ihr Charisma bei den Jüngern beziehungsweise Beherrschten schildert DeLillo ebenfalls äußerst eindringlich:

*„Sie reden von ihm und weinen, ... er ist ein Teil ihrer Proteinstruktur, ... er*



*hebt sie aus den gewöhnlichen Bahnen von Raum und Zeit,“ (ebd., S. 19). „Sie spürt den lebendigen Hauch des Meisters, die Sonnenenergie einer charismatischen Seele,“ (ebd., S. 19). „Ihre Gesichter spiegeln absolute Gewißheit, so etwas wie den Schmerz verzückter Anbetung. Der Meister ist der Herr der Wiederkunft, die Lösung vieler Übel. Seine Stimme (bzw. seine Offenbarung des Glaubens) führt sie über Liebe und Glück hinaus ... und (über) ihr aufgegebenes Ich. Der Gesang, ... das Einssein hat etwas, das sie mit aller Macht*

*mitreißt“ (ebd., S. 27).*

Anhand dieser Zitatesammlung müßte deutlich werden, daß Mun als eine übermenschliche, vorbildliche und gottgesandte charismatische Führerpersönlichkeit angesehen und verstanden wird. Der Aspekt der Außeralltäglichkeit wird – bezugnehmend auf Weber – folglich in allen relevanten Dimensionen erfüllt. Die Folgen einer affektuellen Hingabe lassen sich gleichermaßen in der Darstellung der Beerdigung Khomeinis erkennen. Die Trauernden schlugen sich demnach vor lauter Schmerz eigenhändig bis zur Bewußtlosigkeit und bis sie bluten an Brust und Kopf (DeLillo, 1994, S. 241 ff.). Sie können nicht akzeptieren, daß ihr Führer gestorben ist.

Denn: „sie sollten tot sein, nicht er“ (ebd., S. 243).

## 2. Das Verhältnis Star – Publikum

Daß es sich bei dem Verhältnis zwischen Meister Mun und seinen Anhängern um eine auratische beziehungsweise charismatische Verbindung handelt, dürfte sich bereits im vorherigen Abschnitt offenbart haben. Auch die Fixiertheit der Anhänger auf ihren Star, auf seine Führerpersönlichkeit, ist bereits offensichtlich geworden; dennoch möchte ich diesen Aspekt mit

folgendem Zitat nochmals herausstellen und verdeutlichen: „Sie träumt nur noch vom Meister. Sie alle träumen von ihm. Haben Visionen von ihm. Er steht bei ihnen im Zimmer, wenn sein dreidimensionaler Leib Tausende von Meilen entfernt ist“ (ebd., S. 19).

Hickethier zufolge müssen zwei Voraussetzungen vorliegen, um von einem wahren Star sprechen zu können. Zum einen bedarf es einer auratischen Beziehung zwischen dem Star und seinen Anhängern, zum anderen muß das jeweilige Publikum beim Star „auf idealisierte ... Weise Eigenschaften wiedererkenn(en), die es sich selbst zuschreibt“ (Hickethier, 1997, S. 31). Letzteres läßt sich ebenfalls belegen; denn nicht nur Mun, sondern auch seine Jünger verfügen über besondere Fähigkeiten, die allerdings nicht an die Qualität des Meisters heranreichen. „Die Tränen laufen ihnen (den Jüngern) übers Gesicht, bilden Pfützen auf dem Boden und tropfen in das Zimmer darunter“ (DeLillo, 1994, S. 19). Aber lediglich Mun besitzt die Gabe, daß die Tränen das Fundament durchdringen und im Erdreich versinken. Nach Weber ist es sicherlich klug, den Anhängern nicht die ganze Wahrheit, den ganzen Glauben zu offenbaren beziehungsweise sämtliche Fähigkeiten

an sie weiterzugeben, da die Herrschaft des Mun sonst ins Wanken geraten könnte.

### 3. Das Verhältnis von Nähe und Distanz

Eine Starpersönlichkeit muß stets versuchen, menschlich und idealisiert zugleich zu sein. Demnach muß sie ihre Verbundenheit mit dem Publikum zum Ausdruck bringen, doch darf sie gleichfalls die Darstel-



lung ihrer Unerreichbarkeit und Außeralltäglichkeit nicht vernachlässigen. Bei der Hochzeitszeremonie der Mun-Sekte im Yankee-Stadion ist meiner Meinung nach beides beobachtbar. Zunächst zur Erscheinung und zum Auftreten Muns: „er trägt eine weiße Seidenrobe und eine hohe Krone mit stilisierten Schwertlilien“ (DeLillo, 1994, S. 14) und befindet

sich auf einer Kanzel, „die auf einer in Purpurrot und Silber gehaltenen Tribüne thront“ (ebd., S. 14). Der so inszenierte Auftritt Muns soll zweifelsfrei seine Außeralltäglichkeit, seine Unantastbarkeit und seinen Herrschaftsanspruch symbolisieren: Mun als König. Auf der anderen Seite handelt es sich bei ihm um einen Mann, der stämmig gebaut (ebd., S. 14) und dessen Haut wettergebräunt ist (ebd., S. 15); dies hat zur Folge, daß er gleichermaßen als eine gewöhnliche (ebd., S. 15) Person, als ein gewöhnlicher Mensch wahrgenommen werden kann.

Die Kanzel, von der der Meister höchstpersönlich die Eheschließungen absegnet (Nähe zu den Anhängern), ist „an drei Seiten mit schußsicheren Platten versehen“ (ebd., S. 19). Auch wenn es sich hierbei wohl in erster Linie um eine Vorsichtsmaßnahme handelt, verdeutlicht es doch, daß Mun als eine bedeutende und schützenswerte, also außergewöhnliche Persönlichkeit präsentiert wird. Denn eine solche Schutzmaßnahme wird in der Regel nur äußerst wichtigen und in hohen Ämtern befindlichen Personen (z. B. Politikern, Papst), die eine besonders herausragende Funktion erfüllen, zuteil.

#### 4. Die mediale Vermittlung

Starpersönlichkeiten sind stets auf (Massen-) Medien angewiesen, und zwar vor allem deshalb, um Motivation und Identifikation beim Publikum zu wecken beziehungsweise zu verstärken sowie die Rekrutierung und Bewahrung von Anhängern zu gewährleisten.

Wie bereits zuvor erwähnt, hat Mao auf Photographien zurückgegriffen, um seine Kulturrevolution voranzutreiben; weiterhin konnte gezeigt werden, daß ein Porträt Maos ausreicht, damit sich eine Million seiner Anhänger auf einem Platz versammeln, um eindrucksvoll die Identifikation mit ihrem Idol und seinen Idealen zu demonstrieren.

„Mao war von der Presse oft für tot erklärt worden – tot oder senil oder zu krank, eine Revolution anzuführen“ (DeLillo, 1994, S. 183). Diese Schlagzeilen konnte Mao aber schließlich gewinnbringend für sich nutzen, indem er aktuelle Fotos von sich verbreiten ließ und auf diese Weise eine „messianische Rückkunft“

(ebd., S. 183) inszenierte; dadurch bekam seine Revolution wieder neuen Schwung (ebd., S. 184).

„Man zeigt das Porträt Maos, (vor dem sich eine Million Menschen versammelt haben), in Großaufnahme ... Komisch, wie ein Bild den wahren Menschen zeigt, selbst wenn es

unvollständig ist“ (ebd., S. 229 f.). Hieraus glaube ich schließen zu können, daß es keineswegs darauf ankommt, ob die jeweilige Starpersönlichkeit auch körperlich anwesend ist beziehungsweise ob sie überhaupt (noch) lebt (s. o.), da allein die mediale Vermittlung als Beweis für die Existenz genügt – zumindest den Anhängern. Und daß bereits ein Porträt von Mao eine so große Wirkung bei seinen Anhängern entfachen kann, scheint wohl darin begründet, daß es den wahren Men-



schen zu zeigen und somit auch das Charisma dieser Person zu vermitteln in der Lage ist.

Ähnliches läßt sich nach der Beerdigung Khomeinis beobachten: Die Fotos von ihm, welche die Trauernden an den Metallwänden eines Frachtcontainers befestigen, werden

von vielen Händen berührt (ebd., S. 246 f.); dieses kommt sicherlich der Berührung des echten, des wahren Vaters beziehungsweise Führers gleich.

Schließlich sollte darauf hingewiesen werden, daß man die auf Anweisung Muns ständig wiederholten Gebete, Gesänge und Glaubensbekenntnisse als sprachliche Medien bezeichnen könnte. Denn sie haben zweifellos die Zielsetzung, den jeweiligen Anhänger noch tiefer an die Mun-

Sekte zu binden, seine Identifikation soll sich letztendlich nur noch über diese auswendig gelernten Floskeln, Formeln und Phrasen vollziehen; das Ich wird somit zugunsten eines höheren Ziels, einer höheren Bestimmung aufgegeben. Die Bewahrung und auch die Rekrutierung von Anhängern werden sicherlich ebenfalls durch das gemeinsame Beten, Reden und Singen – das Einssein – genährt. Hierzu einige Belege: „Der Meister führt den Gesang an, Mansei, zehntausend siegreiche Jahre. Die seligen Paare bewegen, abgestimmt

aufs Echo seiner verstärkten Stimme unisono die Lippen ... Der Gesang ist die Endzeit. Sie spüren die Macht der menschlichen Stimme, die Macht eines einzigen ständig wiederholten Worts, das sie immer tiefer in das Einssein treibt“ (ebd., S. 27). Selbst Karen, eine gebürtige Amerikanerin,

denkt und spricht bisweilen in gebrochenem Englisch, welches sie von den koreanischen Glaubenslehrern in Workshops und Lehrgängen übernommen hat (ebd., S. 23); auch ein Indiz für die tiefgreifende Identifikation – oder sollte man sagen: Identifikationskrise?

### 5. Die Folgen der Identifikation

Obige Frage ist zentral für diesen letzten Analyseabschnitt. Die Identifizierung mit einer Starpersönlichkeit hat entweder Sammlung und Integration oder Zerstreuung und Verschleierung zur Folge. Ersteres sollten die Jünger oder Anhänger empfinden („subjektive“ Sichtweise), während das zuletzt genannte eher der „objektiven“ Sichtweise bei Außenstehenden, zum Beispiel bei den Angehörigen, entspricht.

Zunächst möchte ich auf die sogenannte *objektive Sichtweise* zu sprechen kommen. Rodge, der Vater von Karen, welche an der Hochzeitszeremonie teilnimmt und somit zur Mun-Sekte gehört, empfindet ihren Glauben eindeutig als eine Gefahr, eine Bedrohung, als etwas, das den Einzelnen von sich selbst entfremdet, als einen Akt der Zerstreuung. „Sie bilden ein Volk, nimmt er an, gegründet auf dem Prinzip leichten Glaubens. ... Sie sprechen eine

Halbsprache, eine Reihe vorgefertigter Begriffe und leerer Wiederholungen“ (ebd., S. 16). Diese „mechanische Routine“ und der „Verlust von



Maßstab und Intimität“ sowie die Art und Weise, wie eine Menschenmasse zu einem bloßen Objekt gestaltet wird, alles das macht Rodge sehr viel Angst (ebd., S. 16). Weiterhin hofft er inständig, daß es seiner Tochter möglich sein wird, persönliche Eigenheiten und Nuancen beibehalten zu können (ebd., S. 16). Schließlich bekräftigt er seine Absicht, die Mun-Sekte zu „durchleuchten“ und sich an Beratungsstellen sowie Hilfsorganisationen zu wenden, also alles dafür zu tun, um Karen vor dem Verlust ihres Selbst zu bewahren (ebd., S. 21). Allerdings ist ihm auch bewußt, daß die Anhänger ihrem Meister deshalb folgen, da

„er ihnen gibt, was sie brauchen. Er stillt ihr Verlangen, nimmt ihnen die Bürde des freien Willens und des unabhängigen Denkens. Sieh nur, wie glücklich sie aussehen“ (ebd., S. 16). Das heißt, Rodge ist ebenfalls bewußt, welche integrative Kraft das Gebet der Masse für die Anhänger Muns freizusetzen vermag.

Die *subjektive Sichtweise* der Sektenmitglieder ist bereits in den vorigen Abschnitten zur Sprache gekommen. Die Aspekte Sammlung und Integration könnten folglich durch den Begriff *Einssein* ersetzt werden. Denn der Aspekt des *Einssein* ist für die Bindung der Jünger an die Mun-Sekte zentral: „das *Einssein* hat

etwas, das sie mit aller Macht mitreißt“ (ebd., S. 27). Karen und sämtliche andere Jünger werden vom „Blut der Masse“ gestärkt und sie fühlen sich „unversehrt, durchdrungen von Wohlgefühl“ (ebd., S. 17). Die Sammlung, das *Einssein*, die integrative Macht des Glaubens, all jenes läßt sich bei Karen beobachten: sie ist „immunisiert gegen die Sprache des Ich“ (ebd., S. 17) und „geht auf in den Tausendschaften der Marschsäulen. Sie spürt, wie sie im Takt atmen. Sie sind jetzt eine Weltfamilie“ (ebd., S. 20). Karen weiß allerdings auch, daß sich ihre Eltern und andere Außenstehende Sorgen machen und ist sich dessen bewußt, daß sie sich

vor der Intensität und der Macht ihres Glaubens fürchten.

#### IV. Stars bei Andy Warhol

##### Warhols Starverständnis am Beispiel von Marilyn Monroe

Ein wichtiger Hinweis vorweg: in diesem Abschnitt soll es nicht um die Person Warhols gehen, obwohl er sein Starverständnis fraglos auch auf sich selbst, auf seine eigene Person übertragen hat<sup>6</sup>. Dieser Abschnitt soll vielmehr dazu dienen, kurz aufzuzeigen, wie Warhol den Star Marilyn Monroe (und auch alle anderen Stars) in seinen Bildern darstellt und welchen Zweck er damit verfolgt.

„Warhols Thema ist die technische, industrielle Zivilisation. Deren Erzeugnisse sind seine Motive“ (Lüthy, 1995, S. 105); somit stellen seine Bilder unter anderem Konsumgüter und Autounfälle, aber auch Stars und berühmte Persönlichkeiten dar. „Warhol versteht die Pop Art als künstlerische Antwort auf die moderne Massenkultur“ (ebd., S. 105). Daher ist ihm insbesondere daran gelegen, daß jeder Mensch, der seine Bilder betrachtet, die jeweiligen Motive unmittelbar wahrnehmen und erkennen kann – jeder

Mensch soll an ihnen teilhaben, sie verstehen können:

*“The Pop Artists did images that anybody walking down Broadway could recognize in a split second – comics, picnic tables, men’s trousers, celebrities, shower curtains, refrigerators,*



Beck-Gernsheim

*Coke bottles – all the great modern things that the Abstract Expressionists tried so hard not to notice at all”* (ebd., S. 105).

Warhols Starporträts haben ihren Erfolg aber nicht allein der Tatsache zu verdanken, daß die dargestellten Persönlichkeiten beziehungsweise Warhol selbst Berühmtheiten sind oder waren; der Erfolg „beruht vielmehr auf ihrer Eigenschaft, ein grundlegendes Merkmal des vielschichtigen ... Phänomens Star herauszustellen und sichtbar werden zu

lassen – die Beziehung des Stars zu seinem Bild“ (ebd., S. 43).

Der Star ist Lüthy zufolge eine Bild-Realität (ebd., S. 43 f.), das heißt, durch Photographien und Filme werden uns seine wahren, individuellen Eigenschaften vermittelt. Der „wirkliche“ Mensch jedoch, die Persönlichkeit, welche dem Star zu Grunde liegt, bleibt in der Regel verborgen, da auch er nur ein Konstrukt, ein Bild ist; dieses Bild ist das Image, welches durch Magazine, Interviews und Reportagen erzeugt und getragen wird (ebd., S. 45 f.). Sichtbar sind für die Anhänger eines Stars folglich nur das photographische Bild und das Image (das kalkulierte Persönlichkeitsbild) – die wahre Persönlichkeit hinter diesen Bildern bleibt somit unergründet und verborgen (ebd., S. 47). Dennoch wird in

der Öffentlichkeit stets die Unterscheidung von Star und Individuum getroffen; dies ist deshalb notwendig, um das Verhältnis von Nähe und Distanz im Gleichgewicht halten zu können (ebd., S. 49).

„Ich betrachte immer nur die Oberfläche der Dinge“, so Andy Warhol (Printz, 1989, S. 449). Daher verwundert es auch wenig, daß seine Marilyn-Porträts lediglich das bekannte Bild, das bekannte Image von ihr hervorheben, da sie allesamt auf einer bereits zuvor veröffentlichten

Werbestandaufnahme basieren. Wie die wahre Person hinter dem Star Marilyn Monroe (Norma Baker) wirklich ist, interessiert Warhol nicht.

Damit stellt er die vorherrschende Vorgehensweise der Porträt- und Bildnismalerei auf den Kopf, die nämlich strikt „auf der persönlichen und unmittelbaren Erfahrung des Malers von seinem Modell beruht“ (Lüthy, 1995, S. 50). Warhol hingegen kreiert ein Bild von einem Bild, welches einen Star darstellt. Er bearbeitet die bekannte Werbeaufnahme allerdings so, daß ihr Maskencharakter, also die Künstlichkeit des Marilyn-Gesichts (die übertrieben geschminkten Augen, das gestellte Lächeln), noch offensichtlicher wird (Sabin, 1992, S. 59 f.); dieses Ergebnis erzielt Warhol durch die Einquadrierung des Kopfes, die grellen und unnatürlichen Farben sowie durch die Erhöhung des Kontrastes (Lüthy, 1995, S. 54). Das Gesicht der Monroe auf den Warhol-Bildern wirkt somit

„flach und zugleich bodenlos, es ist erstarrt und entleert von allem, was an ihr Mensch ist, zugleich aber von gesteigerter Präsenz in dem, was sie zum Mythos macht“ (ebd., S. 54) beziehungsweise zum Star machte: ihre vollkommene Schönheit, ihr unvergleichlicher Sex-Appeal. Die

Marilyn-Porträts sollen schließlich verdeutlichen, wie ein Mythos entsteht. Dieser entsteht nämlich dann, wenn „der primäre Sinn der Porträtphotographie (das naturgetreue Abbild eines Menschen) ... durch einen sekundären Sinn überlagert und verformt wird, der in diesem Menschen etwas anderes sieht: die perfekte Kreatur, die sexuelle Wunschfigur, die Verkörperung des Amerikanischen Traums“ (ebd., S. 54). Allerdings bleibt selbst hier ein ausgeglichenes Verhältnis von Nähe



und Distanz gewährleistet, da die Photographie ein „wahres“ und naturgetreues Medium ist und immer auch den Menschen als ein reales, tatsächlich existierendes Wesen darzustellen vermag (ebd., S. 54 f.).

Norma Baker ist schließlich daran

gescheitert und zerbrochen, daß ihre Identität nichts (mehr) mit dem Bild, dem Image von Marilyn Monroe gemeinsam hatte. Sie versuchte sich aber stets diesem Image anzupassen, zu unterwerfen, was ihr aber nicht gelang beziehungsweise auch gar nicht gelingen konnte. „Das Bild hat über den Menschen triumphiert“, so Lüthys Fazit (ebd., S. 49).

#### *Und was hat das mit Charisma zu tun?*

Nun, Warhols Starbilder stellen immer nur die Oberfläche der jeweiligen Persönlichkeit dar, indem sie sich auf eine bekannte Photographie, auf ein bereits vorhandenes Image beziehen. Folglich bildet er seine Stars stets so ab, wie sie vom Publikum geliebt werden, er hebt ihre außergewöhnlichen Fähigkeiten und besonderen Eigenschaften, ihr Charisma, hervor. Die Außeralltäglichkeit Marilyn Monroes, sprich ihre makellose, vollkommene Schönheit, ihre perfekte Figur und ihr herausragender Sex-Appeal, wird auf Warhols Bildern – wie der obige Abschnitt gezeigt hat – eindrucksvoll herausgehoben und sogar durch das von ihm angewendete Siebdruckverfahren noch verstärkt.

## V. Schlußteil

### *Startum und charismatische Herrschaft – ein Fazit*

In diesem Beitrag sollte ergründet werden, ob und inwiefern die Möglichkeit besteht, Starpersönlichkeiten mit dem Begriffspaar der charismatischen Herrschaft von Max Weber zu analysieren. Es müßte deutlich geworden sein, daß eine solche Analyse grundsätzlich möglich ist, was sich wohl darauf zurückführen läßt, daß die Begrifflichkeiten Star und Charisma sowie ihre Definitionen zumindest in den genannten fünf Aspekten über eindeutige Gemeinsamkeiten verfügen. Die Begriffe Star und charismatischer Herrscher lassen sich also durchaus synonym verwenden.

Und wie steht es mit der Substanz einer solchen Analyse? Zumindest konnte gezeigt werden, daß es sich bei Meister Mun zweifelsfrei um eine Starpersönlichkeit handelt, bei Mao und Khomeini reichten die Textstellen des Romans nicht aus, um jeden der Analyse-Aspekte abzuhandeln. Gleichwohl dürften die Starqualitäten der „realen“ Personen wohl keineswegs in Frage gestellt werden. Da sich die Analyse aber nur auf die Romanfiguren beschränken sollte, war eine eindeutige Zuordnung nicht möglich.

Schließlich konnte gezeigt werden, daß man sich den Starbildern beziehungsweise -porträts von Andy War-

hol ebenfalls mit dem Begriff Charisma annähern kann, da er auf die Darstellung der außergewöhnlichen Fähigkeiten und Eigenschaften einer Starpersönlichkeit abzielt.

Besonders bemerkenswert finde ich, daß die Texte Webers, die sich mit den drei Herrschaftstypen beschäftigen, zu einer Zeit entstanden sind, als das Wort Star noch nicht in aller Munde, als Fernsehen, Video und Internet noch nicht einmal auf dem Reißbrett existierten; und dennoch lassen sich anhand dieser Texte moderne Star-Phänomene beschreiben und analysieren. •

## Anmerkungen

1 Diese genannten Starpersönlichkeiten werden anhand des Romans *Mao II* von Don DeLillo analysiert.

2 Als Beispiel für das Starverständnis und seine künstlerische Umsetzung von Andy Warhol dient die von ihm porträtierte Schauspielerin und Sängerin Marilyn Monroe.

3 Der Begriff *Rolle* kann und soll hier im soziologischen Sinne verstanden werden. Eine glaubhafte Verkörperung einer Rolle kann zum Beispiel durch rhetorische Gewandtheit (beim Politiker), makellose Schönheit (beim Model) oder das Demolie-

ren des Hotelzimmers (bei Rockmusikern) erzielt werden.

4 Zu den außeralltäglichen Fähigkeiten gehören beispielsweise eine schöne Stimme, eine herausragende Schauspielleistung, ein 8-Meter-Weitsprung, rhetorische Begabung und ein Talent zum Malen; die faszinierende Erscheinung kann unter anderem durch perfekte Schönheit, einen muskelgestählten Körper oder ein extravagantes Äußeres erfolgen.

5 Macht bedeutet Weber zufolge „jede Chance, innerhalb einer sozialen Beziehung den eigenen Willen auch gegen Widerstreben durchzusetzen“ (Weber, 1972, S. 28).

6 Hierzu verweise ich auf die sehr gute Monographie von Michael Lüthy (1995); Details über das Werk und das Leben von Andy Warhol finden sich ebenso bei Stefana Sabin (1992).

## Literatur

**Benjamin, Walter**, *Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit* (aus: Benjamin, Walter, *Gesammelte Schriften I,2*, Suhrkamp Verlag, Frankfurt am Main, 1974, S. 471-508)

**Debord, Guy**, *Die Gesellschaft des*

*Spektakels* (Verlag Klaus Bittermann, Berlin, 1996)

**DeLillo, Don**, *Mao II* (Rowohlt Taschenbuch Verlag, Reinbek bei Hamburg, 1994)

**Hickethier, Knut**, *Vom Theaterstar zum Filmstar* (aus: Faulstich, Werner und Korte, Helmut (Hrsg.), *Der Star: Geschichte, Rezeption, Bedeutung*, Wilhelm Fink Verlag, München, 1997, S. 29-47)

**Kepplinger, Hans Mathias**, *Politiker als Stars* (aus: Faulstich, Werner und Korte, Helmut (Hrsg.), *Der Star: Geschichte, Rezeption, Bedeutung*, Wilhelm Fink Verlag, München, 1997, S. 176-194)

**Ludes, Peter**, *Aufstieg und Niedergang von Stars als Teilprozeß der Menschheitsentwicklung* (aus: Faulstich, Werner und Korte, Helmut (Hrsg.), *Der Star: Geschichte, Rezeption, Bedeutung*, Wilhelm Fink Verlag, München, 1997, S. 78-98)

**Lüthy, Michael**, *Andy Warhol - Thirty are better than one* (Insel Taschenbuch Verlag, Frankfurt am Main / Leipzig, 1995)

**Printz, Neil**, *Warhol in seinen eigenen Worten* (aus: McShine, Kynaston (Hrsg.), *Andy Warhol Retrospektive*, Prestel-Verlag, München, 1989, S. 449-458)

**Sabin, Stefana**, *Andy Warhol* (Rowohlt Taschenbuch Verlag, Reinbek bei Hamburg, 1992)

**The Marilyn Monroe Information Center** ([www.marilynmonroe.de](http://www.marilynmonroe.de))

**Thiele, Jens**, *Künstlerisch-mediale Zeichen der Starinszenierung* (aus: Faulstich, Werner und Korte, Helmut (Hrsg.), *Der Star: Geschichte, Rezeption, Bedeutung*, Wilhelm Fink Verlag, München, 1997, S. 136-145)

**Weber, Max**, *Die drei reinen Typen der legitimen Herrschaft* (aus: Weber, Max, *Gesammelte Aufsätze zur Wissenschaftslehre*, Verlag J. C. B. Mohr (Paul Siebeck), Tübingen, 1968, S. 475-488)

**Weber, Max**, *Die Typen der Herrschaft* (aus: Weber, Max, *Wirtschaft und Gesellschaft*, Verlag J. C. B. Mohr (Paul Siebeck), Tübingen, 1972, S. 122-176)



# WALK THE DINOSAUR?

## Public Understanding of Science

von Christian Salzmann, Kirsten Schindler und Stefan Wörmann

### Studienlabor

Eine der Formen selbstorganisierten Studierens: die Studiengruppe. Man greife auch zu *sozusagen* - Ausgabe 5.

Der Paläontologe Paul Sereno macht es vor: Im Rahmen eines Prominenten-Marathons einer US-amerikanischen Zeitschrift sammelt er Spendengelder für seine Forschung, der Rekonstruktion von Dinosauriern und ähnlich zugänglichen Tierarten.<sup>1</sup> Doch nicht nur das: Eine professionelle Homepage sowie ein umfangreiches und differenziertes Online-Angebot für Schüler, Lehrer etc. komplettieren die (Selbst-) Darstellung seines wissenschaftlichen Schaffens.<sup>2</sup> Der Weg in die Öffentlichkeit muß allerdings nicht "zu Fuß" oder über das Internet gegangen werden. Längst wird Wissenschaft auf sehr unterschiedliche Arten aufbereitet und der Öffentlichkeit präsentiert. Populärwissenschaftliche Bücher über den Klimawandel oder die Chaosforschung, TV-Wissenschaftsmagazine à la 'Galileo' (Pro 7) oder 'Quarks & Co' (WDR) sowie öffentlich ausgetragene (Wissenschafts-)Dispute wie die Goldhagen-Debatte sind empirische Indizien für eine verstärkte

Außenorientierung der Wissenschaft. In Großbritannien geht man sogar noch einen Schritt weiter. Dort werden spezielle Veranstaltungen von Wissenschaftlern für "die Öffentlichkeit" angeboten und mit populären Titeln versehen wie: "The Annual Festival of Science", "The National Week of Science" oder auch



das "Pub Quiz". Hierbei werden in Pubs Abende organisiert, bei denen verschiedene Kneipen-Mannschaften in einem Wissensquiz gegeneinander antreten. Aber auch einzelne wissenschaftliche Institute präsentieren sich auf öffentlichen Ständen in Fußgängerzonen oder klären auf Supermarkt-Parkplätzen die Bürger über die "Wissenschaft des Essens" auf. Auch die Europäische Union verteilt Gelder für Forscher, die den Wissenschaftspolitikern in Brüssel das beste Kochbuch zur "Sensibili-

sierung der Öffentlichkeit" schreiben.<sup>3</sup>

Dies sind nur einige Beispiele der Aktivitäten, die unter dem Label *Public Understanding of Science (PUS)* zusammengefaßt und in Deutschland gerade erst populär werden.<sup>4</sup> Neben diesen empirischen Beispielen existiert allerdings auch eine Forschungsrichtung in der Wissenschaftsforschung, die diese Phänomene inklusive ihrer Ursprünge und Folgen untersucht. Dabei macht sie zwei Gründe aus:

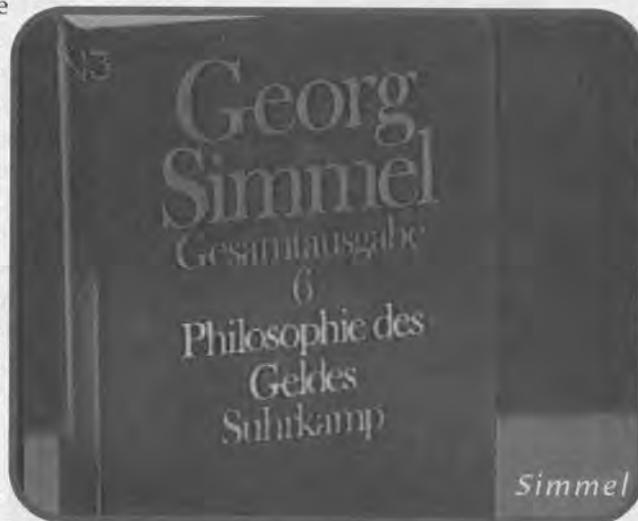
Der erste liegt auf der (bzw. in der öffentlichen) Hand. Die knappen öffentlichen Haushalte verschärfen den Konkurrenzdruck innerhalb der scientific communities um Forschungsgelder. Wissenschaftler müssen sich vermehrt vor ihren Geldgebern und damit indirekt den Steuerzahlern rechtfertigen und gleichzeitig einen Zusammenhang zur Anwendung möglicher Ergebnisse herstellen. Neben dem Legitimationsproblem muß sich die Wissenschaft auch um Akzeptanz ihrer Aktivitäten bemühen. In Zeiten von Tschernobyl oder des Klonschafs Dolly ist Wissenschaft zunehmend der öffentlichen Kritik ausgesetzt.

Sowohl das Legitimations- als auch das Akzeptanzproblem berühren den bisherigen "Gesellschaftsvertrag" mit Wissenschaft, der die gesellschaftliche Unterstützung des Wissenschaftssystems sichert(e). Daß die Verbindung zwischen Wissenschaft und Gesellschaft neue Konturen annimmt, davon zeugt auch der Hype um die "Wissensgesellschaft". In einer Gesellschaft, in der zunehmend die Ressource Wissen und damit die Innovationsfähigkeit über den wirtschaftlichen Erfolg eines Landes entscheidet, gehören Wissenschaft bzw. Forschung und die Verbreitung ihrer Ergebnisse zu einer der vorrangigen Aufgaben.

Lassen sich die Gründe für die verstärkte Außenorientierung des Wissenschaftssystems benennen, so bleibt jedoch festzustellen, daß das Unternehmen "Wissenschaft in die Öffentlichkeit" einige Tücken birgt. Vier Problemfelder empirischer und theoretischer Natur lassen sich ausmachen:

I. Angesichts pluralistischer, individualisierter und funktional ausdifferenzierter<sup>5</sup> Gesellschaften läßt sich wohl kaum noch von der Öffentlichkeit sprechen. Differenzierte Zielgruppenanalysen in der Marktforschung und soziologische Analysen

sind sich in diesem Befund bereits einig, die PUS-Bewegung hinkt hier – sowohl in ihren praktischen Bemühungen, als auch in der theoretischen Perspektive – eindeutig hinterher.



- II. "Publish or perish" – Das Publikationsgebot innerhalb der scientific community wird derzeit von einigen Kollegen unterlaufen. Als "Visible Scientists" jetten sie durch Talkshows und pflegen *aktive* Kontakte zu den Medien, um ihre Erkenntnisse über Rechtsradikalismus, **t r a n s g e n e** Pflanzen oder das Freizeitverhalten der Deutschen auf Mallorca zu verbreiten.
- III. Dagegen pflegt der Großteil der

Wissenschaftler im Umgang mit der Öffentlichkeit nach wie vor einen Duktus der oberlehrerhaften Distanz. Die Öffentlichkeit soll – wenn man überhaupt diese Notwendigkeit sieht – aufgeklärt werden über die Erkenntnisfortschritte der hehren Akademiker. Daß diese *one-way-Kommunikation* nicht gerade akzeptanzfördernde Wirkungen zeitigt, ist offensichtlich.

IV. Systemtheoretisch nicht weiter verwunderlich, aber in der real world doch sehr hinderlich sind die *Kommunikationsprobleme* zwischen der Wissenschaft und den Medien. Wissenschaftsjournalisten klagen über die vertrackten sprachlichen Äußerungen der Interviewten, diese wiederum stoßen sich an den "verzerrenden Darstellungen der Reporter". Wissenschaftler arbeiten zudem eher prozeßorientiert, während Journalisten eine ereignis- oder ergebnisorientierte Sichtweise auf Wissenschaft pflegen.

MIT LINKS:

<http://www.uni-bielefeld.de/iwt/trialog/>  
Studienrunde TRIALOG

## TRIALOG

Verwirrung im Bermuda-Dreieck Wissenschaft – Öffentlichkeit(en) – Medien? Es ist unschwer zu erkennen, daß die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit *Public Understanding of Science* eines interdisziplinären Zugangs in Forschung und Lehre bedarf. Da dies aufgrund des jungen Forschungsfeldes noch nicht gegeben ist, besteht insbesondere für Studierende und Promovierende die Gefahr, im Bermuda-Dreieck Schiffbruch zu erleiden. Um dieser Gefahr vorzubeugen, bietet sich an, selbst aktiv zu werden und sich mit anderen aus den "fremden" Disziplinen auszutauschen. Um solch einen Austausch dauerhaft zu ermöglichen, hat sich im Sommersemester 1999 an der Fakultät für Soziologie und mit Unterstützung des Instituts für Wissenschafts- und Technikforschung (IWT) eine studentische Arbeitsgruppe gegründet, deren Ziel es ist, das Verhältnis zwischen Wissenschaft, Medien und Öffentlichkeit zu durchleuchten und genauer zu bestimmen. TRIALOG<sup>6</sup> entstand neben dem gemeinsamen Interesse an Fragen des *Public Understanding of Science*, auch aus dem Wunsch heraus, sich in der Zeit der Diplomarbeit mit anderen auszutauschen und eigene Ergebnisse der Kritik

auszusetzen. Nach einer ersten Phase unregelmäßiger Treffen mit wechselnden Gruppenkonstellationen hat sich seit Anfang des Jahres eine stabile Gruppe herausgebildet. Ebenso vielfältig wie die verschiedenen Fragestellungen ist auch die Zusammensetzung von TRIALOG: Insgesamt elf Studierende und Promovierende der Soziologie, Publizistik und Sprachwissenschaft treffen sich seitdem im zweiwöchigen Rhythmus, um ihre Themen (und Probleme) vorzustellen und untereinander Hinweise z.B. auf interessante Literatur und Web-Pages auszutau-



schen. Als gemeinsamer Nenner dieser verschiedenen Ansätze kristallisiert sich momentan der (eher problematische) Begriff der Öffentlichkeit heraus, der in vielen der Arbeiten eine zentrale Rolle einnimmt.

Ein weiterer, organisatorischer Schwerpunkt von TRIALOG ist das Kontaktieren möglicher GesprächspartnerInnen aus Wissenschaft und Medien, die im Rahmen der Arbeitsgruppe zu Diskussionen eingeladen werden. Ein erster thematischer Schwerpunkt liegt auf Zielgruppenanalysen und Marketingstrategien, wobei besonders die Frage der Vermittelbarkeit bzw. Vermarktbarkeit wissenschaftlicher Erkenntnisse diskutiert wurde. Sind wissenschaftliche Erkenntnisse Produkte, für die ähnlich anderer Dienst- und Konsumleistungen Werbung gemacht werden kann? Wie findet Wissenschaft ihre Zielgruppe und darf Zielgruppenforschung überhaupt im Interesse der Wissenschaft liegen? Diese Fragen werden auch weiter mit entsprechenden ReferentInnen erörtert, wobei bereits mit verschiedenen AnsprechpartnerInnen Kontakt aufgenommen wurde. Um einen anderen Aspekt von PUS zu beleuchten, wird sich ein zweiter thematischer Block mit Theorien des Populären beschäftigen.

Für die nähere Zukunft von TRIALOG ist außerdem der Aufbau einer gemeinsamen Literaturlistenbank geplant sowie die Gruppe und ihre Aktivitäten im Internet darzustellen (siehe Linkhinweise). Wie sich TRIA-

LOG in Zukunft entwickelt, ist noch nicht abzusehen. So werden sich – bedingt durch nahende Abgabetermine von Diplomarbeiten bzw. das Ende des Studiums – einzelne Mitglieder vermutlich stärker anderen Dingen widmen müssen und TRIA-LOG Nachwuchssorgen bereiten. Mit dem Wechsel der Mitglieder werden sich aber nicht nur die Formen der Zusammenarbeit, sondern auch thematische Interessenschwerpunkte verschieben. Trotz dieser früher oder später anstehenden Veränderungen soll PUS gemeinsamer Dreh- und Angelpunkt von TRIA-LOG bleiben und so eine gemeinsame und auch interdisziplinäre Arbeit ermöglichen.

Eine studentische Arbeitsgruppe wie TRIA-LOG hat – so unser Fazit – trotz der freiwilligen (Mehr-) Arbeit den Effekt, daß durch die gemeinsame Arbeit und Diskussion jeder für sich und sein jeweiliges Thema profitieren kann. Abhängig ist dieser "Profit" allerdings vom notwendigen gemeinsamen Interesse an bestimmten Fragen und – last but not least – vom Engagement seiner Mitglieder. •

## Literatur

*Mathias, Ray 1999:* From public understanding to accessibility of science. In: GEGENWORTE, 3: 20-26.

*Weingart, Peter 1999:* Aufklärung 'von oben' oder Pflege des Dialogs. Die plötzliche Entdeckung von "Public understanding of science" in Deutschland. In: GEGENWORTE, 3: 64-67.



## Anmerkungen

1 <http://www.spiegel.de/wissenschaft/0,1518,46726,00.html>.

2 <http://dinosaur.uchicago.edu/>; <http://www.projectexploration.org/>

3 Vgl. [http://www.cordis.lu/improving/src/hp\\_rpast.htm](http://www.cordis.lu/improving/src/hp_rpast.htm).

4 Wie bei jedem anderen gesellschaftlichen Phänomen bleibt auch hier anzumerken: Das hat es alles schon gegeben. Wissenschaftspopularisierung ist eigentlich so alt wie die Wissenschaft selbst. Man kann nur verschiedene Phasen benennen, in denen sich die Intensität der Außenorientierung und die Gründe dafür unterscheiden.

5 Um nur einige Attribute zu nennen...

6 Der Name TRIA-LOG leitet sich aus der Notwendigkeit eines *Dialoges* zwischen den *drei* Bereichen Wissenschaft, Medien und Öffentlichkeit her.

# SYMBOLISCHER TERRORIST STÖSST AN MEDIALE WIRKLICHKEIT

## Baudrillards Medientheorie und empirische Medienforschung kritisch gegenübergestellt

von Heike Binder

**B**audrillard, der sich selbst als "theoretischer Terrorist" bezeichnet (vgl. Zurbrugg 1993, 168) vertritt eine kritische Position gegenüber dem bestehenden Gesellschaftssystem und entwickelt u.a. auf Basis des triangulären Verhältnisses von Masse, Terrorismus und Medien ein subversives Modell des revolutionären Umsturzes. Angesichts von Ergebnissen aus der empirischen Medienforschung wird jedoch Baudrillards Anleitung zur Revolution auf ihre symbolische Beliebigkeit zurückgeworfen.

Im Anschluß an eine kurze Erläuterung der theoretischen Grundlagen Baudrillards werden im Rahmen dieses Essays drei Thesen zu dem triangulären Verhältnis von Masse, Medien und Terrorismus herausgearbeitet und mit (größtenteils empirisch fundierten) Befunden der modernen Medienwissenschaft und der Terrorismusforschung konfrontiert. Dabei ist es nicht das Ziel, den Denkansatz Baudrillards mit Hilfe von Erkenntnissen aus der spezialisierten

Medien- und Terrorismusforschung zu verifizieren oder zu falsifizieren. Vielmehr soll festgestellt werden, ob sich in der eher empirisch orientier-



ten Forschung Hinweise finden, mit denen sich die mitunter philosophisch wirkenden Überlegungen des französischen Theoretikers untermauern lassen und wo Widersprüchlichkeiten zwischen diesen beiden grundsätzlich verschiedenen Arten der Untersuchung ein und desselben Themas auftreten.

### 1. Vorstellung der theoretischen Grundlagen Baudrillards

In der gegenwärtigen hyperrealen Gesellschaft haben sich die herkömmlichen Revolutionstaktiken als ineffektiv erwiesen. Daher sieht Baudrillard nur noch zwei subversive Strategien zur Herbeiführung des gesellschaftlichen Zusammenbruchs: Den symbolischen (Todes-) Tausch und die Implosion des Sozialen. In diesem Kontext zeigt Baudrillard verschiedene Phänomene auf, deren implosiver Charakter eine Gefahr für das bestehende System darstellen kann. Hierzu zählen insbesondere die Masse und der Terrorismus. Auch den Medien spricht Baudrillard trotz (bzw. gerade wegen) ihrer Instrumentalisierung seitens der Herrschenden des Systems ein implosives Potential zu.

## Von der Realität zur Hyperrealität - Baudrillards

### postmoderne Gegenwart

Ausgangspunkt der Theorie Baudrillards ist eine postmoderne Welt, die die Apokalypse bereits hinter sich gelassen und den Zustand des Utopischen erreicht hat. "Wir sind im Paradies, die Illusion ist unmöglich geworden" (Baudrillard 1991).

Mit diesem Stadium ist gleichzeitig ein Bedeutungsverlust der konkreten Realität verbunden, an deren Stelle künstliche Zeichenwelten treten, die von Baudrillard mit dem Begriff "Simulationen" belegt werden. Der Weg zu diesem Zustand wird historisch hergeleitet und erfolgt in drei Stufen, die als Simulakren bezeichnet werden. Diese führen von der bloßen Imitation der natürlichen und übernatürlichen Umwelt in Renaissance und Barock über die Auflösung des Realen durch die Dominanz des Produktionsprinzips im Zuge der industriellen Revolution bis hin zum vollkommenen Verschwinden der Unterscheidbarkeit zwischen Wirklichkeit und Konstrukt, zwischen Realem und Imaginärem in der postindustriellen Gesellschaft. Modelle und Codes, die insbesondere durch die Medien vorgegeben werden, sind auf dieser Stufe zu gesellschaftskonstituierenden Faktoren geworden. Die Realität hat in diesem Schema

keinen Platz mehr; an ihre Stelle tritt eine durch Simulationen bestimmte Hyperrealität: "Jegliche Realität wird von der Hyperrealität des Codes und der Simulation aufgesogen. Anstelle des alten Realitätsprinzips beherrscht uns von nun an ein Simulationsprinzip" (Baudrillard 1991, 8).



## Möglichkeiten der Revolution gegen das hyperreale System

### Subversion durch Reversibilität

Da in der politischen Ökonomie der Simulationsgesellschaft Begriffe wie Arbeit, Produktion und Wert nur noch über einen symbolischen, referenzlosen Charakter verfügen, ist das Fortbestehen der Macht nicht

mehr, wie in der industriellen Gesellschaft, von kapitalistischen Gesetzmäßigkeiten abhängig, sondern lediglich von dem Glauben der Bevölkerung an derartige Gesetze, die in Wirklichkeit nur noch Modelle darstellen. Dementsprechend existiert im simulationsgesellschaftlichen System keine Realität mehr, die von Konzepten des Klassenkampfes angegriffen werden könnte, traditionelle marxistische Revolutionsstrategien haben somit nach Baudrillard ausgedient (vgl. Blask 1995, 44). Die einzige Möglichkeit, ein solches hyperreales System zu bekämpfen, liegt in einer Subversion, die sich durch Auflösung des Gegensatzes von Realität und Modell ihrerseits auf eine simulative Ebene begibt.

Ein solches Konzept erläutert Baudrillard mit dem Prinzip der Reversibilität, das auf dem symbolischen Tausch basiert. Dieses aus den archaischen Gesellschaften entstammende Prinzip von Gabe und im Tausch dargebrachter Gegengabe übernahm er aus den Werken des Anthropologen Mauss (vgl. Mauss 1968). Die Bedeutung dieses Aktes des symbolischen, nicht auf bestimmten Angemessenheiten beruhenden Tausches, der in den frühen Gesellschaften der sozialen Integration diente, wird von den Machthabern der postindustriellen

Gesellschaft ignoriert, deren Macht auf ihrem Monopol der Gabe ohne Gegengabe basiert. Die letzte Chance zur Revolution sieht Baudrillard darin, dem System trotzdem eine Gegengabe zu präsentieren, auf die es seinerseits antworten muß - und zwar mit seiner Zerstörung: "... dann ist die einzige Lösung die, gegen das System das Prinzip seiner Macht selbst zu kehren: die Unmöglichkeit der Antwort und der Vergeltung. Das System herausfordern durch eine Gabe, auf die es nicht antworten kann, es sei denn, durch seinen eigenen Tod und Zusammenbruch" (Baudrillard 1991, 65).

### Die implosive Zerstörung des Systems

Bei der Untersuchung der Konsequenzen der Hyperrealität für das soziale Subjekt stellt Baudrillard eine fortschreitende Implosivität fest, die ihrerseits einen weiteren Ansatzpunkt für subversive Aktivitäten bilden kann. Unter Implosivität wird hierbei "grundsätzlich das Verschwinden der Differenz zwischen den Polen Ursache und Wirkung oder von Subjekt und Objekt" (Blask 1995, 34) verstanden.

Nicht das Subjekt ist es, das in der hyperrealen Gesellschaft Macht über die Welt der Objekte ausübt und sie zur Erfüllung seiner Begehren

benutzt. Vielmehr ist es das Objekt, welches dem Subjekt Verführungen darbietet und durch geheime Kräfte die Kontrolle über das menschliche Leben innehat. Die finale Auswirkung der Macht des Objekts sieht Baudrillard in der implosiven Katastrophe, die durch zwei antagonistische



sche Prozesse herbeigeführt wird: Einerseits folgt aus der Verführung des Subjekts ein ekstatischer Zustand, in dem der Ablauf von Ereignissen und Prozessen des menschlichen Lebens hin zu ziellosen und chaotischen Verhältnissen beschleunigt wird. Insbesondere den Medien wird aufgrund ihres zusammenhanglosen Angebotes von Bildern und Berichten bei dieser systemischen Beschleunigung eine wichtige Rolle zugeschrieben. Auf der anderen Seite kommt es durch die

aus Verführung und Ekstase folgende Maßlosigkeit zu einem systeminhärenten Zustand der Trägheit und Gleichgültigkeit: "Zwar fehlt es nicht an Geschehnissen, jedoch erstarren diese in Indifferenz und Betäubung" (Blask 1995, 37).

Die letztendliche Zerstörung des Systems wird dann erreicht sein, wenn der Kreislauf aus Simulationen und Reversibilitäten, der vom bestehenden System aufrechterhalten wird, sich in dem Maße beschleunigt hat, daß ihm das System aufgrund seiner innewohnenden Trägheit nicht mehr standhalten kann - und schließlich durch den äußeren Überdruck implosionsartig in sich zusammenfällt. Das Ziel subversiver Aktionen sollte nach Baudrillards Theorie somit in der Provokation dieser systemischen Implosion liegen.

## Die implosiven Phänomene: Masse, Terrorismus und Medien

### Die Masse

Baudrillard charakterisiert ein Faktum der modernen Gesellschaft, das aufgrund seines latenten subversiven Potentials bei der implosiven Auflösung des Systems eine herausragende Rolle spielt: die Masse. "Die Masse ist ohne Attribut, ohne Prädikat, ohne Qualität, ohne Differenz. Das ist ihre Definition oder auch ihre radikale Undefinition", schreibt Baudrillard in seinem Aufsatz "Im Schatten der schweigenden Mehrheiten oder Das Ende des Sozialen" (Baudrillard 1979, 18). Die Masse als Phänomen der hyperrealen Gesellschaft zeichnet sich für ihn durch ihre Eigenschaftslosigkeit, ihre fehlende soziologische Realität und ihre Trägheit aus. Die Massen können im Unterschied zu früheren sozialen Formen wie Klasse oder Schicht nicht mehr repräsentiert werden, der Begriff der Masse besitzt keine gesellschaftliche, sondern allenfalls noch eine statistische Relevanz - das Soziale ist zur Simulation geworden. Baudrillard bezeichnet dieses Phänomen als "Implosion des Sozialen". Obwohl der Masse vom System mehr und mehr Zeichen in Form von Informationen und Sinn dargeboten werden, um ihre sozialen Energien zu wecken und dadurch ihre Reprä-

sentierbarkeit wieder herzustellen, gibt sie kein Feedback. Sie saugt lediglich sämtliche bereitgestellten Stimuli auf und nährt damit einen Circulus vitiosus: Je mehr Informationen und Sinn die Masse absorbiert, ohne dafür soziale Energie zurückzugeben, um so mehr Informationen und Sinn werden für die Masse produziert, um zu verschleiern, daß das Soziale längst nur noch eine Simulation ist. Die Folge ist ein inflationärer und exzessiver Gebrauch von Informationen, von Sinn, von Zeichen, von Energie, an dem das System im Endeffekt zugrunde geht: "Die Energie, die verschwendet wird, um den tendenziellen Fall der politischen Investitionsrate und die absolute Zerbrechlichkeit des sozialen Realitätsprinzips zu bemänteln, um die Simulation des Sozialen aufrechtzuerhalten und sie an der totalen Implosion zu hindern, diese Energie ist so groß, daß das System in ihr untergeht" (Baudrillard 1979, 27). Da die Massen grundsätzlich nicht sinngesteuert denken und agieren, fehlt ihnen jedoch revolutionäre Energie.

### Der Terrorismus

Als einziges Phänomen, das in seiner Ablehnung gegenüber dem Sozialen und der Repräsentierbarkeit mit den Massen verwandt ist, definiert Baudrillard den Terrorismus. Die ursprünglich abstrakten

terroristischen Gewaltakte beziehen sich in ihrer Implosivität und ihrer Nichtrepräsentation direkt auf die implosiven und nicht repräsentierbaren Massen, ohne daß jedoch davon ausgegangen werden kann, daß der Terrorismus demzufolge die Massen und ihren passiven Widerstand unmittelbar durch seine Taten repräsentiert.

Der Terrorismus zeichnet sich nach Baudrillard im wesentlichen dadurch aus, daß er zwei grundlegende Falschannahmen enttarnt, auf denen die Macht des Systems basiert: Erstens verleugnet er unter

„ Wenn ich mich schlechtfühle, gehe ich nicht in die Apotheke, sondern in meine Buchhandlung. “

(P. Djian)



Hagenbruchstr. 7 33602 Bielefeld Tel. 17 50 49

Bezugnahme auf seine eigene Nicht-Repräsentativität jegliche *Repräsentationsfähigkeit* auch anderer Mächte und Institutionen. Zweitens entlarvt er durch die Anonymität und Unberechenbarkeit seiner Anschläge die *Undifferenziertheit* des Systems, in dem das Soziale nur mehr ein abstrakter Begriff und der Einzelne nur noch "irgendwer" ist (vgl. Baudrillard 1979, 40f).

In der Unlogik und Sinnlosigkeit terroristischer Aktionen liegt somit die Macht des Terrorismus. Er fordert das System heraus - und zwar mit der einzig möglichen Gabe, dem Tod (der Geiseln, der Opfer, etc.). Die Antwort des Systems, das sein Gesicht wahren will, muß zwangsläufig die Gegengabe des Todes (der Terroristen) sein. Die daraus entstehende Gewaltspirale endet in einem Strudel der Sinnlosigkeit, in dem alles austauschbar wird und alle Beteiligten Schuld auf sich laden (vgl. Baudrillard 1978, 10f). Die repressive Macht des Systems, die sich auf realer Ebene befindet, wird durch diese symbolischen, sinnentleerten Aktionen provoziert und reagiert mit der Produktion von mehr und mehr Sinn. Es kommt zu einem Überangebot, zu einer "Verdichtung", zur daraus resultierenden Absorption von Sinn und Realität - die Implosion des Systems wird vorangetrieben: "Im

Grunde besteht die der Simulation zugrundeliegende Taktik (denn darum handelt es sich bei dem terroristischen Modell, und nicht um wirklichen Tod) darin, einen Realitätsexzeß zu provozieren und das System in einem Realitätsexzeß zum Zusammenbruch zu bringen" (Baudrillard 1978, 15).

Um gegen die subversive Macht des

System, indem sie sich an der Produktion von "Wahrheiten" beteiligen - "Wahrheiten" und "Realitäten", die dem System dienlich sind (und doch in ihrer Fülle auch seine Implosion beschleunigen).

### Die Rolle der Medien in der hyperrealen Gesellschaft

Die Medien der postmodernen Gesellschaft, die "Massenmedien", zeichnen sich nach Baudrillard dadurch aus, daß sie "Nicht-Kommunikation" im Sinne der Unmöglichkeit des Austausches von Fragen und Antworten produzieren. Die Medien senden Impulse aus, auf die kein reales Feedback seitens der Massen gegeben wird - eine allgemeine Kommunikationslosigkeit und Isolation ist die Folge. Insofern steht den Machthabern des Systems mit den allgegenwärtigen Medien ein optimales Instrument der Einflußnahme und sozialen Kontrolle zur Verfügung: "... die Medien sind dasjenige, welche die Antwort für immer untersagt, das, was jeden Tauschprozeß verunmöglicht. [...] Darin liegt ihre wirkliche Abstraktheit. Und in dieser Abstraktheit gründet das System der sozialen Kontrolle und der Macht" (Baudrillard 1978, 91). Auch hier findet sich das bereits erwähnte Monopol der Herrschenden auf die Gabe ohne Gegengabe als Basis des syste-



Terrorismus vorzugehen, bedient sich die systemische Macht der Medien. Mit deren Hilfe wird die einzelne terroristische Gewalttat zum Spektakel für die Massen, wird der gesamte Terrorismus zum "Theater der Grausamkeit" entfesselt. Die Medien tragen zur Schwächung des Terrorismus bei, wenn sie ihm einen "Sinn" unterstellen - sein Machtpotential liegt in seiner Sinnlosigkeit. Gleichzeitig unterstützen sie das

minhärennten Machtpotentials wieder.

Die Ausstrahlung von Ereignissen in den Massenmedien führt grundsätzlich zu ihrer Abstrahierung und zum Verlust ihrer Dynamik; in diesem Sinne ist es auch zu erklären, daß selbst die mediale Verbreitung revolutionärer Aktivitäten (z. B. in den späten 60er Jahren) letztendlich nur den Interessen der Herrschenden dient: "Indem sie [die Medien] das Ereignis in die abstrakte Allgemeinheit der öffentlichen Meinung ausstrahlten, haben sie ihm eine jähe und übermäßige Entwicklung aufgezwungen und durch diese forcierte und antizi-

pierte Ausweitung die ursprüngliche Bewegung ihres eigenen Rhythmus' und Sinns beraubt - mit einem Wort: sie haben sie kurzgeschlossen" (Baudrillard 1978, 96). Sobald Botschaften durch die Medien einer breiten Öffentlichkeit, und damit der Masse, zugänglich gemacht werden, sind sie nur noch Modelle, neutrale Zeichen, symbolhafte Simulationen. Sie dienen nicht mehr der Vermittlung von Informationen, von Sinn, sondern verkommen "zum sinnentleerten, bedeutungslosen Hintergrundrauschen, zum Spektakel für Massen, die nur noch immaterielle Güter konsumieren und sich weder für Bedeutungen interessieren noch interessieren können" (Blask 1995,

24). Das wesentliche Potential der Medien liegt somit auf der simulativen Ebene; und zwar in der massen-



haften Verbreitung von Modellen, die die Macht des Systems unterstützen und gleichzeitig dem Verlangen der Massen nach Spektakeln Rechnung tragen sollen.

Obwohl (oder gerade weil) die Angebote der Medien apathisch, jenseits von Kritik und Selektivität konsumiert werden, steht die inhärente Macht der Massen auch in diesem Prozeß für Baudrillard außer Frage: "Man hat immer geglaubt - und dies ist die Ideologie der Massenmedien selbst - daß es die Medien sind, die die Masse einhüllen. [...] Doch bei dieser naiven Logik der Kommunikation hat man vergessen, daß *die Massen ein Medium sind, das stärker ist als alle Medien*, daß sie es sind, die die

Medien einhüllen und absorbieren - oder daß es zumindest keinerlei Vorherrschaft des einen über das andere gibt. [...] Mass(age) ist message" (Baudrillard 1979, 36).

Im Zusammenhang mit der von den Massen heraufbeschworenen Implosion des Sozialen nehmen die Medien eine antagonistische Rolle ein: Einerseits erzeugen sie durch die Produktion des Informations(über)flusses mehr und mehr soziale Energien, letztendlich nähren sie damit jedoch nur die Absorption des Sozialen: "Die Medien, und zwar *alle Medien*, die Information, und zwar *der gesamte Bereich der Information*, wirken in beide Richtungen: dem Anschein nach produzieren sie immer mehr Soziales, in der Tiefe neutralisieren sie die sozialen Verhältnisse und das Soziale selbst" (Baudrillard 1979, 44). Die Folge der sozialen Absorption, der letztendliche implosive Zusammenbruch des Systems, wird somit von dem grundlegenden Kontrollinstrument der Machthaber, den Medien, eher beschleunigt als verhindert.

## 2. Konfrontation der Theorie mit der praxisorientierten Forschung

Nachfolgend sollen auf Basis des erläuterten Theorieansatzes einige Thesen zu dem Verhältnis von Masse, Medien und Terrorismus aufgestellt und auf ihre Anwendbarkeit auf praxisorientierte (speziell medien- und terrorismuswissenschaftliche) Literatur hin überprüft werden.

### **These 1: Die Medien als Instrument der "Nicht-Kommunikation"**

*Die Medien sind insofern ein Manipulationsinstrument der Herrschenden, als sie "Nicht-Kommunikation" betreiben. Sie ermöglichen lediglich eine einseitige Kommunikation, reduzieren den Einzelnen auf seine Rolle als Zuschauer und isolieren ihn. Ein kritischer Austausch der Medienkonsumenten untereinander oder mit den Massenmedien selbst wird damit ausgeschlossen.*

In dieser These sind zwei Annahmen enthalten, die im folgenden getrennt voneinander untersucht werden sollen. Auf der einen Seite geht Baudrillard davon aus, daß die Kommunikation der Medien einseitig ausgelegt ist, d. h. daß die von den Medien ausgestrahlten Informationen ohne Feedback von Seiten des Empfängers

bleiben. Diese Annahme soll anhand von Überlegungen zur Medienwirkungstheorie überprüft werden. Des weiteren stellt Baudrillard eine Isolierung des Einzelnen durch die Medien fest, die auch die Kommunikation mit anderen unterbindet. Bei der Untersuchung dieser These sollen mediensoziologische Theorien zur Anwendung kommen.

### **Einseitigkeit der Kommunikation**

Die frühen Theorien der Massenmedien basieren auf einem Stimulus-Response-Modell, welches davon ausgeht, daß "der Kommunikator [=Sender] einen Stimulus aussendet und der Rezipient [=Empfänger] auf diesen Reiz reagiert" (Neuber 1993, 21).

Empirische Befunde belegten jedoch schnell, daß die von den Medien ausgehenden Botschaften keineswegs auf direktem Wege Einfluß auf das Publikum nehmen konnten. Schönbach (1996) erwähnt in diesem Kontext exemplarisch die Ergebnisse einer Studie von Lazarsfeld, Berelson und Gaudet (1944), die im wesentlichen feststellten, daß Presse und Radio nur wenig Einfluß auf die Änderung von Wahlentscheidungen auszuüben scheinen, und die damit bereits in den vierziger Jahren die vorher angenommene Allmacht der Medien widerlegten. Stattdessen wurde herausgefunden, daß die Medien zwar das Interesse des Publikums für die Wahl weckten, gleich-

zeitig aber von den Rezipienten nur diejenigen medialen Botschaften herausselektiert wurden, die zur Manifestierung bereits vorgefaßter Urteile beitrugen (vgl. Lazarsfeld et al. 1944).

Somit ist es schon aufgrund der Vielfalt der über die Medien zugänglichen Informationen notwendig, daß beim Empfänger Selektionsprozesse einsetzen. Schönbach unterscheidet hierbei drei verschiedene Mechanismen: "selektive Zuwendung, die dafür sorgt, daß Medien mit voraussichtlich "unpassenden" Informationen gar nicht erst genutzt werden; selektive Wahrnehmung, die während des Lesens, Hörens, Zuschauens, falls nötig, zur Blockade der Aufmerksamkeit führt; und schließlich selektives Vergessen - es läßt unliebsame Informationen, die dennoch durchgedrungen sein mögen, nachträglich schnell verblasen" (Schönbach 1996, 248).

Die Wirkung der Medien ist also keineswegs als lineares Modell der Kommunikation darzustellen, vielmehr entstehen Effekte zwischen Kommunikator und Rezipient "aus dem Zusammenspiel beider, aus der Medienbotschaft einerseits und den Wünschen und Vorstellungen des Publikums andererseits" (Schönbach 1996, 248). Nach den Befunden der Medientheorie erzeugen die Medien somit keinesfalls "Nicht-Kommunikation", sondern ermöglichen vielmehr eine zirkuläre Kommunikation

(im Sinne von gegenseitigen Austauschprozessen) zwischen Sender und Empfänger.

### Isolation der Empfänger

Insbesondere in den modernen "Informationsgesellschaften" leisten die Medien nach Auffassung von Hasse und Wehner (1997) einen weiteren, vielleicht sogar gravierenderen Beitrag zur sozialen Kommunikation. In ihrem systemtheoretisch geprägten Aufsatz "Vernetzte Kommunikation. Zum Wandel strukturierter Öffentlichkeit" stellen die Autoren fest, daß die Massenmedien eine wichtige Basis für die Kommunikation der Empfänger untereinander bilden, indem sie die Komplexität sämtlicher verfügbarer Botschaften auf ein "kommunikativ anschlussfähiges Maß" reduzieren (vgl. Hasse/Wehner 1997, 55). Da diese Medien eine "begrenzte Zahl von Aussagen" einer "unbegrenzten Zahl von Rezipienten" zur Verfügung stellen (Merten 1977, 147, zit. nach Hasse/Wehner 1997, 56), produzieren sie "ein Hintergrundwissen..., von dem man in der Kommunikation ausgehen kann" (Luhmann 1996, 121; vgl. Hasse/Wehner 1997, 56). Die Medien fördern und ermöglichen demnach Kommunikationsprozesse nicht nur unter Individuen, sondern überall dort, wo füreinander nicht transparente Akteure miteinander in Kontakt treten – z. B. in Parteien, Verbänden oder Staaten (vgl.

Hasse/Wehner 1997, 59).

Der in diesem Zusammenhang vorgebrachte Vorwurf der Gleichschaltung aller Empfänger seitens der Medien kann durch die vorangehend erläuterten Selektionsprozesse der Rezipienten entkräftet werden. Die Vielfalt der über die Massenmedien verbreiteten Botschaften sollte stattdessen verstanden werden als "Ansammlung weltweit verfügbarer Informations- und Deutungsangebote" (Hasse/Wehner 1997, 58), deren Nutzung, je nach sozialem, kulturellem oder persönlichem Kontext unterschiedlichen Präferenzen unterliegt.

**Fazit:** Die zur Untersuchung dieser These herangezogene Literatur zur empirischen Medienforschung sowie zur Soziologie der Massenmedien bietet keine Anhaltspunkte dafür, daß die Medien zur Nicht-Kommunikation und zur Isolierung des Einzelnen beitragen. Wie die Begriffe "Massenkommunikation" und "Kommunikationsmedien" bereits nahelegen, wird im Gegenteil davon ausgegangen, daß durch die Medien äußerst kommunikationsfördernde Effekte entstehen. Dies betrifft auf der einen Seite das als zirkulär definierte Kommunikationsverhältnis zwischen Sender und Empfänger und auf der anderen Seite das Verhältnis der Rezipienten untereinander, die mit Hilfe der Medien auf einen Informationspool zurückgreifen können, der ihre Kommunika-

tion erleichtert bzw. überhaupt erst ermöglicht.

### These 2: Die Absorption der medialen Botschaften und die Implosion des Sozialen

*Die über die Medien vermittelten Botschaften werden von der unkritischen Masse absorbiert, ohne daß ein Transfer in soziale Energien stattfindet. Je mehr Informationen und Sinn der Masse dargeboten werden, um so mehr wächst ihre Trägheit und Gleichgültigkeit - die Folge ist die Implosion des Sozialen.*

Nach Auffassung Baudrillards saugen die Massen sämtliche ihnen seitens der Medien offerierten Botschaften kritiklos und ohne Hinterfragung ihres Sinns auf, ein Feedback in Form der Freisetzung "sozialer Energien" wird von ihnen jedoch nicht gegeben.

Diese These wirft zunächst die Frage auf, ob die Gesamtheit der Medienkonsumenten überhaupt als "Masse" bezeichnet werden kann, da durch die Verwendung dieses Begriffs die Individualität der Nutzer von Medien angezweifelt oder gar ignoriert wird. Silbermann (1987) hält einen solchen Denkansatz für überholt, weil durch die moderne Massenkommunikationsforschung "überzeugend dargelegt werden konnte, daß es die Hörer und die Betrachter nicht gibt, sondern nur den Hörer und den Betrachter. [...]

Beim Hören einer Radiosendung wie beim Betrachten einer Fernsehsendung ist der Mensch mit sich allein [...] - er bleibt Individuum; reagiert und agiert als Individuum" (Silbermann 1987, 87).

Auf dieser individuellen Ebene setzen die im vorangehenden Kapitel erläuterten Selektionsprozesse ein, mit Hilfe derer der Einzelne – bewußt oder unbewußt – darüber (mit)entscheidet, wie welche medialen Informationen auf sein Denken und Handeln einwirken. In diesem Zusammenhang wagt Silbermann noch einen weiteren Schritt und stellt die Medienwirkungsforschung grundsätzlich in Frage, da es "absolut unmöglich ist, der Wirkung einer jeden Sendung auf einen jeden Einzelnen nachzugehen" und die Wirkungsforschung deshalb nicht über den "Zustand hoffnungsloser *Mutmaßungsforschung*" hinauskommt (Silbermann 1987, 87).

Betrachtet man den Medienkonsumenten als Individuum, kann die These einer passiven und unkritischen Absorption von medialen Botschaften offenbar nicht aufrecht erhalten werden. Vielmehr wird dem Individuum aufgrund seiner vielfältigen selektiven Möglichkeiten eine weit- aus aktivere Rolle zugeschrieben: Welche Medien genutzt werden, was wahrgenommen wird und was

sofort wieder vergessen wird, hängt von der jeweiligen Einstellung des Einzelnen ab und ist dementsprechend individuell unterschiedlich. Von kritiklosen und trägen Konsumentenmassen kann daher, glaubt man der Medienforschung, keine Rede sein: "Das Publikum ist vielmehr souverän, sogar widerspenstig. Nicht die Medien wirken, sondern das Publikum *läßt sie wirken*" (Schönbach 1996, 248).

Ebensowenig scheint seitens der systemtheoretisch orientierten Mediensoziologie eine Implosion des Sozialen als Resultat des unkriti-



schen und sinnentleerten massenmedialen Konsums befürchtet zu werden. Wie bereits vorangehend dargelegt, wird den Massenmedien insbesondere für die moderne (Welt-) Gesellschaft eine grundlegende

Bedeutung zugeschrieben. Indem sie ähnlich einem Spiegel das Soziale in Form von Informationen und Berichten reflektieren, entsteht eine Welt-Öffentlichkeit, die dadurch kommunikationsfähig wird, daß "jeder beobachten kann, was andere beobachten" (Hasse/Wehner 1997, 56; vgl. Luhmann 1990): "Ohne diesen Spiegel wäre die (Welt-) Gesellschaft als '(Welt-)Gesellschaft' nicht beobachtbar und kommunizierbar und damit nicht reproduktionsfähig" (Hasse/Wehner 1997, 56; dazu auch Gerhards 1994 und Luhmann 1996). Hieraus folgt, daß aus dieser Perspektive die Medien nicht zur Zerstörung des "Sozialen" (im Sinne von gesellschaftlicher Kommunikation) beitragen, sondern soziale Kommunikation im großen Rahmen der "(Welt-)Gesellschaft" überhaupt erst konstituieren.

**Fazit:** Ausgehend von der herangezogenen Literatur läßt sich feststellen, daß weder auf Seiten der Medienforschung noch auf Seiten der Mediensoziologie Befürchtungen bezüglich einer durch die Medien geförderten "Implosion der Sozialen" geäußert werden.

Grundsätzlich wird davon ausgegangen, daß der Konsum der Medien individuell unterschiedliche Wirkungen ausübt und dementsprechend nicht die Entstehung einer passiven, unkritischen Masse begün-

stigt. Vielmehr wählt der Einzelne aus einem vielfältigen Angebot medialer Botschaften aktiv aus – und erhält über die Medien Informationen, die er im sozialen Kontakt als Kommunikationsgrundlage nutzen kann. Durch die Vielfalt des über die Massenmedien abrufbaren Informationsangebotes wird "das Soziale" (in Form sozialer Kommunikation) somit nicht zerstört, sondern in einer immer komplexer werdenden (Welt-) Gesellschaft unterstützt bzw. überhaupt erst ermöglicht.

### **These 3: Die Entsymbolisierung des Terrorismus durch die Medien**

*Durch seine Verbreitung in den Medien wird dem Terrorismus seine Symbolhaftigkeit und somit seine subversive Macht genommen.*

Die zur Überprüfung dieser These herangezogene Literatur vertritt hinsichtlich des Verhältnisses von Terrorismus und Medien im wesentlichen zwei Ansätze, die nachfolgend kurz dargestellt werden sollen:

#### **Förderung terroristischer Aktivität durch die Medien**

Insbesondere seit den siebziger Jahren hat sich in weiten Teilen der (Terrorismus-) Forschung die Auffassung etabliert, daß die Verbreitung

terroristischer Aktivitäten über die Medien unterstützende Wirkung auf den Terrorismus ausübe (vgl. Picard 1991, 50). Dieser Denkansatz findet auch in der Öffentlichkeit breite Unterstützung und wird insbesondere von Seiten zahlreicher politischer Machthaber, jedoch mitunter auch von den Medien selbst vertre-



ten.

So geht etwa Laqueur davon aus, daß "es eine Wechselbeziehung zwischen der Berichterstattung der Medien, vor allem des Fernsehens und der Ausbreitung des Terrorismus [...] gibt" (Laqueur 1987, 161). In diesem Zusammenhang werden die Journalisten als "die besten Freunde des Terroristen" bezeichnet; nicht, weil es unter ihnen besonders viele Sympathisanten mit dem Terrorismus gibt, sondern weil die Berichter-

stattung über terroristische Aktionen hohe Einschaltquoten verspricht und die Medien somit freiwillig ein willkommenes Propagandaorgan für die Terroristen darstellen (vgl. Laqueur 1987, 155f). Entsprechend wird eine gesteigerte Kontrolle der von den Medien publizierten Meldungen über terroristische Aktionen als

Instrument zur Terrorismusbekämpfung vorgeschlagen, um den Terroristen die nach dieser Theorie existenzwichtige Öffentlichkeit zu entziehen. Die ehemalige britische Premierministerin Margaret Thatcher brachte diese Strategie auf den Punkt, als sie forderte, daß Demokratien "must find ways to starve the terrorists and hijackers of the oxygen of publicity on which they depend" (New York Times 1985, A3; vgl. Picard 1991, 50). Selbst einige Vertreter der Massenmedien unterstützen die

These, daß die Medien von den Terroristen instrumentalisiert werden und dementsprechend für die wachsende Anzahl (und insbesondere die Nachahmung) terroristischer Gewalttaten zur Verantwortung gezogen werden können. So stellt beispielsweise der Nachrichtenchef des Senders NBC, Larry Grossmann, fest: "The very existence of television undoubtedly bears some responsibility for the 'copycat' syndrome of terrorism today" (Grossman 1986, 38,

zit. nach Picard 1991, 54).

Nach diesem Denkansatz kann also die These Baudrillards, die der medialen Publikation terroristischer Aktivitäten eine für den Terrorismus destruktive Wirkung unterstellt, nicht bestätigt werden. Während Baudrillard davon ausgeht, daß durch die Implikation von Sinn den terroristischen Taten ihr symbolischer Charakter und ihr subversives Potential geraubt wird, wird in den angeführten Zitaten die Auffassung vertreten, daß der Terrorismus seine Macht in einer von den Medien geschaffenen Öffentlichkeit überhaupt erst entfalten kann.

Nach Ansicht Robert Picards fehlt es dieser Annahme einer Mitschuld der Medien am Terrorismus jedoch an empirischen Beweisen. So existiert nach seinen Erkenntnissen nicht eine einzige wissenschaftlich fundierte Studie, die einen Ursache-Wirkungs-Zusammenhang zwischen der Darstellung terroristischer Aktionen in den Medien und der Ausdehnung des Terrorismus aufzeigt: "As one reviews the literature it becomes shockingly clear that not a single study based on accepted social science research methods has established a cause-effected relationship between media coverage and the spread of terrorism" (Picard 1991, 51). Zwar bezweifelt Picard

nicht, daß von den Medien Impulse ausgehen können, die sich unterstützend auf terroristische Aktivitäten auswirken (z. B. im Sinne der Infragestellung staatlicher Möglichkeiten der Gewaltbekämpfung und der daraus folgenden Panikmache in der Bevölkerung; vgl. Picard 1991, 56); jedoch sind die Medien für ihn nur



ein Faktor unter vielen, die für die Verbreitung des Terrorismus Verantwortung tragen (vgl. Picard 1991, 61).

#### **Eindämmung terroristischer Aktivität durch die Medien**

Neben der These der Förderung terroristischer Aktivitäten seitens der Medien wird von einigen Forschern auch die gegenteilige Annahme einer möglichen Eindämmung des Terrorismus mit Hilfe der Medien vertre-

ten. Nach dieser These dienen terroristische Gewalttaten dazu, die Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit auf die Anliegen politisch unterrepräsentierter Minderheiten zu lenken. Da diese Minderheiten im Regelfall in den Medien keine Lobby besitzen, sehen sie in der Ausübung von Gewalt die einzige Möglichkeit,

Bekanntheit und somit ein öffentliches Forum zu erlangen. Dementsprechend gehen die Anhänger dieses Denkansatzes davon aus, daß die Grausamkeit und Gewalttätigkeit des Terrorismus unterbunden werden könnte, wenn den subversiven Gruppen die Chance zu einer öffentlichen Darlegung ihrer Interessen angeboten würde. Nach Meinung der Psychologen Jeffrey Rubin und Nehemia Friedland sollte somit seitens der Regierungen den Terroristen die Möglichkeit eingeräumt werden, ihre Ansichten über die Medien kundzutun, um auf diese Weise terroristische Gewaltaktionen überflüssig zu machen: "Governments should also try to reduce the destructiveness of terrorism by making it clear that a less dramatic performance will suffice to get the desired audience attention" (Rubin/Friedland 1986, 28, zit. nach Picard 1991, 58). Picard, der diesen Ansatz mit dem naheliegenden Begriff "provision-of-forums-as-a-means-of-com-



bating-terrorism view" bezeichnet, zweifelt nicht die Effektivität dieser Strategie zur Vermeidung terroristischer Gewalt an, stellt jedoch die Realisierbarkeit einer solchen Maßnahme in Frage aufgrund der möglichen Weigerung von Regierung und Medien, ein öffentliches Forum für Widerstandsgruppen zu schaffen. Obwohl diese Denkrichtung insofern mit der zu untersuchenden Baudrillard'schen These übereinstimmt, als auch hier das Machtpotential der Medien als Instrument bei der Terrorismusbekämpfung thematisiert wird, kann sie letztendlich nicht zur Untermauerung von Baudrillards Annahme herangezogen werden. Während Picard und auch Rubin und Friedmann davon ausgehen, daß es das Ziel der Terroristen ist, ihre Sichtweise über die Medien einer breiten Öffentlichkeit zugäng-

lich zu machen, um dadurch als politische Minderheit an Repräsentativität zu gewinnen, wirkt sich nach Baudrillard die mediale Distribution terroristischer Aktivitäten destruktiv auf die Symbolhaftigkeit des Terrorismus und somit auf sein Machtpotential aus. Anders formuliert: Während die empirisch basierte Medienforschung die

Intention der Terroristen darin sieht, die Interessen politisch unterrepräsentierter Gruppen publik zu machen und die Öffentlichkeit deshalb auf den Sinn und Zweck ihrer Taten hinzuweisen, führt laut Baudrillard gerade die öffentliche Zuweisung von Sinn und Repräsentativität zur Zerstörung der terroristischen Macht.

**Fazit:** Auch diese These Baudrillards kann mit Hilfe der beiden vorgestellten medienwissenschaftlichen Denkansätze zum Verhältnis von Terrorismus und Medien nicht bestätigt werden. Während die empirische Medienforschung subversiven Gruppierungen ein grundsätzliches Interesse daran unterstellt, den Sinn ihrer Aktivitäten einem möglichst großen Publikum darzulegen, geht Baudrillard davon aus, daß sich das terrori-

stische Machtpotential erst durch die Verneinung des Sinns konstituiert und durch die Zuschreibung eines Sinns seitens der Medien bzw. der Öffentlichkeit "entmystifiziert" wird.

### 3. Abschließende Anmerkungen

Betrachtet man die Ergebnisse der Gegenüberstellung von Baudrillards theoretischen Erkenntnissen auf der einen und den meist empirischen Befunden der Medienwissenschaft und Terrorismusforschung auf der anderen Seite, so können nahezu keine Übereinstimmungen aufgezeigt werden. Aber heißt das, daß die vorgestellten Theorien deshalb mangels empirischer Beweise verworfen werden sollten? Oder sollte nicht vielmehr die Frage in den Raum gestellt werden, ob es überhaupt das Ziel des französischen Philosophen war, eine Gesellschaftstheorie zu entwickeln, die die soziale Realität reflektiert und somit empirisch überprüfbar ist?

Baudrillard selbst spricht seine theoretischen Überlegungen von einer derartigen realitätsorientierten Zielsetzung frei: "Ich möchte, daß es ernst erscheint, daß es eine Theorie ist, aber keine, die das Reale oder das Objektive widerspiegelt, sondern die eine Herausforderung an die Wirklichkeit, an das Prinzip der Wirklich-

keit ist" (Rötzer 1987, 31). Somit ist es also auch nicht weiter verwunderlich, wenn die auf empirischen Ergebnissen basierende Forschung Aussagen trifft, die auffällige Unterschiede zu den theoretischen Annahmen Baudrillards aufweisen. Blask geht davon aus, daß sich bei Baudrillard derartige Gegensätzlichkeiten und Widersprüche zu empirisch fundierten und allgemein akzeptierten sozialwissenschaftlichen Denkansätzen programmatisch durch das gesamte theoretische Werk ziehen: "Baudrillards 'wissenschaftliche' und fiktionale Methode [...] setzt also bewußt auf den Widerspruch zu herkömmlichen Auffassungen und sozialwissenschaftlichen Theorien" (Blask 1995, 122).

Nach Blask liegt Baudrillards Ziel nicht in der Entwicklung einer Theorie, die eine letztendliche Wahrheit

liefert, sondern vielmehr darin, dem Leser die Unrealisierbarkeit einer solchen theoretischen Letztbegründung aufzuzeigen: "Für Baudrillard dient die Theorie nicht der Gewinnung neuer absoluter Erkenntnisse, sondern der Widerlegung der Tatsache, daß diese Strategie erfolgreich sein könnte" (Blask 1995, 124). Zu diesem Zwecke bedient er sich der Schaffung immer neuer Begrifflichkeiten und Darlegung immer neuer (oft fiktiver) Denkalternativen, also letztlich einer "viralen Strategie der Verwirrung dessen, was sich Theorie nennt" (Blask 1995, 122).

Inwieweit der „theoretische Terrorist“ mit dieser Strategie seinen subversiven Zielen gerecht werden kann, oder ob die erwünschten theoretischen Revolutionstendenzen nicht vielmehr im Sumpf der Symbolik ersticken – dieses Urteil liegt letztlich beim Leser. •



## Literatur

**Baudrillard, J. (1978):** *Kool Killer oder Der Aufstand der Zeichen*, Berlin.

**Baudrillard, J. (1979):** „Im Schatten der schweigenden Mehrheiten oder Das Ende des Sozialen“, in: *Freibeuter* Bd. 1/2, S. 17-55.

**Baudrillard, J. (1991):** *Der symbolische Tausch und der Tod*. [Frz. Original: *L'exchange symbolique et la mort*; Paris 1976], München.

**Blask, F. (1995):** *Baudrillard zur Einführung*, Hamburg.

**Gerhards, J. (1994):** „Politische Öffentlichkeit. Ein system- und akteurtheoretischer Bestimmungs-



versuch“, in: Neidhardt (Hrsg.): *Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegungen*. Sonderheft 34 der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Opladen, S. 77-105.

**Grossman, L. (1986):** „The face of terrorism“, in: *The Quill*, S. 38.

**Hasse, R./Wehner, J. (1997):** „Vernetzte Kommunikation. Zum Wandel strukturierter Öffentlichkeit“, in: Becker/Pateau (Hrsg.): *Virtualisierung des Sozialen: Die Informationsgesellschaft zwischen Fragmentierung und Globalisierung*, Frankfurt/Main, New York, S. 53-80.

**Laqueur, W. (1987):** *Terrorismus: Die globale Herausforderung*, London.

**Lazarsfeld, P.F./Berelson, B./Gaudet, H. (1944):** *The people's choice: How the voter makes up his mind in a presidential campaign*. [dt.: *Wahlen und Wähler: Soziologie des Wahlverhaltens*; Berlin 1969], New York.

**Luhmann, N. (1990):** „Gesellschaftliche Komplexität und öffentliche Meinung“, in: *Luhmann: Soziologische Aufklärung 5*, Opladen, S. 170-182.

**Luhmann, N. (1996):** *Die Realität der Massenmedien*, Opladen.

**Mauss, M. (1968):** *Die Gabe*, Frankfurt/Main.

**Merten, K. (1977):** *Kommunikation: Eine Begriffs- und Prozeßanalyse*, Opladen.

**Neuber, W. (1993):** *Verbreitung von Meinungen durch die Massenmedien*, Opladen.

**Rubin, J. Z./Friedman, N.:** Theater of Terror; in: *Psychology today*, 03/1986

**Schönbach, K. (1996):** „Medien haben Einfluß“, in: Maseberg/Reiter/Teichert (Hrsg.): *Führungsaufgaben in Redaktionen. Band 1: Materialien zum Redaktionsmanagement in Zeitungs- und Zeitschriftenverlagen*, Gütersloh, S. 247-255.

**Silbermann, A. (1987):** „Von der Massen- zur Individualkommunikation: Überlegungen zur Entwicklung und Funktion der Massenmedien Radio und Fernsehen“, in: Gottschlich (Hrsg.): *Massenkommunikationsforschung*, Wien, S. 85-88.

**Zurbrugg, N. (1993):** „Fractal Theory (Interview 16)“, in: Gane (Hrsg.): *Baudrillard Live*, London, New York, S. 165-171.



**Picard, R. G. (1991):** „News Coverage as the Contagion of Terrorism: Dangerous Charges Backed by Dubious Science“, in: Alali/Eke (Hrsg.): *Media Coverage of Terrorism*, Newbury Park, London, New Delhi, S. 49-62.

**Rötzer, F. (1987):** *Französische Philosophen im Gespräch*, München.

## FRECH KOMMT WEITER

### Fernsehen als Beruf

von Stefan Metzler

Um es vorweg zu sagen: Ein Job im Fernsbereich wird in der Sparte "Traumberuf" – auch bei Soziologen – immer noch unter den Top Ten geführt.

Nur, wie kann es ein Geisteswissenschaftler anstellen, Erfahrungen in seinem/ihrer Traumberuf zu bekommen? Ganz einfach: *Frech kommt weiter*. Auf diese alte, aber immer noch wirksame Formel lässt es sich bringen, wenn man heute im TV Karriere machen will. Auf normalem Wege, d.h. sich mit Bewerbungen um ein Praktikum zu bemühen, lässt sich auf einen – fast aussichtslosen –

Kampf ein. Auf der einen Seite stehen die Studenten aller journalistischen Laufbahnen, die in ihrem Studium ein Praktikum unterbringen müssen, auf der anderen Seite gibt es die SchülerInnen der zahlreichen Journalistenschulen, die der Reihe nach Radio-, Fernseh- und Zeitungspraktika zu absolvieren haben; und dann noch die...



So scheint es als SoziologiestudentIn ohne journalistische Vorbildung schier aussichtslos zu sein, einen Blick hinter die Kulissen werfen zu können. Aber auch nur fast. Wie gesagt, frech kommt weiter. Wer sich um ein Praktikum bemüht – allerdings dauern die Praktika und Hospitanzen bei ARD und ZDF nur

acht Wochen – sollte einen langen Atem haben und sich auf eine Warteliste setzen lassen. Sechsmonatige Praktika, wie es die neue Studienordnung vorschreiben, müssen vor Ort geklärt werden. In jedem Fall ist es von Vorteil, wenn Vorerfahrungen aus dem Journalismus vorhanden sind. Es nützt einer funktionierenden Redaktion, die tagtäglich unter einem gewissen Zeitdruck arbeiten muss – leider – wenig, wenn SoziologInnen mit Block und Stift bewaffnet empirische Beobachtungen machen wollen. Wer das Glück hat, ein Praktikumsplatz

bekommen zu haben, muss mitmachen. Und mitmachen macht Spaß, das kann ich aus eigener Erwartung bestätigen.

Wie war's bei mir? Ich hatte das Glück, ein zunächst auf zwei Monate befristetes Praktikum bei dem damals neu ins Leben gerufenen Fernsehsender der Phoenix machen zu können. Natürlich hatte ich zu dem Zeitpunkt vom fachlichen – sprich handwerklichen – wenig, um ehrlich zu sein, überhaupt keine Ahnung. Meine ersten Erfahrungen beschränkten sich aufs Telefonieren. Für eine tägliche politische Talkshow mussten Gäste eingeladen werden. Was aus dieser reinen "Telefoniererei" wurde: Nach drei Monaten war ich der verantwortliche Mitarbeiter der Sendung und war direkt dem Redaktionsleiter unterstellt. Jetzt ging es nicht nur ums reine

Telefonieren und Einladen, sondern auch um Recherche, die Entwicklung von Themen und Schwerpunkten. Nach und nach bin ich sozusagen mit dem Sender "groß" geworden. Heute, nach drei Jahren, ergibt eine völlig andere Problematik. Als Redakteur auf einer halben Stelle arbeite ich verantwortlich als Programmplaner für den Bereich Ausland – nur das Ende des Studiums ist noch nicht ganz abzusehen...

Wer nun Lust hat, sich auf das ungewisse Abenteuer zu begeben, dem

kann ich nur Glück wünschen. Alle Anschriften von Fernsehstationen stehen entweder in TV-Zeitschriften oder sind direkt im Internet abzurufen. •

Kontakt: [stefan.metzler@t-online.de](mailto:stefan.metzler@t-online.de)



### Hinweise für Autoren

Länge der Texte: Zwischen 15 000 und 35 000 Zeichen; Abgabe von Texten nur auf Diskette oder per mail; Texte so wenig formatiert wie möglich; Tabellen und Bilder bitte als Ausdruck beilegen; die Texte sollten korrekturgelesen sein; e-mail-Adresse und Telefonnummer für Rückfragen bitte beilegen.

#### Erste Redaktionssitzung

Mittwoch, 9. August 2000, 14 Uhr, L3-126.

#### Redaktionsschluss

Mittwoch, 18. Oktober 2000.

### Hinweise für Förderer

Unser Konto: Veronika Krüger, Kto.-Nr. 587 450-209  
Postbank Niederlassung Hamburg, BLZ: 20010020

# Autopoesie

Dr. Kneisel aus Dortmund ahnte bereits während der Diskussion über den Standort der Westfalenuni, welche Betonwüste uns in Bielefeld erwarten würde. Er schlug das Kloster Corvey in Paderborner Land als Unistandort vor. Begründung: "... die herrliche landschaftliche Lage und die uralte aura academica des langgezogenen schloßartigen Gebäudes mit seiner einmaligen Bibliothek lassen Corvey unbedingt als 'prädestiniert' erscheinen. Möge es nur erwerbbar sein."

*Aus der Ausstellung "Bielefeld bekommt die Universität" im Dezember in der Bibliothek.*

... werden sollen. Hierzu hat  
HEW-Chef Manfred Timm Forderungen.  
... der S...  
... Helmut ...

## PET beflügelt Schmalbach-Lubeca

Verpackungskonzern profitiert von PET-Boom/ Großaktionär gesucht

Düsseldorf - Weil Glas als Verpackungsmaterial immer häufiger durch PET ersetzt wird, laufen die Geschäfte bei der Schmalbach Lubeca AG, Ratingen, bestens. Das mehrheitlich zur künftigen Gruppe gehörende Unternehmen

Wahrscheinlichkeit erst nach diesem Zeitpunkt erfolgen. Die Weichen, so meint Fiedler, könnten jedoch bereits vorher gestellt werden.

Die im vergangenen Jahr zur Malerei vereinander deutlich gewordenen Firmen neben

*Neuer Erfolg für alte Fächer:  
Helmut Wilke outsourct PET!  
(gesehen in der Süddeutschen Zeitung)*

Das Internet ist zu einem Trampolin unterschiedlicher, ja sogar völlig divergierender Interessen geworden. Ein jeder springt und federt, wie es ihm gefällt. Und natürlich gilt auch hier, was Niklas Luhmann einmal anmerkte: "Es geht nur, solange es geht".

*Bernd Graf: "Viren sind menschlich"; Süddeutsche Zeitung vom 10.5.2000.*

So hatten die Abgeordneten des Landtags von Mecklenburg-Vorpommern unlängst über ein Gesetz zu befinden, dessen Abkürzung "RkReÜAÜG" lautet: das Rinderkennzeichnungs- und Rindfleischetikettierungsüberwachungsaufgabenübertragungsgesetz. Das Paragrafenmonster zu verstehen dürfte selbst einem Systemtheoretiker schwerfallen. Dabei legt es bloß ein paar amtliche Zuständigkeiten fest."

*"Die legale Blockade"; Die Zeit Nr. 15.*

*Die Mittelmeerküche*  
**UNIVARZA**  
Café-Restaurant



in der Zentralen Halle der Universität Bielefeld  
Universitätsstrasse 25, 33615 Bielefeld  
Fon 05 21/10 21 93  
Öffnungszeiten: täglich 9.00-24.00 Uhr

oder besuchen Sie unser  
**Restaurant ANAVARZA**

Schloßhofstrasse 75, 33615 Bielefeld  
Anatolische Spezialitäten aus dem Lehmofen  
Fon 05 21/89 44 94  
Öffnungszeiten: täglich 12.00-15.00 Uhr und 18.00-1.00 Uhr

# Aus unserer Frühjahrskollektion ...

REIHE

**EINSICHTEN. THEMEN DER SOZIOLOGIE**

Urs Stäheli

**Poststrukturalistische  
Soziologien**

Mai 2000, 90 Seiten, kart., 19,80 DM,  
ISBN 3-933127-11-4

Während insbesondere in der anglo-amerikanischen Literaturtheorie poststrukturalistische Theoriefiguren eine zentrale Rolle übernommen haben, zeigt sich die soziologische Theorie erstaunlich resistent ihnen gegenüber. Dies verwundert nicht, wenn man bedenkt, dass die Soziologie ein Projekt der Moderne ist und auf deren Leitunterscheidungen beruht. Der Band zeigt, dass sich die vielfältigen »Poststrukturalismen« für eine Dekonstruktion soziologischer Unterscheidungen eignen und so neue theoretische Interventionen ermöglichen: z.B. Diskurs als soziologischer Grundbegriff, die Dezentrierung des Subjekts und die Rolle von Rhetorik für die Konstitution des Sozialen.

Der vorliegende Text ist nicht als Einführung in die unterschiedlichen »Poststrukturalismen« angelegt, sondern konzentriert sich auf die sozialtheoretische Weiterführung poststrukturalistischer Figuren.

REIHE

**KULTUR UND SOZIALE PRAXIS**

Thomas Faist (Hg.)

**Transstaatliche Räume**  
Politik, Wirtschaft und  
Kultur in und zwischen  
Deutschland und der Türkei

Juli 2000, ca. 400 Seiten, 48,00 DM,  
ISBN 3-933127-54-8

Transstaatliche Räume sind verdichtete und relativ stabile ökonomische, politische, soziale und kulturelle Beziehungen zwischen Personen, Netzwerken und Organisationen, die Grenzen von Nationalstaaten überschreiten. Am Beispiel der Verflechtungen zwischen Deutschland und der Türkei beantworten die Beiträge folgende Fragen: Welche Formen grenzüberschreitender Tätigkeiten können wir bei Unternehmern, sozialen Bewegungen, Familien, religiösen Gemeinschaften und politischen Organisationen beobachten? Welche Konsequenzen haben dichte transstaatliche Netze für die Integration von ImmigrantInnen in Deutschland und in der Türkei, für die Zivilgesellschaften und die beteiligten Staaten?

REIHE

**GLOBALER/LOKALER ISLAM**

Georg Stauth

**Islamische Kultur  
und moderne Gesellschaft**  
Gesammelte Aufsätze  
zur Soziologie des Islam

Juli 2000, ca. 380 Seiten, 58,00 DM,  
ISBN 3-933127-47-5

Wie kaum ein zeitgenössischer Autor hat Edward Said das soziologische Denken beeinflusst. Die hier vorgelegte Auswahl von Schriften zum Islam trägt dem Einfluss Suids in oft unterschiedlicher Weise Rechnung: Es wird eine soziologische Betrachtung des »Orientalismus« und seiner Wirkungen vorgeschlagen. Der gezogene Bogen reicht von der »Ideenwirkung« Ignaz Goldziher und Max Webers über Foucaults Ideenreportage der Islamischen Revolution im Iran bis zu Fragen des Zusammenhangs von Globalisierung und Fundamentalismus und der materiellen Kultur fundamentalistischer Milieus.

**Die Titel sind hier in der Universität in der Buchhandlung Luce erhältlich.**

**[transcript]**

Verlag für

Kommunikation, Kultur und soziale Praxis

Der Verlag hat ab Dezember 2000 wieder Praktikumsplätze frei!

Fon 0521.63454 • Fax 0521.61040 • live@transcript-verlag.de • <http://www.transcript-verlag.de>