

*Stefan Kombüchen*, Von der Erlebnisgesellschaft zur Mediengesellschaft. Die Evolution der Kommunikation und ihre Folgen für den sozialen Wandel. Lit-Verlag Müns-

ter 1999, 244 S., DM 49,80, br., ISBN 3-8258-4355-6.

Die am Institut für Publizistik der Universität Münster erstellte Dissertation geht der Frage nach, wie Medien aller Art heute in die alltäglichen Lebensvollzüge der Menschen in unserer Gesellschaft integriert werden. Sie belegt und diskutiert die These, dass Medien subjektive Wissens-, Einstellungs- und Verhaltensveränderungen prägen, sie Mittel kommunikativer Wirklichkeitskonstruktion sind (66) und daher entscheidende Faktoren im Prozess des sozialen Wandels darstellen (68). Zur Entfaltung dieser These benutzt der Verfasser den gesellschaftstheoretischen Rahmen, den G. Schulze in seinem Werk »Erlebnisgesellschaft« (1995) entworfen hat (Datenerhebung aus dem Jahr 1985), und empirisches Material einer Befragung (874 Personen aus Münster-Hiltrup) zum Thema Medien und Lebensstil aus dem Jahr 1996 (Tabellen, Abbildungen und Fragebogen: 211–244). Der Vergleich beider Datenerhebungen ist die Basis für die Darstellung der Veränderungen und Entwicklungen innerhalb der letzten elf Jahre.

In Teil I (4–32) wird die »Evolution der Kommunikation« thematisiert: von der natürlichen Sprache, über die Schrift bis hin zur Einführung der Massenmedien wird die Entstehung der wichtigsten Kommunikationsformen präsentiert und das gegenwärtige Mediensystem in der Bundesrepublik vorgestellt, das sich in einer Phase befindet, die man als »Medien-Revolution« (32) bezeichnen kann. Um genauer feststellen zu können, wie sich diese »Revolution« auf die Gesellschaft ausgewirkt hat, wird im zweiten Teil die »Erlebnisgesellschaft« von Schulze als »brauchbares Basismodell zur Analyse von Gesellschaften« (32), insbesondere seine Milieu-Architektur ausführlich beschrieben und diskutiert (33–63). Dessen Charakterisierung von fünf Milieus: (das Niveau-, Harmonie-, Integrations-, Selbstverwirklichungs- und Unterhaltungsmilieu) dient dem Verf. als Grundlage für die Auswertung der Hiltruper Befragung (64–150). Dabei gelingt ihm der Aufweis, dass und wie die Milieus der »Erlebnisgesellschaft« sich durch unterschiedliche Umgangsformen mit den neuen

Medienangeboten voneinander unterscheiden und so neue Milieuprofile entstehen, die als Ergänzung der Milieumodelle in der »Erlebnisgesellschaft« angesehen werden können (141 ff).

Immer deutlicher stellt sich heraus, dass Menschen ihre milieuspezifischen Mediennutzungsstile kreieren, die Mediennutzung inzwischen zu einem milieuidentifizierenden Zeichen geworden ist, die außerdem die Lebensstile in der Gesellschaft prägt: »Sagen Sie mir, wie Sie die Medien nutzen, und ich sage Ihnen, wer Sie sind!« (201) Dieser Prozess impliziert, dass Erlebnisse – im Unterschied zur »Erlebnisgesellschaft« – fortschreitend weniger auf der intersubjektiven, zwischenmenschlichen Ebene gesucht, sondern verstärkt aus den Medien gezogen werden. Auf Grund dieser Erkenntnisse konstatiert der Verf. zu Recht den Vollzug des Übergangs von der »Erlebnisgesellschaft« zur »Mediengesellschaft« (151 ff). Deren deutlicher werdende Charakteristika und Konsequenzen für das gesellschaftliche Zusammenleben, die auch religionspädagogisch bedenkenswert sind, werden ausführlich und sehr differenziert u.a. unter dem Stichwort »Mediendominanz« (174 ff) thematisiert.

Die Arbeit belegt, dass sich schon jetzt die Gesellschaft in informationsarme und informationsreiche, in aktive und passive Medienteilnehmer teilt. Zum Schluss wird die zur Auseinandersetzung herausfordernde Vermutung geäußert, dass sich »in den nächsten Jahren eine Gesellschaft etablieren (könnte), in der die Medienkompetenz zu dem wichtigsten gesellschaftlichen Faktor avanciert. In einer solchen Gesellschaft hätten die jungen gebildeten Menschen Vorteile, weil sie dem Prozess sich schnell wandelnder Zeiten am ehesten gewachsen sind« (202).

*Richard Schlüter*