

Datum: im April 2004

Titel: Brauchtum und Mediengesellschaft - Anmerkungen zum medialen Gebrauch von Brauchtum

Veranstaltung: Jubiläumstagung Volkskultur, Salzburg

Von Univ. Prof. Dr. Thomas A. Bauer

Die Metapher der Mediengesellschaft ist schnell bei der Hand, sie ist ebenso gebräuchlich wie mythologisch. Sie erfasst auf der einen Seite den Wandel einer Gesellschaft, die sich zunehmend über Medien definiert und organisiert, sie schließt andererseits Szenarien mit ein, die sowohl als Wunsch- wie als Bedrohungsbilder weit über die empirische Analyse dieses Wandels hinausgehen. Solche Bezeichnungen reduzieren auf der einen Seite die Komplexität, die beschrieben werden soll, auf der anderen Seite aber verweisen sie auf Ungewissheiten und Ratlosigkeit, z.B. im Hinblick auf Auswirkungen und Folgen. So bequem sie ihrer Vereinfachung wegen ist, so überlegenswert ist sie – insbesondere im Hinblick auf die Auswirkungen der Veränderungen des Blicks und der Wahrnehmung.

Kommunikative und mediale Rahmenbedingungen

Eine Mediengesellschaft ist eben nicht mehr eine einfältige, gewissermaßen einfache und in überschaubaren Bezügen geordnete Agrargesellschaft, ebenso ist sie keine auf Produktion und Standardisierung ausgerichtete und in zueinander geordneten Leistungsbildern funktionierende Industriegesellschaft. Sie ist eine diversifizierte, weithin heterarchisierte, überall gegenwärtige, überall mitmischende, überall anwesende und von jeder Seite beeinspruchbare soziale Form der Kooperation und Koordination von Individuen. Eine solche Formation kann nur gelingen, wenn Kommunikation und Interaktion hoch entwickelt sind – und sie ist auch nur auf der Basis dieser Kompetenzen möglich.

In dem Begriff der Mediengesellschaft sind Mythen verpackt, die den Menschen in dem Maße fordern wie er sie fordert, zum Beispiel die Mythen der Allwissendheit, der Allöffentlichkeit und der Allsagbarkeit. Es braucht offenbar solche Attribute, um sich des Stands und der Entwicklung der Gesellschaft im Hinblick auf ihre besonderen Kennzeichen, Herausforderungen und Probleme zu vergewissern, zugleich aber mythologisieren solche Attribute die in ihnen bemühten Faktoren der gesellschaftlichen Entwicklung. Andererseits sind aber eben diese mythologischen Einschlüsse in den Selbstreflexionen der Gesellschaft vermutlich ein Hinweis auf das energetische, produktive und die sozialen Herausforderungen bestimmende Potential, das man solchen Faktoren wie Industrie (Industriegesellschaft), Medien (Mediengesellschaft), Information (Informationsgesellschaft), Wissen (Wissensgesellschaft) und vielleicht auch Freizeit (Freizeitgesellschaft) zuordnet.

Das Attribut Mediengesellschaft will in diesem Sinne nichts anderes zum Ausdruck bringen als dass man die Medien (in kulturologischer Perspektive) als Agentur der Konstitution von Gesellschaft betrachtet, weil man zunehmend die Erfahrung macht, dass es keine Diskurse (mehr) gibt, die nicht über Medien vermittelt, ausgetragen oder gesteuert würden. Man müsste vermutlich noch deutlicher sagen: unter den Bedingungen einer medienvermittelten Gesellschaft gibt es keine medienfreie Existenz, weder für Menschen noch für Themen, noch für gesellschaftliche Lagen. Mediale Diskurse sind allerdings (eben) medienbestimmte Diskurse. Indem diese alle anderen Diskurse (Milieus, Alltag) besetzen, schreiben die Medien die in den Diskursen entwickelten gesellschaftlichen Konstruktionen von Wirklichkeit ästhetisch (natürlich auch ökonomisch, machtpolitisch und bildungspolitisch) mit. Die Werkzeuge der Kulturtechnik sind immer ein Teil des Inhalts, den sie generieren. Aber der Mensch, so lehrt die Anthropologie, lernt ja auch mit der Verwendung der Werkzeuge. Diese Grundannahme der Anthropologie ist die Grundlage für die evolutionäre Transformation der sozialen Wirklichkeit wie auch für die transformative Evolution der Werkzeuge (Medien) selbst (vgl. Bauer). Das evolutionäre Lernvermögen des Menschen (hier also: der sich im Lernen verändernde Mediengebrauch und das sich im Mediengebrauch entwickelnde Lernen) ist vermutlich der Ort bzw. der vermittelnde Faktor, aus dem zwischen Medien (auch Sprache, Verhalten, Riten, Gebräuche) und medial geformten Inhalten (sozialen Wirklichkeiten) ein zirkulärer Prozess wechselseitig getauschter Animation entsteht, der die gesellschaftliche Veränderung, meist als „sozialer Wandel“ definiert, reflektiert.

Die Gesellschaft verständigt sich über sich und über ihre Umwelt seit jeher über Medien (Zeichensysteme), sie vermittelt sich zu sich selbst allerdings zunehmend durch technisch organisierte Medien, sie (ge-)braucht immer mehr technisch funktionierende Medien, um Wissensziele zu definieren, Wissen zu identifizieren, zu archivieren, darzustellen und zu verteilen und einer nächsten Stufe der Zieldefinition zu überantworten.

Der mediale Gebrauch von Brauchtum

Dieser kulturtechnische Zugriff macht auch nicht Halt vor Kulturgütern, die bislang – wie Brauchtum generell – weniger durch technische (mittelbar soziale) als mehr durch unmittelbar soziale Medien getauscht und so lebendig erhalten wurden: Tanz, Musik, Kleidung, Riten, Rituale, mythisch-magische Arrangements. Da solche Kulturgüter wie andere Wirklichkeitsinterpretamente auch zum Orientierungsgut von definierbaren sozialen Zusammenschlüssen (Regionen, Täler, Familiengruppen etc.) gehören, sind auch sie kommunikative Orte der Identifikation nach innen und der Darstellung nach außen. Da die sozialen Umwelten sich aber verändern und die Menschen, die durch spezifisches Brauchtum (Bräuche) zusammengeschlossen sind, selbst in zunehmend diversifizierten Welten leben, wird es notwendig, das in Bräuchen eingemischte implizite Wissen und Denken dadurch zu erhalten, dass es möglichst vielen Menschen auch durch Medien und mediale Plattformen zugänglich gemacht wird. Selbstverständlich mischt sich in diese Möglichkeit der Multiplikation auch ein edukatives Motiv: es reicht nicht nur die technische Vervielfältigung. Um zu verstehen, welche Orientierungsangebote und welche

Interpretationshilfen das Brauchtum anbietet, wenn man es versteht, bedarf es der didaktischen Aufbereitung. Inhalte dieser Art verlangen eine spezifische Aufmerksamkeitshaltung, die nur erreicht werden kann, wenn der Bezug der (dargestellten) Geschichte zur Gegenwart wahrgenommen wird. Dies muss in gesonderter Weise, im Rahmen und mit den Mitteln medialer Dramaturgie mitkommuniziert werden. Sonst blieben Bräuche reine Kuriositäten. Sie sind es aber nicht. Sie sind soziale Geschichten, ritualisierte Diskurse, in denen Modelle des kulturellen Wissens und Wege des sozialen Lernens archiviert sind.

Der sozial-kommunikative Gebrauch von Brauchtum

Bräuche sind aber keine eindeutigen Statements. Sie bemühen die Inhalte in vieldeutiger Weise, sie mischen sich vieldeutig in die kulturellen Diskurse der Gegenwart. Bräuche leben und vermitteln sich durch ihren Gebrauch. Obschon historische Reproduktionen (mimetischer Aspekt) produzieren sie Modelle der kulturellen Interpretation von Welt (semiotischer Aspekt) und schließen Menschen kommunikativ zusammen (sozialer Aspekt). Bräuche sind partizipative Medien, sie geben den Menschen die Chance ihre Kreativität einzubinden und einzubringen, sie sind so offen beschrieben, dass sie im aktuellen Gebrauch tatsächlich auf die handgreifliche individuelle Umsetzung angewiesen sind. Bräuche werden erst im Gebrauch sozial ausverhandelt. Sie machen Geschichte nicht nur zeichenhaft gegenwärtig, sondern auch sozial relevant. Sie interpretieren die Gegenwart in historischer Zeichnung (Darstellung) und konfrontieren so immer wieder auch mit der bis heute nicht zufrieden stellend beantworteten Frage nach dem Prinzip der Mächte (mythisch-magischer Aspekt). Nirgendwo sind solche Interpretamente der Zeit besser aufgehoben, weil zugänglich, als in Geschichten und Diskursen (S: J. Schmidt)

Geschichte existiert ja nur durch Erzählungen und als Erzählung. Durch die Aufbewahrung von Zeitfragmenten werden Zusammenhänge in Geschichten, die bezüglich sind, dekomponiert, gewissermaßen digitalisiert und durch die (mimetische) Rezeption wieder umgerechnet (re-komponiert) in bestehende (neue) Zeitzusammenhänge. Erst durch das „re-reading“ und „re-wording“ entsteht eine Vorstellung (image) von dem, was vergangen ist. Und es ist nicht mehr als eben nur eine Vor-Stellung von Vergangenheit, tatsächlich ist sie das gegenwärtige Erlebnis im Modell (vergangener) Erfahrung. In diese Vorstellung sind kognitive und emotionale Bezüge zur Zeitumwelt genauso eingebunden wie Entwürfe für die Zukunft. Oder, dasselbe anders gesehen: Die Entwürfe für die Zukunft entstehen aus dem Gedächtnis. Aus diesem Grunde ist es wichtig zu prüfen, welche Vorstellungen und Diskurse über Vergangenheit sich im kollektiven kulturellen Gedächtnis (Brauchtum) halten. Und es ist wichtig, dieses Gedächtnis zu vergegenwärtigen. Das heißt: Zeichen und Codes, die das Vergangene deuten, immer wieder in neue und sich verändernde Zeitumwelten zu stellen, um so Deutungen des Vergangenen mit den Entwürfen für die Zukunft zu konfrontieren - und auch umgekehrt: Um so mit der Perspektive der Gegenwart und den Entwürfen für die Zukunft dem Vergangenen neue Bedeutungen zu geben. Dies alles geschieht nicht außerhalb von Diskursen, sondern nur in diesen und durch diese.

In diesem (vieldeutigen und aktiven) Sinne sind Bräuche nicht gemütlich, nicht ländlich, nicht ofenwarm, nicht provinziell, nicht naiv, sondern Herausforderungen des Denkens, der sozialen Verständigung und der eben schwierigen Interpretation des Lebens. Gemütlich, nostalgisch und provinziell-stumpf wird Brauchtum nur (oder meist) durch dessen simple und nicht in soziale Prozesse eingebundene Wiederholung, dort also, wo es zum Dekor einer Region oder zur Behübschung von Events missbraucht wird.

Bräuche sind, wenn man sie von außen und funktional betrachtet, Orte der Tradition und der Wiederholung von Symbolik. Das macht sie verletzlich. Aber von innen betrachtet und kultursemiotisch ausgelegt, sind sie Dispositive der kollektiven Erinnerung, Bausteine der Kultursprache einer Region und – wie Sprache immer – ein generatives Moment der ästhetischen Aneignung von Gegenwart. Sie geben der Gegenwart die Bedeutung des Vergangenen, Gelernten und Erlittenen wie sie umgekehrt den Erfahrungen der Vergangenheit eine Gegenwartsdeutung geben. Sie vergegenwärtigen die Geschichte einer sich sozial zusammengehörig empfindenden Region. In ihnen drücken sich Weltbild und Selbstverständnis aus, aus ihnen schöpfen Menschen Bedeutungen und Deutungsverweise für den gegenwärtigen Alltagsvollzug. Sie geben einen Handlungsrahmen für den Umgang mit Umwelt, Religion, Gemeinschaft, Heimat, Tradition und den darin eingewobenen Aussagen zur kollektiven kulturellen Identität einer Region.

Ein exemplarisches Modell

Die Medienreihe „Bräuche im Salzburger Land“ ist gedacht für den Gebrauch in Wissenschaft, Schule und Erwachsenenbildung. Sie ist das Ergebnis eines interdisziplinären und interinstitutionellen Projekts zweier Institute, Salzburger Volkskultur und Salzburger Landesinstitut für Volkskunde.

Die CD-ROM Produktionen verstehen sich als Tool des Wissenstransfers des zurzeit bestehenden akademischen Forschungsstandes zur Thematik an ein breites öffentliches Publikum. Das Land Salzburg hat sich ein dezidiertes und kulturell betontes Leitbild zu Forschung, Erziehung, Bildung und berufsbegleitender Weiterbildung verschrieben, dem auch diese Produktion folgt. Bemerkenswert an dieser Produktion aber ist, dass im Sinne partizipativen Lernens Betroffene zu Beteiligten wurden: Wissenschaftlerinnen, Lehrende und Menschen, die für den sozialen gebrauch und für die lebendige Repräsentation von Brauchtum aktiv tätig sind, arbeiten produktiv zusammen, um über einen solchen direkten Austausch in der notwendigen Popularisierung von Inhalten nichts verloren gehen zu lassen und auch nichts dem regionalen Kitsch zuliebe zu trivialisieren.

Bemerkenswert ist aber auch, dass, obwohl regionales Brauchtum dargestellt wird, angrenzende Nachbarländer so eingebunden werden, dass die Produktion auch in solchen Nachbarländern zu pädagogisch intendiertem Einsatz verwendet werden kann. Dazu trägt auch bei, dass die lange aufrechterhaltene disziplinäre Grenze zwischen Volkskunde und Volkskultur durch eine integrativ- kulturwissenschaftliche Betrachtungsweise

überwunden wird. Daher wurde auch in der gesamten Planung größtes Augenmerk darauf gelegt, die Kultur des Brauchtums als Ausdruck menschlicher Kreativität und Lebensgestaltung und als Dispositiv für Kommunikation darzustellen. Zeitliche, regionale und ethnische Sonderformen werden als gleichwertige Entwicklungen dargestellt.

Die CD-Rom-Reihe zeichnet sich überdies aus durch eine äußerst praktikabel angelegte Benutzeroberfläche, inhaltlich reichhaltig und für den vielseitigen (Erwachsenenbildung, Schule, Studium) Gebrauch gut gemixt, im grafischen Design wohl temperiert und in den Tools (Lexika, Indices, Video, Lauftexte, interaktive Textbausteine, Bilder) so geführt, dass jeder Benutzer ohne technische Umständlichkeit nicht nur leicht zu der gewünschten Materialauswahl findet, sondern dadurch auch unversehens an die Tiefenstrukturen der Themen gelangt und so Verzweigungen (Differenzierungen) des Ansicht, der Analyse und der Wertungen erfährt, sie er möglicherweise zunächst gar nicht beabsichtigt hat. Eine solche Ausnützung der Multimedialität des Datenträgers ist nicht nur als ein vordergründiges Enlargement, sondern als ein tiefendimensionales Enrichment der Wissensvermittlung zu werten.

In Summe ist die Produktion ein gelungenes Beispiel für interdisziplinäre Kooperation, für kulturpädagogisches Engagement, für ein offenes und kommunikatives Medienverständnis und für eine konzeptive Mediendidaktik. Aus diesem Grund hat die aus internationalen Experten zusammengesetzte Jury der Euro-Comenius-Preises, begründet von der Deutschen Gesellschaft für Pädagogik und Information die Medienreihe „Bräuche im Salzburger Land“ mit der europäischen Comenius-Medaille 2003 ausgezeichnet und über diesen Weg die internationale Fachwelt auf die Arbeit dieser Projektgruppe aufmerksam gemacht. Zu hoffen bleibt, dass diesem Modell weitere Beispiele folgen.

Literaturhinweise:

Bauer, Thomas A.: Medien mobilisieren das Gedächtnis. In: Bauer, Thomas A., Ortner, Gerhard E. (Hrsg.) (2001): Medien für Europa. Medien und Module für die zeitgeschichtliche Erwachsenenbildung. Düsseldorf (BB Medien), S. 155 - 171

Latzer, Michael, Maier-Rabler, Ursula, Siegert, Gabriele, Steinmaurer, Thomas (Hrsg.) (1999): Die Zukunft der Kommunikation. Phänomene und Trends in der Informationsgesellschaft. Innsbruck-Wien (Studienverlag)

Schmidt, Siegfried J. (2003): Geschichten & Diskurse. Reinbeck bei Hamburg (rowohlt)