

MEDIEN – RITUALE – JUGEND EINE HINFÜHRUNG ZUM THEMA

Petra Grimm/Karla Neef/Oliver Zöllner

Bei einem entspannten und holistischen Blick auf unsere Gegenwart, wie sie sich etwa bei der Lektüre einer Tageszeitung bietet, fallen stets von neuem eine gestiegene Unsicherheit und allgemein eine Unübersichtlichkeit aller früher (vielleicht) einmal so sicher und festgefügt scheinenden Rahmenbedingungen und Ordnungsgefüge auf. Und in der Tat haben Gesellschaftsanalytiker wie Habermas oder Beck – um hier lediglich zwei prominente Sozialwissenschaftler aus Deutschland zu nennen – mit Schlagworten wie „neue Unübersichtlichkeit“¹ und „Risikogesellschaft“² im Kontext einer übergreifenden postindustriellen Modernisierung und auch des Metaphänomens „Globalisierung“³ darauf hingewiesen, dass das ausgehende 20. Jahrhundert und unsere Gegenwart im frühen dritten Millennium eine Zeit des Umbruchs darstellt. Hierzu zählen etwa auf der Makroebene die vielmals beschworene Erosion des Nationalstaats (oder seine beginnende Renaissance?), auf der Mesoebene das Schwinden von längerfristigen Bindungen (etwa in Form von Eheschließungen, Kirchen- oder Parteimitgliedschaften, dauerhaften Arbeitsverhältnissen usw.) und auf der Mikroebene eine Aufsplitterung individueller Identitäten in eine Vielzahl von wandelbaren und wechselfähigen Subkulturen, Stilen oder Lebensentwürfen.⁴ Insbesondere letztgenannte Phänomene sind ausgeprägt bei jüngeren Menschen zu beobachten.⁵

In dieser „flüchtigen Moderne“⁶ spielen die Medien eine zentrale Rolle: längst nicht mehr nur als Vermittler, also Distributionsinstanz „im Raum“, sondern als Instanzen, die zum Zusammenhalt von Gesellschaften „in der Zeit“ beitragen, wie es Carey in seinen berühmt gewordenen Anmerkungen zum Ritualcharakter von Kommunikation sinngemäß formuliert hat: „A ritual view of communication is directed not toward the extension of messages in space but the maintenance of society in time [...]“⁷ Diese Sichtweise von Kommunikation fokussiert nicht die Konstanz von gesellschaftlichen Bedingungen, sozialem Handeln und Kultur, sondern die Veränderlichkeiten dieser Prozesse: „[...] a ritual view conceives communication as a process through which a shared culture is created, modified, and transformed.“⁸

1 Vgl. Habermas 1985.

2 Vgl. Beck 1986.

3 Vgl. hierzu exemplarisch Beck 1998; Sparks 2007.

4 Vgl. hierzu – wiederum exemplarisch – Beck 1998.

5 Vgl. etwa Baacke 2007; Calmbach 2007; Hamm 2003; Hebdige 1979; Malbon 1999.

6 Vgl. Bauman 2000.

7 Carey 2009, S. 33.

8 Ebd.

Ohne an dieser Stelle die gesamte Genese und Geschichte des Ritualbegriffs in den Kultur-, Medien- und Kommunikationswissenschaften darstellen zu wollen,⁹ über dessen Definition und Anwendung überdies kaum Einigkeit herrscht,¹⁰ können Rituale für die Analyse von Medienkommunikation schlüssig als „performative Handlungsmuster“ aufgefasst werden, in denen die symbolische Ordnung einer sozialen Gruppe – also etwa deren Leitwerte oder kollektive Identitäten – reproduziert und von den Mitgliedern dieser Gruppe „in gemeinschaftlichen Handlungen repräsentiert und verkörpert wird“,¹¹ dabei aber auch modifiziert und weiterentwickelt werden kann. Im Mittelpunkt dieses Analysekonzepts stehen demnach Sinnproduktion und Selbstvergewisserung.

Besonderes Augenmerk verdient hierbei der Aspekt der Transformation, der Passage, von einem Zustand zum anderen, wie ihn insbesondere die Jugend darstellt: als der Übergang von der Kindheit zum Erwachsenendasein – eine wichtige Zeit des Wechsels von einem Lebensabschnitt zum nächsten mit all seinen Konflikten, Unsicherheiten und neuen Verantwortungen. Die Medien wiederum (in denen viele solcher Rituale auch als Inhalt dargeboten werden, etwa in Form von Filmen, Soap Operas, Contest Shows etc.) fungieren in modernen Gesellschaften selbst als eine Art „Zeremonienmeister“ von Ritualen, indem sie – wie Viehoff anmerkt – den rituellen Ablauf und die prozessuale „Magie des Ästhetischen“ ebenso bestimmen „wie die damit verbundenen Sinn- und Deutungsangebote“.¹² (Medien-)Rituale können Interpretationsvorschläge für den Alltag bieten. Sie machen damit die eigene Welt handhabbarer, indem sie Komplexität reduzieren.

Inwieweit Rituale im Kontext von Medien und speziell in Bezug auf Jugendliche weitere Funktionen erfüllen können und welche ethischen Implikationen mit dem Themenfeld „Medien – Rituale – Jugend“ verbunden sind, waren zentrale Fragestellungen des IX. HdM-Symposiums zur Medienethik am 14. Januar 2010. Die Perspektive war dabei multidisziplinär: Medien- und Kommunikationsforscher, Soziologen und Medienethiker analysierten die vielfältigen Aspekte des Medienhandelns Jugendlicher und dessen gesellschaftliche Kontexte. Besonderes Augenmerk sollte dabei dem Konzept der Ritualisierung gelten, in dessen Mittelpunkt die oben skizzierte Konstruktion von Sinn steht.

In den Vorträgen und anschließenden Diskussionen wurde deutlich, dass in der Regel zwischen drei Ausprägungen von ‚Medienritualen‘ unterschieden werden kann: Zum einen handelt es sich um *über Medien vermittelte Rituale*, wie bspw. die Live-Übertragung einer Krönungszeremonie – also medienunabhängig existierende Ereignisse –, über die sich Gesellschaften ihrer Werte vergewissern können. Zum anderen geht es um die *Ritualität im Kommunikationshandeln selbst*, d. h. der sinnerzeugenden Rezeption, Produktion und Interaktion von und mit Medien. Die dritte Ausprägung bezieht sich auf die *durch Medien evozierte Ritualität*. Das

9 Vgl. hierzu im Detail etwa Lersch 2008; Weichert 2006, S. 60ff.

10 Vgl. etwa die kritische Replik von Couldry/Rothenbuhler 2007 auf Cottle 2006.

11 Bartsch et al. 2008, S. 11f.

12 Zit. n. Bartsch et al. 2008, S. 13.

bedeutet, der Sinn der dargestellten Handlungen oder Ereignisse wird erst durch die mediale Inszenierung bzw. Strukturierung erzeugt.

Der vorliegende Band versucht dieser umfassenden Sicht auf ‚Medienrituale‘ gerecht zu werden und die Ergebnisse des Symposiums – ergänzt um die Beiträge von Christoph Eisemann, Christine Linke, Corinna Peil und Stephan Weichert – zusammenzufassen. Er ist dazu in drei Teilbereiche untergliedert. Die Beiträge im ersten Teil bilden die Grundlagen zum Themenfeld „Medien – Rituale – Jugend“. So gibt Edgar Lersch in seinem für das Symposium konzipierten Eröffnungsbeitrag eine historische Herleitung des Zusammenhangs von Medien und Ritualen. Er bleibt am Ende skeptisch, ob medialisierte Rituale nicht besser Para-Rituale genannt werden müssten – und stellt provokant die Frage, was vom Ritualbegriff bei genauer Auslegung seiner Bedeutungsgehalte eigentlich übrigbleibt: Wenn „ritualisierte Kommunikation Interaktion zwischen Anwesenden voraussetzt, dann ist zu fragen, ob überhaupt oder vor allem wenn ja, unter welchen Voraussetzungen und Bedingungen von Ritualen in der medialen Kommunikation gesprochen werden kann“, so Lersch – ein nachdenklicher, analytischer Einstieg, der während des Symposiums zur Diskussion stand.

Auch Alexander Filipović hält den Begriff „Medienritual“ für weniger geeignet und präferiert, von der „Medienritualität“ bzw. „ritualisierter Medienkommunikation“ zu sprechen, die „vor allem auf diejenigen Aspekte mediatisierter Kommunikation [verweist], die die Sinnkonstituierung im Kommunikationsgeschehen selbst (als Einheit von Produktion und Rezeption), die gesellschaftliche Integration und die individuelle Entwicklung in sozialen Räumen (Identitätsentwicklung) betreffen“. Zudem nimmt Filipović eine dezidiert medienethische Perspektive ein und untersucht beispielhaft die Nutzung sozialer Netzwerke durch Jugendliche auf ihren Ritualcharakter hin. Er kommt zu dem Schluss, „dass in der modernen Gesellschaft jugendliche Identitätsentwicklung (auch) durch den Charakter der Medienritualität gekennzeichnet ist. [...] In ihrem rituellen Handeln verschwinden Jugendliche nicht, sondern bringen sich selbst hervor.“ Darüber hinaus formuliert er zentrale medienethische Fragestellungen, die im Kontext der Medienritualität jugendlicher Identitätsentwicklung bearbeitet werden könnten.

Sabine Feierabend legt in ihrem Beitrag „Ich bin immer on‘ – Das Internet im Alltag von Jugendlichen“, in dem sie die wesentlichen Ergebnisse der JIM-Studie 2009 referiert, die empirischen Grundlagen zum Verständnis der Medienwelten von Jugendlichen. Sie verweist dabei insbesondere auf ein inzwischen stark verändertes und teils bedenklich stimmendes Verständnis von Privatheit und Datenschutz im Umgang vieler junger Menschen mit Onlinemedien. Das Missbrauchspotenzial bei Austausch und Verbreitung von Informationen mache deutlich, „dass die Anstrengungen für ein verantwortungsvolles Verhalten im Internet von allen Beteiligten weiter intensivierungsbedürftig sind“.

Die Beiträge im zweiten Teil der Publikation werden unter der Überschrift „Ritualität mediatisierter Kommunikation“ zusammengefasst. Sie alle eint der Blick auf Medienritualität im Sinne der Sinnstiftung, die im Kommunikationsgeschehen selbst erzeugt wird. Corinna Peil stellt auf Basis eines kultur- und kontextorientierten Ansatzes der Mediennutzung dar, auf welche Weise genderbezogene Rituale –

hier insbesondere die rituellen Kommunikationspraktiken der weiblichen Jugendlichen – die heutige Form der Mobilkommunikation in Japan maßgeblich geprägt haben. Da über Mobiltelefone zu Beginn keine schriftlichen Botschaften gesendet werden konnten, entwickelten die Jugendlichen ein eigenes auf Zahlencodes basierendes System und passten somit die Technologie ihren Bedürfnissen an. Peil zeigt, dass unter Jugendlichen dabei vor allem der phatische Nutzen der Mobilkommunikation von Bedeutung ist: „Häufig geht es weniger um den Austausch von Sachinformationen denn um eine gefühlsbetonte Kommunikation zum Zweck der Rückversicherung, bei der Emotionen und Anteilnahme ausgedrückt sowie Gemeinschaftsempfinden und Zusammengehörigkeit gefestigt werden.“

Auch Christine Linke beschäftigt sich mit der Mobilkommunikation von Kindern und Jugendlichen, für die das Handy einen großen Stellenwert besitzt und ein sehr persönliches Medium ist¹³. Sie identifiziert verschiedene Formen rituellen Handelns von Kindern und Jugendlichen, das dadurch gekennzeichnet ist, dass der Mediengebrauch für die Beteiligten eine subjektive Bedeutung und eine emotionale Komponente beinhaltet. So schreiben Jugendliche bspw. der Archivierung von Nachrichten, Bildern und Videos eine große Bedeutung zu, was sich etwa im Abschreiben von für sie wichtigen SMS-Botschaften in ein eigens dafür vorgesehenes Büchlein ausdrückt, wenn der Handyspeicher voll ist. Sie kommt zu dem Schluss, dass „Kinder und Jugendliche aktiv diese rituellen Handlungen gestalten, ihre Identität konstituieren und die Beziehungen zu Eltern, Peers, Lehrerinnen und Lehrern oder Partnerinnen und Partnern gestalten“.

Stefanie Rhein betrachtet anschließend die Mediennutzung junger Menschen im Kontext des Fanums, die sich nicht nur auf die Rezeptionssituation, sondern auch auf den produktiven und kommunikativen Umgang mit dem Fanobjekt bezieht. Fan-Sein stellt dabei ein komplexes Geflecht aus Investitionen dar – Zeit und Geld, Mühe und Anstrengung –, die durchaus ritualisiert erfolgen können. Rhein zeigt, dass medienbasierte Rituale von Fans, wie etwa die „wiederholte, auf bestimmte Weise inszenierte Rezeption des Fanobjektes sowie [die] ritualhaften (medienbezogenen) Anschluss- und Begleittätigkeiten (z. B. fan talk, Erstellung eigener Medienproduktionen und die entsprechende Kommunikation über diese)“, der Selbstvergewisserung und Bestätigung der kollektiven Identität, der emotionalen Orientierungen und der Leitwerte der Fankultur dienen.

Die Alltagspraktik, sich auf der Onlineplattform YouTube gegenseitig Videoclips zu widmen, ist das Thema von Christoph Eisemann, der „Dedication“-Prozessen dieser Art einen Ritualcharakter zuschreiben kann. An einem Beispiel verdeutlicht er, dass die Produktion des Videos – als „symbolische Form performativen Ausdrucks“ – und dessen Veröffentlichung eine Handlung darstellen, die den Beteiligten hilft, „durch symbolischen Ausdruck von Gefühlen, Normen und Auffassungen sowie durch deren ebenso symbolische Beglaubigung, sinnhafte Orientie-

13 Dass das Handy von hoher persönlicher Bedeutung ist, zeigt auch die Studie von Grimm/Rhein (2007), in der die Jugendlichen das Handy als ihren „Schatz“, als „Teil des Körpers“ oder als eine Art „Tagebuch“ (ebd.: 190) beschreiben.

rungen im Sinne einer Versicherung der wahrgenommenen Welt und des eigenen Lebens zu gewinnen“.

Der dritte Teil des Bandes ist verschiedenen Inszenierungen von „Ritualen im Fernsehen“ gewidmet. In seiner Fallstudie zum immens erfolgreichen Format GERMANY'S NEXT TOPMODEL analysiert Jan-Oliver Decker aus semiotischer Sicht die Konzeption der Person in Castingshows. Anschaulich erläutert er die normsetzende Rolle der Jury sowie die Bedeutung des Laufstegrituals als eine „mediale Inszenierung der Demütigung“. Er legt dar, wie die Teilnahme an mediatisierten Wettbewerben dieser Art einer ritualisierten Initiation gleicht, in der die Betroffenen sich nicht nur den Regeln der Show unterwerfen: GERMANY'S NEXT TOPMODEL „kreist [...] um den Ausgleich des Paradoxon, dass sich die Person durch Übernahme einer völlig fremden sozialen Rolle individuell absolut selbst verwirklicht“, wobei ein normiertes, konstruiertes Körperbild „an die Stelle des realen Körpers tritt“.

Christian Schicha untersucht in seinem Beitrag am Beispiel der TAGESSCHAU und ausgewählter politischer Talkshows, ob die Kritik an der Politikvermittlung im Fernsehen, sie „entspreche nicht der faktischen Komplexität politischer Willensbildungsprozesse“, berechtigt ist, und fragt, inwieweit hier inhaltsleere Medienrituale zum Einsatz kommen. Er konstatiert, dass sich politischer Alltag insbesondere in Fernsehnachrichten „häufig als routinierter, ritualisierter Medienalltag: vorfahrende Limousinen, Händeschütteln, Zeremonien“ zeigt, und schlägt Lösungsmöglichkeiten vor, die geeignet sind, ggf. das Interesse an politischen Zusammenhängen auch speziell bei Jugendlichen zu wecken.

Im letzten Beitrag legt Stephan Weichert dar, wie die Darstellung eines die journalistische und Alltags-Routine durchbrechenden Krisenereignisses, wie es die Anschläge vom 11. September 2001 waren, als Fernsehbilder in ihrer Ritualhaftigkeit Ordnung und Sicherheit vermitteln können: „Die zyklische Wiederkehr von bestimmten Programmformen und Mechanismen ist in außerordentlichen Krisenmomenten vor allem ein Beruhigungsmittel für Kinder und Jugendliche, aber auch ältere, alleinstehende Menschen, die sich schutzbedürftig fühlen.“ Medienrituale verweisen also letztlich auf tiefer liegende Bedürfnisse von Individuen wie auch der Gesellschaft, so wird auch hier nochmals deutlich.

BIBLIOGRAPHIE

Baacke, Dieter (2007): Jugend und Jugendkulturen. Darstellung und Deutung. Weinheim, München: Juventa.

Bartsch, Anne/Brück, Ingrid/Fahlenbrach, Kathrin (2008): Rituale in den Medien – Medienrituale. In: Kathrin Fahlenbrach/Ingrid Brück/Anne Bartsch (Hrsg.): Medienrituale. Rituelle Performanz in Film, Fernsehen und Neuen Medien. Wiesbaden: VS-Verlag, S. 11-31.

Bauman, Zygmunt (2000): Liquid Modernity. Cambridge: Polity Press [dt.: Flüchtige Moderne. Frankfurt am Main: Suhrkamp 2003].

Beck, Ulrich (1986): *Risikogesellschaft. Auf dem Weg in eine andere Moderne*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Beck, Ulrich (1998): *Was ist Globalisierung? Irrtümer des Globalismus – Antworten auf Globalisierung*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Beck, Ulrich (Hrsg.)(1998): *Perspektiven der Weltgesellschaft*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Calmbach, Marc (2007): *More than music. Einblicke in die Jugendkultur Hardcore*. Bielefeld: transcript.

Carey, James W. (2009): *Communication as culture: Essays on media and society*. Rev. ed., New York, London: Routledge [zuerst 1989].

Cottle, Simon (2006): *Mediatized rituals: Beyond manufacturing consent*. In: *Media, Culture and Society*, Vol. 28, No. 3, S. 411-432.

Couldry, Nick/Rothenbuhler, Eric W. (2007): *Simon Cottle on „mediatized rituals“: A response*. In: *Media, Culture and Society*, Vol. 29, No. 4, S. 691-695.

Grimm, Petra/Rhein, Stephanie (unter Mitarbeit von Elisabeth Clausen-Muradian) (2007): *Slapping, Bullying, Snuffing! Zur Problematik von gewalthaltigen und pornografischen Videoclips auf Mobiltelefonen von Jugendlichen*. Berlin: Vistas.

Habermas, Jürgen (1985): *Die neue Unübersichtlichkeit*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.

Hamm, Ingo (2003): *Die MTV-Mindset-Studien. Jugendmarketing mit Subkulturen und Lebensstilen*. Stuttgart: Schäffer-Poeschel.

Hebdige, Dick (1979): *Subculture: The meaning of style*. London, New York: Methuen.

Lersch, Edgar (2008): *Historische Ritualforschung in ihrem Verhältnis zu Medienritualen – eine kulturhistorische (Selbst-)Vergewisserung*. In: Kathrin Fahlenbrach/Ingrid Brück/Anne Bartsch (Hrsg.): *Medienrituale. Rituelle Performanz in Film, Fernsehen und Neuen Medien*. Wiesbaden: VS-Verlag, S. 71-81.

Malbon, Ben (1999): *Clubbing: Dancing, ecstasy, and vitality*. London, New York: Routledge.

Sparks, Colin (2007): *What's wrong with globalization?* In: *Global Media and Communication*, Vol. 3, No. 3, S. 133-155.

Weichert, Stephan A. (2006): *Die Krise als Medienereignis. Über den 11. September im deutschen Fernsehen*. Köln: von Halem.