

Gudrun Scholz

**Die 1980er. Neue Inhalte
werden durch alte Begriffe
abgesegnet**

Das gesellschaftspolitische Denken geht zu Ende

Mit den 1980ern geht das gesellschaftspolitische Denken zu Ende. Das neue Denken äußert sich auch in den politischen Ereignissen. Der Kalte Krieg wird beendet. Dies zeigt sich bei uns 1989 im Fall der Berliner Mauer. Die Konsequenz: Der Kapitalismus hat in Zukunft kein Korrelat und kein Regulativ mehr.

Parallel zum westlichen Kapitalismus wird allerdings ein anderes Denken stärker. Es war einmal eine Erfindung des 19. Jahrhunderts und wurde und wird als Richtung in der Philosophie unter dem Titel Pragmatismus zusammengefasst. Auf sein Konto geht seit der superindustriellen Kultur, mit sehr pragmatischen Inhalten, zum Beispiel die **Effektivität**. Sie wird inzwischen von allen wirtschaftlichen Aktivitäten sowieso, aber auch von allen gesellschaftlichen, auch von allen wissenschaftlichen, bildungspolitischen, universitären, auch von allen Designaktivitäten und künstlerischen Aktivitäten gefordert.

Fußnote zur Effektivität als eine der Strukturen der Superindustriekultur s. auch Postman, Das Technopol

Und neue Inhalte werden durch alte Begriffe abegesegnet

Dieser Abschnitt betrifft unsere Wortsprache, aber eben auch die Inhalte, die sie kommuniziert. Mit der Ersetzung des gesellschaftspolitischen Denkens in den 1980ern ändern sich bei uns wichtige Begriffe grundlegend. Dabei gibt es bei den Wörtern verschiedene Tendenzen. Auch sie spiegeln kulturelle Entwicklungen. Ich gehe auf zwei Tendenzen näher ein.

Die erste Tendenz geht ihren natürlichen Gang. Wörter verlieren ihre Frequenz. Dazu gehört zum Beispiel der Begriff der Gesellschaft. Begriffe gehen in einer solchen Entwicklung entweder verloren. Oder sie werden ersetzt. In diesem Fall wird der Begriff Gesellschaft in den 1980ern durch einen anderen – alten – ersetzt. Das ist die **Kultur**.

Die zweite Tendenz in der Entwicklung unserer Sprache ist aufschlußreich und heute äußerst auffällig. Man kann sie auch als Strategie sehen. Alte Wörter (die natürlich für Werte stehen, sonst würden sie nicht übernommen) werden auf neue Bereiche übertragen. Und dies geschieht mit dem Kulturbegriff. Kultur ist in ihrer rasanten Entwicklung seit den 1980er Jahren zu einem neuen Zauberwort geworden, mit einer fast grenzenlosen Bedeutungserweiterung. Die Politik schreibt sie auf ihre Fahnen. Es ist von **politischer Kultur** die Rede. Die Wirtschaft schreibt sie auf ihre Fahnen. Die Corporate Identity hat sich zur **Corporate Culture** erweitert. Oder die Medien (das Fernsehen, bisher low, auch das Internet) werden zur **Medienkultur**. Auch ich verwende in diesem Buch den Begriff Kultur, allerdings in soziologischem Sinn, um, wie üblich, die verschiedenen Entwicklungsstufen in unserer Kulturgeschichte zu differenzieren. Alvin Toffler spricht im Vergleich dazu von Wellen, meint aber das gleiche.

Die zweite Tendenz hat auch im geschilderten Fall des Kulturbegriffs wenigstens zwei Ziele. Das erste Ziel, ich sprach von Strategie: Auf diese Weise werden subtil traditionelle Inhalte und Werte auf neue Inhalte übertragen. Auf diese Weise werden neue Inhalte durch alte Begriffe stillschweigend abegesegnet. Oder aktiv formuliert: Neue Begriffe dekorieren sich mit Werten der (traditionellen) High Culture, werten sich mit alten (Wert-)Begriffen inhaltlich auf.

Das zweite Ziel neben der begrifflichen und inhaltlichen Aufwertung neuer Inhalte: Der neue Bereich, der sich selbst als kulturwürdig deklariert, das Management zum Beispiel, dringt als Corporate Culture in das ein, was man bisher unter der Kultur im engeren Sinn (der High Culture) verstanden hat und schreibt ihr ihre eigenen Regeln vor. So werden bei uns Vermittlungsstätten der alten High Culture (Universitäten, Museen) inzwischen genauso wirtschaftlich bewertet, um sie wie Wirtschaftsunternehmen zu führen oder zu managen. Dies ist mit Effektivität gemeint.

Auch die Übertragung alter (Wert-)Begriffe auf neue Inhalte sind unter das zu subsumieren, was ich in dieser Technik als **Grenzaufhebung von High und Low Culture** beschreibe. Sie ist für mich ein negatives Beispiel.

Philosophie

Die gleiche Grenzaufhebung von High und Low und die gleiche Aufwertung geschieht durch einen anderen Begriff. Er ist bis in die 1980er als weltfern angesehen worden und besaß wenig Aktualitätsgrad – die **Philosophie**. Sie war für Laien weder eine akzeptable Erkenntnistheorie, geschweige denn eine (pragmatische) Lebensphilosophie. Mit Philosophie konnte man wenig oder kein Geld verdienen, deswegen war sie weltfern. Auch sie ist als Begriff von der Low Culture übernommen worden (zum Beispiel von Unternehmensberatern). Oder inzwischen tritt jede Firma mit einer Unternehmensphilosophie auf. Die Philosophie ist so pragmatisch in ein neues Gewand gekleidet worden, bildet die Grundlage von Marketingkonzepten und Firmenauftritten in den Medien. Und die neue geliehene Grundlage ist zu Übergriffen bereit. Es kann sein, dass demnächst jeder Hochschulbereich mit einer Firmenphilosophie aufwarten muss, um seine Existenz zu rechtfertigen.

Postmodern

Und es gibt seit den alten Medien (Fernsehen) eine dritte Tendenz, die ich aber nicht weiter ausführe. Begriffe werden durch ihre Wiederholung zu Tode geritten. Oder vorsichtiger formuliert, Begriffe werden durch die vielen Medien heute schnell obsolet. Dies ist mit dem philosophischen Begriff von Jean-Francois Lyotard geschehen: **postmodern**. (1979)

Literatur

Neil Postman, Das Technopol. Die Macht der Technologien und die Entmündigung der Gesellschaft. Frankfurt 1992
Alvin Toffler, Die Dritte Welle. Zukunftschance. Perspektiven für die Gesellschaft des 21. Jahrhunderts München 1983

