

Volker Kirchberg: Kultur und Stadtgesellschaft

Wiesbaden: Deutscher Universitäts-Verlag 1992, 349 S., DM 56,-

Den wesentlichen Zielen der Untersuchung kaum angemessen wäre es, Antworten auf die Frage nach der Leistungsfähigkeit des Beitrags soziologischer Stadtforschung zur wissenschaftlichen Medienanalyse und -diskussion finden zu wollen. Sicherlich böten sich potentiell - zumal unter explizit kulturellem Bezug - innerhalb eines ausdrücklich mediengerichteten Perspektivenkorridors Fragestellungen an: sowohl hinsichtlich ihrer möglichen Raumbezüge (etwa lokale Print- und elektronische Medien) wie auch hinsichtlich ihrer denk- und operationalisierbaren Kulturorientierung (Doppelcharakter von Medienpräsenz als Wirtschafts- oder Standort- und zugleich Kulturfaktor). Aber der Medienpraxis unter gegenwärtigen und überwiegend gängigen Wettbewerbsverhältnissen selbst - zumindest derjenigen mit auch aufgebener kultureller Funktion - scheinen Erkenntnisse etwa über die Zusammenhänge zwischem kulturellem Interesse und kultureller Praxis der Bevölkerung, über die lebensweltliche Bedeutung von Kultur schlechthin durchaus wichtig zu sein, insbesondere natürlich in Verkoppelung mit Hinweisen auf Strukturen und Prozesse medialer (Kultur-)Partizipation. Als Beleg kann z.B. die 1991 veröffentlichte um-

fangreiche Studie *Kultur und Medien* der ARD/ZDF-Medienkommission dienen.

Kirchberg geht es allerdings (aber eben nicht mit 'medialem Reflex') auf mikrosozialer Ebene keineswegs nur um die Untersuchung der Relevanz von Kultur für die Nachfrager, sondern in makrosozialem Bezugsraster um allgemeine Aussagen zur Bedeutung kultureller Einrichtungen aus Sicht der Anbieter. Darüber hinaus - womit schließlich auch das dritte der empirisch zu erreichenden Untersuchungsziele umrissen sei - soll eine Sekundärdatenanalyse Aufschluß über die kulturelle Aktivität städtischer Teilräume geben. Die Synthetisierung von Ergebnissen dieser Analysestufen zielt darauf ab, auf mehrdimensionaler Basis die Funktion von Kultur in einem gegebenen urbanen Kontext zu bestimmen - hier am Beispiel der nordamerikanischen Stadt Baltimore.

Bereits Ende des letzten Jahrhunderts hatte Theodor Veblen im Rahmen seiner Eliteuntersuchung der öffentlichen Rezeption sogenannter Hochkultur die Funktion einer sozialen Statusinszenierung zugewiesen. Wird hohes soziales Differenzierungspotential der Nutzung von Kultur als Meßlatte ihrer Bedeutung für Stadt und Stadtbewohner angelegt (vgl. S.302), so schwindet unter diesem Aspekt die Relevanz von Popularkultur. Die Ergebnisse von Kirchbergs Studie liefern - quasi als empirische Nachreichung zu Veblens Aussage - Ansätze einer Erklärung für das Auftreten unterschiedlicher Bedeutungen urbaner Kultur.

Hinsichtlich individuellen kulturellen Verhaltens kann kumulative Rezeption bestätigt werden, und zwar am stärksten ausgeprägt innerhalb des 'Spitzensegments' der taste publics, während Rezipienten von Populärer oder Unterhaltungskultur kaum in die taste culture "Hochkultur Darstellender Kunst" (S.200) vordringen. Weiterhin weist Kirchberg die größere Erklärungskraft sozio-ökonomischer Variablen für Hochkultur-Aktivität nach - im Unterschied zu popularkulturellem Verhalten, das eher von demographischen Faktoren beeinflusst wird. Zu den Ursachen und Folgen der Bedeutung kultureller Einrichtungen für die Stadt erbringt die durchgeführte Institutionsbefragung eine ganze Reihe von Einzelbefunden. Allerdings gibt es bislang für eine solche Analyse auf Grundlage der Erfassung institutionseigener Merkmale kaum ein theoretisches Fundament, so daß der Autor auf explorative Hypothesengewinnung via Korrespondenzanalyse angewiesen ist, worauf nach Hypothesentest ein Kausalmodell konstruiert wird. Eine wichtige Aufgabe weiterer empirischer Arbeiten auf diesem Feld wird es daher auch sein müssen, Anstöße für die Theoriebildung zu geben. Bestimmt die Sozialstruktur der Bevölkerung eines gegebenen Raumes die Bedeutung entsprechender lokaler Kultur? Die Ergebnisse von Zuordnungen mittels Sozialindikatoren gebildeter Sozialräume zu Herkunftsräumen von Kulturbesuchern der unterschiedlichen taste cultures lassen sich nicht

zu einem konsistenten Bild zusammenfügen, was die Höhe des Erklärungsgrades dieser Relationen anbetrifft. So gibt es häufig nur eine 'Trefferquote' von unter 50%, wobei Herkunftsgebiete von Hochkultur-Besuchern auch mit den statushöchsten Sozialraum-Clustern übereinstimmen (vgl. S.266). Höhere Quoten sind dagegen bei Zuordnungen der Herkunftsräume von Popularkultur-Besuchern zu statusgeringeren Sozialräumen zu beobachten. Dies deutet u.a. darauf hin, daß die gewählten (und hier operationalisierbaren) Indikatoren sozio-ökonomischer und demographischer Art als individuelle Prädispositionen kulturellen Verhaltens um weitere Erklärungsfaktoren ergänzt werden müssen. Darüber hinaus kann aber auch diskutiert werden, ob die sozialraumanalytische Grundidee, urbane Räume mittels Indikatoren in homogene soziale Teilgebiete zu gruppieren, durchgängig praktikabel ist.

Die Stadtforschung hat bislang in vielfältiger Weise Fragen der ökonomischen und der sozialen Bedeutungsdimension eines Ortes verfolgt, Fragen nach der Kulturfunktion für Zentrenbedeutung dagegen weitaus weniger intensiv. Kirchberg hat dieses Feld mit bemerkenswertem methodisch-statistischen Aufwand bearbeitet. Zu beachten bleiben aber nach wie vor auch Probleme bereits definitorischer Art: Begriffsbestimmungen von Kultur sind "fast so vielfältig wie die Welt der Künstler und Artisten" (S.12). Im Unterschied zu einem schichten-soziologischen sowie einem sich Simmel und Weber verdankenden traditionell-soziologischen Kulturbegriff liegt Kirchbergs Untersuchungen weitgehend eine dritte basale Kulturdefinition in der Soziologie zugrunde, die Kultur als gestaltete Inszenierung (im Sinne von Kunst) und veranstaltete Überhöhung des Alltags faßt. Diese Vorstellung, wird sie konkretisiert an kulturellen "Weihestätten" (S.13) fixierter Veranstaltungskultur, erschwert freilich - um an die Ausgangsüberlegung anzuknüpfen - die Berücksichtigung ubiquitärer Kulturproduktions- und -vermittlungsleistung der Medien und ihrer Rezeption.

Michael Getatus (Düsseldorf)