

- Mikos, L. (2003): Populärkulturelles Vergnügen. Der Umgang mit unterhaltenden Formaten in den Cultural Studies. In: Frith, W./Stichler, H.-J. (Hrsg.): Theorie der Unterhaltung. Ein interdisziplinärer Diskurs. Köln, 89-104.
- Morris, M. (2004): Zu früh, zu spät. Geschichte in der Populärkultur. Wien.
- Müller, E. (1993): „Pleasure and Resistance“ John Fiskes Beitrag zur Populärkulturtheorie. In: *Montage/AV 2* (1), 52-66.
- Nelson, C./Treichler, P. A./Grossberg, L. (1992): Cultural Studies: An Introduction. In: Grossberg, L./Nelson, C./Treichler, P. A. (Hrsg.) (1992): *Cultural Studies*. New York, London, 1-16.
- Niesyto, H. (1991): Erfindungsproduktion mit Medien. Selbstbilder – Darstellungsformen – Gruppenprozesse. Weinheim/München.
- Pfister, H. (2003): Publizistik- und Kommunikationswissenschaft. Ein Handbuch. Konstanz.
- Richard, B. (2004): Stereos. Genderspiele im dritten Raum. Bielefeld.
- Schmidt, S. J./Zurströme, G. (2000): Kommunikationswissenschaft. Was sie kann, was sie will. Reinbek.
- Schweppenhäuser, G. (2004): „Naddel“ gegen ihre Liebhaber verteidigt. Ästhetik und Kommunikation in der Massenkultur. Bielefeld.
- Schwier, J. (2000): Sport als populäre Kultur. Sport, Medien und Cultural Studies. Hamburg.
- Seiter, E. et al. (Hrsg.) (1989): *Remote Control. Television, Audiences, and Cultural Power*. London/New York.
- Storey, J. (Hrsg.) (1996): *What is Cultural Studies. A Reader*. London u.a.
- Vogelgesang, W. (1991): Jugendliche Video-Clips. Action- und Horrorvideos als Kristallisationspunkte einer neuen Fankultur. Opladen.
- Walters, S.D. (1995): *Material Girls. Making Sense of Feminist Cultural Theory*. Berkeley u.a.
- Weiß, R. (2001): Fern-Sehen im Alltag. Zur Sozialpsychologie der Medienrezeption. Wiesbaden.
- Wetzstein, T.A. u.a. (1993): *Sadomasochismus. Szenen und Rituale*. Reinbek.
- Willis, P. (1996): EthnoCS. Paper presented at the International Conference „Crossroads in Cultural Studies“ at Tampere, Finland, July, 1-4, 1996.
- Willis, P. (2000): *The Ethnographic Imagination*. Cambridge/Oxford.
- Winter, R. (1995): Der produktive Zuschauer. Medienaneignung als kultureller und ästhetischer Prozess. München.
- Winter, R. (1997): Vom Widerstand zur kulturellen Reflexivität. Die Jugendstudien der British Cultural Studies. In: Charlton, M./Schneider, S. (Hrsg.): *Rezeptionsforschung. Theorien und Untersuchungen zum Umgang mit Massenmedien*. Opladen, 59-72.
- Winter, R. (2001a): Die Kunst des Eigensins. *Cultural Studies* als Kritik der Macht. Welters-wist.
- Winter, R. (2001b): Kritik und Engagement. John Fiske und die Tradition der Cultural Studies. In: Winter, R./Mikos, L. (Hrsg.): *Die Fabrikation des Populären*. Der John Fiske-Reader. Bielefeld, 7-16.
- Winter, R. (Hrsg.) (2005): *Medienkultur. Kritik und Demokratie*. Der Douglas Kellner-Reader. Köln.
- Winter, R./Eckert, R. (1990): *Mediengeschichte und kulturelle Differenzierung. Zur Entstehung und Funktion von Wahlhaberschaften*. Opladen.
- Winter, R./Mikos, L. (Hrsg.) (2001): *Die Fabrikation des Populären*. Der John Fiske-Reader. Bielefeld.

Aktiv ist gut, interaktiv noch besser. Anmerkungen zu einigen offenen Fragen der Cultural Studies

Eggo Miller & Hans J. Wulff

„Popular culture is not consumption, it is culture – the active process of generation and circulation meanings and pleasures within a social system; culture, however industrialized, can never be adequately described in terms of buying and selling of commodities.“ (Fiske 1989a: 23)

1 Vorbemerkungen

So sehr John Fiske mit diesem Argument, das in der deutschen Rezeption der Cultural Studies begierig aufgenommen worden ist, recht hat, so sehr ist sein bekanntes Argument in der deutschsprachigen Rezeption zu einem normativen Statement geworden, das allenfalls polemischen Wert hat. Denn wenn populäre Kultur *per definitionem* einen „aktiven“ Prozess beschreibt, ist diese Aussage ebenso nichtssagend und inhaltsleer wie alle althergebrachten elitären Urteile über die Kulturindustrie und ihre manipulierende Macht über das Publikum, das *per definitionem* zu ideologischer Hörigkeit und Passivität verdammt sei. Auch wenn die Dominanz des kulturkritischen Denkens in der Tradition der Frankfurter Schule im deutschsprachigen Raum vielfach produktive Perspektiven auf populäre Kultur gestellt hat, kann daraus keinesfalls auf immer und ewig gefolgert werden, dass die kulturindustriell produzierten „Rezeptionsvorgaben“ keine Rolle für den Prozess der Bedeutungsproduktion und -zirkulation spielen. Selbst in den Texten John Fiskes, der 2004 in Deutschland sogar zum „Klassiker der Kulturtheorie“ und Mitglied eines erlesenen „Culture Club“ (vgl. Hofmann/Korta/Niekisch 2004) erhoben worden ist, hat selbst zuweilen darauf hingewiesen, dass populäre Kultur als „the art of making do“ verstanden werden muss, als eine Überlebensstrategie von Individuen im Spannungsfeld von materieller und symbolischer gesellschaftlicher Macht, die die strukturellen Voraussetzungen der gesellschaftlichen Reproduktion im alltäglichen Leben produziert. In diesem Sinne ist es fraglich, ob Alltag und Lebenswelt, die selbst gesellschaftlich produziert und medial durchdrungen sind, umstandslos als Rückhalt und Gegenwelten konzipiert werden können, in denen Individuen ihre vielbeschworenen ‚widerspenstigen‘ und ‚subversiven‘ Strategien der Aneignung entfalten

und so aus kulturindustriell produzierter Ware Populärkultur im eigentlichen Sinne herzustellen.

Doch insbesondere empirische Rezeptionsuntersuchungen im Rahmen der Cultural Studies tendieren dazu, allein den Alltag oder die spezifische Subkultur von Rezipienten als Kontext und Determinanten für eine „aktive“ Bedeutungsproduktion in den Blick zu nehmen, ohne dies auf die Rezeptionsgegenstände zu vermitteln und in einem gesellschaftlichen Prozess der medialen Kommunikation zu verorten. Damit wird eine der politischen Grundfragen der British Cultural Studies fallen gelassen und schlicht im Sinne des theoretischen Postulats beantwortet, dass Populärkultur und die Taktiken des Alltags subversiv seien: die Frage nach der sozialen Auseinandersetzung um Macht und Bedeutung, nach der Vermittlung von Macht und Bedeutung in kulturellen Prozessen.

Auf dieses Problem ist in der anglo-amerikanischen Diskussion verschiedentlich hingewiesen worden (vgl. Seaman 1992; Gripsrud 1995 und insbes. Morley 1992: 230ff.; 1996: 49). Unsere knappen Thesen greifen diese Kritik auf und konzentrieren sich auf einige Postulate, der Cultural Studies, die auf ganz unterschiedlichen Ebenen Probleme, die mit der Vermitteltheit medialer Kommunikationsprozesse zusammenhängen, unberücksichtigt lassen. Wir meinen, dass darüber in der Medien- und Kommunikationswissenschaft Diskussionsbedarf besteht, zumal sich derzeit in der Diskussion über die neue Medien und deren interaktives Potenzial der selbe argumentative Kurzschluss zu wiederholen und zuzuspitzen scheint: „Interaktivität“ ist noch besser und wiederum *per definitionem* – subversiv, wie es „The Interactive Book“ vermeldet: „Interactivity is inherently subversive“ (Pearce 1997: 244).

2 Textuelle Rahmen der Rezeptionsaktivität

Dass Rezeption prinzipiell ein aktiver und produktiver Prozess sei, mag nach wie vor eine sinnvolle polemische Festsstellung sein, theoretisch ist sie wertlos, weil sie nicht die geringste Unterscheidungsmöglichkeit produziert. Zu untersuchen wäre vielmehr, welche Formen der Aktivität und Produktivität sich unter welchen spezifischen Bedingungen – textuellen wie kontextuellen – ergeben bzw. ergeben können.

So genießt ein Rezipient zwar die Freiheit, einem Text Bedeutungen zuzuweisen und ihn in die Sinnhorizonte einzuspannen, die in seiner Verantwortung stehen. Dennoch ist es nicht beliebig, was ein Rezipient mit einem Text anstellt. Seine Aktivität ist gebunden an die Bedingung der Möglichkeit von vielfältigen Bedeutungen, daran, dass Texte „offen“ und „polysem“ strukturiert sind. Mit diesen beiden Kennzeichnungen wird die Autorität des Textes spezifiziert, aber nicht, wie häufig missverstanden, zurück genommen oder sogar ausgesetzt. Umberto Eco zum Beispiel hat die Offenheit ästhetischer Kodes mit einer kommunikationstheoretischen Begründung fundiert: Die ästhetische Botschaft habe eine leere Form, in die der Rezipient Bedeutungen einfließen lasse. Dem Aspekt der „Freiheit der Interpretation“ auf Seiten der Rezeption stellt er jedoch eine „Treu zum strukturierten Kontext der Bot-

schaft“ gegenüber, so dass die Offenheit des Rezeptionsprozesses nur in einem dialektischen Spannungsverhältnis zur „Logik der Signifikanten“ bestimmt werden kann. Eine Interpretation ist dem zu Folge keineswegs beliebig, sondern in klar umschreibbaren formalen Rahmen fixiert (vgl. Eco 1972:162ff., bes.:163).

Auch die Polysemie der Texte darf nicht als Pluralismus ihrer Bedeutungen missverstanden werden, wie Stuart Hall es einmal ausdrückte. Sinnvollerweise sollte die Rede von der Vieldeutigkeit der Texte auf die Tatsache eingegrenzt werden, dass Texte mehrere, strukturell-systematisch verschiedene Bedeutungen haben können (vgl. Wulff 1992). Alle subjektiven Abschattungen von Verständnissen interessieren nicht (oder nur am Rande), wenn die Rolle textueller Strukturen in medialer Kommunikation untersucht werden soll.

„Aktivität“ der Rezeption muss also als eine bedingte und deshalb vermittelte aufgefasst werden, „Passivität“ dürfte dabei das eine (und praktisch nie erreichbare) Extrem auf der Bandbreite der Möglichkeiten abgeben. Zudem ist die Konfrontation von Aktivitäts- und Passivitätspostulaten theoretisch insofern gegenstandslos, als beide Paradigmen gänzlich unterschiedliche Gegenstände konstruieren: Konzepte „starker“ Medien beschäftigen sich mit medialen Strukturen, sei es ihrer institutionellen Verfasstheit, ihrer Ökonomie oder ihrer Programme und Sendungen. Wirkungen auf Zuschauer werden gesetzt, sie selbst sind aber kein Gegenstand der Untersuchung oder werden allenfalls im Sinne einer traditionellen „Wirkungsästhetik“ abgeleitet. Dagegen widmen sich Studien im Sinne des „Active-Audience-Approach“¹ in der Regel tatsächlichen Zuschaueraktivitäten.¹

3 Alltagswelt und ihre Mediatisierung

Alltag gilt den rezeptionsorientierten Textanalysen im Feld der Cultural Studies als Kontext der Rezeption oder – wollte man es traditionell ausdrücken -- als Interpretationshorizont. Zugleich stellt er im Sinne de Certeaus (1988) den Garant des abweichenden, widerspenstigen, wenn nicht gar subversiven Gebrauchs von kulturindustriellen Produkten dar. Angesichts einer medialen Durchdringung des Alltags erscheint dieses Postulat nicht nur theoretisch (vgl. Honneth 1994:14), sondern auch empirisch problematisch. So belegt beispielsweise Angela Kepplers (1994) Untersuchung von alltäglichen Tischgesprächen die hervorragende Bedeutung von Medien themen in der alltäglichen Konversation (vgl. auch Hepp 1998). Oder Mark Andrejewic zeigt in seinen Studien zu interaktiven Formen des Fernsehens und der neuen Medien wie Reality TV oder Webcams und Weblogs, dass gerade dort, wo Aktivität und Produktivität im Prozess der Aneignung von Medien und Medieninhalten am größten zu sein scheint, die Kolonisierung von Rezeptionsaktivitäten durch die Kulturindustrie keine Grenzen gesetzt zu sein scheinen:

„The promise of the emerging, interactive, mass-customized economy is that consumers can gain control by submitting to comprehensive monitoring of the rhythms of their daily lives. The more details w divulge about our shopping and viewing habits, one lifestyle and even our

movements during the day, the more we can have goods and services crafted to meet our individual needs. The possibility of total surveillance is portrayed as power sharing: by providing information about ourselves, we supply valuable input into the production process and thereby help to shape it." (Andrejevic 2003: 6)

Das heißt, dass auch in dieser Hinsicht die Vermittlungsproblematik zwischen Medien und Alltagswelt nicht zu umgehen ist – und zwar in doppelter Hinsicht: Zum ersten sind Rezeptionen bezogen auf Gegenstände, sind also selbst vermittelnde und vermittelte Tätigkeiten; zum zweiten ist der alltagsweltliche Reproduktions- und Interpretationshorizont selbst ein medial durchdrungener. Gerade mit Blick auf die fortschreitende Kommerzialisierung interaktiven Medientechnologie muss auf die politische Dimension dieses Problems umso nachdrücklicher hingewiesen werden.

John Fiske hat – allerdings ohne weitere Konsequenzen – auf dieses Problem aufmerksam gemacht: „The relation between textual experience and social experiences are perhaps the most methodologically inaccessible; but theoretically and politically, they are amongst the most important“ (Fiske 1989b: 76). Interessanterweise spricht Fiske hier von Erfahrungen, nicht von Bedeutungen. Diese Verschiebung deutet darauf hin, dass das Verhältnis, das im Verstehen, Interpretieren und Handeln von Texten zwischen Subjekt, lebensweltlichem Horizont und Bedeutung entsteht, kompliziert ist und sich gegen eine unmittelbare Integration in ein Modell sinnbezogenen Handelns sperrt. Zumindest die folgenden Bezugsgrößen treten in eine Beziehung:

- das Subjekt in seinen besonderen Erfahrungen, gegeben durch Wissen, Wollen und Praxis;
- das Subjekt als Element des gesellschaftlichen Zusammenhangs und in seinen Orientierungen auf die übergreifenden sozialen Formationen von Sinn und Sein;
- der Horizont gesellschaftlich vermittelter und konventionalisierter Bedeutungen und Artikulationsweisen, von Symbol- und Wertsystemen;
- schließlich die besonderen Aneignungs- und Nutzungshandlungen des Subjekts bezogen auf das Subjekt selbst und auf sein soziales Umfeld.

Der eigentlich problematische Punkt konzentriert sich in der Frage, ob die Rezipienten als „atomisierte Menge von Individuen gedacht [werden], losgelöst von ihren Gruppenbezügen und Subkulturen, die doch erst den Rahmen für die Bedeutung ihrer Handlungen liefern“ (Morley 1996: 38). Es hat nur wenige Versuche gegeben, dieses Bezugsfeld als theoretisches Problem anzugehen und sich nicht sofort auf die Untersuchung des „aktiven“ Publikums zu konzentrieren.

3 „Diskurs“ als metaphorischer Ausweg

In seinem vielzitierten Buch „Television Culture“ von 1987 hatte Fiske, noch stärker von semiotischen und strukturalistischen Modellen beeinflusst als von ethnologischen, die Idee einer Diskursanalyse zur Lösung des Vermittlungsproblems vorge schlagen, wie Textuelles und Soziales miteinander kombiniert oder integriert werden. Der Vorschlag ist wohl mehr Metapher denn Konzept. „Diskurs“ fungiert in der Theorie als das *tertium comparationis* im Verhältnis von Texten und Rezipienten:

„The production of meaning from a text follows much the same process as the construction of subjectivity within society. The reader produces meanings that derive from the intersection of his/her social history with the social forces structured into the text. The moment of reading is when the discourses of the reader meet the discourses of the text. When these discourses bear different interests reading becomes a reconciliation of this conflict.“ (Fiske 1987: 82f.)

Nun ist die Rede vom „Diskurs“ gleich in mehrfacher Weise auf das Vermittlungsproblem bezogen: „Diskursanalyse“ ersetzt die Untersuchung von ideologischen Bewegungen und Brüchen, umfasst oft jene Richtungen der gesellschaftskritischen Untersuchung symbolischer Produktion, die „Ideologiekritik“ genannt wurde. „Diskursanalyse“ ist zugleich in einem eher kognitiv-empirischen Sinne die Untersuchung von Weltwissen und seiner Interaktion mit medialen Produkten und sozialen Praktiken: „Diskursivität“ ist entsprechend eine Eigenschaft von Texten, die sie an die symbolischen Wissenshorizonte der Kultur und deren konsensuelle Grundlagen und konventionellen Bedeutungen zurück bindet. Schließlich ist „Diskursanalyse“ – in dem Sinne, in dem Foucault das Konzept eingeführt hat, die Untersuchung von Institutionalierungsprozessen, die einen Fluchtpunkt gesellschaftlicher Auseinandersetzung bilden. Abgesehen davon, dass die Vorstellung von „Diskurs“ und von „Diskursivität“ oft unklar ist oder zwischen verschiedenen Auffassungen changiert, entsteht die Frage, ob die Vermittlungsproblematik damit ausreichend scharf erfasst werden kann. Fiske nimmt „Diskursivität“ in einem sowohl sozialen wie individualpsychologischen Sinne – und die Frage, ob Diskursanalyse ein Modell der Historiografie langfristiger gesellschaftlicher Veränderungen ist oder ob sie die hermeneutische Differenz von Text- und Leserhorizont neu fassen soll, ist dabei ganz ungeklärt.

In späteren Texten ist Fiske auf den Diskursbegriff zurückgekommen, aber er verwendet ihn weiterhin eher als orientierendes Konzept denn theoretisch ausgearbeitet. In „Power Plays, Power Works“ (1993) bringt er den Begriff in Zusammenhang mit dem des Wissens („knowledge“):

„Discourse circulates knowledge and carries its power into specific and particular situations. We can only trace different knowledges through the discourses by which they are put into practice and through which their power is applied. Knowledge and discourse are totally interdependent. Knowledge and discourse, then, inform all cultural systems and should not be understood as being limited to verbal and visual languages. Discourse constantly transgresses, if it doesn't actually destroy, the boundary between material and cultural conditions, because

discourse, through the specificity of its practices, always has a material dimension." (Fiske 1993F: 14)

Die Diskursivität kulturell-symbolischer Gegenstände bindet sie unmittelbar zurück auf die Horizonte von Sinn und Bedeutung, würde die hermeneutische Theorie formulieren und einer ähnlichen Argumentationsfigur Ausdruck geben. Nun ist die theoretische Fassung des Diskurs-Konzepts bei Fiske aber durchaus widersprüchlich. Auf der einen Seite stellt er in einem durchaus empirischen Sinne – dem Diskurs die Größe des Wissens gegenüber:

- Das Diskursive betrifft dann die Zirkulation, die Tätigkeit des Sprechens (oder der Symbolproduktion in einem weiteren Sinne), den lebendigen Verkehr zwischen den Menschen.
- Wissen ist dagegen die Sphäre der Wirklichkeitsannahmen, der Geltungen und Geltungsbedingungen von Aussagen und Meinungen. Die Geltung des Wissens muss sich im kommunikativen Verkehr unter Beweis stellen.

Es ist deutlich, dass Diskurs und Wissen nicht allein empirisch ins Verhältnis zu setzen sind, sondern auch als kategoriale Elemente einer hermeneutischen Kommunikationstheorie dienen müssen. Dabei gilt das Prinzip der wechselseitigen Voraussetzung: Das Wissen ist eine Voraussetzung für die Diskursivierung des Wissens, welches wiederum eine Voraussetzung bildet für die Entstehung und Veränderung von Wissen. Huhn und Ei, die eine und die andere Seite des Blatts Papier, Voraussetzung und Implikation zugleich.

Gerade weil der Akzent der Untersuchung diskursiver Strukturen auf die kommunikative Verfasstheit der gesellschaftlichen Verhandlung von „Sinn“ gerichtet ist, ist Diskursivität auf der anderen Seite aber nicht allein als nur kognitives Fundament des Handelns und Verstehens bestimmbar, sondern an soziale Realität und an die Realität des Handelns gebunden, gleich in einem mehrfachen Sinne:

- Zum einen sind alle Institutionalisierungen der Kommunikation und deren Rückbindung an die Sphäre politischer, ökonomischer und sozialer Macht für die Diskursanalyse bedeutsam, weil Diskurse sich nicht allein wildwüchsig verändern, sondern in einem Feld gesellschaftlicher Interessen stehen.
- Zum zweiten sind Diskurse eng mit der Praxis sozialen Handelns verbunden, bilden deren Sinn- und Legitimierungs-Voraussetzung. Wiederum sind die Institutionalisierungen von besonderem Interesse, weil sie die Geltung und die Realität des Diskursiven *par excellence* unter Beweis stellen.

Abgesehen davon, dass die theoretische Fundierung dieser Wirkgrößen bislang kaum geleistet wurde, stellt sich auch die Frage nach der Operationalisierung des Diskurskonzepts in exemplarischer Forschung. Völlig zu Recht hat Gripprud neuerlich seine empirische Zugänglichkeit angezweifelt:

"I also hope to show that studies of audiences, their verbal and non-verbal responses and relations to particular texts, can never provide all the answers to the questions of what these texts mean. Text also carry meanings that are of no immediate interest to us as ordinary, everyday

members of audiences. They work in ways we cannot talk about in interviews and in ways we do not betray in our observable behavior." (Gripprud 1995: 9; Herv. im Original)

Dem ist nichts hinzuzufügen: Auch die Rede vom „Diskurs“ eröffnet ein theoretisches Problem, dessen Lösung eng mit der Frage nach der Validität und der empirischen Handhabbarkeit des Cultural-Studies-Paradigmas zusammenhängt.

Anmerkungen

- 1 Deutlich ist dies insbesondere bei den Studien in der kommunikationswissenschaftlichen Tradition des „Uses-and-Gratifications-Ansatz“ (vgl. dazu Jäckel 1996: 94ff.; Morley 1996: 38ff.), so z.B. bei Katz & Liebes 1986, aber auch bei größer angelegten Studien im Feld der Cultural Studies wie z.B. bei Lull 1990 oder Morley 1992.

Literatur

- Andrejevic, M. (2003): Reality TV. The Work of Being Watched. Lanham u.a. de Certeau, M. (1988): Kunst des Handelns. Berlin.
- Eco, U. (1972): Einführung in die Semiotik. München.
- Fiske, J. (1987): Television Culture. London.
- Fiske, J. (1989a): Understanding Popular Culture. Boston.
- Fiske, J. (1989b): Everyday Quizzes, Everyday Life. In: Turner, G./Tulloch, J. (Hrsg.): Australian Television, Programs, Pleasures, and Politics. Sydney, 72-87.
- Fiske, J. (1993): Power Plays, Power Works. London/New York.
- Gripprud, J. (1995): The Dynasty Years. Hollywood Television and Critical Media Studies. New York/London.
- Hepp, A. (1998): Fernsehaneignung und Alltagsgespräche. Fernsehnutzung aus der Perspektive der Cultural Studies. Opladen.
- Hofmann, M.L./Korta, T.F./Niekisch, S. (Hrsg.) (2004): Culture Club. Klassiker der Kulturtheorie. Frankfurt a.M.
- Hometh, A. (1994): Desintegration. Bruchstücke einer soziologischen Zeitdiagnose. Frankfurt a.M.
- Katz, E./Liebes, T. (1986): Mutual Aid in the Decoding of Dallas. Preliminary Notes from a Cross-Cultural Study. In: Drummond, P./Paterson, R. (Hrsg.): Television in Transition. London, 187-198.
- Jäckel, M. (1996): Wahlfreiheit in der Fernsehnutzung. Eine soziologische Analyse zur Individualisierung in der Massenkommunikation. Opladen.
- Keppler, A. (1994): Tischgespräche. Über Formen der kommunikativen Vergemeinschaftung am Beispiel der Konversation in Familien. Frankfurt.
- Lull, J. (1990): Inside Family Viewing. Ethnographic Research on Television's Audiences. New York/London.
- Morley, D. (1992): Television, Audiences and Cultural Studies. New York/London.
- Morley, D. (1996): Medienpublika aus der Sicht der Cultural Studies. In: Krotz, F./Hasebrink, U. (Hrsg.): Die Zuschauer als Fernsehregisseur? Zum Verständnis individueller Nutzungsmuster und Rezeptionsmuster. Baden-Baden, 37-51.
- Pearce, C. (1997): The Interactive Book: A Guide to the Interactive Revolution. Indianapolis.

- Seaman, W.R. (1992): Active Audience Theory: Pointless Populism. *Media, Culture, and Society* 14, 301-311.
- Wulff, H.J. (1992): Mehrdeutigkeit als Problem der Fernsehtheorie. In: Hiekkelä, K./Schneider, I. (Hrsg.): *Fernseh-Theorien. Dokumentation der GFF-Tagung 1990*. Berlin, 101-108.

Verschränkungen: Zum Verhältnis von Cultural Studies und Gender Studies

Elisabeth Klaus

„Kommunikationswissenschaftliche Geschlechterforschung versteht sich immer als eine kritische Medienforschung, die Medien, ihre Produktion und Rezeption im Rahmen bestehender Machtverhältnisse und kultureller Bedeutungsproduktionen verortet. Davon ausgehend fragt sie nach den Bedingungen und Folgen sozialen Handelns und sprengt damit individuenzentrierte wie rein strukturell begründete Vorstellungen vom Medienhandeln. Diese Positionierung feministischer Medienforschung zeigt die Passgenauigkeit zwischen ihren Anliegen und den Medientheorien der Cultural Studies.“ (Klaus/Röser/Wischermann 2001a: 15)

1 Einleitung

Die Gender Studies in der deutschsprachigen Kommunikationswissenschaft sind seit den 1990er Jahren intensiv mit den Cultural Studies verschränkt, wie unter anderem ein Blick in die Sammelbände „Kommunikationswissenschaft und Gender Studies“ (Klaus/Röser/Wischermann 2001b) und „Feministische Kommunikations- und Medienwissenschaft“ (Dorer/Geiger 2002b) zeigt. In den beiden aus Deutschland bzw. Österreich stammenden Publikationen, die das Feld am Beginn des neuen Jahrtausend abstecken, nehmen jeweils zahlreiche Beiträge auf die Cultural Studies Bezug. Interessant ist dabei, dass die unter Bezug auf Gender Studies wie Cultural Studies behandelten Themen von der Publikumsforschung (Röser 2001) und Filmtheorie (Braida/Jutz 2002) über die Analyse von Kino (Warth 2002) oder Internet (Dorer 2001) bis zur Journalismus- und KommunikatorInnenforschung (Lünenborg 2001; Keil 2001) reichen. Die immer wieder unterstellte thematische und inhaltliche Schließlage der Cultural Studies, ihre zu enge Fokussierung auf Fernsehgenres und Dekodierungsprozesse, ist in den genderorientierten Forschungsbeiträgen jedenfalls nicht erkennbar. Das Themenspektrum geht hier deutlich über eine Beschäftigung mit Fernsehforschung und Publikumsaktivitäten hinaus.

Medien – Kultur – Kommunikation

Herausgegeben von
Andreas Hepp und
Waldemar Vogelgesang

Kulturen sind heute nicht mehr jenseits von Medien vorstellbar. Ob wir an unsere eigene Kultur oder ‚fremde‘ Kulturen denken, diese sind umfassend mit Prozessen der Medienkommunikation durchdrungen. Doch welchem Wandel sind Kulturen damit ausgesetzt? In welcher Beziehung stehen verschiedene Medien wie Film, Fernsehen, das Internet oder die Mobilkommunikation zu unterschiedlichen kulturellen Formen? Wie verändert sich Alltag unter dem Einfluss einer zunehmend globalisierten Medienkommunikation? Welche Medienkompetenzen sind notwendig, um sich in Gesellschaften zurecht zu finden, die von Medien durchdrungen sind? Es sind solche auf medialen und kulturellen Wandel und damit verbundene Herausforderungen und Konflikte bezogene Fragen, mit denen sich die Bände der Reihe „Medien – Kultur – Kommunikation“ auseinandersetzen. Dieses Themenfeld überschreitet dabei die Grenzen verschiedener sozial- und kulturwissenschaftlicher Disziplinen wie der Kommunikations- und Medienwissenschaft, der Soziologie, der Politikwissenschaft, der Anthropologie und der Sprach- und Literaturwissenschaften. Die verschiedenen Bände der Reihe zielen darauf, ausgehend von unterschiedlichen theoretischen und empirischen Zugängen, das komplexe Interdependenzverhältnis von Medien, Kultur und Kommunikation in einer breiten sozialwissenschaftlichen Perspektive zu fassen. Dabei soll die Reihe sowohl aktuelle Forschungen als auch Überblicksdarstellungen in diesem Bereich zugänglich machen.

Andreas Hepp · Rainer Winter (Hrsg.)

Kultur – Medien – Macht

Cultural Studies
und Medienanalyse

3., überarbeitete und
erweiterte Auflage



VS VERLAG FÜR SOZIALWISSENSCHAFTEN