FRIEDRICH KROTZ	182
Vergnügen an interaktiven Medien und seine Folgen für Individuum und Gesellschaft	
URSULA GANZ-BLÄTTLER	195
Knowledge Oblige Genrewissen als Statussymbol und Shareware	
RUDI RENGER	215
Eine Theorie vom nächsten Donnerstag? Zum Journalismus in der Populärkultur	
ROMAN HORAK	233
»Dahoam is Dahoam« Über die Effektivität der »Volkstümlichen Musik«	
THEODOR M. BARDMANN	251
No pilot! Aufzeichnungen zu den Aufzeichnungen von Laurie Anderson	
<i>Teil 3: Politik des Populären</i>	
JOHANNA DORER / MATTHIAS MARSCHIK	267
Welches Vergnügens? Zur Diskussion des Vergnügens in der Rezeptionsforschung	
HANNELORE BUBLITZ	285
Verschwindende Identitätspolitiken in der »Politik des Vergnügens«	
MARK TERKESSIDIS	301
Leben nach der Geschichte. Wie in der Berliner Republik Pop und Politik die Plätze tauschen	
URS STÄHELI	321
Das Populäre zwischen Cultural Studies und Systemtheorie	
Autoren	338

UDO GÖTTLICH / RAINER WINTER

Die Politik des Vergnügens. Aspekte der Populärkulturanalyse in den Cultural Studies

Der andere Blick auf das Populäre

Spätestens seit dem spektakulären Erfolg von Guildo Horn sind auch in Deutschland die Faszination und die gesellschaftliche Relevanz der Populärkultur zu zentralen Themen ernsthafter Betrachtung geworden. Dennoch ist Populärkultur in Deutschland immer noch eine problematische Kategorie. So werden populäre Phänomene – auch in Fortführung der Diskussionen um die Kulturindustrie – oftmals noch als Ausdruck einer eindimensionalen und nivellierenden Massenkultur betrachtet. Während Kunst einen aktiven Rezipienten erfordere, sei die Populärkultur so konzipiert, daß sie leicht zugänglich sei und keine Anstrengung erfordere. Des weiteren funktioniere sie nach festen Regeln, Mustern und Formeln. Dies betreffe sowohl ihre Ziele (z.B. das Erwecken bestimmter Emotionen) wie ihre Mittel (z. B. Verwendung geeigneter Techniken, um die gewünschten Emotionen auszulösen). Anders als *echte* Kunst besitze die Populärkultur keine ästhetische Autonomie und folglich auch keine moralische oder politische Autonomie. Sie verhindere imaginative Anschlüsse und die Entfaltung reflexiver Kapazitäten. Außerdem erwecke die ständige Wiederholung der gleichen Formeln, Stereotypen und Geschichten beim Konsumenten den Eindruck, daß die gesellschaftliche Wirklichkeit unveränderbar sei. Die Erfahrung aus zweiter Hand trete an die Stelle der authentischen Erfahrung, die Kindheit als eigenständiger Lebensabschnitt verschwinde, und am Ende würden wir uns gar zu Tode amüsieren.

Die anglo-amerikanische Cultural Studies-Tradition zeichnet sich gegenüber diesen Einschätzungen und Wertungen durch einen anders gelagerten Zugang zu Fragen und Problemen der Populärkultur aus. Dabei war der Ausgangspunkt in der Behandlung von Massen- bzw. Populärkulturphänomenen in den fünfziger Jahren gar nicht so verschieden von dem Zugang der Frankfurter Schule der Kritischen Theorie. Der erste Direktor des *Centre for Contemporary Cultural Studies* (CCCS) in Birmingham, Richard Hoggart, war mehr als beunruhigt über den Einfluß der Massenkultur (bzw. der Kulturindustrie) auf die Arbeiterkultur. Gegenüber den Arbeiten der Kritischen Theorie wurden von ihm die Unterhaltung und das Triviale jedoch als selbstverständliche Elemente der Alltagskultur begriffen und die aus ihren Veränderungen resultierenden Folgen behandelt.

Die Cultural Studies konzentrieren sich somit darauf, wie Menschen in verschiedenen gesellschaftlichen Zusammenhängen ihre (Alltags-)Kultur schaffen und erfahren. Interesse findet, wie die (global erzeugten und verbreiteten) Produkte der Massenkultur (in lokalen Kontexten) angeeignet und verarbeitet werden und welche Interpretationen, Bedeutungsverschiebungen und Aktivitäten sich abzeichnen. Diese Perspektive stützt sich damit nicht allein auf eine Analyse der Produktionsseite bzw. auf Produktanalysen, sondern auf die Praktiken und Erfahrungen im Umgang mit symbolischen Formen, die jeweils kontextualisiert werden (vgl. HALL 1977: 55).

Dieser Zugang macht deutlich, daß das Gesehene und Gehörte immer auf die Lebenswelt der Subjekte bezogen bleibt und so spezifische Bedeutungen sowie Wirkungen hervorgebracht werden, die von einer Analyse der Produkte her oft nicht bestimmt werden können. Popsongs, Spielfilme und Fernsehserien sind als kulturelle Phänomene Teil sozialer Praxis. Deshalb sind die entscheidenden Fragen, wie die Produkte der Massenkultur angeeignet werden und welcher Sinn ihnen in der Rezeption und im jeweiligen Gebrauch zugewiesen wird. Massenkultur stellt also eher ein Repertoire dar und die Populärkultur ist das, was die Zuschauer mit den Produkten der Kulturindustrie tatsächlich machen. Sie umfaßt die Prozesse der alltäglichen Bedeutungsaufladung, gefühlsmäßiger Intensität, fanatischer Entrückung und die Repräsentation sub- bzw. gegenkultureller Strömungen. Zudem führen die zunehmende Diversifizierung des Medienangebots und die neuen Medientechniken dazu, daß weniger die gefürchtete McDonaldisierung der Kultur eintritt, als eine kulturelle Differenzierung von Lebensbereichen und eine Pluralisierung

des alltäglichen Umgangs mit Medien. So wird zunehmend deutlich, daß die Mediatisierung der Gesellschaft nicht nur unter den Aspekten der Manipulation und der ideologischen sowie sozialen Kontrolle betrachtet werden kann. Im Gegenteil: es läßt sich im Alltag auch ein aktiver, eigensinniger und kreativer Gebrauch der Medien beobachten (vgl. WINTER 1995), über den wir jedoch trotz der Bemühungen der Cultural Studies in den letzten zwanzig Jahren immer noch zu wenig wissen.

In allen diesen Prozessen gewinnen Medien zusehends eine die Welt erschließende Funktion. Die Symbole und Mythen der Gegenwart dienen als Ressource für Sinn, Identität und Stilisierung der eigenen Existenz. So impliziert etwa die Präferenz für eine Musikrichtung einen spezifischen Lebensstil, die Markierung einer Differenz zu anderen und vor allen Dingen das Gefühl einer Gemeinschaft anzugehören. Eine wichtige Rolle spielen dabei die lustvollen, bisweilen ekstatischen Erlebnisse und das Vergnügen, die bei der Medienrezeption, der Teilnahme an Events oder beim Warenkonsum entstehen. Das Populäre der Gegenwart wird aber nicht allein im Zusammenhang mit dem Alltagsleben gesehen, das von den Cultural Studies als dynamische und offene Konfiguration von Möglichkeiten und Mobilitäten begriffen wird, sondern auch in seiner engen Verbindung und Artikulation mit Machtdiskursen. Von besonderer Relevanz ist, ob Erlebnisse und Praktiken, z. B. in subkulturellen Kontexten, »widerständig« zu den Normen und Zwängen der sozialen Ordnung sind und oppositionelle, gegen den Mainstream gerichtete Möglichkeiten in sich bergen. Ereignisse wie die Fußballweltmeisterschaft, die Love-Parade oder »Guilfo geht nach Birmingham« dienen unter Gesichtspunkten der Macht darüberhinaus auch der symbolischen Integration einer sich immer weiter differenzierenden Öffentlichkeit. Eine zentrale Bedeutung in den Diskussionen der Cultural Studies nimmt daher die in diesen Kontexten anzutreffende »Politik des Vergnügens« ein.

Die Analyse des »Vergnügens«

Insbesondere John Fiske hat sich um eine genauere Bestimmung des populären Vergnügens bemüht. So befinden sich nach seiner Vorstellung populäre Vergnügen in einem widerspenstigen Verhältnis zur hegemonialen Ordnung, sie bedrohen diese und symbolisieren Unordnung sowie Widerstand. Fiske (1989: 50ff.) faßt unter populäre Vergnügen,

einerseits die affektive Energie, eigene Bedeutungen der sozialen Erfahrung zu produzieren, andererseits die Lust, der sozialen Disziplin, den Identitäts- und Normalitätszuweisungen der dominanten Kultur zu entgehen, ihnen zu entrinnen oder sie symbolisch in Frage zu stellen. Außerdem beziehen populäre Vergnügen ihren Reiz aus den sozialen Allianzen, die gleichgesinnte Subjekte in räumlich-zeitlich bestimmten Kontexten eingehen. In den alltäglichen Auseinandersetzungen in ungleichen Machtverhältnissen können durch verschiedene Taktiken im Sinne de Certeaus (1988) Fluchtlinien aufgetan und Freiräume geschaffen werden, und es kann zu einer Umverteilung von Macht kommen. Auf welchen Ebenen diese Macht angesiedelt ist, klärt ein Blick auf die Mikropolitik der Populärkultur, in der das produktive Vergnügen an Bedeutungsprozessen der Rezipienten festgemacht wird, die relevant und funktional sind, sich auf das eigene Alltagsleben in einer praktischen und direkten Weise beziehen.

Im Zentrum der Analyse des Populären steht bei den Cultural Studies also eine kulturelle bzw. ästhetische Reflexivität (zu diesem Begriff, vgl. LASH 1996). Populärkultur ist der Prozeß der kulturellen Regulierung und Veränderung des Alltags, der von sozialen Subjekten und Gruppen angestoßen wird, indem sie sich die von der Kulturindustrie vorgegebenen Ressourcen im Horizont ihrer Interessen und Phantasien aneignen (vgl. WINTER 1999). Das Populäre wird damit als ein Feld begriffen, auf dem der Macht von oben eine Macht von unten gegenübersteht.

Die Entwicklung dieser Perspektive zur Analyse unterschiedlicher Formen der populären Unterhaltung hat von einem gesellschafts- und kulturtheoretischen Kontext seinen Ausgang genommen, der u.a. durch die Beschäftigung mit Raymond Williams, der deutschen kultursoziologischen Tradition, Antonio Gramsci sowie der Analytik der Macht von Michel Foucault geprägt ist. Das bis heute wesentliche Ziel der Cultural Studies, die Untersuchung kultureller Praktiken und Institutionen im Kontext von gesellschaftlichen Machtverhältnissen unterschiedlicher Art, wurde in den 70er Jahren weitgehend durch ideologiekritische Analysen realisiert. Anschließend verschob sich das Interesse aber hin zu Antonio Gramscis Hegemonietheorie und zu Michel Foucaults Machtanalysen.

Die Hegemonietheorie schuf die Voraussetzung, das Populäre als Ort sozialer Auseinandersetzungen zu bestimmen, an dem für und gegen die Kultur des Machtblocks in einer Gesellschaft gekämpft wird. Ergänzend

ebneten Foucaults Arbeiten den Weg, um Kultur als diskursive Formation zu begreifen, und sensibilisierten den Blick dafür, wie im Alltagsleben auf Machtverhältnisse reagiert wird, wie versucht wird, mit ihnen zurechtzukommen, ihnen zu entrinnen bzw. sie zu verändern. Foucault (1976) hat in seinen genealogischen Analysen gezeigt, daß die moderne Macht Widerstandspunkte in der Gesellschaft erfordert, um funktionieren und sich ausbreiten zu können. Darüber hinaus stellen Praktiken des Widerstandes jedoch auch immer eine Quelle für Unordnung, Veränderung und Verschiebung von Machtverhältnissen dar (vgl. HÖRNING/WINTER 1999). Diese neuen Perspektiven, welche die Arbeiten von Foucault eröffnet haben, nehmen in der weiteren Entwicklung der Cultural Studies gegenüber der Hegemonietheorie von Gramsci zunächst eine untergeordnete Rolle ein, seit Ende der 80er Jahre treten sie aber immer mehr in den Vordergrund. Der Widerstand wird zur dritten wichtigen Kategorie neben Kultur und Macht (vgl. WINTER 1997). Zudem zeigte Foucault, wenn auch eher am Rande, wie die Ausübung von Macht und der Widerstand gegen sie mit Lust verbunden sind.

Innerhalb der Cultural Studies entwickelte sich nun – wie am Beispiel Fiskes deutlich zu sehen – die Vorstellung, daß der lustvolle Umgang mit Populärkultur eine produktive Form des Widerstandes sein kann. Bei dieser Konzeption spielten noch andere poststrukturalistische Überlegungen eine Rolle. Der späte Roland Barthes hatte sich nämlich von der Analyse der Mythen des Alltags dem Flottieren der Signifikanten und der damit verbundenen Lust am Text zugewandt. Er machte deutlich, wie der Körper bzw. das Begehren am Prozeß des Lesens beteiligt sind. Das Lesen mit dem Körper kann nun gerade eine der Fluchtlinien sein, die im Poststrukturalismus als Elemente einer Lebenskunst begriffen werden, die sich der Macht entgegenstellen. Wie Barthes in *Die Lust am Text* (1974) zeigt, kann es zu einem Verlust des sozial definierten Sinn für sich selbst, zu einer temporären Entindividualisierung und damit zu einem Ausbruch aus der hegemonialen Ideologie, die wesentlich für die Konstitution von Subjektivität ist, führen. Diese Neubewertung der sozial verankerten symbolischer Erfahrung hat, wie Fredric Jameson feststellt, dem affirmativen Vergnügen, das bis dahin in Analysen der Massenkultur im Zentrum stand, ein Vergnügen gegenübergestellt, das einen allegorischen Charakter hat. Es ist nicht nur für sich selbst, d. h. in seiner jeweiligen lokalen Realisierung, sinnvoll und wünschenswert,

sondern gleichzeitig steht es auch für die Gestalt der Utopie und damit für eine Transformation gegebener kultureller und gesellschaftlicher Verhältnisse (JAMESON 1983: 13).

Kultureller Populismus

An dieser Stelle kommt man nicht umhin, sich mit der Kritik am sogenannten »kulturellen Populismus« der Cultural Studies auseinanderzusetzen. Dahinter verbirgt sich eine Kritik, die wohl am heftigsten von Jim McGuigan (1992) formuliert wurde. Zunächst einmal ist dabei festzuhalten, daß der »Populismus« – wie McGuigan selber herausstreicht – für die Cultural Studies nichts ungewöhnliches darstellt. In den Arbeiten von Richard Hoggart und Raymond Williams findet sich gerade das Bemühen, die mit der populärkulturellen Produktion einhergehenden Veränderungen in der Kultur der Nachkriegszeit jenseits der durch die Massenkulturdebatte vorgezeichneten Kritikrichtung zur Diskussion zu stellen, um sich mit den Wertungen und Werthorizonten der Mehrheit befassen zu können und eben nicht mit jenen einer Elite. Prominent ist nach wie vor Williams (1958) Kritik am Massenkulturparadigma, in der Nachdruck auf die Feststellung gelegt hat, daß es keine Massen gibt, sondern lediglich unterschiedliche Arten, Menschen als Massen zu klassifizieren. Genauso wie in den achtziger Jahren, als die Auseinandersetzung mit der Populärkultur unter dem Einfluß von Althusser's Ideologiekritik und Gramscis Hegemoniebegriff stand, geht es um die Analyse einer Spannung zwischen populärkultureller Produktivität und massenkultureller Konsumtion, als die zwei Seiten einer Medaille, die mit der Entwicklung der Medienkultur verbunden sind.

Wendet man sich hiervon ausgehend der Kritik McGuigans (1992) am *kulturellen Populismus* der Cultural Studies zu, dann erkennt man, daß die Kritik sich an einer damit verbundenen Problemstellung entzündet. Der Vorwurf, der sich besonders gegen die Arbeiten Fiskes gerichtet hat, besteht darin, daß die populistische Position die zwischen den beiden Seiten bestehende dialektische Spannung verschütete (MCGUIGAN 1992: 73). Wie das?

Indem Fiske die semiotische Seite der populärkulturellen Angebote und die Aneignungsweisen einer Analyse der ökonomischen Seite bzw. der Produktion der Kulturindustrie vorziehe, ja diese zum großen Teil

nicht berücksichtige, drücke er sich grundsätzlich vor jenen Fragen, die die Ungleichheiten auf Produzenten- und Anbieterseite betreffen. Jenen Fragen also, die auf einen grundsätzlichen Unterschied von Macht und Machtpotentialen verweisen oder anders gesprochen: Fragen, die auf jene Politiken des Vergnügens auf der Produktions- und Anbieterseite zielen, die mit dem Prozeß der Kapitalverwertung einhergehen und denen sich die Cultural Studies nicht verschließen können, wenn es deren Zielsetzung ist, die » [...] Rolle kultureller Praktiken bei der Konstruktion der Kontexte menschlichen Lebens als Machtmilieus« zu analysieren (GROSSBERG 1994, 23). Ang ist in Verlängerung dieser Kritik recht zu geben, daß die Kulturkritik sich mit einer beinahe ausschließlichen Thematisierung semiotischer Taktiken nicht damit zufrieden geben kann, »die Erfahrungen des Publikums zu bestätigen oder sich auf »die Seite des Publikums zu schlagen« (ANG 1999, 322f.).

Mit der notwendigen Hinwendung zu den Phänomenen der Populärkultur scheint also die Gefahr einer theorieleeren und affirmativen Zelebration der unterschiedlichen Erscheinungen und ihrer Einbindung in den Alltag nicht gebannt. Genau darauf wollte McGuigans Kritik hinweisen. Immer deutlicher kristallisiert sich heraus, daß das Populäre in den Cultural Studies nicht ohne detaillierte Analysen des Medienwandels und den neuen Formen der Ökonomisierung des Fernsehmarktes behandelt werden kann. Als Forderung läßt sich daraus ableiten, daß es verstärkt darum gehen muß, die die Handlungsräume strukturierenden Prozesse zu problematisieren und theoretisch einzuholen und nicht darum, Populärkultur quasi neutral, als ein Gebiet aufzufassen, auf dem der Macht von oben eine Macht von unten gegenübersteht. Es gilt die Machtpotentiale zu qualifizieren und unter dieser Perspektive unterscheidet sich die Macht der Produzenten grundsätzlich von der der Rezipienten, denen oftmals nichts anderes als die Möglichkeit bleibt, die Produkte einer marktbeherrschenden Industrie zu entziffern (GÖTTLICH 1997: 109).

McGuigans Kritik, so verständlich und notwendig sie zu Beginn der neunziger Jahre an den Cultural Studies war, birgt jedoch mit ihrem deutlichen Aufruf der Rückkehr zur alten Schlachtordnung ihrerseits die Gefahr, die produktiven Erkenntnisse, die in der Analyse der Politik des Vergnügens liegen zu verschütten und die Populärkultur wieder nicht anders denn als Ausfluß kulturindustrieller Strategien zur Marktbeherrschung zu sehen. Unter den gewandelten medienkulturellen Bedingungen ist es jedoch nicht mehr ausreichend, allein eine Ökonomie der Me-

dien zu verfolgen um mit dieser alle Phänomene, die für die Politik des Vergnügens eine Rolle spielen, erfassen zu können.

Die Bedeutung des Populären

Im Rahmen der Cultural Studies gewinnt die Populärkultur also eine Bedeutung, die der früheren und auch heute noch in der öffentlichen Diskussion dominanten Verwendung des Begriffs im Sinne einer oktroyierten Massenkultur gegenübersteht.

Gleichzeitig regen die Cultural Studies dazu an, über die Bedeutung und Funktion der Populärkultur im eigenen Leben nachzudenken und vor allen Dingen, sie ernst zu nehmen. Dieses *Ernst nehmen* ist unter analytischen Gesichtspunkten allerdings keine Kategorie oder gar ein gültiger Maßstab. Angesichts des Fortbestehens kulturpessimistischer Positionen ist es jedoch notwendig darauf hinzuweisen, wie diese (traditionellen) Bewertungen und Kritiken eine Analyse der aktuellen Veränderungen überlagern. Und darin liegt eine ebensolche Gefahr wie in der affirmativen Zelebration der Populärkultur.

Somit ist ein neuer Blick auf populäre Prozesse notwendig. Die Populärkultur, die durchaus auch Avantgardeelemente enthalten kann, wird in der Gegenwart als selbstverständlicher Alltagshintergrund und Orientierungshorizont betrachtet und verläßt damit die an der Dichotomie von high/low sich orientierende Kritikrichtung, nicht ohne das Bewußtsein, das Dichotomien unaufhebbar sind. Diese gilt es jeweils zu kontextualisieren und nicht als Wertmaßstab zu perpetuieren, viel mehr gilt es, die Wertungen beständig zu befragen.

So werden in Daily Soaps die Transformationen von Beziehungen in individualisierten Gesellschaften dargestellt und durch Nachdenken und Gespräche in den Alltag der Betroffenen rückgekoppelt. Oft sind die Medien auch mehr als ein Spiegel gesellschaftlicher Ereignisse und Realitäten, wenn diese nämlich durch die mediale Vermittlung und Verbreitung bestimmt bzw. überlagert werden. Bill Clintons Affäre mit Monica Lewinsky ist so eng mit der medialen Berichterstattung darüber verbunden bzw. deren Produkt, daß es kein Zurück mehr zu einer authentischen, nicht vermittelten Geschichte geben kann, die es erlauben würde, die medialen Repräsentationen als ›wahr‹ oder ›falsch‹ zu bestimmen. In diesem Fall gibt es keine klare Unterscheidung mehr zwischen einem

›realen‹ Ereignis und seiner medialen Repräsentation. Folglich macht es keinen Sinn, bei solchen Medienereignissen mit der Vorstellung zu arbeiten, daß Reale sei wichtiger, angemessener oder bedeutender als die Repräsentation (vgl. FISKE 1994).

Unter den gegenwärtigen Bedingungen verwischen auch andere Grenzbeziehungen. So wird es z. B. schwierig, Kultur und Gesellschaft zu trennen, Privatsphäre und Öffentlichkeit auseinanderzuhalten oder im Zuge von Inszenierungs- und Dramatisierungsprozessen die Faktenpräsentation von Fiktionalität zu unterscheiden. Unsere Kaufentscheidungen in bezug auf Konsumobjekte werden immer mehr von den Bildern, Zeichen und Stars der Populärkultur bestimmt. In ihr dominieren die Bilder über die Erzählungen, die Stile und die Oberflächen über die Substanz, das Event über die solitäre Rezeption von Kultur. Auch die Unterscheidungen zwischen Kunst und Popkultur verschwimmen. Ein Pavarotti-Konzert, Mozarts größte Hits oder Filme wie *Blade Runner* oder *Crash* von Cronenberg veranschaulichen dies. Es entsteht eine Kultur der Entdifferenzierung, der Fragmentierung, des Pastiche und der Bricolage, in der Stile und Codes vermischt, neu arrangiert und an verschiedene Generationen von Konsumenten verkauft werden, die mittels des populärkulturellen Angebots ihre Identitäten konstruieren und spezialisieren. Damit verschieben sich die Koordinaten der Kulturkritik, und es werden Analysen zum Stellenwert dieser Veränderungen erforderlich.

Zum Aufbau des Buches

Vor diesem Hintergrund versammelt der Band nationale und internationale Beiträge zur Debatte um die Bedeutung und Funktion des Populären, insbesondere zur Rolle populärer Vergnügen. Ein Großteil der Beiträge geht auf die Ad-hoc-Gruppe *Die Politik des Vergnügens* des Arbeitskreises ›Cultural Studies‹ auf dem internationalen Soziologenkongreß *Grenzenlose Gesellschaft?* 1998 in Freiburg zurück.

Im ersten Teil werden mit den Beiträgen von Lawrence Grossberg, John Fiske und Kaspar Maase *Konzeptionen des Populären* vorgestellt. Dabei wechselt die Bewertung von der Hervorhebung ihrer produktiven und eigenständigen Aspekte sowie ihrer zentralen und grundlegenden Bedeutung am Ende des 20. Jahrhunderts zur Kritik an einer allzu affirmativen Betrachtung der Populärkultur und an der euphorischen Über-

schätzung ihrer positiven Relevanz. Grossberg widmet sich einer Bestimmung des Populären am Beispiel von ›Rock and Roll‹. John Fiske analysiert die Möglichkeiten und die Merkmale der populären Urteilskraft. Der Beitrag von Kaspar Maase zeigt im Rahmen eines historischen Überblicks zur deutschen Populärkulturentwicklung der Nachkriegszeit, welche Politik des Vergnügens sich im Wandel zur Erlebnisgesellschaft eingestellt hat.

Teil zwei: *Vergnügen an populären Medien*, versammelt aktuelle Analysen und Beispiele zum Umgang mit (neuen) Medienangeboten. Es werden die unterschiedlichen Erlebnisse und Formen der Integration von Medien in die Alltagspraxis untersucht. Das besondere Interesse gilt dabei den Verschiebungen und Transformationen von Bedeutungen, die Veränderungen in den sozialen Beziehungen und Praktiken nach sich ziehen. Am Beispiel des HipHop in den Beiträgen von Lothar Mikos sowie von Thomas A. Wetzstein, Christa Reis und Roland Eckert zeigt sich, welche unterschiedlichen Bedeutungen sich mit dieser mittlerweile global Verbreitung findenden Musikrichtung im Alltag von Jugendlichen verbinden. Ruth Ayaß behandelt am Beispiel des Lachens eine durchaus verschüttete Seite in der Medienrezeption und zeigt dessen Rolle in der Bedeutungskonstruktion. Andreas Hepp und Waldemar Vogelgesang behandeln die Reaktionen von Kinozuschauern im Anschluß an den Titanic-Film. Sie legen dar, wie die Emotionalisierung Nähe oder Distanz bzw. Kritik zum Gesehenen mitbestimmen und das Vergnügen des Erlebten mitkonstituieren. Der Beitrag von Friedrich Krotz liefert Überlegungen zur Analyse der Aneignung interaktiver Medien von Kindern und Jugendlichen in einem europäischen Verbundprojekt und weist aus, wie kulturelle Kontexte Spielkulturen bedingen. Ursula Ganz-Blättler befaßt sich mit Medienspezialkulturen. Sie analysiert den Stellenwert des Genrewissens für die Kommunikation in den medialen Foren von Serienfans und zeigt seine Bedeutung für die Produktion von Vergnügen. Rudi Renger befaßt sich mit der Veränderung des Journalismus in der Populärkultur und diskutiert unterschiedliche Aspekte der Wissens- und Vergnügenproduktion. Journalismus wird dabei als textuelles Bedeutungssystem und als kultureller Diskurs behandelt. Mit Blick auf die Produktionsbedingungen beschreibt Roman Horak die Formation ›volkstümlicher Musik‹ und behandelt die für das Vergnügen an dieser Musik relevanten Ebenen. Dabei zeigt er, aus welchen Kontexten diese Formation hervorgeht, wie sie u.a. im Verhältnis zum städtischen und

ländlichen Raum steht, welche Rolle ihr im Fernsehen und auf dem Musikmarkt zukommt und welche Bedeutungen sich mit dieser Musik bei unterschiedliche Gruppen verbinden. Der Auseinandersetzung mit der Medienkultur auf dem Gebiet der Avantgarde geht Theodor M. Bardmann in seinem Text über Laurie Anderson nach und zeigt, welche Interpretations- und Bedeutungsschichten sich im Reflex auf die veränderte kulturelle Situation einstellen. Anhand des brüchig Werdens von Bestrebungen Authentizität herzustellen ergeben sich wichtige Vergleichspunkte zur Populärkulturdebatte.

Im dritten Teil werden *Politiken des Populären* betrachtet. Wie verändern sich Subjektivität, soziale Beziehungen und Lebensstile unter dem Einfluß der heutigen Kulturindustrie, welche die Bilder, Mythen und Symbole bereitstellt, mittels derer Individuen und soziale Gruppen ihre Identität bilden, sich von anderen abgrenzen und ihre Interessen artikulieren? Dabei wird auch die Transformation der Öffentlichkeit im Zuge der zunehmenden Mediatisierung aller Lebensbereiche in den Blick genommen. Nicht nur Nachrichtensendungen, auch Unterhaltungsangebote erweisen sich zusehends als öffentlichkeitsrelevant, nicht nur weil sie Diskurse formieren, sondern auch weil sie durch ihre Themenvorgaben strukturierende und sinnstiftende Funktion übernehmen. Zudem kommen in den Medienereignissen und ihrer unterschiedlichen Interpretation im Alltag Auseinandersetzungen um soziale Zugehörigkeit, Geschlecht und ethnische Herkunft verdichtet zum Ausdruck. So zeigen Johanna Dorer und Matthias Marschick welche Bedingungen sich für die Identitäts- und Subjektkonstruktion in der globalen Medienkultur ergeben, und welche Herausforderung der Rezeptionsforschung in den Cultural Studies in der Analyse der Politik des Vergnügens erwachsen. Auch in dem Beitrag von Hannelore Bublitz geht es um den Zusammenhang von Identität, Macht und Wahrheit im Horizont der Medienkultur wozu sie sich mit der Techno-Kultur auseinandersetzt. Mark Terkessidis geht – u.a. am Beispiel der Technoszene – der Frage nach dem Ort des Politischen in der Populärkultur nach und zeigt wie kultureller Wandel zu einer Transformation des Politischen beiträgt, deren Konsequenzen er zu bestimmen sucht. Urs Stäheli schließlich nähert sich dem Populären aus zwei Richtungen an, den Cultural Studies und der Systemtheorie. Im Zentrum stehen die jeweiligen Theoriepolitiken, der Politik des Vergnügens auf die Spur zu kommen und die Frage möglicher Verbindungen zwischen den theoretischen Richtungen. Darin liegt mögli-

cherweise eine (theorie)politische Bedeutung des Vergnügens, zu deren aktueller Bestimmung und öffentlicher Diskussion der Band einen Beitrag leisten möchte.

Literatur

- ANG, IEN: Kultur und Kommunikation. Auf dem Weg zu einer ethnographischen Kritik des Medienkonsums im transnationalen Mediensystem. In: BROMLEY, ROGER; UDO GÖTTLICH; CARSTEN WINTER (Hrsg.): *Cultural Studies. Grundlagentexte zur Einführung*. Lüneburg 1999, S.317-340
- BARTHES, ROLAND: *Die Lust am Text*. Frankfurt a.M. 1974
- BROMLEY, ROGER; UDO GÖTTLICH; CARSTEN WINTER (Hrsg.): *Cultural Studies. Grundlagentexte zur Einführung*. Lüneburg 1999
- DE CERTEAU, MICHEL: *Die Kunst des Handelns*. Berlin 1988
- FISKE, JOHN: *Understanding Popular Culture*. London 1989
- FISKE, JOHN: *Media Matters*. Minneapolis/London 1994
- FOUCAULT, MICHEL: *Überwachen und Strafen*. Frankfurt a.M. 1976
- GÖTTLICH, UDO: *Kritik der Medien. Reflexionsstufen kritisch-materialistischer Medientheorien am Beispiel von Leo Löwenthal und Raymond Williams*. Opl. 1996
- GÖTTLICH, UDO (1997): Kontexte der Mediennutzung. Probleme einer handlungstheoretischen Modellierung der Medienrezeption. In: *Montage/AV*, 6 (1997) 1, S.105-113
- GÖTTLICH, UDO (1999): Unterschiede durch Verschieben. Zur Theoriepolitik der Cultural Studies. In: ENGELMANN, JAN (Hrsg.): *Die kleinen Unterschiede. Der Cultural Studies Reader*. Frankfurt a.M. 1999, S.49-63
- HALL, STUART: Über die Arbeit des Centre for Contemporary Cultural Studies (Birmingham). Ein Gespräch mit H. Gustav Klaus. In: *Gulliver*, 2 (1977), S.54-57
- HALL, STUART (1981): Cultural Studies: Two Paradigms. In: *Media, Culture and Society* (1981) 2, S.57-72
- HÖRNING, KARL H.; RAINER WINTER (Hrsg.): *Widerspenstige Kulturen. Cultural Studies als Herausforderung*. Frankfurt a.M. 1999
- HOGGART, RICHARD: *The Uses of Literacy*. London 1957
- JAMESON, FREDRIC: Pleasure: A Political Issue. In: *Formations of Pleasure*. London 1983, S.1-13
- LASH, SCOTT: Reflexivität und ihre Doppelungen: Struktur, Ästhetik und Gemeinschaft. In: BECK, ULRICH; ANTHONY GIDDENS; SCOTT LASH: *Reflexive Modernisierung*. Frankfurt a.M. 1996, S.195-286
- MCGUIGAN, JIM: *Cultural Populism*. London; New York 1992
- WILLIAMS, RAYMOND: *Culture and Society 1780-1950*. London 1958 (dt. Übersetzung von Heinz Blumensath: *Gesellschaftstheorie als Begriffsgeschichte. Studien zur historischen Semantik von »Kultur«*, München 1972)
- WINTER, RAINER: *Der produktive Zuschauer. Medienaneignung als kultureller und ästhetischer Prozeß*. München 1995
- WINTER, RAINER: Cultural Studies als kritische Medienanalyse. Vom »encoding/decoding«-Modell zur Diskursanalyse. In: HEPP, ANDREAS; RAINER WINTER (Hrsg.): *Kultur-Medien-Macht. Cultural Studies und Medienanalyse*. Opladen 1997, S.47-63
- WINTER, RAINER: Spielräume des Vergnügens und der Interpretation. Cultural Studies und die kritische Analyse des Populären. In: ENGELMANN, JAN (Hrsg.): *Die kleinen Unterschiede. Der Cultural Studies-Reader*. Frankfurt a.M./New York 1999, S.35-48